

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Design

Grahic atau Grafika dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Yunani, *Graphein* yang artinya menulis atau menggambar. Di sisi lain, istilah grafis, seni menggambar 2D, biasanya melibatkan beberapa jenis aktivitas seperti menggambar, melukis dan fotografi. Terutama jangkauannya terbatas pada karya seni yang dibuat untuk direproduksi di media cetak atau lainnya dengan metode pencetakan. (Kusrianto, 2007).

Desain grafis merupakan sebuah bentuk lukisan atau gambar terapan yang membuat para desainernya bebas memilih, menempatkan atau membuat elemen – elemen visual seperti ilustrasi, garis, titik, teks dan lain sebagainya pada sebuah media yang menjadi permukaan untuk berkomunikasi dan berkreasi sehingga menjadi sebuah media komunikasi visual yang menarik. Pada umumnya penerapan desain grafis di gunakan dalam bidang periklanan, film, pengemasan dan lain sebagainya.

2.2 Tipografi

Penggunaan tipografi dalam sebuah desain harus disesuaikan dengan karakter dari suatu hal yang ingin di desain. Dengan banyaknya karakter yang ada, desainer harus hati – hati dalam memilih tipografi yang tepat untuk merancang nya. Setiap huruf dalam satu frase tidak hanya mengungkapkan suatu makna yang terkait dengan suatu objek yang dituju atau gagasan yang disampaikan, tetapi juga harus mampu untuk mengungkapkan suatu gambaran atau kesan visual. Setiap huruf tipografi memiliki nilai fungsional dan estetikanya masing – masing. Pemilihan dalam suatu karakter harus disesuaikan dengan gambar atau visual yang ingin di ekspresikan. Kata atau frasa tidak hanya memiliki makna yang terkait dengan objek atau ide, tetapi juga memiliki kapasitas untuk mengekspresikan gambar atau kesan

visual. Pemilihan tipografi pada gambar harus bisa mewakili dengan desain yang ingin disampaikan. (Kusrianto, 2007).

2.3 Infografis

Infografis merupakan bentuk penyajian data/informasi dalam bentuk grafis (visual) yang didalamnya terdiri dari huruf/tipografi, warna, ilustrasi, ikon dan sebagainya. Dengan kekuatan grafis, maka data teks yang kompleks/rumit, dapat tereduksi dengan baik. Fungsi infografis sendiri memiliki beberapa bagian yaitu untuk membuat informasi/data yang dibagikan akan menjadi lebih mudah dipahami dan lebih menarik, juga untuk membuat informasi/data lebih *shareable* atau mudah dibagikan. Dengan lebih mudah dibagikan, maka informasi akan semakin tersebar dengan baik dan menginspirasi/mempersuasi banyak orang. Infografis juga memiliki beberapa macam elemen, yaitu seperti judul/headline, pengantar infografis (informasi singkat tentang isi infografis), isi/konten (*Story*) infografis dan sumber (asal muasal informasi yang ada dalam infografis tersebut).

2.4 Poster

Poster merupakan salah satu desain grafis yang berisi susunan gambar dan huruf besar dan kecil sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dan pesan serta menjadi sarana periklanan, pendidikan, propaganda, sosialisasi dan dekorasi. Poster bisa dikatakan sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat dengan warna dan pesan yang dimaksud untuk menangkap perhatian orang yang melihat, tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti dalam ingatannya.

2.5 Motion Graphic

Motion Graphic berasal dari kata *motion* yang berarti gerakan dan *graphic* yang berarti gambar. Umumnya, *motion graphic* atau grafik gerakan adalah ilustrasi atau gambar yang bergerak. Desain dan ilustrasi berjalan beriringan, begitu juga ilustrator dapat bertindak sebagai desainer. Grafik gerak biasanya digabungkan oleh elemen seperti teks, suara, ilustrasi, foto dan video dibuat dengan menggunakan

teknik animasi. Perpaduan media audio dan visual dalam grafik gerak. Grafik gerak menjadi unik dan membedakannya dari jenis grafik lainnya, grafik gerak banyak digunakan dalam dunia penyiaran dan pemasaran karena dapat menyampaikan informasi secara singkat dan menggabungkan elemen audio visual untuk menarik banyak perhatian.

Sedangkan menurut Michael Betancourt, motion graphic adalah grafis yang menggunakan footage dari video dan teknik animasi untuk menciptakan ilusi gerak atau gerakan, biasanya digabungkan dengan audio untuk digunakan dalam proyek multimedia. Buku *Exploring Motion Graphic* oleh Gallagjer & Paldy menyatakan bahwa semua desain memiliki penempatan visual yang memandu audiens ke dalam pesan dan membantu mereka memahami informasi utama yang disampaikan dengan desain. Perbedaan yang jelas antara informasi primer dan informasi lain untuk menunjukkan susunan visual yang kuat.

2.5.1 Motion Graphic Sebagai Media Edukasi

Teknologi berkembang semakin pesat, *motion graphic* dapat dikatakan atau digunakan dalam ranah edukasi. *Dengan adanya teknologi pencarian informasi di internet meningkat pesat, penggunaan teknologi pendukung seperti video juga meningkat.* Dengan menggunakan animasi, grafik, teks, dan suara, motion graphic dapat membantu memvisualisasikan konsep-konsep abstrak dan membuatnya lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Motion Graphic dapat mengubah materi-materi informasi yang kompleks menjadi video materi pembelajaran yang mudah dimengerti, dengan video *motion graphic* materi yang kompleks serta perlu penjelasan detail dapat disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.

2.6 Teori Audio Visual

Media Audio Visual berasal dari kata media dan merupakan media perantara yang digunakan oleh orang untuk menyampaikan atau menyebarluaskan gagasan, pendapat, atau gagasan yang disampaikan kepada penerima yang dituju. Menurut Dale media audio visual adalah media pendidikan yang mengaktifkan mata dan telinga peserta didik dalam proses belajar mengajar. Media audio visual adalah jenis media yang mengandung unsur-unsur visual selain elemen audio, seperti rekaman video, film dengan berbagai ukuran, slide, dan suara. Kemampuan media ini dinilai lebih baik dan menarik karena mengandung unsur jenis media primer dan sekunder.

2.7 Animasi

Menurut Arif Puji Setiawan dari e-book animasi, animasi sendiri berasal dari kata latin “anima” yang berarti jiwa, kehidupan atau roh. Karakternya adalah orang, hewan, dan objek dunia nyata lainnya yang ditampilkan dalam bentuk gambar 2D dan 3D. Oleh karena itu karakter animasi dapat diartikan sebagai gambar yang berisi makhluk hidup, yang dihasilkan dari kumpulan gambar yang berubah dan berganti secara teratur. Objek dalam gambar bisa berupa teks, bentuk objek, warna, dan efek khusus.

Begitupun pengertian animasi menurut Ibiz Fernandes dalam bukunya *Macromedia Flash Animation & Cartooning: A Creative Guide*, animasi mendefinisikan sebagai berikut: “Animation is the process of recording and playing back a sequence of still to achieve the illusion of continues motion” (Fernandes, *Macromedia Flash Animation & Cartooning: A creative Guide*, 2002) Yang artinya kurang lebih adalah: “Animasi adalah sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis untuk mendapatkan sebuah ilusi pergerakan.” Berdasarkan arti tersebut, Animasi adalah menghidupkan.

2.8 Media Edukasi

Desain Komunikasi Visual dapat dipahami sebagai ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep atau ungkapan yang kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan cara mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, tipografi, serta komposisi warna serta layout. Ilmu Desain Komunikasi Visual sangat banyak diantaranya adalah ilustrasi, fotografi, tipografi, 3dimensi, multimedia, komputer grafis dan animasi. (Sri Wahyuningsih, 2015)

2.9 Kampanye

Kampanye adalah suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok dengan tujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu, kampanye bisa juga mempengaruhi para masyarakat yang terpapar oleh kampanye yang dibuat. Definisi kampanye sendiri menurut para ahli adalah Rogers dan Storey (1987) mengatakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar masyarakat yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Mulachela, 2022)

Menurut Charles U. Larson (1992) kampanye dibagi menjadi 3 jenis model, berikut diantaranya adalah (Redi Pirmansyah, 2022):

a. *Product-Oriented Campaign* (Kampanye Produk)

Kampanye ini didasari pada barang dihasilkan dalam lingkungan bisnis. Istilah lain yang sering digunakan untuk kebalik dan kampanye semacam ini adalah *commercial campaigns*, *corporate campaign*, atau ada *campaign*. Tujuan paling penting dari misi semacam ini adalah untuk mendapatkan keuntungan finansial.

b. *Candidate-Oriented Campaigns* (Kampanye Kandidat)

Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya di motivasi oleh hasrat untuk memperoleh kekuasaan politik, jenis ini sering juga disebut *Political Campaign*.

c. *Ideologically or Course Oriental Campaign* (Kampanye Sosial)

Kampanye ini terletak pada tujuan yang jelas dan secara teratur memiliki proporsi perubahan sosial. Akibatnya, misi semacam ini sering disinggung sebagai kampanye sosial, motivasi dibalik kampanye ini adalah untuk menanggulangi masalah sosial melalui perubahan mentalitas dengan perilaku masyarakat yang terkait.

2.9.1 Definisi Kampanye Mental Health

Pengertian secara umum istilah kampanye yang dikenal sejak tahun 1940an, kampanye secara umum menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk. Konsep kampanye yang lahir yakni melakukan kegiatan komunikasi secara terencana yang lebih moderat, terbuka, toleran, dengan waktu terbatas atau jangka pendek, dan program yang jelas, persuasif serta dapat diidentifikasi secara jelas narasumbernya dan selalu berkonotasi positif.

2.9.2 Jenis - Jenis Kampanye Mental Health

Kampanye mental health memiliki terbagi menjadi beberapa jenis, dan berikut beberapa jenis kampanye tentang health dan tujuannya:

1. Kampanye Sensibilisasi: Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran dan membantu menghapus stigma terkait dengan kesehatan mental. Kampanye ini bertujuan untuk memberikan informasi dan edukasi tentang kesehatan mental dan bagaimana orang bisa memperoleh bantuan jika mereka mengalami masalah.
2. Kampanye Prevensi: Tujuannya adalah untuk membantu mencegah masalah kesehatan mental sebelum kesehatan mental itu muncul. Ini bisa melibatkan pelatihan dan edukasi tentang gaya hidup sehat dan teknik manajemen stress yang efektif.
3. Kampanye Perlindungan: Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa orang – orang dengan masalah kesehatan mental menerima perlindungan yang mereka butuhkan. Ini bisa melibatkan pengembangan layanan kesehatan mental dan bantuan bagi mereka yang mengalami diskriminasi atau penindasan.

4. Kampanye Penyembuhan: Tujuannya adalah untuk membantu orang yang menderita masalah kesehatan mental untuk menemukan dan memperoleh bantuan dan perawatan yang mereka butuhkan. Ini bisa melibatkan peningkatan aksesibilitas dan ketersediaan layanan kesehatan mental.
5. Kampanye Kesetaraan: Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa semua orang memiliki akses yang sama ke layanan dan perawatan kesehatan mental yang efektif, tanpa diskriminasi apapun. Ini bisa melibatkan pengembangan layanan kesehatan mental untuk populasi tertentu, seperti minoritas etnis atau kelompok miskin.

2.10 Definisi Kesehatan Mental

Menurut WHO, kesehatan mental adalah suatu keadaan sejahtera fisik, mental dan sosial yang utuh dan bukan hanya bebas dari penyakit atau kelemahan. Konsep kesehatan mental meliputi kesejahteraan subjektif, persepsi akan self efficacy, otonomi, kompetensi, ketergantungan antar generasi dan pengakuan atas kemampuan untuk mewujudkan potensi intelektual dan emosi seseorang. Kesehatan mental juga didefinisikan sebagai keadaan sejahtera dimana individu mengenali kemampuan mereka, mampu mengatasi tekanan hidup yang normal, bekerja secara produktif dan bermanfaat dan memberikan kontribusi dalam lingkungan masyarakat. (Purba, 2021)

2.10.1 Faktor Kesehatan Mental

Sicca (2022) menyebutkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi kesehatan mental antara lain (1) Pelecehan masa kecil yang bisa membekas dalam ingatan sampai masa dewasa, (2) Lingkungan keadaan lingkungan yang buruk dapat menyebabkan efek negatif pada kesehatan mental, (3) Biologis yang dapat diturunkan dalam genetika contohnya autisme, gangguan bipolar, depresi dan skizofrenia, (4) Gaya hidup juga dapat mempengaruhi kesehatan mental contohnya seperti pola makan yang

kurang baik, konsumsi alkohol, penggunaan narkoba dan perilaku seksual yang menyimpang.

2.10.2 Kasus Kesehatan Mental Pada Remaja Di Indonesia

Berdasarkan survei kesehatan mental indonesia National Adolescent Mental Health Survey, satu dari tiga remaja di indonesia mempunyai masalah kesehatan mental. Sementara, satu dari dua puluh remaja punya gangguan mental dalam 12 bulan terakhir. Rasio ini setara dengan 15,5 juta dan 2,45 remaja indonesia. Survei I-NAMHS (National Adolescent Mental Health Survey) adalah survei kesehatan mental nasional pertama yang mengukur angka kejadian gangguan mental pada remaja berusia 10-17 tahun di Indonesia. Menurut Siswanto, hanya 2,6% remaja dengan masalah kesehatan mental yang memanfaatkan fasilitas kesehatan mental atau konseling untuk mengatasi masalah emosi dan perilaku mereka dalam kurun 12 terakhir. (Aisyah, 2022)