

Peran dan Pengaruh Tampilan Desain pada Periklanan

Heri Iswandi¹⁾

¹⁾Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indo Global Mandiri
Jl. Jend. Sudirman No. 629 KM. 4 Palembang Kode Pos 30129
Email : wandy_dkv@uigm.ac.id¹⁾

Abstract

Communication has an aesthetic value that is applied in communication practices such as news writing, romance, novels, radio broadcasting, television, graphic arts, rhetoric, acting, screenplay writing, book writing and so on. Thus, it is clear that there is a common thread that links communication with graphic design practice. Graphic design is used as a communication tool as applied to static media, such as books, magazines, and brochures, catalog flyers, newspaper pamphlets, and so forth. In addition, in line with the times, graphic design is also applied in electronic media, often referred to as interactive design or multimedia design. Palembang Pos Daily newspaper is a newspaper that appears in the middle of the competition of information media business, on the one hand benefiting consumers, because they can get many sources of information. But when viewed from the other side is also very threatening media industries that have already appeared. This problem requires the managers of the media industry, innovate, modify its products by designing an attractive design to be able to make consumers interested. It can be concluded that, how the design elements are very instrumental in advertising media.

Keywords : *Communication, Design, Graphics, Roles, Advertising.*

Abstrak

Komunikasi memiliki nilai estetika yang diterapkan dalam praktik-praktik komunikasi seperti penulisan berita, roman, novel, penyiaran untuk radio, televisi, seni grafika, retorika, akting, penulisan skenario, penulisan buku dan sebagainya. Maka, jelaslah terdapat benang merah yang menghubungkan komunikasi dengan praktik desain grafis. Desain grafis digunakan sebagai alat komunikasi seperti diterapkan untuk media-media statis, seperti buku, majalah, dan brosur, catalog flyer, pamphlet Koran, dan lain sebagainya. Sebagai tambahan, sejalan dengan perkembangan zaman, desain grafis juga diterapkan dalam media elektronik, yang sering kali disebut sebagai desain interaktif atau desain multimedia. Harian Umum Palembang Pos merupakan surat kabar yang muncul di tengah persaingan bisnis media informasi, di satu sisi menguntungkan konsumen, karena mereka bisa mendapatkan banyak sumber informasi. Namun apabila dilihat dari sisi lain juga Sangat mengancam industri-industri media yang sudah lebih dulu muncul. Permasalahan ini mengharuskan para pengelola industri media, berinovasi, memodifikasi produknya dengan cara merancang desain yang menarik untuk bisa membuat konsumen tertarik. Hal ini bisa disimpulkan bahwa, bagaimana unsur desain sangat berperan sekali pada media periklanan.

Kata kunci : *Komunikasi, Desain, Grafis, peran, Iklan*

1. Pendahuluan

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan se-efektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan "fine art". Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metode merancang, produk yang dihasilkan rancangan, atau pun disiplin ilmu yang digunakan desain.

Menurut ahli Hafied Cangara (2000) dalam Pengantar Ilmu Komunikasi mencatat bahwa komunikasi bisa berlaku sebagai seni. Komunikasi memiliki nilai estetika yang diterapkan dalam praktik-praktik komunikasi seperti penulisan berita, roman, novel, penyiaran untuk radio, televisi, seni grafika (grafis-pen), retorika, akting, penulisan skenario, penulisan buku dan sebagainya. Maka, jelaslah terdapat benang merah yang menghubungkan komunikasi dengan praktik desain grafis.

Desain grafis digunakan sebagai alat komunikasi seperti diterapkan untuk media-media statis, seperti buku, majalah, dan brosur, catalog flyer, pamflet, Koran, dan lain-lain. Sebagai tambahan, sejalan dengan perkembangan zaman, desain grafis juga diterapkan dalam media elektronik, yang sering kali disebut sebagai desain interaktif atau desain multimedia.

Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi dewasa ini membawa *trend* baru dalam dunia industri komunikasi. Hadirnya teknologi digital dan internet merupakan salah satu hal penting dalam memunculkan perangkat multimedia, seperti misalnya media cetak yang saat ini juga memiliki versi digital (online). Hal ini berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan arus informasi dan mode komunikasi, baik dari segi produksi, distribusi, maupun konsumsinya. Perkembangan teknologi tersebut selanjutnya berujung pada persaingan media, di mana segala fungsi media berkolaborasi dalam satu perangkat media.

Media *online* dapat menawarkan kepada penggunanya sebagai media yang berfungsi sebagai alat komunikasi antar manusia, media ini bisa mengantarkan teks, grafik, gambar, audio, dan audio-video pada saat yang sama dan juga mempunyai fungsi sebagai media massa seperti halnya televisi, radio dan surat kabar. Kemampuan media *online* mendistribusikan berita dengan lebih cepat, interaktif dan bisa saat itu juga. Dianggap media massa sebagai kondisi yang tepat untuk memperluas jaringan pembaca dan yang cukup penting menumbuhkan loyalitas, antara media cetak dan media *online*.

Situs berita *online* saat ini sangat digemari oleh masyarakat, karena selain cepat, pendistribusiannya pun secara gratis. Pemakai internet di Indonesia saat ini sudah mencapai 82 juta orang, dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke 8 di dunia. (Kominfo. Edisi, 8 Mei 2014). Dalam persaingan yang sangat kompetitif saat ini, iklan di media *online* dianggap lebih efektif dengan jangkauan pembaca yang lebih luas.

Gencarnya masyarakat menggunakan internet untuk mendapatkan informasi, hingga memproduksi informasi sendiri, menyebabkan peran internet semakin penting. Kemampuan memadukan sebagai produsen dan konsumen, membuat media massa terpicu untuk turut menggunakan media baru ini.

Secara umum dalam industri surat kabar, sumber pendapat terbagi dua yaitu berasal dari sirkulasi, berupa penjualan surat kabar kepada pembaca dan penjualan iklan, namun pada umumnya pendapatan terbesar adalah berasal dari penjualan iklan. Perusahaan surat kabar memang harus terus meningkatkan penjualan iklan, karena jika hanya mengandalkan hasil sirkulasi tidak akan dapat menutupi biaya produksi dan biaya operasinya, apalagi untuk memperoleh *margin* yang sesuai.

Persaingan media tidak bisa dipungkiri dapat memicu kompetisi untuk dapat menjadi yang terbaik, entah untuk iklan maupun pembaca. Media cetak pun kini berbondong-bondong membangun situs, membuat akun di jejaring sosial, *website*. Hingga membuat blog. Hal ini tak lain merupakan upaya untuk meraup pembaca yang lebih beragam, juga menambah pundi-pundi keuangan melalui iklan di media *online*.

Salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam memperoleh penjualan iklan yang tinggi adalah jumlah pembaca yang tinggi, prinsip dasarnya semakin tinggi jumlah pembaca sebuah surat kabar, maka semakin mudah membujuk klien untuk memasang iklan pada saat surat kabar tersebut, semakin banyak pengiklanan yang masuk pada surat kabar maka semakin banyak pula keuntungan yang akan diperoleh.

Harian Umum Palembang Pos merupakan surat kabar yang muncul di tengah persaingan bisnis media informasi, di satu sisi menguntungkan konsumen, karena mereka bisa mendapatkan banyak sumber informasi. Namun apabila dilihat dari sisi lain juga Sangat mengancam industri-industri media yang sudah lebih dulu muncul. Permasalahan ini mengharuskan para pengelola industri media, berinovasi, memodifikasi produknya, serta mengemas strategi yang lebih tepat agar perusahaan mereka bisa bertahan.

Harian Umum Palembang Pos adalah media surat kabar yang diterbitkan dan dikembangkan oleh PT. Wahana Semesta Palembang, tepat pada tanggal 1 Oktober 1998, di bawah perusahaan pencetakan PT. Sumek Intermedia yang mana pengelolanya di bawah pengawasan Jawa Pos Group. Jawa Pos Group dalam bisnis surat kabar, memiliki banyak jaringan yang tersebar di seluruh Indonesia, untuk wilayah Sumatera-Selatan sendiri, surat kabar yang termasuk dalam jaringan Jawa Pos Group. Selain Harian Umum Palembang Pos, yaitu harian pagi Sumatera Ekspres, Harian Bisnis Radar Palembang, Palembang Ekspres, Sumatera Hari Ini, dan Tabloid Monica (Sejarah Palembang Pos 1998 : 1).

Seiring dengan tumbuh berkembangnya teknologi internet, Harian Umum Palembang Pos mulai memanfaatkan sarana internet untuk tampil dalam berita *online* dalam alamat situs www.palembang-pos.com. Situs berita ini menyajikan berita-berita dari Harian

Umum Palembang Pos dalam tampilan lebih singkat, dengan *update* berita lebih cepat dan secara *real time* khususnya berita kota Palembang, daerah, olahraga, kesehatan, pendidikan dan berbagai macam berita lainnya. Harian Umum Palembang Pos didukung oleh 20 wartawan ang bertugas di kota Palembang, juga didukung oleh 16 wartawan daerah kabupaten yang ada di Sumatera Selatan.

Berbagai berita yang disiarkan melalui media *online* tersebut kemudian didukung kerjasama dengan penyedia jasa layanan internet seperti *search engine google*, untuk menampilkan hasil berita harian umum Palembang Pos Sebagai berita dihalaman depan. Dan untuk memudahkan pembaca mengkonsumsi berita secara *mobile*, segala berita yang diproduksi Harian Umum Palembang Pos ini dapat ditampilkan juga melalui aplikasi yang ada di *smartphone mobile* sehingga pembaca bisa juga membaca situs ini kapan saja dan di mana saja di *mobile phone* nya selama masih ada jringan internet oleh karena itu harian Umum Palembang Pos tidak hanya terbit dalam bentuk surat kabar, tetapi juga dalam bentuk media *online*.

Di era globalisasi dan konsumerisme saat ini, terutama sekali di kota-kota besar, kegiatan periklanan sangat penting dalam kegiatan perekonomian dan kebudayaan masyarakat perkotaan yang berjiwa konsumerisme dan modern tersebut, hal ini makin membanjirnya produk barang atau jasa di dalam kehidupan masyarakat. Di antara banyak usaha untuk menyampaikan pesan atau promosi barang dan jasa kepada khalayak lewat media massa salah satunya yang menonjol adalah media dalam bentuk atau format yang disebut iklan.

Iklan senantiasa dibuat sedemikian rupa dengan maksud untuk mempengaruhi secara menguntungkan pikiran maupun perasaan publik bagi suatu usaha /perusahaan kalau kita teliti lebih lanjut sebenarnya iklan memiliki fungsi penting yaitu dalam arti mengusahakan adanya calon langganan baru, untuk perusahaan dan usaha-usaha tertentu. Bisnis periklanan dewasa ini sangat meningkat, karena dipastikan suatu bentuk promosi atau usaha untuk berkomunikasi dengan orang lain yang tidak bisa secara langsung kita temui, sangatlah diperlukan, dan dengan suatu iklan media cetak, promosi kemungkinan akan lebih memasyarakat atau target audiencenya lebih besar. Sehingga banyak bermunculan biro-biro iklan yang menawarkan jasa-jasa periklanan. Setiap iklan dalam hal ini pada suatu surat kabar, melibatkan minimal empat pihak yang saling membutuhkan, yaitu pertama produsen atau pengusaha yang biasa dikenal sebagai klien, kedua unsur perusahaan periklanan, ketiga kelompok konsumen, target *audience* dan yang keempat adalah unsur media, sarana yang dianggap tepat, untuk dapat menyampaikan pesan iklan klien.

Suatu iklan tidak bisa lepas dari sebuah format yang disebut desain grafis, desain grafis merupakan elemen utama dalam suatu periklanan, desain grafis bisa juga disebut dengan desain komunikasi visual, yaitu usaha untuk berkomunikasi dengan cara visual atau kegiatan menyusun dan mengorganisir elemen seperti nada warna, tekstur, unsur, bentuk dan ruang sehingga menjadi

komposisi artistik, estetetik dan harmoni sebagai usaha untuk berkomunikasi, walaupun aktivitas mendesain itu sendiri sudah dikerjakan orang sejak manusia hidup di dunia, tetapi kegiatan mendesain pada dasarnya bermula sebagai penyempurna penampilan dari hasil suatu karya yang masih nampak kasar, kaku, asal berfungsi. Oleh sebab itu karya-karya tersebut lalu ditempli hiasan/ornamen agar kelihatan lebih indah. Bila kita melihat iklan-iklan yang berisikan packaging atau kemasan roti, cookie, permen, mie instant, atau majalah yang penuh dengan berbagai macam cetak promosi, lalu kita melihat logo-logo suatu bank, hotel, pesawat terbang, dan sebagainya. Semuanya adalah hasil dari sebagian karya-karya desain komunikasi visual atau yang biasa disebut desain grafis. Sehingga desain grafis merupakan elemen untuk memperindah suatu iklan sehingga tampak lebih indah, dan yang pasti untuk menambah ketertarikan seseorang yang melihatnya. Sehingga hubungan media cetak dan grafika merupakan sesuatu kehidupan yang tak dapat dipisahkan satu sama lain. Bagi media cetak grafika berperan sebagai sarana utama dalam melaksanakan tugas dan fungsinya sebagai media komunikasi dan inrforman terhadap pemerintah dan masyarakat sehingga dapat berjalan dengan baik.

Di dalam perkembangannya desain grafis tersebut dibuat oleh para desainer grafis atau di dalam perusahaan periklanan biasa disebut dengan divisi kreatif, sehingga desainer grafis sangatlah diperlukan dalam sebuah biro iklan , karena merupakan salah satu faktor pendukung dalam perusahaan periklanan, dan seorang desainer grafis juga mempunyai dilema, apabila iklan gagal maka pemasang iklan akan mengalami kerugian begitu pula dengan perusahaan iklan, sehingga hubungan antara biro iklan atau pemasang iklan dengan desainer grafis sangatlah menentukan bagaimana kebijaksanaan dan kelayakan suatu iklan. Selain iklan, dalam sebuah majalah penyusunan artikel dan media visual lain juga sangat penting, atau yang biasa kita sebut dengan layout. Penyusunan layout yang baik dapat mempengaruhi semangat pembaca dalam membaca dan memahami isi majalah. Sehingga dalam penyusunan layout sang desain grafis harus dapat memikirkan konsep yang akan digunakan.

Desain grafis dalam dunia percetakan menuntut dua sumber daya yang utama yaitu kemampuan manusia dalam mengolah unsur desain grafis dan pemakaian computer. Percetakan pada umumnya dikembangkan dengan peralatan yang sederhana hingga mesin dengan kapasitas yang besar. Objek dari percetakan bisa memakai media berupa kain, kertas maupun material plastik. Produksi dalam percetakan selalu melibatkan desain grafis untuk membuat desain sesuai dengan keinginan konsumen. Tehnik desain grafis biasanya sudah dikuasai oleh perusahaan percetakan. Bahkan beberapa objek dari cetak murah yang sederhana juga memakai teknik desain grafis. Hal inilah yang membuat desain grafis tidak bisa dipisahkan dari dunia percetakan.

Guna mendapatkan jumlah pembaca yang tinggi di Sumatera Selatan khususnya di Palembang, maka diperlukan menganalisa kekuatan dan kelemahan desain

komunikasi visual pada Harian Umum Palembang Pos, terutama di media online, dalam hal ini peranan desain komunikasi visual sangat penting, karena suatu desain yang menarik akan membuat mata memandang dan akan sering mengunjungi. Secara tidak langsung akan mudah mempengaruhi pembaca untuk memasang iklan di situs website tersebut dan akan mempermudah juga mendapatkan jumlah pembaca yang tinggi, semakin tinggi jumlah pembaca di sebuah surat kabar, maka semakin mudah membujuk *klien* untuk memasang iklan.

A. Tujuan

Adapun Tinjauan dari peran dan pengaruh tampilan desain pada periklanan ini bertujuan : (1) Untuk mengetahui secara mendalam dan mendeskripsikan bagaimana peran dan fungsi desain pada periklanan. (2) untuk mengetahui unsur-unsur apa saja yang harus ada pada periklanan. (3) untuk mengidentifikasi perkembangan desain terhadap dunia periklanan.

B. Tinjauan Teori

1. Desain Komunikasi Visual

Keberadaan desain komunikasi visual sangat dekat dengan kehidupan kita sehari-hari. Ia tak bisa lepas dari sejarah manusia. karena ia merupakan salah satu usaha manusia untuk meningkatkan kualitas hidup. Desain komunikasi visual sangat akrab dengan kehidupan manusia. Ia merupakan representasi sosial budaya masyarakat, dan salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud produk dari nilai-nilai yang berlaku pada waktu tertentu. Ia merupakan kebudayaan yang benar-benar dihayati, bukan kebudayaan dalam arti sekumpulan sisa bentuk, warna, dan gerak masa lalu yang kini dikagumi sebagai benda asing terlepas dari manusia yang mengamatinya.

Menurut Widagdo (1993: 31) “Desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas dan pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa dinamis penuh gerak dan perubahan. Hal itu karena peradaban dan ilmu pengetahuan modern memungkinkan lahirnya industrialisasi. Sebagai produk kebudayaan yang terkait dengan sistem sosial dan ekonomi, desain komunikasi visual juga berhadapan pada konsekuensi sebagai produk massal dan konsumsi massa”.

Desain komunikasi visual sebagai salah satu bagian dari seni terapan yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif artistik estetis dan komunikatif.

2. Manajemen Periklanan

Menurut Rheinal Kasali (2007:19) dalam buku Manajemen Periklanan, manajemen periklanan meliputi suatu sistem yang terdiri dari berbagai organisasi atau lembaga yang saling berinteraksi dan menjalankan peranan yang saling berbeda dalam proses periklanan.

Sedangkan iklan (2007: 9) adalah bagian bauran promosi (*promotion mix*) dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media.

Dan menurut Sadjiman Ebdy Santoso (2006) dalam bukunya yang berjudul Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan menyatakan:

“Periklanan merupakan keseluruhan proses kegiatan perencanaan dan pelaksanaan untuk mengkomunikasikan suatu produk, barang, jasa atau ide, melalui semua media komunikasi, baik media komunikasi massa cetak, elektronik, media komunikasi luar ruang (*outdoor*), media komunikasi *direct mail*, maupun media komunikasi lainnya. Sementara iklan diartikan sama dengan advertensi yaitu salah satu bentuk media komunikasi melalui media massa cetak atau elektronik”.

Sementara menurut Adi Kusrianto (2009:298), ia menyatakan dalam bukunya yang berjudul Pengantar Komunikasi Visual :

“Iklan dalam bahasa Inggrisnya *Advertising*, adalah suatu bentuk komunikasi massa komersial yang dirancang untuk mempromosikan pemasaran suatu produk atau jasa, maupun pesan dari suatu lembaga, organisasi, bahkan juga pesan dari seseorang kandidat dalam suatu kampanye politik”

Manajemen periklanan memfokuskan perhatian pada analisa, perencanaan, pengendalian, dan aktivitas pengambilan keputusan pada sistem ini, pengiklan. Semakin banyak pengiklan yang masuk pada surat kabar, maka semakin banyak pula keuntungan yang akan diperoleh. Hal ini disebabkan sebagian besar kegiatan operasional surat kabar dibiayai oleh pendapatan iklan. Sementara pendapatan dari divisi pemasaran digunakan untuk menambah penghasilan dari surat kabar.

3. Surat Kabar

Surat kabar merupakan sumber informasi yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Banyak masyarakat yang memilih untuk membaca surat kabar demi memperoleh informasi, dikarenakan surat kabar merupakan media yang murah dan cukup praktis digunakan.

Menurut Suharso dan Ana Retnoningsih (2012:500) dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengatakan, Surat kabar adalah lembaran-lembaran kertas bertuliskan berita dan sebagainya, terbagi dalam kolom-kolom, terbit setiap hari atau secara periodik”. Sedangkan menurut Effendy dalam komunikasi (1989: 241) surat kabar yaitu :

“Lembaga tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya aktual mengenai apa saja diseluruh dunia mengandung nilai untuk diketahui khalayak pembaca”.

Surat kabar merupakan media yang dapat dijadikan sumber informasi untuk mengetahui kedalaman suatu berita, surat kabar juga sering dijadikan sebagai sumber informasi untuk mengetahui program-program yang terdapat dalam radio dan televisi. Hal ini merupakan salah satu kelebihan surat kabar karena surat kabar sering

dijadikan alat untuk mempromosikan program radio dan televisi.

4. Media Online (Website)

Kata online terdiri dari dua suku kata yaitu *on* dan *line*. Rudy Haryono dan mahmud Mahyong dalam Kamus Inggris Indonesia menyatakan kata *on* mengandung arti pada, di atas, hidup tentang dan di. Sedangkan kata *line* berarti garis, jalan terhubung, saluran (2009: 279).

Sementara Saputro mengungkapkan situs Web adalah :

Sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam, gerak animasi, suara dan gabungan dari semua baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait di mana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman, (<http://isyarif.blogspot.com/10/06/2017>).

Dari pengertian di atas dapat dilihat bahwa informasi dalam *web* bersifat multimedia dan informasi yang didistribusikan melalui *hyperlinks*, di mana pengguna dapat mengakses informasi dengan cara *surfing* yaitu memperoleh informasi dengan meloncat dari satu halaman ke halaman lain tanpa batas ruang dan waktu.

5. Elemen-Elemen Dalam Desain

Elemen atau unsur merupakan bagian dari suatu karya desain (Adi Kusrianto, 2007:29). Elemen-elemen tersebut saling berhubungan satu sama lainnya. Masing-masing memiliki sikap tertentu terhadap yang lain. Misalnya sebuah garis mengandung warna dan juga memiliki *style* garis yang utuh, yang terputus-putus, yang memiliki tekstur bentuk sebagainya. Elemen-elemen seni visual tersusun dalam bentuk organisasi dasar prinsip-prinsip penyusunan dan prinsip-prinsip desain. Dalam hal ini, susunan tersebut sering kali dijadikan dasar pertimbangan atas suatu kritik seni.

Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang diperlukan, antara lain :

a. Tipografi /Huruf

Tipografi menurut Surianto Rustam (2011:16) dalam bukunya yang berjudul "Huruf Font Tipografi": "Tipografi adalah merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf untuk menciptakan kesan tertentu. Setiap jenis huruf dapat memberi kesannya masing-masing yang berbeda dengan lainnya".

Tipografi dalam hal ini huruf yang tersusun dalam sebuah Alfabet merupakan media penting dalam komunikasi visual, media yang membawa manusia mengalami perkembangan dalam cara berkomunikasi. Menurut Rustam (2011:16) :

"Huruf menjadi sesuatu yang memiliki makna ganda, huruf dapat menjadi sesuatu yang dapat dilihat (bentuk/rupa/huruf dan dapat menjadi sesuatu yang dapat dibaca (kata/kalimat). Selain itu huruf memiliki makna yang tersurat (pesan dan gagasan) dan makna yang tersirat (kesan). Selain itu pengaruh perkembangan teknologi digital yang sangat pesat pada masa kini membuat makna tipografi semakin luas".

Tipografi digunakan sebagai metode untuk menterjemahkan kata-kata (lisan) ke dalam bentuk tulisan (visual). Fungsi bahasa visual ini adalah untuk mengkomunikasikan ide, cerita, dan informasi melalui segala bentuk media (<http://id.wikipedia.org/wiki/tipografi/23/062017>).

b. Garis

Menurut Rakhmat Supriyono dalam buku yang berjudul Desain Komunikasi Visual teori dan aplikasi (2010 : 58), secara sederhana, garis dapat dimaknai sebagai jejak dari suatu benda wujud garis sangat bervariasi, dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan dan keinginan.

Penggunaan garis dalam desain komunikasi visual berbeda dengan fungsi garis pada gambar teknik atau gambar kerja. Desain komunikasi visual tidak terikat pada aturan atau ketentuan dalam pemakaian garis, bahkan tidak harus menggunakan garis bila memang tidak perlu (2010:59), meskipun tidak ada ketentuan yang mengikat, namun pemakaian garis dalam desain sebaiknya memiliki konsep dan tujuan (2011: 60).

Menurut Adi Kusrianto (2007 : 30) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Desain Komunikasi Visual :

"Dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit atau bidang, atau warna, ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan".

c. Bidang

Menurut Adi Kusrianto dalam bukunya Pengantar Desain Komunikasi Visual (2007:30) menyatakan :

"Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri/beraturan dan bidang non-geometri alias tidak beraturan. Bidang geometri adalah bidang yang relatif mudah diukur keluasannya, sedangkan bidang non geometri merupakan bidang yang sukar diukur keluasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan menyusunan titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih".

Hubungan antar ruang merupakan perencanaan desain, apakah itu berupa jarak antar huruf atau huruf dengan gambar yang terletak pada suatu bidang (Artini Kusmiati R 1999 : 8)

d. Warna

Warna sebagai unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. (Adi Kusrianto, 2007: 31) secara

visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya.

Menurut Rakhmat Supriyono dalam buku yang berjudul *Desain Komunikasi Visual teori dan aplikasi* (2010:72) dalam seni rupa, warna dapat dilihat dalam teori warna pigmen di antaranya yaitu :

1. Warna Primer (*primary colors*)

Yaitu warna dasar atau warna pokok yang tidak dapat diperoleh dari campuran warna lain. Warna primer terdiri dari merah, kuning, dan biru.

2. Warna Sekunder (*secondary colors*)

yaitu warna yang diperoleh dari campuran kedua warna primer dengan perbandingan seimbang, misalnya warna orange percampuran dari warna merah dan kuning, warna hijau percampuran kuning dan biru, dan warna ungu percampuran warna biru dan merah.

e. Gambar

Dalam kamus Bahasa Indonesia karangan Suharso dan Ana Retnoningsih pengertian foto adalah seni atau proses penghasilan gambar dan cahaya pada film. Pendek kata, penjabaran dari foto itu tak lain berarti “menulis atau melukis” dengan cahaya. (Suharso dan Ana Retnoningsih, 2012 :143).

Foto atau gambar merupakan salah satu wujud lambang atau bahasa visual, di dalamnya terkandung struktur rupa seperti garis, warna dan komposisi. Struktur ini dikelompokkan dalam bahasa komunikasi visual yang berbeda dengan bahasa verbal yang berwujud tulisan atau ucapan, (<http://digilib.ti.itb.ac.id/print.php.id>).

6. Organisasi Elemen dan Prinsipnya

Sebuah desain atau organisasi elemen terbentuk atas dasar prinsip-prinsip. Nirmana atau desain awal juga merupakan suatu bentuk organisasi yang menggunakan beberapa prinsip, antara lain repetisi (perulangan), variasi dan irama (panjang, lebar dan tinggi), (Adi Kusrianto, 2007 : 29).

Menurut Tom lincy (*Design Principle For Desktop Publihing*) dalam buku *Pengantar Desain Komunikasi Visual* Adi Kusrianto, mengungkapkan Prinsip utama dalam desain yaitu :

a. Proporsi (Proportion)

Proporsi yang dimaksud adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya. Proporsi merupakan perbandingan antara satu bagian dari suatu objek atau komposisi terhadap bagian lain atau terhadap keseluruhan objek atau komposisi. Unsur proporsi tidak berdiri sendiri, melainkan selalu dikaitkan dengan ukuran objek lain yang telah diketahui sebelumnya misalnya ukuran huruf yang serasi untuk brosur, apakah tampak sesuai atau kurang proporsional untuk poster (Artini Kusmiati R, 1999 : 13).

b. Keseimbangan (Balance)

Adi Kusrianto (2007 : 279) menyatakan keseimbangan merupakan suatu pengaturan agar penempatan elemen dalam suatu halaman memiliki efek seimbang. Sedangkan menurut Artini Kusmiati (1999 :13)

keseimbangan bisa terjadi secara fisik maupun optis, untuk menghayatinya hanya diperlukan satu titik atau sumbu khayal, guna menentukan letak objek-objek yang akan disusun menurut prinsip keseimbangan.

Adi Kusrianto menyatakan dalam buku *Pengantar Desain komunikasi Visual* (2007 : 279), keseimbangan terbagi dua, yaitu :

1. Keseimbangan Formal

Digunakan untuk menata letak elemen-elemen grafis agar terkesan rapi dan formal. Prinsip keseimbangan formal atau simetri sering digunakan dalam publikasi yang dapat untuk memberi kesan dan dapat dipercaya, dapat diandalkan, serta memberi kesan amal.

2. Keseimbangan Informal

Memiliki tampilan yang tidak simetri. Pada dasarnya, setiap elemen yang disusun memiliki kesan yang seimbang, hanya saja cara pengaturannya tidak sama. Prinsip ini sering dipergunakan untuk menggambarkan adanya dinamika, energi dan pesan yang bersifat tidak formal. Penerapan prinsip itu berhubungan dengan prinsip-prinsip lainnya, yakni kesatuan dan harmoni.

c. Kontras

Adi Kusrianto (2007 : 281) menyatakan jika suatu *layout* desain menampilkan elemen-elemen yang sama kuatnya, maka akhirnya tidak ada satupun materi di halaman itu yang menonjol. Oleh karena itu diperlukan suatu kontras sehingga akan diperoleh fokus yang ingin ditonjolkan.

7. Tinjauan Teori Bentuk

Menurut Darsono (2007:33), pada dasarnya apa yang dimaksud dengan bentuk (*form*) adalah totalitas dari pada karya seni. Bentuk itu merupakan organisasi atau satu kesatuan atau komposisi dari unsur-unsur pendukung karya. Ada dua macam bentuk: pertama *visual form*, yaitu bentuk fisik dari sebuah karya seni atau satu kesatuan dari unsur-unsur pendukung karya seni tersebut, kedua *special form*, yaitu bentuk yang tercipta karena adanya hubungan timbal balik antara lain nilai yang dipancarkan oleh fenomena bentuk fisiknya terhadap tanggapan kesadaran emosionalnya. Bentuk fisik sebuah karya seni dapat diartikan sebagai kongkritisasi dari *subject matter* tersebut dan bentuk psikis sebuah karya seni merupakan susunan dari kesan hasil tanggapan. Hasil tanggapan yang terorganisir dari kekuatan proses imajinasi seorang penghayat itulah maka terjadilah sebuah bobot karya seni atau arti (isi) sebuah karya seni atau makna.

Menurut Mikke Susanto (2011: 54), mendefinisikan bentuk merupakan bangun, gambaran, rupa, wujud, sistem, susunan. Dalam karya seni rupa biasanya dikaitkan dengan matra yang ada, seperti dwimatra atau trimatra.

Menurut Sadjiman Ebdi Sanyoto (2009: 83) menjelaskan bentuk apa saja di alam ini, juga karya seni/ desain, tentu mempunyai bentuk (*form*). Bentuk apa saja yang ada di alam dapat disederhanakan menjadi titik, garis, bidang dan gempal. Raut adalah ciri khas suatu bentuk. Raut merupakan ciri khas untuk membedakan

masing-masing bentuk dari titik, garis, bidang, dan gempal tersebut.

8. Tinjauan Teori Estetika

Djelantik (2004:7) dalam bukunya yang berjudul *Estetika Sebuah Pengantar*, menjelaskan bahwa, ilmu estetika adalah suatu ilmu yang mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan, mempelajari aspek dari apa yang disebut keindahan". Djelantik (2004: 15) juga menjelaskan bahwa, estetika mengandung tiga unsur dasar, yaitu ; 1) wujud, wujud yang terlihat oleh mata (visual) maupun wujud yang dapat didengar oleh telinga (akustik) bisa diteliti dengan analisa, dibahas komponen-komponen struktur atau susunan wujud itu, 2) bobot, isi atau bobot dari benda atau peristiwa kesenian bukan hanya dilihat belaka tetapi juga meliputi apa yang bisa dirasakan atau dihayati sebagai makna dari wujud kesenian itu. Bobot kesenian mempunyai tiga aspek, yaitu suasana (*mood*), gagasan (*idea*), ibarat atau pesan (*message*), 3) penampilan, mengacu pada pengertian bagaimana kesenian itu disajikan atau disuguhkan kepada penikmatnya. Untuk penampilan kesenian ada tiga unsur yang berperan, yaitu bakat (*talent*), keterampilan (*skill*), Sarana atau media.

2. Pembahasan

A. Elemen-elemen dalam Desain Website

Pengaruh desain pada sebuah *website* sangatlah besar, karena desain akan memberikan kesan pertama bagi setiap *viewer online*. Bila desain buruk maka akan segera ditinggalkan, atau dianggap sebagai *website* yang kurang bermutu. Sebaliknya jika desainnya baik dan enak dilihat, maka bisa membuat seorang pengunjung akan kembali untuk mengunjungi situs tersebut.

Sebuah situs *web* dengan tampilan yang baik hanya akan dirasakan pengunjung pada saat pertama kali dikunjungi, pengunjung akan lebih merasakan manfaat dari desain itu sendiri seperti *tifografi* yang digunakan agar pengunjung lebih mudah menggali informasi yang telah ada. Dan pewarnaan yang baik juga memungkinkan pengunjung membaca dengan nyaman.

1. Huruf

Mudah tidaknya sebuah tipe atau *font* untuk dibaca tidak hanya terkait dalam pemilihan *font*, akan tetapi hal ini tidaklah menjadi faktor utama yang paling menentukan yaitu panjang, baris, kontras, keseimbangan teks dengan *space* dan ukuran teks.

Huruf memiliki kekuatan yang mempengaruhi sebuah desain. Setiap jenis huruf memiliki kemampuan kesan, kuat, elegan, bersahabat, tergantung dari jenis huruf yang digunakan. Pemilihan jenis huruf harus disesuaikan dengan tujuan dari desain, kepada desain ini ditentukan, dan bagaimana desain dapat menjadi solusi untuk memecahkan sebuah masalah. Dalam menentukan jenis huruf, perlu juga dilakukan identifikasi terhadap target dari segi umur, pengertian dan demografi.



Gambar 1. Teks Rata Kiri
Sumber : Website Harian Palembang Pos,
(Diakses : 10-02- 2018).

Pada media cetak dan *website* harian Umum Palembang Pos susunan kata-kata dibuat rata sebelah kiri, karena dengan posisi rata kiri lebih mudah dibaca, mata akan mudah menangkap saat membaca baris berikutnya. Spasi antar kata dan antar huruf tetap tidak berubah tetap sesuai dengan karakteristik hurufnya. Sisi hurufnya memang terlihat tidak rata atau berigi yang mengesankan tidak rapih dan tidak lengkap, hal ini dapat mengurangi kebosanan pembaca.

Huruf yang digunakan pada *website* Harian Umum Palembang Pos, digolongkan ke dalam tipe *Sains Serif* yaitu *times new roman* dan *calibri*. Ciri utamanya tipe ini adalah tidak terdapatnya kait pada ujung-ujungnya. Huruf *sans serif* yang sederhana dan dapat lebih mudah terbaca pada huruf-huruf yang lebih kecil.

Kontras pada huruf dengan latar belakang pada media cetak dan *website* Harian Umum Palembang Pos dapat dilihat pada konten berita. Dengan memakai warna latar hitam, huruf yang berwarna biru pun terlihat jelas. Kemudian terdapat juga kata-kata menggunakan huruf yang ditebalkan dimaksudkan sebagai link atau judul dari berita. Perbedaan arna dan ketebalan huruf bertujuan agar pembaca mudah menentukan jenis berita yang akan dibaca.

2. Garis

Elemen garis sering dipergunakan sebagai hiasan untuk mempercantik sebuah situs web, garis dapat memberikan nilai lebih pada desain selain sebuah corotan yang lurus biasa. Penggunaan garis yang cocok dan sesuai akan menambah cita rasa desain. Bagi seni rupa garis memiliki unsur yang fundamental, sehingga diibaratkan jantungnya seni rupa. Dalam hubungannya sebagai elemen seni rupa, garis memiliki kemampuan untuk mengungkapkan suasana.

Penggunaan unsur garis pada media cetak dan *website* Harian Umum Palembang Pos cukup, garis vertikal dapat dilihat pada *Homepage* pada bagian atas, garis lurus vertikal tidak terlalu panjang yang berdiri tegak memisahkan antara *link home*, berita utama, *sms online*, terapi kesehatan, supranatural, sumsel raya, olahraga dan ekonomi. Garis-garis tersebut dapat memudahkan pembaca dalam memilih link dan jenis berita yang dituju.

3. Bidang

Bidang menurut Adi Kusrianto (2003 : 30) bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih. Perpaduan antara garis vertikal dan horizontal pada media *website* dan cetak Harian Umum Palembang Pos menghasilkan beberapa bidang yang mewakili beberapa *link* atau jenis berita yang ada pada *web* atau media cetaknya.

Pada posisi *homepage* terdapat beberapa bidang di antaranya adalah :

1. berita utama terdiri dari dari *home*, berita utama, sajian utama, Palembang kito, *hope*, *sms online*, terapi kesehatan, supranatural, olahraga, laskar wongkito, ekonomi, hiburan dan politik kito.
2. Liputan khusus yang berisi rubrik investigasi yang memberitakan susatu peristiwa lebih dalam lagi dan lebih detail lagi dikarenakan ini merupakan berita yang paling lama.
3. Rubrik terdiri dari rubrik mang juhui yang merupakan *icon* Harian Umum Palembang pos, dan ado-ado bae yang beritanya tentang kejadian yang tidak bisa terjadi atau langka.

4. Ruang

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual pada sebuah desain sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti (Adi Kusrianto, 2007 : 30-3). Pada desain media Harian Umum Palembang Pos ini, ruang dipergunakan untuk lebih memfokuskan mata pengunjung pada satu bagian.



Gambar 2. Keberadaan Ruang pada Unsur Visual.
Sumber : Website Harian Palembang Pos, (diakses :10-02-2018).

5. Warna

Dalam dunia seni dan desain, tidak lepas dari apa yang dinamakan warna, warna dapat memberikan keindahan dan karakteristik pada karya yang dibuat, untuk mendapatkan warna karya yang indah setidaknya harus dapat memilih warna yang tepat.

Pada media Harian Umum Palembang Pos, warna hitam sangat dominan untuk mendapatkan kekontrasannya, maka dikombinasikan dengan warna merah, gradasi warna dirasa sangatlah tepat untuk menghilangkan kekakuan yang ditimbulkan antara warna hitam dan merah. Kemudian terdapat juga warna putih untuk judul dan link dan warna kuning yang dipakai untuk teks berita. Desain *interface* di tiap halaman website hampir sama, baik itu dari segi warna ataupun huruf, hal ini dimaksudkan agar tetap merasa berada di lingkungan *website* Harian Umum Palembang Pos.

6. Foto/gambar

Adi Kusrianto (2007 : 117) menyatakan dalam bukunya yang berjudul Pengantar Desain Komunikasi Visual. Secara kajian, foto yang arahnya menampilkan suatu keadaan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Oleh karena itu tidak ada interpretasi lain. Foto yang baik menghasilkan dampak yang baik pula bagi orang yang melihatnya, sehingga pesan-pesan yang disampaikan oleh foto tersebut akan memberikan arti yang dalam bagi penikmatnya.

Penggunaan foto pada *web* ini dibagi menjadi dua bagian yaitu foto yang berkaitan langsung dengan berita, selain digunakan sebagai pelengkap elemen berita, juga mampu menghidupkan halaman *web*. Kemudian foto yang sifatnya ilustrasi di mana foto tersebut bukanlah langsung dari sumber berita, melainkan ada suatu hal yang menghubungkan foto ilustrasi dengan objek berita.



Gambar 3. Tampilan Foto/Gambar pada Iklan.
Sumber : Website Harian Palembang Pos,
(diakses : 10-02- 2018).

B. Organisasi Elemen dan Prinsip-Prinsipnya

1. Proporsi

Menurut Artini Kusmiati dalam buku Teori Dasar Desain Komunikasi Visual (1999 : 13) Menyatakan Proporsi merupakan perbandingan antara satu bagian, suatu objek komposisi terhadap bagian yang lain, atau terhadap keseluruhan objek atau komposisi. Agar terlihat lebih proporsional, tata letak gambar teks berita lebih diperhatikan oleh pihak Harian Umum Palembang Pos dengan keserasian tata letak gambar dengan teks akan membuat halaman *web* lebih menarik. Hal ini akan berdampak pada minat pembaca memilih informasi apa yang diinginkan.

Selain itu, ukuran huruf yang digunakan untuk judul, sub judul dan isi berita ukuran hurufnya sudah pasti lebih besar ketimbang ukuran teks, kemudian judul berita tersebut ditulis dengan warna yang berbeda, semakin menguatkan kontras di antara keduanya.

2. Keseimbangan

Keseimbangan dalam menentukan tata letak dari sebuah objek, dapat turut menentukan keindahan dari sebuah desain *web*, sebuah situs web dapat dikatakan ideal akan sangat mempertimbangkan keseimbangan objek dalam tampilannya. Pada desain *website* Harian Umum Palembang Pos menggunakan simetris.

3. Kontras

Adi Kusrianto (2007 : 42) menyatakan kontras dalam suatu komposisi diperlukan vitalitas agar tidak terkesan monoton. Tentu saja, kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila berlaku berlebihan akan muncul ketidak teraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.

Kekontrasan sangat bermanfaat bagi pengunjung dan pembaca ketika menyusun elemen-elemen situs dalam halaman yang harus dipertimbangkan adalah bagian

visual dari setiap elemen. Bagian elemen biasanya dapat dikenali dari ukuran objek, harga dan kepadatan dari detail atau tekstur. Bila kekontrasan antar elemen terlalu besar, maka keserasian dan keseimbangan akan hilang.

C. Penentuan Konsep Desain

Dalam hal ini penentuan konsep dibutuhkan untuk menentukan desain seperti apa yang akan ditampilkan. Konsep awal desain iklan dari *klien* banyak yang sangat tidak sesuai dengan *image* daei produk/ jasa yang akan diiklankan. Menurut Dedi pada divisi Iklan di Harian Umum Palembang Pos, dengan penataan teks yang tidak teratur membuat desain iklan tersebut tampak buruk. Oleh karena itu, hendaklah pengiklanan menampilkan tamplan desain iklan apapun yang sesuai dengan ketentuan yang didapat dari PT. Wahana Semesta Palembang gaya desain yang simpel disarankan sebagai salah satu upaya untuk penyederhanaan desain, agar mata pembaca tidak lelah saat melihat desain iklan tersebut, tetapi tetap menonjolkan desain yang sesuai dengan *image* suatu produk atau jasa yang ingin diiklankan.

Berikut ini ketentuan yang harus diperhatikan dalam membuat desain iklan dari pihak Harian Umum Palembang, yaitu :

1. Layout

Untuk Layout, Harian Umum Palembang Pos tidak terlalu memberi ketentuan yang rumit. Pengiklanan dapat membuat layout sendiri atau juga didesain oleh divisi iklan desain, apapun asalkan tetap menyatu dengan konsep iklan. Dengan desain yang simpel sederhana agar informasi yang dicantumkan dalam iklan tersebut dapat terlihat jelas dan tersampaikan dengan baik. Pembuatan *layout* hanya bermain dengan tata letak teks, *headline*, dan peletakan semua unsur grafis yang ada. Seluruh teks ditata dengan rapi sesuai kemudahan tingkat keterbacaannya.

2. Warna

Harian Umum Palembang memiliki warna-arna acuan yang dijadikan standar arnan dalam percetakan. Arna-warna ini memiliki sedikit kemungkinan terjadinya perubahan antara warna monitor dan warna cetak. Berikut beberapa ketentuan yang dibuat oleh pihak Harian Umum Palembang pos, anatara lain sebagai berikut :

1. Khusus warna hitam mempunyai ketentuan memakai format CMYK, di mana C = 0, M = 0, Y= 0, dan K= 100.
2. Setiap layer (dalam photosop) yang memakai warna hitam harus dibuang menjadi "multilpy" agar ketika dicetak di kertas koran warna tersebut terlihat lebih tegas.

3. Tipografi

Untuk memudahkan keterbacaan dan karena alasan percetakan, seluruh tipografi dalam pembuatan desain iklan sudah ditentukan beberapa ketentuan untuk pemakaian font yaitu :

1. Jenis font : *Times New Roman, Helvetica dan Arial*.
Jika menggunakan jenis font lain akan mengakibatkan

missing font ketika dicetak. Bila terpaksa ingin menggunakan font yang berbeda, maka digunakan *software vector* seperti *Macromedia Freehand* atau Adobe Illustrator sehingga font tersebut dianggap sebagai objek grafis.

2. Ukuran font : maksimal 8 pt, kecuali untuk penulisan judul (tetap memperhatikan proporsi dan keseimbangan).
3. Dalam menulis naskah, dapat dirapatkan dengan pengurangan jarak spasi maksimum 3 kali perapatan atau 0,03 (normal 0).
4. Dalam menulis Judul, dapat diubah peregangan font hingga 120 % dan perapatan font minimal 70 % dari naskah norma

3. Kesimpulan

Desain komunikasi visual, sebagai sesuatu sistem pemenuhan kebutuhan manusia di bidang informasi visual melalui simbol-simbol kasat mata, dewasa ini mengalami perkembangan sangat pesat hampir segala sektor kegiatan manusia, simbol visual hadir dalam bentuk gambar, sistem tanda sampai *display* di berbagai pusat perbelanjaan dengan segala aneka daya tariknya.

Gambar merupakan salah satu wujud simbol atau bahasa visual yang di dalamnya terkandung struktur rupa seperti garis, warna dan komposisi. Ia dikelompokkan dalam bahasa komunikasi non-verbal, dibedakan dengan bahasa verbal yang berwujud tulisan ataupun ucapan. Di dalam rancang grafis, yang kemudian berkembang menjadi desain komunikasi visual, banyak memanfaatkan daya dukung gambar sebagai simbol visual pesan guna mengefektifkan komunikasi di berbagai hal, salah satunya adalah pada periklanan.

Kedigdayaan desain komunikasi visual dalam menghadirkan citra baru bagi promosi penyadaran akan pentingnya sebuah tampilan pada sebuah iklan sangat disadari. Keberadaan desain sangat akrab dengan kehidupan manusia. Ia merupakan representasi sosial budaya masyarakat dan salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud keindahan dari nilai-nilai yang berlaku pada waktu tertentu. Dengan kata lain, tanpa desain, maka sesuatu wujud produk dan barang tidak akan terlihat menarik bila dilihat atau difungsikan. Karena desain merupakan sebuah tameng untuk sebagai strategi penciptaan unsur persuasif pada sebuah produk atau media yang dirancang.

Masih banyak hal yang menarik yang perlu diteliti dan ditelaah pada konsep desain, tidak hanya dari pembuatan iklan akan tetapi masih banyak lagi media dan bentuk perancangan lainnya yang membutuhkan peran desain untuk bisa mengkomunikasikannya secara baik. Untuk itu, penulis mengharapkan kepada penulis lain untuk bisa memanfaatkan wacana dan isu perkembangan desain pada saat ini untuk bisa meneropong lebih jauh, seberapa penting peran desain di dalam kehidupan kita.

Daftar Pustaka

- Alam, Samsir dan Haris Susanto. 1993. *Pekinagan Dalam Kehidupan Masyarakat Di Sumatera Selatan*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Sumatera Selatan, Palembang.
- Bagus, Lorens. 1996. *Kamus Filsafat*. Gramedia, Jakarta
- Djelantik, A.A.M. 2004. *Estetika Sebuah Pengantar*. MSPI bekerja sama dengan Arti, Bandung.
- Ebdi Sanyoto, Sadjiman, 2010. *Nirmana; Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Jalasutra, Yogyakarta.
- Kartika, Darsono Sony. 2007. *Kritik Seni*. Rekayasa Sains, Bandung.
- Kutha Ratna, Nyoman. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- M, Soengeng Toekio. 2000. *Mengenal Ragam Hias Indonesia*. Angkasa Bandung, Bandung.
- Sachari, Agus. 2002. *Estetika, Makna, Simbol dan Daya*. Penerbit ITB, Bnadung.
- Subana, M. 2009. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. CV. Pustaka Setia, Bandung.
- Susanto, Mike. 2011. *Diksi Rupa; Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*. DictiArt Lab, dan Jagad ArtSpace Bali, Yogyakarta.
- Tinarbuko, Sumbo. 2013. *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra, Yogyakarta.

Sumber Internet

www.palembang-pos.com/10/02/2018

<http://isyarif.blogspot.com/10/06/2017>

<http://id.wikipedia.org/wiki/tipografi/23/06/17>