

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Minat membaca berbanding lurus dengan tingkatan kemajuan suatu bangsa. Parameter kualitas suatu bangsa dapat dilihat dari kondisi pendidikannya. Pendidikan selalu berkaitan dengan kegiatan belajar. Belajar selalu identik dengan membaca karena dengan membaca akan bertambahnya pengetahuan, sikap dan keterampilan seseorang. Kurangnya minat baca pada masyarakat Indonesia khususnya anak-anak mempengaruhi tingkat kecerdasan pada anak-anak dan pengetahuan yang rendah pada anak-anak. Padahal anak-anak merupakan salah satu kunci utama dalam meneruskan bangsa ini.

Menurut survey UNESCO pada tahun 2011 minat baca masyarakat Indonesia berada pada posisi terendah di kawasan Asia Tenggara, di tahun 2012 sendiri dikemukakan bahwa indeks minat baca warga Indonesia baru mencapai angka 0,001. Artinya dalam setiap 1.000 orang Indonesia, hanya ada satu orang yang memiliki minat baca. (*sumber; <http://www.bit.lipi.go.id>*) diakses 10 Januari 2014.

Banyak upaya untuk meningkatkan minat baca pada anak-anak, remaja dan masyarakat pada umumnya seperti mengenalkan permainan di taman baca. Hal ini seringkali bukan hal yang mudah, tetapi sangat wajar dan perlu dipikirkan jika kita tetap ingin mensukseskan misi meningkatkan minat baca anak. Melakukan pengenalan budaya. Pengenalan budaya, musik, tarian, adalah hal

ekonomi masyarakat. Cukup banyak taman baca masyarakat yang akhirnya menjadi pusat pembekalan ketrampilan bagi masyarakat. Masyarakat mendapatkan pengetahuan secara rutin bagaimana memproduksi kerajinan, yang pada akhirnya memberikan faedah secara ekonomi. Walaupun hal ini sangat produktif, tetapi kembali lagi misi peningkatkan minat baca bisa jadi terabaikan. Perkaya koleksi taman baca anda dengan koleksi buku-buku ketrampilan yang diajarkan, pengetahuan pengelolaan bisnis yang diperlukan dan buku-buku motivasi serta ide-ide pengembangan kapasitas lain. (<http://www.1001buku.or.id>) diakses 10 Januari 2014.

Media Indonesia menyebutkan bahwa menurunnya minat baca masyarakat Indonesia tidak terlepas dari kurangnya kesadaran publik akan arti penting membaca bagi peningkatan kemampuan dan kesejahteraan diri maupun bangsa. Selain itu, maraknya media elektronik (televisi dan internet) yang kebanyakan berisi tayangan hiburan, pornografi, iklan komersial, dan hal-hal hedonistis lainnya menjauhkan masyarakat dari budaya membaca. Faktor lain yang menyebabkan rendahnya minat baca masyarakat Indonesia adalah kondisi ekonomi masyarakat Indonesia. Kondisi ekonomi menyebabkan akses masyarakat terhadap buku-buku bermutu semakin sulit, karena untuk memenuhi kebutuhan pangan pokok sehari-hari sudah kesulitan, apalagi membeli koran, buku, atau bacaan lainnya. Komitmen pemerintah menyediakan buku dan bahan bacaan yang

Rendahnya minat baca masyarakat kita sangat mempengaruhi kualitas bangsa Indonesia, sebab dengan rendahnya minat baca, tidak bisa mengetahui dan mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan informasi di dunia, di mana pada akhirnya akan berdampak pada ketertinggalan bangsa Indonesia. (Priyo Sularso, <http://gpmb.pnri.go.id>) diakses 11 Januari 2014.

Minat dibedakan menjadi dua macam, yaitu minat spontan dan minat terpola. Minat spontan adalah minat yang tumbuh secara spontan dari dalam diri seseorang tanpa dipengaruhi oleh pihak luar tetapi berkaitan. (Dawson dan Bamman, 1960:31). Minat terpola adalah minat yang timbul sebagai akibat adanya pengaruh dan kegiatan yang berencana atau terpola terutama kegiatan belajar mengajar baik disekolah maupun di luar sekolah. (Dawson dan

Tabel 1

## Data Minat Baca Indonesia Rendah

| Tahun | Sumber  | Hasil Riset/ Pernyataan   |
|-------|---|---|
| 1991  | International Association for Evaluation of Educational   | Sebuah studi terhadap kemampuan membaca murid-murid sekolah dasar kelas IV di 30 negara di dunia, Indonesia menempati urutan ke 29 setingkat di atas Venezuela  |
| 1995  | Departemen Pendidikan Nasional  | Sebanyak 57 persen pembaca dinilai sekedar membaca tanpa memahami dan menghayati apa yang dibaca.   |
| 1998  | Vincent Greannary yang dikutip oleh World Bank dalam sebuah laporan pendidikan "Education in Indonesia from crisis to Recovery" | Kemampuan membaca anak-anak SD kelas VI di Indonesia, hanya mampu meraih kedudukan paling akhir dengan nilai 51,7 % setelah Filipina yang memperoleh 52,6 % dan Thailand dengan nilai 65, 1 persen sedangkan singapura dengan nilai 74,0 % dan Hongkong memperoleh 75,5 %   |
| 1999  | Trends in International Mathematics and Science Study (TIMSS)-R   | Mutu pendidikan di Indonesia kurang menggembirakan dibandingkan dengan negara-negara lain. Misalnya pada matematika, Indonesia berada pada urutan 34 dari 38 Negara peserta. Dalam bidang IPA Indonesia menempati urutan 32. Lima urutan teratas diduduki oleh Singapura, Korea Selatan, Taiwan, Jepang, dan Belgia. Empat Negara yang dibawah Indonesia adalah Chili, Filipina, Maroko dan Afrika Selatan. |
| 2002  | Penelitian Human Development Index (HDI) yang dikeluarkan oleh UNDP untuk melek huruf   | Menempatkan Indonesia pada posisi 110 dari 173 Negara. Posisi tersebut turun satu tingkat menjadi 111 di tahun 2009   |
| 2006  | Data Badan Pusat Statistik  | Penduduk Indonesia menjadikan membaca sebagai sumber informasi baru sekitar 23,5%. Sedangkan yang menonton televisi 85,9% dan mendengarkan radio 40,3%  |
| 2006  | Progres in International Reading Literacy Study (PIRLS)   | Melibatkan siswa sekolah dasar (SD), hanya menempatkan Indonesia pada posisi 36 dari 40 negara yang dijadikan sampel penelitian. Posisi Indonesia lebih baik dari Qatar, Kuwait, Maroko dan Afrika Selatan  |
| 2011  | UNESCO  | Indonesia memiliki minat baca paling rendah di ASEAN  |
| 2012  | Kepala Bidang Pengembangan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia   | Indonesia sebagai negara berpenduduk 165,7 juta jiwa lebih, hanya memiliki jumlah terbitan buku sebanyak 50 juta per tahun. Itu artinya rata-rata 1 buku di Indonesia dibaca oleh 5 orang. Sementara di Amerika dengan jumlah penduduk berkisar 285,5 juta jiwa memiliki jumlah terbitan buku sebanyak 1 miliar per tahun. Sehingga satu orang Amerika rata-rata membaca 4-5 buku per tahun                 |

Membaca adalah melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis. Pada membaca mata mengenali kata, sementara pikiran menghubungkan dengan maknanya. Makna kata dihubungkan satu dengan yang lain sehingga menjadi makna frase, klausa, kalimat, dan akhirnya makna seluruh bacaan. Membaca diartikan sebagai proses memetik serta memahami arti atau makna yang terkandung dalam bahasa tulis. (Banomo dalam Khalid A. Harras, 1998:7).

Ada suatu ungkapan yang menyatakan "Membaca adalah kunci keberhasilan di sekolah" (*Reading is the key to success in school*). Ungkapan ini dibahas secara menarik dalam buku "*The World Book student handbook*". Chicago : *World Book Encyclopedia*, 1981. Dalam bab "*Why is reading important*" dibahas tentang sekelompok guru di Amerika Serikat yang mengadakan penyelidikan tentang murid sekolah dan problema belajar. Salah satu kesimpulan mereka yang menarik bahwa seorang murid yang tidak berhasil dalam suatu bidang tertentu umpamanya, umpamanya matematika, masih bisa berhasil dalam bidang studinya yang lain. Tetapi seorang murid yang malas membaca hampir selalu tidak berhasil dalam semua bidang studinya. (<http://www.pnri.go.id/MajalahOnlineAdd.aspx?id=63>) diakses 12 Januari 2014.

Kenyataan yang ditemukan di banyak sekolah, ekstrakurikuler majalah dinding (mading) tidak banyak diminati siswa. Siswa lebih menyukai ekstrakurikuler menjahit, sepak bola, basket, pencak silat, dan karya ilmiah remaja. Di benak siswa bisa jadi mading memang tidak menjanjikan jika dibandingkan dengan jenis ekstrakurikuler lainnya. Yang terbayang di benak siswa adalah terampil menjahit, bisa berprofesi sebagai penjahit. Terampil sepak bola, basket, atau pencak silat bisa menjadi olahragawan. Terampil dan cerdas

dalam karya ilmiah, dapat berkecimpung dalam bidang keilmuan. Sebaliknya, kalau terampil dan piawai dalam mading tidak bisa mengarah pada profesi berprospek. Ini gambaran bahwa ekstrakurikuler menjahit, sepak bola, basket, dan karya ilmiah remaja cenderung lebih kurang diminati daripada mading. (<http://agupenajateng.net/2010/03/09/mengelola-mading-yang-menggugah-kreativitas-siswa/>) diakses 12 Januari 2014.

Mading atau majalah dinding sekolah merupakan salah satu hal penting yang menjadi nilai positif bagi setiap sekolah untuk menunjukkan kekreatifitasan siswa-siswinya. Di luar sana, mungkin banyak sekali sekolah-sekolah yang sudah memamerkan madingnya dengan gaya yang menarik, mereka begitu antusias memadati mading sekolahnya dengan ide-ide kreatif. Mading adalah suatu media atau sarana penyampaian informasi dan penyaluran minat dan bakat yang dikerjakan oleh suatu kelompok tertentu. Sama halnya mading untuk kalangan Sekolah Dasar, banyak hal-hal atau elemen-elemen penting yang harus disampaikan dengan tepat. Karena pada umumnya anak-anak pada usia dini memang harus *dipressure* dalam minat ketertarikannya pada membaca dan memahami gambar. (<http://madingsekolah.net/2013/tips-membuat-mading-sekolah-yang-keren-dan-luar-biasa/>) diakses 12 Januari 2014.

Minimnya sarana dan bahan bacaan untuk meningkatkan minat baca pada anak-anak mendorong sebuah yayasan yang fokus pada pengembangan minat baca pada anak. Media Inovasi Global (MIG) ingin turut andil berperan serta aktif dalam mencerdaskan anak bangsa. Salah satu media yang dikreasikan untuk mendekatkan anak-anak dengan sumber bacaan adalah Majalah Dinding Pelangi..

Mading adalah sarana yang dekat untuk menarik minat baca pada anak sekolah

dasar, dengan desain maupun tampilan yang menarik nantinya minat baca pada anak akan meningkat. (<http://www.duniapelangi.com/mading-pelangi/mading-pelangi/>) diakses 12 Januari 2014.

Memahami betapa mading memberi pengaruh bagi pertumbuhan dan perkembangan siswa sekaligus sekolah, perlu upaya nyata mengelola mading secara lebih profesional. Mading memang harus ada di sekolah lebih-lebih yang tidak memiliki majalah sekolah. Adapun alasan kenapa mading kurang diminati menurut Sungkowo salah satu anggota di Asosiasi Guru Penulis di Jawa Tengah:

1. Tata letak mading yang kurang menarik, banyak redaksi mading menyederhanakan tata letak papan mading. Tidak jarang ditemukan mading dengan naskah tersusun ala kadarnya. Dengan begitu mading tampak kurang menarik untuk dibaca karena pembaca kurang dapat terfokus.
2. Warna yang kurang mencolok dan *headline* rubrik yang kurang tegas. Agar menarik setiap rubrik ditulis dengan warna dan komposisi yang menarik.
3. Kurangnya apresiasi atau penghargaan terhadap pengirim naskah. Sebuah penghargaan harus diberikan kepada para pengirim yang naskahnya dimuat di rubrik mading. (<http://agupenajateng.net/2010/03/09/mengelola-mading-yang-menggugah-kreatifitas-siswa/>) diakses 12 Januari 2014.

Ditambah dengan corak warna isi, tema dan corak warna yang didesain.

Dengan ukuran mading yang besar, Mading Pelangi menarik rasa ingin tahu anak dan memudahkan mengakses materi yang disajikan. Disaat mereka tertarik dan

memahami apa yang mereka pelajari, mereka pun tak segan untuk menyebarkan pada orang tua dan teman-temannya. Majalah Pelangi didesain secara detail dengan memperhatikan faktor psikologis dan ergonomis anak usia sekolah dasar. Majalah Pelangi juga telah dipasang 130 (seratus tiga puluh) SD di seluruh Indonesia dan 5 (lima) Taman Bacaan Masyarakat. Majalah Pelangi juga mendukung Gerakan Indonesia Mengajar dengan mengirimkan edisinya ke wilayah tempat para pengajar muda berada. Pelangi menyediakan rubrik yang bisa digunakan siswa dan guru yang ingin berkontribusi berupa tulisan, gambar, ide, maupun saran. (<http://www.duniapelangi.com/mading-pelangi/mading-pelangi/>) diakses 12 Januari 2014.

Mading sekolah, merupakan sarana yang tepat untuk meningkatkan kreatifitas dan mengasah intelektualitas. Jadi keberadaan mading bukan hanya sekedar kertas yang berisi berita dan ditempel di papan saja, akan tetapi proses kreatif dan inovatif para siswa agar mading bisa terlihat menarik. Pada umumnya madding sekolah yang bersifat interaktif, karena salah satu tujuan mading adalah mempererat hubungan antar siswa, guru dan staf di sekolah tersebut. Sekolah nantinya akan menerbitkan karya-karya anak secara periodik agar nantinya pembaca memperbaharui berita atau tulisan dan karyannya yang ada dalam madding sekolah. (<http://bimbingan.org/membuat-mading-sekolah-yang-baik.htm>) di akses 15 januari 2014



## **B. Rumusan Masalah**

Sebagaimana ulasan yang telah dikemukakan di atas maka penulis mengajukan pokok permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana desain komunikasi visual Mading Pelangi sebagai media dalam meningkatkan minat baca pada anak Sekolah Dasar (SD) di Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana desain komunikasi visual Mading Pelangi sebagai media dalam meningkatkan minat baca pada anak-anak Sekolah Dasar (SD) di Indonesia.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat, baik dari segi teoritis maupun segi praktis.

Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat:

- a. Menambah khasanah pengetahuan tentang desain komunikasi visual Mading Pelangi sebagai media dalam meningkatkan minat baca pada anak-anak Sekolah Dasar (SD) di Indonesia.
- b. Menjadi bahan kajian studi banding dalam rangka penelitian lebih lanjut.

Secara praktis, hasil peneliti ini dapat menjadi masukan:

- a. Bagi peneliti

Manfaat penelitian bagi penulis adalah untuk menambah wawasan tentang desain komunikasi visual dalam strategi kreatif majalah

diading serta dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama

kuliah kedalam dunia kerja.

b. Bagi Media Inovasi Global

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, terutama digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh bagian kreatif guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.

c. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak lain dalam menyajikan informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

### **E. Kerangka Teori**

Majalah dinding atau yang biasa diakronimkan menjadi mading adalah salah satu jenis media komunikasi massa tulis yang paling sederhana. Disebut majalah dinding karena prinsip dasar majalah terasa dominan di dalamnya, sementara itu penyajiannya biasanya dipampang pada dinding atau yang sejenisnya. Media massa cetak, dalam hal ini majalah dinding, merupakan salah satu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) oleh sebab itu agar pesan yang disampaikan oleh media massa cetak dapat diterima secara efektif oleh khalayaknya maka media massa cetak harus memiliki daya tarik. Boove (dalam Liliweri, 1992:75) mengemukakan media massa cetak yang baik harus memiliki daya tarik, antara lain:

a. Daya tarik pesan meliputi isi pesan, tata bahasa, gaya penulisan dan

- b. Daya tarik fisik, meliputi gambar (kualitas gambar/foto dan kualitas kertas), tata letak, tata warna (teknik pewarnaan dan kualitas warna).
- c. Daya tarik kuantitas, meliputi frekuensi terbitnya media massa cetak tersebut.

Mading Pelangi sebagai salah satu media komunikasi memiliki daya tarik pesan, daya tarik fisik, dan daya tarik kuantitas yang diimplementasikan dalam desain visual yang menarik guna meningkatkan minat baca siswa sekolah dasar di Indonesia. Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, Organisasi Pesan terdiri dari :

- a. Tahap perhatian, berusaha untuk menarik perhatian peserta dengan bahasa yang mudah dicerna atau dengan cerita yang menarik tentang pokok bahasan yang disampaikan.
- b. Tahap kebutuhan, menyampaikan pokok bahasan yang menjadi kebutuhan dan keinginan peserta.
- c. Tahap pemuasan, berusaha agar peserta menyetujui cara-cara pemenuhan kebutuhan dari materi yang disampaikan.
- d. Tahap visualisasi, membayangkan atau menggambarkan pelaksanaan gagasan/pokok bahasan pada waktu yang akan datang baik yang positif, negatif, dan kontras antara positif dan negatif.
- e. Tahap tindakan, melakukan tindakan dari apa yang divisualisasikan

Bila desainer Mading Pelangi dapat menggunakan struktur pesan, gaya pesan, daya tarik pesan dan organisasi pesan dengan sebaik-baiknya maka dalam menyampaikan pesannya komunikator dapat lebih terarah atau terfokus serta lebih efektif. Komunikasi yang Mading Pelangi lakukan dapat dikatakan berhasil bila ada *feedback* (umpan balik) secara langsung dan adanya perubahan sikap pada diri audiens.

Komunikasi dengan cara visual merupakan proses pemecahan masalah, metode kreativitas dan evaluasi bentuk interdisiplin dengan bidang-bidang lain. Melibatkan gambaran, mata, otak dan tangan yang nantinya terkait dengan pentingnya informasi yang perlu dimiliki. Kompetensi individu kreatif dari seorang desainer menjadi sangat penting dalam mewujudkan karya desainnya, karena salah satu bentuk produk desain harus dipresentasikan atau dikomunikasikan ke orang lain dalam bentuk visual atau gambar-gambar yang kreatif. Kekreatifan tersebut penting, selain dibutuhkan fungsinya untuk meningkatkan daya tarik juga dimanfaatkan agar desain dapat menjalankan fungsinya secara efektif. Desain yang menarik dan efektif hanya dapat dihasilkan oleh individu yang kreatif. Desain komunikasi visual menyampaikan pesan visual maupun verbal secara kreatif. Aspek visual dan verbal dalam pesan tersebut terintegrasi dalam satu pesan tunggal. Keduanya melibatkan kemampuan berpikir visual dan verbal sekaligus (Yongki Safanayong, 2006:2-3).

Pendekatan desain yang ada muatan tambahan diluar fungsi praktis atau fungsi estetis, dipresentasikan melalui; pesan-pesan yang mengajak khalayak sasaran atau pelihat tumbuh kepedulian (seperti masalah sosial/kemanusiaan, budaya lingkungan, konservasi alam, hemat energi, efisiensi); informasi ekstra:

desain sustainable (Yongky Safanayong, 2006:31). Sedangkan Pendekatan “*Omniphasic*”, salah satu teori yang dikemukakan Rick Williams pada komunikasi visual, yaitu berkenaan dengan belajar keseimbangan dari dual system kognitif yaitu rasional intuitif, yang dipakai oleh otak manusia untuk mengerti segala yang dialami.

### 1. Strategi Kreatif

Strategi pendekatan kreatif, dimana banyak pesan komunikasi non verbal yang digunakan dalam Mading Pelangi untuk menarik minat baca pada anak tingkat sekolah dasar. Pesan non verbal mencakup semua rangsangan kecuali rangsangan verbal dalam suatu setting komunikasi. Seperti yang di kemukakan Campbell (dalam Manguhardjana, 1986) mengemukakan kreativitas sebagai suatu kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya baru, berguna dan dapat di mengerti.

Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang diajukan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya (Coulter, 2002 : 7). Dengan demikian beberapa ciri strategi yang utama adalah: (1) *goal directed action*, yaitu aktivitas yang menunjukkan “apa” yang diinginkan organisasi dan “bagaimana” mengimpletasikannya; (2) mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta memperhatikan peluang dan tantangan (Kuncoro, 2005:12).

Menurut Renaldi Kasali (1995:81), strategi kreatif yaitu orientasi pemecahan yang diberikan kepada orang-orang kreatif sebagai pedoman dalam

membuat iklan. Sedangkan bagi orang-orang kreatif, strategi kreatif sering dianggap sebagai hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk, pasar dan konsumen sasaran. Seperti yang terjadi saat ini, strategi kreatif tidak hanya berfokus pada pembuatan iklan audio atau visual saja, tetapi meluas pada berbagai bidang seperti *audio visual* seperti televisi.

## 2. Desain Komunikasi Visual

Banyak yang dihasilkan terhadap pembuatan visual, sebuah pendekatan yang nantinya melibatkan proses komunikasi. Dimana proses visual berusaha sedemikian rupa agar apa yang disampaikan dan bagaimana yang disampaikan berkenaan oleh penerima pesan. Proses komunikasi visual dapat dipahami dengan baik apabila menerapkan pendekatan yang luas dalam hal mengenal teori-teori, prinsip-prinsip dan teknik-teknik yang membantu dalam pemecahan masalah visual. Adapun prinsip yang berkaitan dan harus diperhatikan dalam proses visual menurut Yogky Safanayong (2006:20) yaitu bentuk atau gambar, proporsi, warna, tipografi, *layout* untuk menciptakan pesan yang ingin disampaikan.

Adapun tahapan menurut Yongky Safanayong, (2006:24) yang menjelaskan tentang desain komunikasi visual terdiri dari 3 tahapan yaitu:

1. Tahap pertama untuk melihat dengan jelas adalah *sense*, yang berarti membiarkan cukup cahaya masuk ke mata agar dapat melihat obyek-obyek sekeliling. *Sensing* tergantung juga pada fungsi mata secara sempurna. Jelasnya mata yang tak berfungsi akan menghambat *sensing*. *Sensing* sebagai kamera tanpa film, tak ada proses mental *image* dalam tahap persepsi visual ini.

2. Seleksi, suatu unsur dari bidang visi, menseleksi berarti mengisolasi dan melihat bagian tertentu suatu adegan dari bidang *sensing*, bahwa mengisolasi itu adalah hasil kombinasi pencahayaan dan fokus mata dengan fungsi otak tinggi. Dengan kata lain seleksi adalah suatu tindakan intelektual, seleksi berarti lebih dari sekedar melihat dan memulai proses pengelompokan objek-objek sebagai merusak, membantu, dikenal, tak dikenal, bermakna atau membingungkan.
3. Pemahaman (*to perceive*), yaitu kita harus mengerti apa yang diseleksi, untuk memproses *image* secara mental pada kesadaran yang lebih mendalam, artinya konsentrasi pada subyek dengan maksud mencari makna dan tidak sekedar observasi. Dengan proses mental unsur tertentu dapat di isolasi, menganalisa pesan visual untuk mencari makna gambar. Bila gambar menjadi bermakna, maka akan menjadi bagian dari daya ingat jangka panjang kita.

Berkaitan dengan cahaya, tekstur, ukuran, promosi, material, dan *temperature* ada hal yang memicu ketertarikan khalayak pada segi penglihatan seperti (Yongki Safanayong, 2006:25) :

1. Warna

Tiga cara pendekatan melalui warna yaitu, metode obyektif (secara saintifik dan karakteristik dasar komponen warna, *hue*, *value*, intensitas, *temperature*) dimana warna mempengaruhi segi psikologi seseorang, dalam metode yang diuraikan bahwa warna lebih cenderung berfaedah pada tingkat emosional seseorang.

## 2. Bentuk

Memastikan bentuk pada sebuah bidang yang nanti akan di aplikasikan pada tekstur dan berkaitan dengan desain *layout* untuk menarik perhatian lebih untuk seseorang.

## 3. Kedalaman

Berkaitan dengan ruang, ukuran (berkaitan dengan skala), warna, pencahayaan, tekstur, waktu, perspektif. Tingkatan intensitas suatu hasil desain visual, pemahaman dari proses yang telah disatukan pada segi tekstur, warna yang ditentukan, ruang, ukuran desain dan *layout*.

### A. Warna

Menurut Khetlen Chee (2000:8) Warna adalah unsur yang penting dalam ciptaan hasil seni visual, karena dengan warna dapat mempengaruhi perasaan seseorang. Seperti warna cerah lebih menonjolkan tingkat emosional seseorang yang riang dan gembira, sedangkan warna gelap menggambarkan perasaan muram dan sedih. Warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur-unsur visual yang lain (Sulasmi Darma Prawira, 1989:4). Menurut, Sadjiman Ebdy Sanyoto (2005:9) mendefinisikan warna secara fisik dan psikologis. Warna secara fisik adalah sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan.

Pada tahun 1831, Brewster (Ali Nugraha, 2008:35) menyederhanakan warna-warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok yaitu warna primer, warna sekunder, warna tertier, warna netral



## 1. Warna primer

Merupakan warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lain. Terdiri dari: Merah, Biru, Kuning. Warna primer adalah warna dasar yang tidak berasal dari campuran dari warna-warna lain. Menurut teori warna pigmen dari Brewster, warna primer adalah warna-warna dasar. Warna-warna lain terbentuk dari kombinasi warna-warna primer. Menurut Prang, warna primer tersusun atas warna merah, kuning, dan hijau (Ali Nugraha, 2008:37)

Akan tetapi, penelitian lebih lanjut menyatakan tiga warna primer yang masih dipakai sampai saat ini, yaitu merah seperti darah, biru seperti langit atau laut, dan kuning seperti kuning telur. Ketiga warna tersebut dikenal sebagai warna pigmen primer yang dipakai dalam seni rupa. Secara teknis, warna merah, kuning, dan biru bukan warna pigmen primer. Tiga warna pigmen primer adalah magenta, kuning, dan cyan. Oleh karena itu, apabila menyebut merah, kuning, biru sebagai warna pigmen primer, maka merah adalah cara yang kurang akurat untuk menyebutkan magenta, sedangkan biru adalah cara yang kurang akurat untuk menyebutkan cyan.

## 2. Warna sekunder

Merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning. Warna hijau adalah campuran biru dan kuning, warna ungu adalah campuran merah dan biru. Warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning.

Warna hijau adalah campuran biru dan kuning. Warna ungu adalah campuran

### 3. Warna tersier

Warna tersier merupakan campuran satu warna primer dengan satu warna sekunder. Contoh, warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna primer kuning dan warna sekunder jingga. Istilah warna tersier awalnya merujuk pada warna-warna netral yang dibuat dengan mencampur tiga warna primer dalam sebuah ruang warna. Pengertian tersebut masih umum dalam tulisan-tulisan teknis.

### 4. Warna netral

Warna ini sering muncul sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Warna netral adalah hasil campuran ketiga warna dasar dalam proporsi 1:1:1. Campuran menghasilkan warna putih atau kelabu dalam sistem warna cahaya aditif, sedangkan dalam sistem warna subtraktif pada pigmen atau cat akan menghasilkan coklat, kelabu, atau hitam. Warna netral sering muncul sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Munsell (Sulasmi Darna Prawira, 1989:70) mengemukakan teori yang mendukung teori Brewster. Munsell mengatakan bahwa: Tiga warna utama sebagai dasar dan disebut warna primer, yaitu merah (M), kuning (K), dan biru (B). Apabila warna dua warna primer masing-masing dicampur, maka akan menghasilkan warna kedua atau warna sekunder. Bila warna primer dicampur dengan warna sekunder akan dihasilkan warna ketiga atau warna tersier. Bila antara warna tersier dicampur lagi dengan warna primer dan sekunder akan dihasilkan warna netral.

## **B. Layout**

Dalam suatu *layout* harus ada suatu perubahan dan pengkontrasan dalam menggunakan jenis huruf tebal (*bold*) dan medium, atau juga memanfaatkan ruang kosong dalam keseluruhan *layout*, agar nantinya tidak menimbulkan kesan monoton pada penyampaian visual yang akan dicetak. *Layout* sangat menentukan titik pandang seseorang dalam menerima sebuah pesan yang nantinya disampaikan melalui visual itu sendiri (Frank Jefkins, 2007:245)

Menurut Frank Jefkins (2007:245-246), digunakan prinsip-prinsip dalam pembentukan *layout* yaitu sebagai berikut :

### 1. Hukum Kesatuan

Semua bagian dari suatu *layout* harus dirancang sedemikian rupa, sehingga nantinya menghasilkan komposisi yang baik dan enak dilihat.

### 2. Hukum Harmoni

Dalam rancangan *layout*, selayaknya tidak ada kekontrasan yang menyolok, membosankan. Dan harus harmonis, sehingga menciptakan kesatuan yang mudah di pahami.

### 3. Hukum Irama

Dalam sebuah *layout* mata pembaca harus bergerak sesuai ritme yang telah disusun oleh keseluruhan desain hingga menyiratkan irama yang nyaman.

### 4. Hukum Keseimbangan

Dalam sebuah *layout*, titik dan garis keseimbangan tidaklah berada di tengah-tengah, tetapi keseimbangan dapat dicapai melalui pembagian rancangan desain menjadi sepertiga atau seperempat bagian

#### 5. Hukum Skala

Penggunaan warna dalam penekanan sebuah *layout*, dimana warna gelap akan menghasilkan sesuatu yang kontras dalam sebuah *layout*.

#### 6. Hukum Keberagaman

Dalam suatu *layout* harus ada suatu perubahan dan pengkontrasan seperti menggunakan jenis huruf tebal dan keberagaman juga dapat dihasilkan dengan pemanfaatan gambar-gambar.

#### 7. Hukum Proporsi

Hal ini berkenaan dengan jenis ukuran huruf yang digunakan untuk lebarnya naskah atau *copy*. Makin lebar suatu ukuran naskah, makin besar juga ukuran yang nantinya harus digunakan, dan demikian pula sebaliknya.

#### 8. Hukum penekanan

Bila semua ditonjolkan maka yang terjadi adalah tidak ada hal yang terlihat ditonjolkan nantinya. Seperti yang terjadi bila terlalu banyak huruf tebal yang digunakan maupun huruf *capital*, maka naskah akan terlihat biasa dan penekanannya kurang.

### C. Tipografi

Hadirnya tipografi dalam sebuah media terapan visual merupakan faktor yang membedakan antara desain grafis dan media ekspresi visual. Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif. Lewat kandungan nilai fungsional dan nilai estetikanya, huruf memiliki potensi untuk memeriahkan

atmosfir-atmosfir yang tersirat dalam sebuah komunikasi yang dituangkan dalam bentuk-bentuk visual. Pada dasarnya huruf memiliki energi yang dapat mengaktifkan gerak mata. Energi ini dapat dimanfaatkan secara positif apabila dalam penggunaannya senantiasa diperhatikan kaidah-kaidah, estetika, kenyamanan keterbacaannya, sertainteraksi huruf terhadap ruang dan elemen-elemen visual di sekitarnya. (Danton, 2003:58)

Frank Jefkins (1997:248) juga mengungkapkan bahwa tipografi adalah seni memilih jenis huruf, dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia; menggabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia; dan menandai naskah untuk proses typesetting, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda. Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan, dan kemenarikan, dan desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya (*style*) dan karakter atau menjadi karakteristik subyek yang diiklankan.

Menurut Ogilvy (1991:25) tipografi berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut :

1. *Clarity* (kejelasan)

Kejelasan sangat bersangkutan dalam pemilihan jenis huruf. Tipografi yang baik 'menolong' orang untuk membaca. Jadi gunakan jenis huruf yang mudah untuk dibaca, sedangkan jenis-jenis huruf yang sukar untuk dibaca sedapatnya dihindari dan digunakan untuk mencapai efek-efek tertentu saja. Beberapa faktor yang membuat suatu jenis huruf mudah untuk dibaca seperti modifikasi bentuk huruf, tingkat ketebalan stroke, ukuran huruf, *leading* dan *baseline*.

## 2. *Readability* (keterbacaan)

Lebih erat hubungan dengan pemilihan *typeface* yang harus berhubungan atau sesuai dengan produk yang diwakilinya agar dapat mengarahkan *mood* pembaca.

## 3. *Visibility* (Visibilitas/kemampuan untuk terlihat)

Penggunaan jenis huruf juga harus disesuaikan dengan tata letak atau komposisi yang baik. Peletakan huruf yang bersimpangan dengan gambar atau warna yang hampir sama dengan warna dasar akan menyulitkan pembaca.

Seperti dengan apa yang nantinya disampaikan, Yongky Safnayong (2006:20) mengatakan bahwa dalam menyampaikan pesan visual harus fokus dan memaksimalkan keinginan sasaran, guna memudahkan komunikasi dan persuasi, mengingat bahwa pesah harus mudah dimengerti dan di terima. Jadi tipografi sangat berpengaruh kuat dalam sebuah proses visual yang nantinya di sampaikan dan di terima oleh target sasaran.

## **D. Gambar**

Gambar merupakan media untuk berkomunikasi dengan orang lain. Gambar berfungsi sebagai stimulasi munculnya ide, pikiran maupun gagasan baru. Gagasan ini selanjutnya mendorong anak untuk berbuat, mengikuti pola berpikir seperti gambar atau justru muncul ide baru dan menggugah rasa (Pamadhi 2008:28). Gambar sebagai salah satu bentuk komunikasi, sedangkan menggambar adalah proses grafis yang menciptakan bentuk dan ruang yang bersifat ilustratif.

Menurut Sudjana (2007:68) pengertian media gambar adalah media visual

dalam bentuk grafis. Media grafis didefinisikan sebagai media yang mengkombinasikan fakta dan gagasan secara jelas dan kuat melalui suatu kombinasi pengungkapan kata-kata dan gambar-gambar. Sedangkan Azhar Arsyad (1995:83), mengatakan bahwa media gambar adalah berbagai peristiwa atau kejadian, objek yang dituangkan dalam bentuk gambar-gambar, garis, katakata, simbol-simbol, maupun gambaran.

Menurut Sadiman (2011:31-33) ada enam syarat yang perlu dipenuhi oleh gambar atau foto yang baik sehingga dapat dijadikan sebagai media pengajaran:

1. Autentik. Gambar tersebut secara jujur melukiskan situasi seperti kalau orang melihat benda sebenarnya.
2. Sederhana. Komponen gambar hendaknya cukup jelas dan menunjukkan poin-poin pokok pembelajaran.
3. Ukuran relatif. Gambar dapat memperbesar atau memperkecil obyek/benda sebenarnya.
4. Gambar/foto sebaiknya mengandung gerak atau perbuatan.
5. Gambar yang bagus belum tentu baik untuk mencapai tujuan pembelajaran. Walaupun dari segi mutu kurang, gambar/foto karya siswa sering sekali lebih baik.
6. Tidak semua gambar yang bagus adalah media yang baik. Gambar hendaknya harus dari sudut seni dan sesuai dengan tujuan

Menurut Azhar Arsyad (2009:25-27), manfaat praktis pengembangan media gambar dalam proses pembelajaran adalah sebagai berikut:

1. Media gambar dapat memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga dapat memperlancar dan meningkatkan proses dan hasil belajar.
2. Media gambar dapat meningkatkan dan mengarahkan perhatian anak sehingga dapat menimbulkan motivasi belajar.
3. Dapat memberikan kesamaan pengalaman dan persepsi pada siswa
4. Media gambar dapat mengatasi keterbatasan indra, ruang, dan waktu, maksudnya yaitu:
  - a. Objek atau benda yang terlalu besar untuk ditampilkan langsung diruang kelas dapat diganti dengan gambar.
  - b. Objek atau benda yang terlalu kecil, yang tidak tampak oleh indera dapat disajikan dengan gambar.
  - c. Kejadian langka yang terjadi dimasa lalu atau terjadi sekali dalam puluhan tahun dapat ditampilkan melalui gambar atau foto. Objek atau proses yang amat rumit dapat ditampilkan secara konkret melalui gambar.
  - d. Kejadian atau percobaan yang membahayakan dapat disimulasikan melalui gambar.
  - e. Peristiwa alam yang memakan waktu lama dapat disajikan



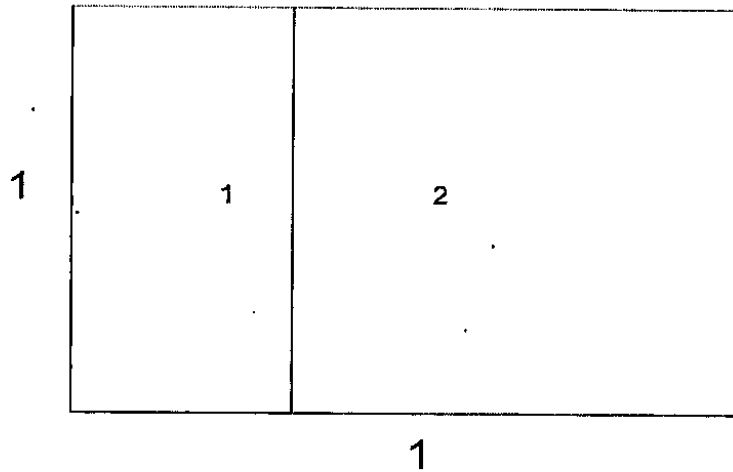
## E. Proporsi

Studi desain secara luas dapat disempitkan berfokus pada bentuk, fungsi dan dasar pemikiran, kebutuhan, maksud dan tujuan kegunaan serta implikasi bentuk. Dengan memahami fungsi bentuk, kita lebih memahami bagaimana bentuk dapat menghubungkan kita ke orang lain dan ke dunia (Yongky Safanayong, 2006:6).

Kualitas estetik merupakan salah satu aspek dalam mendesain pesan visual. Interpretasi dari kualitas estetis terhadap komposisi dapat bervariasi tergantung pada latar belakang dan preferensi individu desainer dan juga latar belakang dari preferensi pelihat atau sasaran. Kualitas estetik sebagai suatu kesatuan yang harmonis atau suatu perasaan yang lengkap (*completeness*) disebut *unity*. *Unity* mempunyai ciri-ciri seperti keseimbangan, kontras, harmoni, aksent, penekanan, proporsi, kesederhanaan, pengulangan, dominasi, irama dan gerak (Yongky Safanayong, 2006:38).

Proporsi dapat membantu kita mengenal bentuk-bentuk visual yang kita lihat setiap hari, proporsi juga berkenaan dengan hal-hal non visual seperti berapa lama waktu yang digunakan untuk bekerja setiap hari. Dalam bentuk visual atau non visual, proporsi dapat dibandingkan, diukur dan dianalisis.

Dalam bentuk visual, istilah proporsi berkenaan dalam hubungan antara bagian-bagian suatu bentuk. Lebar dan tinggi dapat dibandingkan untuk menentukan proporsi dalam bentuk dua dimensi, perbandingan tersebut menguji hubungan antara bentuk dimensi *eksternal* dan *internal*. Misalnya lebar dan tinggi dalam hal ini adalah dimensi luar (*eksternal*), sedangkan lebar kolom teks dan ruang kosong pada sisi kiri adalah dimensi *internal*.



**Proporsi eksternal dan internal**

Selain menciptakan harmoni, proporsi dapat membantu kita lebih mengerti tempat kita dalam alam semesta. Bagi orang-orang tertentu, bentuk harmoni memberi kesan ekspresi tingkat keteraturan yang lebih tinggi atau bahwa alam semester yang teratur. Proporsi selain mampu membuat suatu bentuk lebih menarik secara visual, juga dapat meningkatkan fungsi dan komunikasi makna dan juga dapat digunakan untuk membujuk atau menciptakan impresi tertentu (Yongky Safanayong, 2006:39). Hingga nantinya dari segala aspek penunjang proses visual dalam sebuah desain akan mengorganisasi seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis dan membangun ikatan atau hubungan diantaranya.

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penulis menggunakan penelitian kualitatif, dengan metode deskriptif. Metode deskriptif ini dapat diartikan sebagai prosedur atau cara memecahkan masalah penelitian dengan memaparkan keadaan obyek yang diselidiki (dalam hal ini adalah lembaga), berdasarkan fakta-fakta yang aktual pada masa kini.

Penelitian ini berusaha mengumpulkan informasi yang aktual dan data terperinci

mengenai strategi kreatif visual yang digunakan kreator dalam pembuatan majalah dinding, dengan terlebih dahulu mengidentifikasi masalah penelitian yang telah dirumuskan, sehingga apa yang disajikan dalam penelitian ini merupakan pemaparan realita yang ada dengan metode yang diperkuat dengan teori-teori dari referensi yang ada.

Penelitian deskriptif bertujuan untuk :

- a. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci untuk melukiskan gejala yang ada.
- b. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi yang berlaku.
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi.
- d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama, belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Hasil penelitian ini ditekankan pada pemberian gambaran secara obyektif tentang keadaan sebenarnya dari obyek yang diselidiki (Nawawi, 1987:31). Oleh karena itu, dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan tipe deskriptif, agar mendapat gambaran nyata bagaimana strategi kreatif dengan pendekatan teknik visual dalam pembuatan Majalah Dinding Pelangi.

## **2. Obyek Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan proses visual Mading Pelangi sebagai media untuk meningkatkan minat baca pada anak-anak Sekolah

### **3. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilakukan di PT. Media Inovasi Global. Jl. Warung buncit raya no. 17. Gedung lingga Darma, suite A. Jakarta Selatan

### **4. Penentuan Nara Sumber**

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposif*, yaitu memilih orang-orang tertentu karena dianggap memenuhi kriteria yang tepat dan diharapkan hasil dari analisis yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang cukup baik (Rakhmat, 2001:81).

Narasumber primer dalam penelitian ini adalah *Account Executive*, *Copywriter*, dan *Creative Director*. Alasan memilih *AE* karena ia ibarat jembatan penghubung antara Media Inovasi Global dengan anak-anak. Memilih *Copywriter* dikarenakan ide Majalah Dinding Pelangi datang darinya. Kemudian alasan memilih *Creative Director* dikarenakan ia adalah pemimpin dalam divisi kreatif pembentukan mading, sehingga mengetahui banyak segala hal yang dikerjakan oleh semua *departemen* serta anak buahnya dalam rangka pembuatan majalah dinding Pelangi.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara**

Wawancara merupakan cara pengumpulan data melalui tanya jawab langsung dengan daftar pertanyaan yang berisi pokok-pokok masalah terhadap pihak-pihak yang sengaja dipilih (Mulyana, 2001:180). Daftar pertanyaan atau *interview guide* adalah wawancara yang berupa garis besar atau pokok-pokok

pertanyaan yang akan diajukan kepada nara sumber. Jenis wawancara yang digunakan yaitu dengan wawancara yang tidak berstruktur, karena lebih fleksibel di mana susunan kata dan pertanyaan dapat diubah sewaktu-waktu, bahkan pada saat wawancara sekalipun.

Agar mendapatkan data-data yang *valid*, maka peneliti melakukan wawancara langsung dengan narasumber, yaitu bagian *Account Executive*, *copywriter*, dan *Creative Director*.

## **2. Dokumentasi**

Pengumpulan data penelitian ini juga melalui penggalian dokumen, seperti otobiografi, berita koran, artikel majalah, brosur, catatan harian, buletin, dan foto-foto. Dokumen-dokumen ini dapat mengungkapkan bagaimana subyek mendefinisikan dirinya sendiri, lingkungan dan situasi yang dihadapinya pada suatu saat, dan bagaimana kaitannya antara definisi diri tersebut dalam hubungan dengan orang-orang di sekelilingnya dengan tindakan-tindakannya (Mulyana, 2001:180-181).

## **H. Teknik Analisis Data**

Analisis data, menurut Patton (Moleong, 1996:103), adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Patton membedakannya dengan penafsiran yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian dan mencari hubungan di antara dimensi uraian.

dalam pola, strategi, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Langkah-langkah dalam analisis data kualitatif yang penulis gunakan ini terdiri dari tiga komponen, yaitu (Miles & Huberman, 1992:15-21):

a. Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemutusan, perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Data-data yang telah terkumpul, lalu dikelompokkan secara sistematis untuk mempermudah proses penelitian.

b. Display Data

Data-data yang telah dikelompokkan kemudian diolah dan disajikan. Penyajian tersebut diartikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian, maka akan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang diperoleh dari penyajian-penyajian tersebut.

c. Verifikasi

Data data yang disajikan kemudian dibuat suatu kesimpulan yang

## **I. Uji Validitas Data**

Teknik pemeriksaan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Selain itu, triangulasi juga dibagi menjadi empat macam, yaitu: triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi peneliti dan triangulasi teori. Tetapi, dalam penelitian ini untuk menguji validitas data akan digunakan teknik triangulasi dengan menggunakan sumber (Moleong, 1996:178).

Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Dalam hal ini peneliti tidak akan menggunakan keempat dari triangulasi tersebut karena sangat sulit bagi peneliti pemula untuk menggunakan semuanya.

Sedangkan cara-cara yang ditempuh peneliti untuk jenis pengujian validitas seperti ini, adalah sebagai berikut (Maleong, 1996:178) :

- a. Membandingkan data dari hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai