

Prinsip Desain

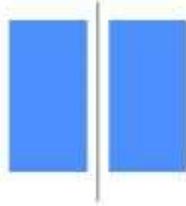
Prinsip desain meliputi hal-hal berikut ini

1. Kesederhanaan (Simplicity)
2. Kejelasan (Clarity)
3. Keseimbangan (Balance)
4. Kesatuan (Unity)
5. Penekanan (Emphasis)
6. Irama (Rhythm)
7. Proporsi (Proportion)

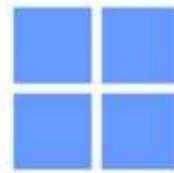
rhythm



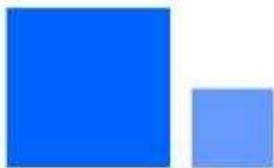
balance



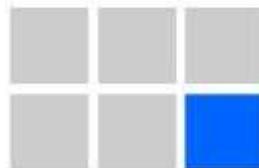
unity



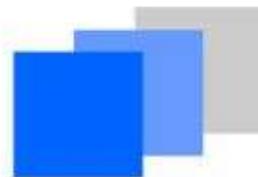
THE PRINCIPLES OF DESIGN



proportion



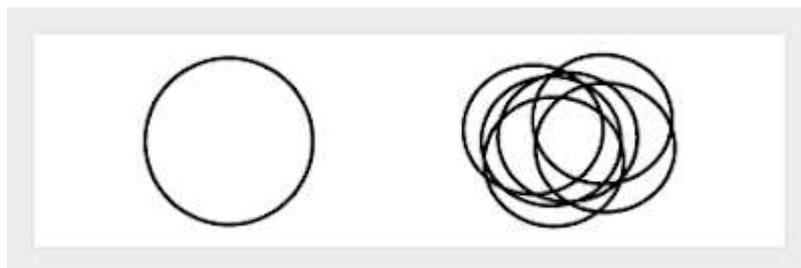
contrast



dominance

Prinsip #1 Kesederhanaan

Yang dimaksud kesederhanaan dalam prinsip desain ini adalah tidak lebih dan tidak kurang atau tepat dan tidak berlebihan. Prinsip ini mengandung tujuan hasil desain menjadi menarik dan pesan yang terdapat dalam karya tersampaikan dengan jelas.



Penerapan prinsip misalnya dalam penggunaan huruf dalam judul (*headline*), subjudul (*subheading*), dan tubuh berita (*body text*). Kesalahan yang paling sering ditemui adalah pemilihan font yang tidak seirama dengan desain yang dibuat sehingga hasilnya malah terlihat berantakan, cukup gunakan maksimal 2-3 font saja dalam sebuah desain tidak lebih dari itu. Dalam prinsip kesederhanaan ini juga menyangkut Ruang Kosong (*White Space*). Desain hendaknya menyisakan ruang kosong agar hasil desain tidak terlalu padat, penuh, sehingga tidak menarik untuk dilihat. Fungsi ruang kosong untuk memberikan fokus utama kepada audiens terhadap suatu elemen dalam desain, untuk kejelasan, sekaligus memberikan kesan professional serta sederhana.



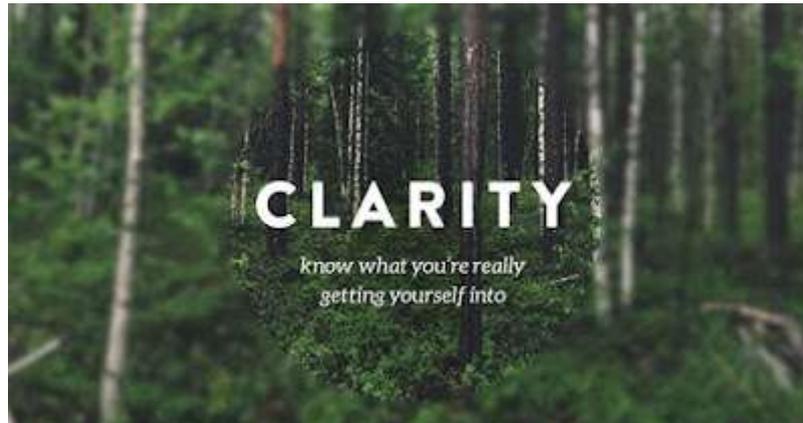
Desainer grafis lazim juga menyebut prinsip ini sebagai KISS (Keep It Simple Stupid). Prinsip ini bisa diterapkan dengan penggunaan elemen ruang kosong (*white space*) dan tidak menggunakan terlalu banyak unsur-unsur aksesoris. Seperlunya saja.

Prinsip #2 Kejelasan (Clarity)

Kejelasan mempengaruhi penafsiran audien akan sebuah karya. Bagaimana sebuah karya tersebut mudah dimengerti dan tidak menimbulkan ambigu atau makna ganda.

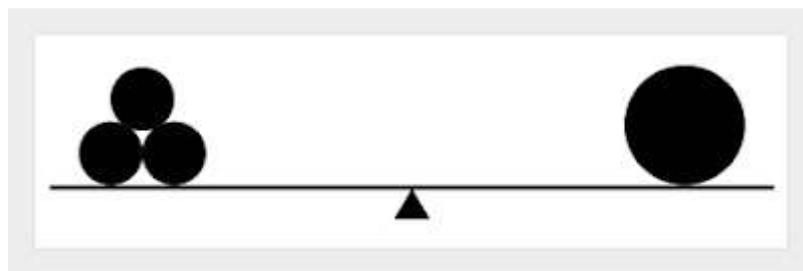


Kejelasan juga menyangkut warna latar (*background*).



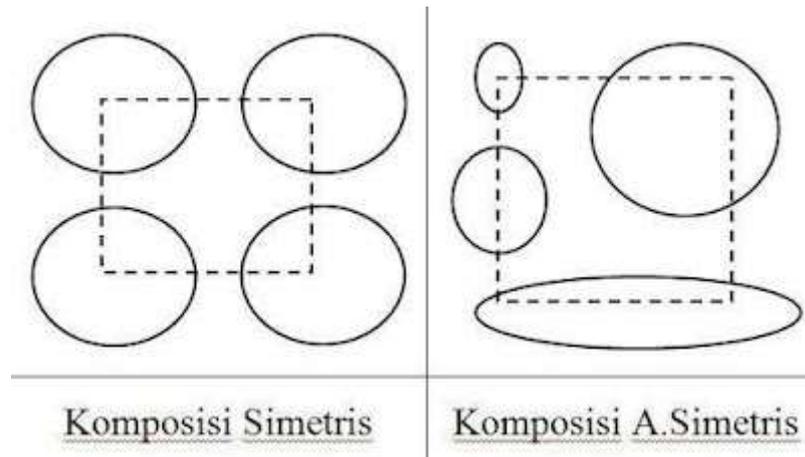
Prinsip #3 Keseimbangan (Balance)

Keseluruhan komponen-komponen desain harus tampil seimbang. Tidak berat sebelah. Desainer harus memadukan keseimbangan antara tulisan, warna, atau pun gambar sehingga tidak muncul kesan berat sebelah.

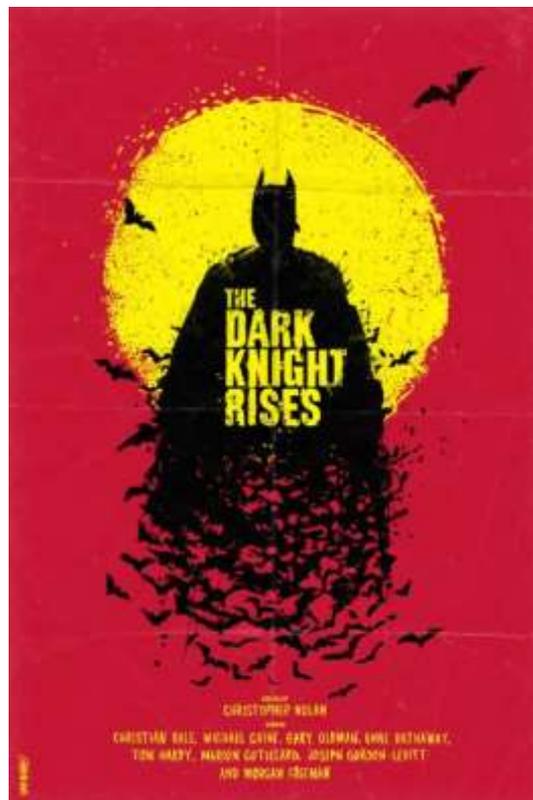


Ada dua pendekatan dasar dalam prinsip keseimbangan:

1. *Keseimbangan Simetris*: susunan dari elemen agar merata ke kiri dan kanan dari pusat.
2. *Keseimbangan Asimetris*: pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama di setiap sisi halaman.



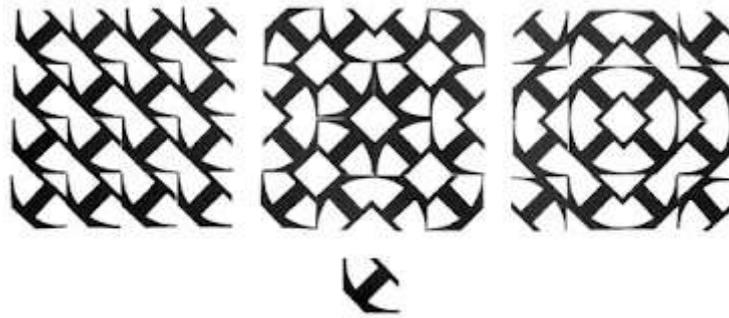
Warna, ukuran, bentuk dan tekstur dapat digunakan sebagai unsur *balancing*.



Prinsip #4 Kesatuan (Unity)

Kesatuan dalam prinsip desain grafis adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keutuhan, yang merupakan isi pokok dari komposisi.

Prinsip ini sesungguhnya adalah prinsip hubungan, jika salah satu atau beberapa unsur rupa mempunyai hubungan (warna, raut, arah dan lain-lain), maka kesatuan tersebut telah tercapai.

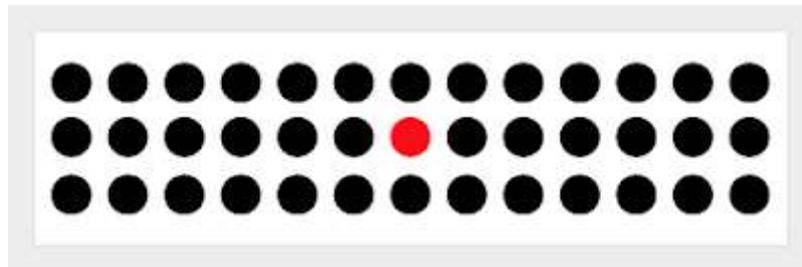


Dengan prinsip kesatuan dapat membantu semua elemen menjadi sebuah kepaduan dan menghasilkan tema yang kuat, serta mengakibatkan sebuah hubungan yang saling mengikat.

Prinsip #5 Penekanan (Emphasis)

Ada hal yang perlu ditonjolkan lebih dari yang lain sehingga dapat mengarahkan pandangan ke elemen tersebut.

Emphasis disebut juga pusat perhatian. Buat bagian utama (pesan utama yang ingin ditampilkan) dari desain berbeda dari yang lain, baik dari segi warna ataupun bentuknya, agar perhatian audiens lebih tertuju pada bagian utama tersebut.



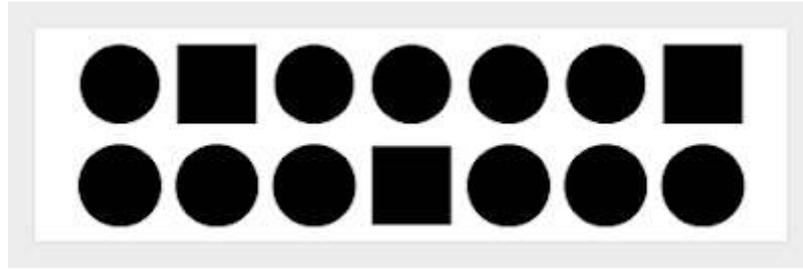
Hal pertama yang dilihat oleh audien yang menjadi pusat perhatian adalah lingkaran dengan warna berbeda tersebut. Inilah yang dimaksud dengan Prinsip Emphasis.

Prinsip penekanan dapat dilakukan dengan distorsi ukuran, bentuk, irama, arah, warna kontras, dan lain-lain.





Prinsip Penekanan disebut juga Dominasi (Domination) yang sering juga disebut Center Of Interest, Focal Point dan Eye Catcher. Dominasi mempunyai beberapa tujuan, yaitu untuk menarik perhatian, menghilangkan kebosanan, dan untuk memecah keberaturan.

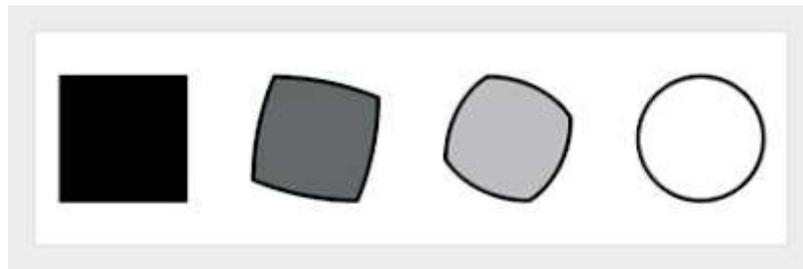


Prinsip #6 Irama, Ritme (Rhythm)

Ritme adalah pembuatan desain dengan prinsip yang menyatukan irama. Bisa juga berarti pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis.

Irama adalah pengulangan gerak yang teratur dan terus menerus. Dalam bentuk-bentuk alah bisa kita ambil contoh pengulangan gerak pada ombak laut, barisan semut, gerak dedauan, dan lain-lain.

Pengulangan (mengulangi unsur serupa ddengan cara yang konsisten) dan variasi (perubahan dalam bentuk, ukuran, posisi atau elemen) adalah kunci untuk menciptakan visual ritme. Menempatkan elemen dalam sebuah layout secara berkala memberikan kesan halus, tenang dan santai.



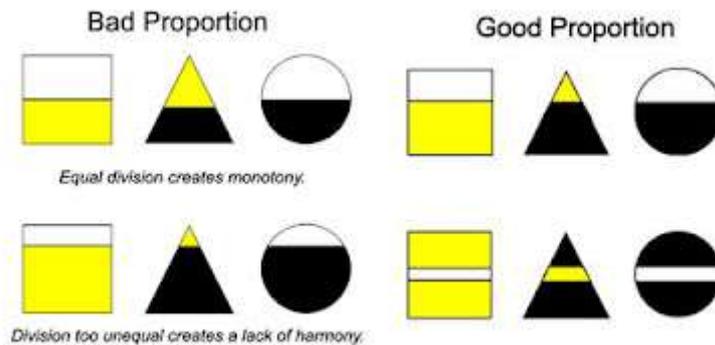
Jenis irama meliputi regular, mengalir (flowing), dan prosesif atau gradual. Prinsip ritme dalam desain disebut juga prinsip pengulangan (repetisi).



Prinsip #7. Proporsi

Proporsi dapat diartikan pula sebagai perubahan ukuran/size tanpa perubahan ukuran panjang, lebar, atau tinggi, sehingga gambar dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi.

Pada dasarnya, proporsi adalah perbandingan matematis dalam sebuah bidang. Dalam bidang desain, semua unsur berperan menentukan proporsi, seperti hadirnya warna cerah yang diletakkan pada bidang/ruang sempit.



MERANCANG DESAIN GRAFIS UNTUK IKLAN

Sebagian besar media iklan memuat dua elemen, yaitu visual dan verbal. Elemen visual berupa ilustrasi (foto atau gambar), tipografi, bidang, atau gabungan beberapa unsur grafis. Elemen verbal terdiri dari: Judul (headline), Sub judul (subhead), teks (body copy) dan baseline (slogan perusahaan). Berikut penjelasan mengenai elemen-elemennya.

1. Headline

Headline adalah pesan verbal yang paling ditonjolkan, pesan ini diharapkan dapat dibaca oleh pembaca pertama kalinya. Biasanya untuk menonjolkan headline, dibuat menggunakan ukuran font paling besar, sehingga dari kejauhan pesan headline tersebut yang paling dahulu dibaca. Letak headline tidak ada batasan, dapat di atas, di tengah, atau disamping.

2. Subheadline

Subheadline atau sering dikenal dengan subjudul, subheadline ini adalah kalimat penjelas headline. Subheadline merupakan pesan singkat namun memberi kejelasan headline. Setelah pembaca membaca headline dan kemudian penasaran, maka pembaca akan digiring untuk membaca informasi selanjutnya yaitu bodycopy/bodytext.

3. Bodycopy/bodytext

Bodycopy merupakan informasi detail yang menjelaskan tentang subheadline. Disini diuraikan lebih lanjut menggunakan bahasa-bahasa yang persuasif (membujuk), sehingga dimaksudkan agar pembaca tertarik dan berminat untuk membeli produk yang ditawarkan.

4. Product shot

Product shoot adalah menampilkan produk yang ditawarkan, biasanya berupa gambar. Mana mungkin orang akan tertarik jika tidak ada gambar produknya, oleh karena itu product shot sangat penting disampaikan.

5. Tagline

Tagline atau slogan merupakan kalimat pendek yang menyerukan tentang kualitas atau keunggulan produk tersebut, penyampaian melalui slogan akan menanamkan citra suatu produk di hati pembaca/konsumen.

6. Baseline

Baseline merupakan bagian penutup iklan, umumnya berupa identitas perusahaan dan terletak dibagian bawah. Penyampaian informasi ini tidak perlu menggunakan ukuran font yang besar. Secara otomatis, pembaca/konsumen yang tertarik dengan produk yang ditawarkan, mereka akan mencari informasi kontak perusahaan, meskipun ukuran fontnya kecil akan berusaha dibaca (font tetap harus memiliki kadar keterbacaan secara normal).

The advertisement is a vertical banner with a dark grey top and bottom section and a white middle section. The top section contains the text 'elite PHOTOGRAPHY' in a white serif font. The middle section contains the text 'Wedding | Prewedding | Party Documentation Fashion | Glamour | Baby Photography' in a small black font, followed by a logo consisting of a stylized 'G' above the word 'elite PHOTOGRAPHY' in a smaller serif font. Below the logo is the tagline 'Capture life' in a bold sans-serif font. A circular photograph of a young girl in a white dress with black polka dots is centered below the tagline. The bottom section contains a short paragraph of text in a small font, followed by contact information: a phone number '081952610878 / 081255679696', an email address 'eric@elitedigitalhouse.com', a website 'www.elitedigitalhouse.com', and a social media handle 'elitedigitalhouse'. On the right side of the advertisement, several labels are connected to the content by thin lines: 'Headline' points to the top text, 'Subheadline' points to the service list, 'Brand name' points to the logo, 'Tagline' points to 'Capture life', 'Product value' points to the circular photo, 'Bodytext' points to the paragraph, and 'Baseline' points to the contact information.

Headline

Subheadline

Brand name

Tagline

Product value

Bodytext

Baseline

Karena elite photography bergerak dibidang jasa, maka gambar visual yang yang digunakan adalah contoh foto hasil karyanya.