

Effective Design and Visual Aids

Sakinah¹, Gita Kurnia Sari Sembiring², Suhairi³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

sakinah@gmail.com, gitakurniasari025@gmail.com

ABSTRAK

The actualization of visual communication can't be separated from bussines and aesthetic design. The sense is important role in creation. If it doesn't, it will be treatise tragedy. The product of visual communication can't be separated from media, as a mediation place among product, services, even self actualization with social community who became target. The presence of sense on every element in the design will frame the concept of design. Research methods uses a qualitative approach with emphasis on observation and documentation. The analize data uses case study. Creating with sense is appreciation problems, because every action of human involve all five senses. The appreciation through the imagination manifested visually may experience stylized, distortion, and adaptation. But interestingly, designer is able to capture the essence, so the sense be more involved in the creation process. The sense of design is the result of the appreciation that includes creative activity. The creative, expression, perception, character, productive, inventive, innovation, inspiration, and emergentif aspects that present in the overall design concept focused on achieving aesthetic value. The design of visual communications show the sense of the process until the final design. The sense of design is present in every element of the design such as illustration, typography, color, and layout.

Keywords : Sense Of Design, Elemen Design, Visual Communication Design, Web Design

ABSTRAK

Aktualisasi komunikasi visual tidak dapat lepas dari bisnis dan estetika desain. Rasa berperan penting dalam perancangan, jika tidak akan terjadi risalah tragedi. Karya-karya perancangan komunikasi visual tidak bisa lepas dari media sebagai tempat mediasi antara produk, jasa, bahkan aktualisasi diri dengan masyarakat yang menjadi sasaran.

Kehadiran rasa pada setiap unsur di dalam perancangan akan membingkai konsep dari suatu rancangan. Metode penelitian menggunakan kualitatif yang lebih menekankan pada observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis studi kasus. Berkreasi dengan rasa adalah persoalan penghayatan, karena setiap tindakan yang dilakukan manusia melibatkan seluruh panca indra. Penghayatan melalui daya imajinasi yang terwujud secara visual adanya stilasi, distorsi, dan adaptasi. Namun yang menarik adalah perancang mampu menangkap esensi, sehingga rasa lebih dilibatkan pada proses penciptaan. Rasa dalam perancangan adalah hasil dari penghayatan yang di dalamnya menunjukkan adanya kegiatan berproses kreatif. Aspek kreatif, ekspresi, persepsi, karakter, produktif, inventif, inovasi, dan inspirasi serta emergentif yang keseluruhan hadir dalam konsep perancangan tertuju pada pencapaian nilai estetika. Perancangan komunikasi visual menunjukkan adanya rasa dari proses hingga final desain. Rasa dalam perancangan komunikasi visual hadir pada setiap elemen desain yaitu: ilustrasi, tipografi, warna, dan layout.

Kata kunci: Sense of Design, Elemen Desain, Desain Komunikasi Visual. Web Desain

PENDAHULUAN

Pada era transformasi digital seperti saat ini, segala sesuatu aktivitas dilakukan secara digital online. Terdapat dua faktor peristiwa dunia yang mendorong penggunaan teknologi bersumber internet yang menyediakan layanan jasa komunikasi visual berbasis media sosial. Pertama, bisnis merupakan salah satu utama sebagai pendorong terciptanya komunikasi antar-masyarakat, baik nasional maupun internasional, menggunakan informasi dan komunikasi digital.

Transformasi digital sering digunakan untuk meningkatkan ketangkasan dan efisiensi operasional, transformasi menjadi mungkin (Sas, 2021). Pada dokumen komunikasi visual bermacam bentuk, jenis, fungsi, penempatan, dan sumber yang bercabang-cabang. Komunikasi visual menggunakan Bahasa visual, dengan unsur dasar Bahasa visual menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan (Putra, 2020).

Dokumen komunikasi visual, terdapat dua bentuk, yaitu rahasia dan publikasi. Dokumen komunikasi visual rahasia, terdapat dua sumber, yaitu dari negara dan rahasia perusahaan atau perseorangan. Pengertian dokumen komunikasi visual rahasia bersumber dari negara dan perusahaan atau perseorangan, seperti surat tanah, surat

medis, pembukuan keuangan, notulen rapat, dan sebagainya. Lebih lanjut kaitan antara dokumen dan penelitian, Gottschalk menyatakan bahwa dokumen dalam pengertiannya yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang didasari atas jenis sumber apapun, baik itu bersifat, lisan, gambaran, atau arkeologis (Anggito dan Setiawan, 2018).

Pada bentuk dokumen komunikasi visual publikasi, terdapat tiga bentuk, yaitu statis, video (audio dan visual), dan multimedia (audio, visual, grafis, dan teks). Dokumen komunikasi visual publikasi statis, video, dan multimedia, terdapat dua sumber, yaitu dari negara dan perusahaan atau perseorangan. Bentuk dokumen komunikasi visual publikasi statis fisik, terdapat tiga wujud, yaitu tertulis atau manual media kertas; pahat simbol dan gambar media kayu dan batu; dan perancangan komunikasi visual media kertas dan media untuk spanduk, papan iklan, dan sebagainya. Pada bentuk dokumen komunikasi visual publikasi statis fisik perancangan komunikasi visual media kertas yang umumnya digunakan untuk jenis poster dan sampul buku. Pada sampul buku, umumnya terdapat elemen-elemen desain, seperti ilustrasi (gambar), fotografi, tipografi dan huruf, komposisi, warna, dan lay-out.

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi yang diaplikasikan dalam pelbagai media komunikasi visual dengan mengelola elemen desain grafis yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi, warna, dan layout (Tinarbuko, 2012).

Karya-karya perancangan desain komunikasi visual tidak bisa lepas dari media sebagai tempat mediasi antara produk, jasa, bahkan aktualisasi diri dengan masyarakat yang menjadi sasaran. Rancangan komunikasi visual wajib mengemban fungsi kebajikan terhadap manusia. Ekspresi estetika budaya massa hanya menjadi sekedar komponen komoditas, maka penggalan dan representasi abnormalitas menjadi unsur yang sangat penting, disebabkan tuntutan mesin hasrat pasar kapitalisme atas nama market competitive, menjadi menghalalkan segala cara, demi menyedot perhatian, dan ujung-ujungnya menguras daya beli masyarakat (Kasiyan, 2006: 32).

Berdasarkan hal di atas maka peran media, control makna, ekspresi estetika dalam lingkup desain komunikasi secara luas dapat disebut sebagai sense of design. Istilah sense of design yang dimaksudkan adalah rasa, penghayatan, dan pencapaian dalam perancangan desain komunikasi visual. Kehadiran rasa pada setiap unsur di dalam perancangan akan membingkai konsep dari suatu rancangan. Meskipun, seorang perancang seringkali menciptakan desain berdasarkan permintaan klien. Eksekusi

dilapangan yang justru sering tidak terkonsep dengan matang. Desain tercipta dengan rasa yang matang, tetapi penempatan yang kurang sesuai, dan hanya berlomba-lomba ingin menarik perhatian masyarakat.

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi yang diaplikasikan dalam pelbagai media komunikasi visual dengan mengelola elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi, warna, dan layout (Tinarbuko, 2012).

TEORI YANG RELEVAN

1. DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial atau komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada individu atau kelompok lainnya. Pesan dapat berupa informasi produk, jasa atau gagasan yang disampaikan kepada target audiens, dalam upaya peningkatan usaha penjualan, peningkatan citra dan publikasi program pemerintah. Pada prinsipnya Desain Komunikasi Visual adalah perancangan untuk menyampaikan pola pikir dari pemberi pesan kepada penerima pesan, berupa bentuk visual yang komunikatif, efektif, efisien dan tepat, juga terpola, terpadu serta estetis, melalui media tertentu sehingga dapat mengubah sikap positif sasaran. Elemen desain komunikasi visual adalah gambar atau foto, huruf, warna dan tata letak dalam berbagai media, baik media cetak, massa, elektronika, maupun audio-visual.

Akar bidang Desain Komunikasi Visual adalah komunikasi budaya, komunikasi sosial dan komunikasi ekonomi. Tidak seperti seniman yang mementingkan ekspresi perasaan dalam dirinya, seorang desainer komunikasi visual adalah penerjemah dalam komunikasi gagasan. Karena itulah Desain Komunikasi Visual mengajarkan berbagai bahasa visual yang dapat digunakan untuk menerjemahkan pikiran dalam bentuk visual.

Berikut ini adalah kutipan mengenai definisi Desain Komunikasi Visual:

Menurut Suyanto desain grafis atau Desain Komunikasi Visual didefinisikan sebagai “Aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri percetakan”. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk,

menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi.

Desain grafis sebagai “Kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini, sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan atau subversif atau sesuatu yang mudah diingat” Desain Komunikasi Visual merupakan bagian dari ilmu desain. Sumber komunikasi dari suatu pekerjaan nyata desain grafis adalah klien. Mereka memiliki visi dan misi untuk melakukan komunikasi kepada sasarannya. Pada sebuah bisnis, keuntungan dan nama baik adalah yang pada umumnya dicari.

Dengan melakukan suatu publikasi, mereka berupaya agar informasi serta image baik mengenai dirinya dapat diketahui khalayak ramai. Oleh sebab itu, desain grafis membantu memasarkan dan menjual produk dalam berbagai macam cara. Organisasi-organisasi yang ingin memosisikan diri ataupun mereposisi diri di pasaran, menunjukkan perbedaan-perbedaan antar mereka dan kompetitor, menawarkan perubahan pada klien, menciptakan respon intelektual atau emosional yang spesifik pada pasar atau menarik perhatian pasar untuk alasan-alasan tertentu, dapat menggunakan desain grafis sebagai pertolongan.

2. DESAIN WEB DAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tampilan atau produk dari sebuah internet adalah sebuah proses komunikasi yang disampaikan secara visual. Kerja seorang perancang atau Desainer Komunikasi Visual berkaitan dengan informasi dan proses komunikasinya untuk dibaca oleh orang atau sekumpulan orang, termasuk didalamnya adalah usaha untuk mempengaruhi orang atau sekumpulan orang dengan kerja tersebut.

Sedang menurut Berryman (1980:3), dengan informasi tersebut diharapkan sejumlah orang menyambut secara positif sajian-sajian yang berisi pesan-pesan visual. Desainer komunikasi Visual bertanggung jawab atas pemecahan masalah komunikasi dalam menyampaikan informasi tersebut secara fungsional, elegan, proporsional, sederhana dan ekonomis, demikian halnya pada perancangan sebuah situs-web. Proses komunikasi sebuah kerja web-site menghadirkan produk komunikasi visual, sehingga tampilan situs web sangat ditentukan oleh perancang web-nya.

Dan dari beberapa pengertian dan pendapat para ahli diatas dapat kita simpulkan bahwa web Sebagai sebuah produk, desain web adalah hasil pemecahan masalah berdasarkan pendekatan komunikasi visual, berisi spesifikasi produk yang sangat khas dan operasional. Rancangan pada sebuah situs web adalah sebuah desain komunikasi visual yang ditayangkan melalui layar monitor yang dapat dihadirkan pada suatu waktu tertentu.

Yang dimana Layar monitor berfungsi sebagai media komunikasi visual, tampilannya tidak ada bedanya dengan desain sebuah majalah atau surat kabar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kaidah-kaidah pokok perancangan sebuah desain web merupakan kaidah-kaidah yang berkaitan dengan desain komunikasi visual.

METODE

Dalam pembuatan artikel ini penulis mendapatkan Jenis dan sumber data berasal dari buku literatur dan jurnal terkait secara induktif. Analisis secara induktif ini digunakan untuk menemukan kenyataan-kenyataan jamak sebagai yang terdapat dalam data-data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. PERANCANGAN DENGAN MENGGUNAKAN RASA

Adapun desain komunikasi visual dalam melibatkan rasa perlu media yaitu computer. Keberadaan computer sangat penting dalam bidang desain, namun nilai-nilai ekspresif yang sebenarnya melibatkan rasa tidak seperti nilai ekspresif yang dihasilkan dari kemahiran tangan secara spontan. Misalnya, ketika perancang mulai melakukan perancangan komunikasi visual sudah disugahi fasilitas-fasilitas dalam aplikasi yang dianggap sudah memenuhi segala macam bentuk, efek-efek yang semuanya bersifat universal. Perancang lebih mudah dalam menciptakan desain, yaitu: menambahkan, menghilangkan, memindahkan bahkan memotong gambar sesuai yang diinginkan. Di sisi lain, perancang harus mengamati media monitor digital dalam menghayati karya desain, seperti seorang penonton yang mengamati proses terwujudnya sebuah karya.

Pada umumnya dalam perancangan desain, rasa lebih ditekankan pada garis, warna, tata letak (layout), penentuan objek (gambar/ilustrasi), dan tipografi. Dan dalam Perancangan komunikasi visual sering kita jumpai, perancang sering melakukan zoom in dan zoom out ketika sedang mengolah garis dan gambar. Nah guna Proses demikian untuk mencapai bentuk yang sesuai penghayatan terhadap rancangan, hal demikian yang dimaksud ada rasa dalam perancangan.

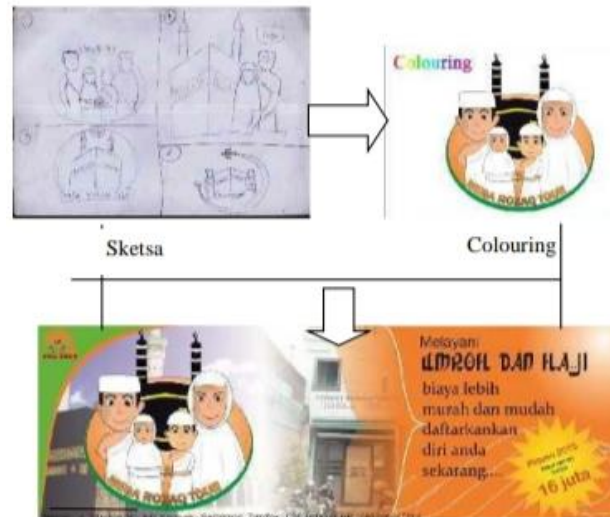
Rasa dalam perancangan adalah hasil dari penghayatan yang di dalamnya menunjukkan adanya kegiatan berproses kreatif. Lebih lanjut, Damajanti menguatkan di dalam proses kreasi ada dua hal yaitu: 1) sebuah inspirasi harus disertai dengan kerja keras untuk menghasilkan sebuah karya; dan 2) sebuah kerja keras dapat memunculkan inspirasi (Damajanti, 2006: 68). Pernyataan Damayanti tentang kerja keras, sebuah karya, dan inspirasi memahamkan pada kegiatan yaitu penghayatan dan daya mencipta. Bagaimanapun, perancangan merupakan proses berpikir yang di dalam penuh penghayatan yang melibatkan rasa.

Rasa dalam Perancangan Ilustrasi

Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik menggambar, lukisan, fotografi yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk. Adapun, tujuannya adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna

Ilustrasi diciptakan untuk menjadi bagian dari konsep rancangan, sehingga pesan yang diharapkan dapat lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Berangkat dari penciptaan ilustrasi didapatkan pencapaian karakter yang benar-benar mampu menjiwai dari cerita tersebut. Aspek ekspresi dan karakter adalah bagian dari pencapaian karakter yang mengutamakan nilai rasa. Bahkan, kontrol rasa yang dicapai adalah menyatukan visual yaitu ilustrasi dengan cerita menjadi satu-kesatuan. Mihaly (1996: 4) menyatakan bahwa, "Creative individuals alternate between imagination and fantasy at one end, and a rooted sense of reality at the other. They break away from the present without losing touch with the past. (Pribadi orang yang kreatif mempunyai imajinasi dan fantasi, namun tetap bertumpu pada realitas. Keduanya diperlukan untuk dapat melepaskan dari kekinian tanpa kehilangan sentuhan dengan masa lalu).

Berdasarkan konsep tersebut, dapat dipahami proses kreatif dalam pembuatan ilustrasi lebih mudah diterima penikmat, karena rasa dalam perancangan ilustrasi didukung karakter dan ekspresi yang sebelumnya dicapai melalui pengalaman yang membutuhkan waktu lama.



Rasa Dalam Perancangan Tipografi

Pada dasarnya huruf adalah karakter visual yang memiliki kesepakatan makna dan bunyi yang sama mencakup wilayah, budaya masyarakat tertentu. Karakter visual yang sama tetapi cara pengucapannya yang beda akan menghasilkan bunyi berbeda. Dalam konteks ini bukan pada persoalan bunyi secara bahasa, melainkan karakter visual pada huruf. Melalui karakter visual huruf, seorang perancang mampu menunjukkan berkreasi dengan rasa. Wujud huruf dapat mewakili identitas, pesan yang ditujukan kepada audiens.

Nah pada umumnya di dalam Pada objek penelitian kualitatif bidang desain komunikasi visual, yang keseluruhannya terkait dan bersentuhan dengan gambar, terutama sampul buku. Gambar sampul buku, tidak hanya sebagai dokumen semata, tetapi juga sebagai objek observasi yang tidak bisa berbicara dan diwawancarai. Gambar-gambar sampul buku, kini bertransformasi dari fisik menjadi digital sehingga memerlukan pengetahuan yang luas bagi seorang peneliti kualitatif terhadap media komunikasi visual virtual. Dalam penelitian visual data gambar

Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam

Volume 20 Nomor 2 (2021) 125-136 P-ISSN 1411-7673 E-ISSN 2776-5571

DOI: 10.17467/mk.v20i2.434

haruslah selalu ada, dan data visual inilah yang menjadi modal pertama dan utama, karena dari mengamati data visual akan timbul pertanyaan-pertanyaan mendapatkan data visual diperlukan kegiatan perekaman (Soewardikoen, 2019).

Penerapan tipografi pada perancangan adalah persoalan rasa. Tipografi dapat disesuaikan berdasarkan klasifikasi seni. Artinya pencapaian karakter visual tipografi lebih mengarah pada klasifikasi kelas sosial dimasyarakat, misalnya gender, formal, dewasa, anak-anak, horor, ilmiah, elit, populer, dan lain-lain. Penyesuaian tipografi pada tema menjadi bagian yang perlu dipertimbangkan, karena segmentasi kelas di masyarakat.

Tipografi adalah suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Dikenal pula, type design yaitu desain yang menggunakan pengaturan huruf sebagai elemen utama

Tipografi merupakan huruf yang cenderung kepada tampilan yaitu karakter visual sebagai kekuatan utamanya. Huruf adalah tanda aksara dalam tata tulis yang merupakan anggota abjad yang melambangkan bunyi bahasa (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2008: 1714). Lebih lanjut, tipografi tidak lepas dari Desain Komunikasi Visual, Wijaya (1999) mengungkapkan, bahwa peran dari pada tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Secara tidak sadar manusia selalu berhubungan dengan tipografi setiap hari, setiap saat. Pada merek dagang komputer yang kita gunakan, koran atau majalah yang kita baca, label pakaian yang kita kenakan, dan masih banyak lagi.



2. DESAIN WEB DAN TIPOGRAFI

Dalam dunia yang serba cepat dan kompleks ini, setiap orang menjadi sangat sibuk. Implikasinya, orang tidak banyak waktu untuk membaca sejumlah (besar) teks dalam waktu singkat. Oleh sebab itu, sebaiknya jumlah teks sangat dibatasi. Pengakses di situs web menembus dalam internet dengan cara seperti orang meluncur dan berselancar. Apabila informasi tidak dihadirkan secara cepat dan ringkas, banyak informasi yang akan terlewati, kecuali informasi-informasi sangat spesifik yang benar-benar sangat diminati oleh peselancar situs-web.

Sama halnya dengan surat kabar atau majalah, sebuah situs-web memuat informasi yang tampil dalam bentuk rangkaian huruf, angka dan tanda baca, untuk menterjemahkan ide ke dalam bahasa tulis. Tata-letak dan perwajahan, rangkaian huruf, angka dan tanda baca tersebut merupakan suatu bentuk desain. Dalam desain komunikasi visual, tipografi dikatakan sebagai 'visual language' bahasa yang dapat dilihat (melalui indera penglihatan). Fungsi bahasa visual ini adalah untuk mengkomunikasikan ide-ide, cerita dan informasi. Selain ilustrasi dan fotografi, tipografi masih dianggap sebagai elemen kunci dalam desain komunikasi visual. Kurangnya perhatian pada pengaruh dan pentingnya elemen tipografi dalam suatu desain akan mengacaukan desain dan fungsi desain itu sendiri.

Perancangan huruf pada web, menurut Black (1999:96) sangat berbeda dengan perancangan huruf pada komputer. Kenyataan ini menciptakan peluang kerja bagi perancang huruf atau tipografer untuk mengakomodasi kebutuhan itu.

Black menyarankan perlunya pembatasan macam tipe huruf, yaitu gunakan hanya satu atau dua macam huruf. Selain itu, untuk menambah nilai sebuah komposisi desain tampilan situs-web, bisa dilakukan dengan membuatnya terkesan ringan atau berat dengan fasilitas "one light one bold" dan permainan warna. Sedapat-dapatnya gunakan huruf paling besar, apabila masih dimungkinkan. Menurut Black huruf akan tampil lebih baik bila dihadirkan dalam ukuran yang besar (big point sizes). Selanjutnya agar tampil lebih jelas huruf jangan diberi bayangan, utamanya bayangan dengan kesan kabur (blurry drop shadows). Bayangan dengan efek kabur akan membuat teks berkesan tidak jelas.

Teks juga sebaiknya ditampilkan dengan huruf-huruf yang tidak tipis/ringan (tiny type) karena membaca di layar monitor lebih sulit dibandingkan dengan dimedia cetak. Kejelasan membaca teks yang hadir di media cetak berbeda dengan yang hadir di layar

monitor, sebaiknya ukuran teks yang tampil di layar monitor lebih besar dibanding apabila teks ini muncul di media cetak.

KESIMPULAN

Lebih lanjut, Rasa dalam perancangan adalah melibatkan diri sepenuhnya untuk mengetahui, memahami, dan menjelaskan sebuah konsep yang nantinya diwujudkan secara konkret yaitu perancangan komunikasi visual melalui ilustrasi, tipografi, warna, dan layout. Penjiwaan terhadap proses perancangan menjadi bagian upaya mewujudkan kualitas visual yang diinginkan. Rasa dalam perancangan komunikasi visual adalah hal terpenting yang harus dimiliki oleh seorang desainer. Unsur-unsur tersebut yang nantinya ditangkap oleh audien sebagai pembawa pesan yang berkualitas dan mampu mengungkapkan bahkan mewakili dari sebuah identitas. Rasa sebagai kemampuan dalam menempatkan elemen desain pada dasarnya memberi kekuatan dalam mekanisme perancangan sebuah objek desain komunikasi visual.

Konsep perancangan adalah tahapan proses kreasi yang mencakup berbagai mekanisme. Aspek kreatif, ekspresi, persepsi, karakter, produktif, inventif, inovasi, dan inspirasi serta emergentif yang keseluruhan hadir dalam konsep perancangan tertuju pada pencapaian nilai estetika. Panca indera dilibatkan pada pemilihan elemen desain yaitu ilustrasi, tipografi, warna, dan layout dalam proses kreatif. Proses kreatif yang mengarah pada dorongan seorang desainer untuk mencipta, menemukan sesuatu yang dianggap baru, dan melakukan perubahan-perubahan baik dalam skala kecil, sedang, maupun besar dalam desain komunikasi visual.

Dalam Desain sebuah situs-web sebagai teks komunikasi visual, memiliki beberapa elemen penting seperti tipografi, simbol, ilustrasi dan fotografi. Sebagai media baru dengan teknologi yang canggih, sangat rasional apabila para perancang desain komunikasi visual harus menyesuaikan dirinya dengan kemajuan yang ada agar tidak tertinggal dalam percepatan laju perancangan situs-web yang semakin mewabah.

Peluang yang luarbiasa dari kemajuan teknologi komunikasi-informasi merupakan kesempatan yang sangat terbuka bagi para perancang desain komunikasi visual. Demikian pula sudah saatnya perguruan tinggi yang memiliki Jurusan Desain Komunikasi

Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam

Volume 20 Nomor 2 (2021) 125-136 P-ISSN 1411-7673 E-ISSN 2776-5571

DOI: 10.17467/mk.v20i2.434

Visual segera mengambil sikap untuk menjawab tantangan dunia kerja yang semakin maju dengan pergerakan teknologi yang semakin canggih saja.

DAFTAR PUSTAKA

Setiawan Agus. *Pencapaian Sense Of Design Dalam Perancangan Design Komunikasi Visual DKV 105-115. Jurnal Andharupa. Vol.02 No.02 Tahun 2016.*

Handinoto, Noor. 2014. "Perancangan Media promosi Green Oase Residence di Kota Semarang" Tugas Akhir. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro. "tipografi" dalam

<https://id.wikipedia.org/wiki/tipograf>

diakses pada tanggal 26 Juli 2020 Pukul 13.00

Wijaya, Priscilia Yunita. 1999. "Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual". *Jurnal Nirmana. Vol.1. No. 1 Januari 1999. Surabaya: Universitas Kristen Petra.*

Sujud Puji Nur Rahmad. *Transformasi Dokumen Komunikasi Visual Sampul Buku Digital Dalam Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Sosial Budaya Bidang Desain Komunikasi Visual. Jurnal Seni Rupa. Volume 10 Nomor 01 Januari-Juni 2021.*

Freddy H. Istanto. *Potensi Dan Kaidah Perancangan Situs-Web Sebagai Media Komunikasi Visual. Jurnal Nirmana. Vol. 3, No. 1, Januari 2001.*