

**SKRIPSI KARYA KOMUNIKASI: BUKU CERITA BERGAMBAR  
BERMUATAN NILAI-NILAI BUDAYA BUGIS  
(*SIPAKATAU, SIPAKAINGE*’, DAN *SIPAKALEBBI*)  
UNTUK ANAK JENJANG PRA-SEKOLAH**

**Oleh:**

**ANDI FENINDA AMALIA SYAHBANI  
(E31116510)**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2021**

**SKRIPSI KARYA KOMUNIKASI: BUKU CERITA BERGAMBAR  
BERMUATAN NILAI-NILAI BUDAYA BUGIS  
(SIPAKATAU, SIPAKAINGE', DAN SIPAKALEBBI)  
UNTUK ANAK JENJANG PRA-SEKOLAH**

**Oleh:**

**ANDI FENINDA AMALIA SYAHBANI  
(E31116510)**

*Skripsi sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Departemen Ilmu komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2021**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Skripsi Karya Komunikasi: Buku Cerita Bergambar Bermuatan Nilai-nilai Budaya Bugis (*Sipakatau*, *Sipakainge*’, dan *Sipakalebbi*) untuk Anak Jenjang Pra-Sekolah**

Nama Mahasiswa : **Andi Feninda Amalia Syahbani**

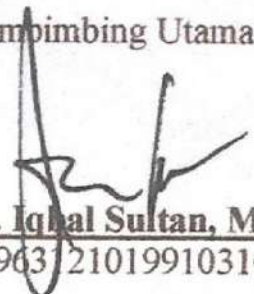
Nomor Pokok : **E31116510**

Makassar, 23 September 2021

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si.  
NIP. 196312101991031002

  
Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.  
NIP. 197402232001121002

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi  
Departemen Pendidikan, Kebudayaan, Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin  
Universitas Hasanuddin  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
  
Dr. Sudirman Karnay, M.Si.  
NIP. 196410021990021001

## HALAMAN PENGESAHAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk mengetahui sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Broadcasting*. Pada hari Selasa, Tanggal Dua Puluh Enam Oktober Tahun Dua Ribu Dua Puluh Satu.

Makassar, 10 November 2021

### TIM EVALUASI

**Ketua** : Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si.

(.....)

**Sekretaris** : Sartika Sari Wardanhy S.Sos., M.I.Kom.

(.....)

**Anggota** : 1. Dr. Sudirman Karnay, M.Si.

(.....)

2. Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si.

(.....)

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Feninda Amalia Syahbani

NIM : E31116510

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul :

**Buku Cerita Bergambar Bermuatan Nilai-nilai Budaya Bugis (*Sipakatau, Sipakainge', dan Sipakalebbi*) untuk Anak Jenjang Pra-Sekolah**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan orang lain dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya tulis saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia untuk menerima saksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 26 Oktober 2021

Yang menyatakan,



**Andi Feninda Amalia Syahbani**

## ABSTRAK

**ANDI FENINDA AMALIA SYAHBANI, E31116510. Buku Cerita Bergambar Bermuatan Nilai-nilai Budaya Bugis (*Sipakatau, Sipakainge', dan Sipakalebbi*) untuk Anak Jenjang Pra-Sekolah. (Dibimbing oleh M. Iqbal Sultan dan Alem Febri Sonni).**

Rendahnya minat baca serta memudarnya pengetahuan dan penerapan terkait nilai-nilai kemanusiaan yang tertuang dalam budaya Bugis (*sipakatau, sipakainge', sipakalebbi*) terus menurun dikarenakan banyak hal, salah satunya karena pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Melihat kondisi ini, pencipta karya melakukan perancangan buku cerita bergambar sebagai medium komunikasi visual dan pengenalan nilai budaya sebagai bahan pendidikan karakter dan meningkatkan literasi visual yang disegmentasikan kepada anak usia pra-sekolah.

Buku cerita bergambar ini berjudul “Petualangan Onding: Menenal *Sipakatau, Sipakainge', dan Sipakalebbi*”. Bercerita tentang seorang anak Bugis bernama Onding dan seekor kera endemik khas Sulawesi Selatan bernama Upe yang mengajak pembaca untuk berpetualang mengenal tiga nilai leluhur dari suku Bugis—*sipakatau, sipakainge', dan sipakalebbi*.

Metode penciptaan karya dilakukan secara bertahap dari proses pra-produksi, produksi, serta pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, dilakukan riset tentang nilai budaya Bugis. Teknik yang digunakan pada proses riset adalah observasi dan wawancara. Setelah itu, dilakukan proses produksi buku cerita bergambar; mulai dari *writing, drawing, coloring*, hingga *layouting*. Sebelum diterbitkan, dilakukan proses *concept testing* (uji coba) pada tahap pasca-produksi, menggunakan teknik *in-depth interview* kepada narasumber. Hasilnya, diketahui bahwa pesan dan nilai yang ingin disampaikan pencipta karya, baik secara visual maupun verbal dapat dipahami dengan baik—walau masih terdapat evaluasi minor. Hasil uji coba tersebut menjadi bahan evaluasi dan perbaikan karya sebelum di-*export* kembali dan dicetak oleh penerbit. Setelah itu, dilakukan teknik analisa karya secara objektif dan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT tersebut melahirkan strategi utama karya, yakni merancang buku cerita bergambar dengan mengangkat nilai budaya dari Suku Bugis menggunakan elemen visual dan faktor pendukung lain yang menarik perhatian anak maupun orang tua, sehingga dapat menjadi medium komunikasi visual yang edukatif namun juga menyenangkan.

**Kata Kunci:** *Sipakatau, sipakainge', & sipakalebbi*, komunikasi visual, anak pra-sekolah, buku cerita bergambar.

## ABSTRACT

**ANDI FENINDA AMALIA SYAHBANI, E31116510. Visual Storybook with Bugis Culture's Value (*Sipakatau*, *Sipakainge'*, and *Sipakalebbi*) for Pre-School Children. (Supervised by M. Iqbal Sultan and Alem Febri Sonni).**

The low interest in reading and the waning of knowledge and application related to human values contained in Bugis culture (*sipakatau*, *sipakainge'*, *sipakalebbi*) caused by many things, one of them is the rapid development of information and communication technology. Seeing this condition, the creator of the work designed a visual storybook as a medium of visual communication and introducing Bugis cultural values for character education and increasing visual literacy for pre-school age children.

The title of this visual storybook called “The Adventures of Onding: Learning *Sipakatau*, *Sipakalebbi'*, and *Sipakalebbi'*”. The story is about a Bugis boy named Onding and an endemic ape of South Sulawesi named Upe who invites the reader to having some adventures to know the three main values from Bugis—*sipakatau*, *sipakainge'*, and *sipakalebbi*.

The method of creating works are step by step from the pre-production, production, and post-production processes. On pre-production stage, research on Bugis cultural values was conducted with observation and interviews as technique research. After that, the visual storybook production process was carried out; starting from writing, drawing, coloring, to layouting. Before publication, we're doing some concept testing on the post-production stage, using in-depth interview techniques to informants. By the results, we known that the message and value the creator wants to convey, both visually and verbally, can be understood well—although there is still a minor evaluation. The results of the concept testing will be used as material for evaluation and improvement of the work before being re-exported and printed by the publisher. After that, an objective analysis of the work was carried out using the SWOT analysis method. The SWOT analysis resulting a main strategy of the work, that designing a picture story book by elevating the cultural values of the Bugis Tribe using visual elements and other supporting factors that attract the attention of children and parents, so that it can be a medium of visual communication that is educative but also fun.

**Keywords: *Sipakatau*, *sipakainge'*, & *sipakalebbi*, visual communication, pre-school children, visual storybook.**

## **KATA PENGANTAR**

**Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.**

Puji syukur kepada Allah SWT atas kehendak dan berkah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi karya ini dengan baik. Tak lupa dihaturkan salam dan shalawat kepada Rasulullah SAW beserta sahabatnya, sebagai penuntun segala—termasuk bidang keilmuan, suri tauladan hingga akhir zaman.

Skripsi karya ini merupakan tugas akhir dalam rangka penyelesaian studi program S1 Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin. Baik itu dalam proses penulisan skripsi maupun penciptaan karya, penulis tentu tidak lepas dari pihak-pihak yang telah banyak membantu—baik berupa ilmu, tenaga, serta doa dan semangat yang terus mengalir hingga hari ini.

Melalui kata pengantar, izinkan penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam serta rasa hormat sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, H. Andi Faisal Madjid, S.E dan Hj. Laila Qadaria yang sudah sabar menunggu dan tidak henti-hentinya mendukung serta mendoakan anak-anaknya untuk terus berlaku baik.
2. Pembimbing utama skripsi karya penulis, Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si. yang telah bersedia mengorbankan waktunya untuk membimbing dan memperkaya pengetahuan penulis selama pengerjaan skripsi karya ini.
3. Pembimbing akademik sekaligus pembimbing pendamping skripsi karya penulis, Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si. terima kasih banyak atas



pendampingannya sejak memasuki bangku kuliah hingga pengorbanan waktunya dalam membimbing hingga proses penyelesaian skripsi maupun karya yang telah dibuat.

4. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Dr. Sudirman Karnay, M.Si. dan Sekretaris Departemen, Nosakros Arya, S.Sos, M.I.Kom. beserta para dosen maupun staf. Terima kasih sebesar-besarnya karena telah memberikan ilmu pengetahuan serta banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
5. Prof. Dr. Armin Arsyad, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, beserta seluruh staf yang telah banyak membantu selama perkuliahan.
6. Rektor Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A yang telah menyambut penulis beserta ribuan mahasiswa angkatan 2016 dengan baik. Terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh civitas akademik Unhas yang telah banyak membantu penulis.
7. Abdi Mahesa, S.S. selaku budayawan muda yang sangat antusias dan terus membantu kelengkapan data penulis untuk penciptaan karya hingga akhir.
8. Narasumber penulis selama melakukan tahap uji coba karya (Kak Ikram, Kak Nunu, Kak Ama, dan Sobat lemINA) yang sudah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan masukan serta saran yang baik untuk karya penulis.

9. Seluruh penulis buku anak yang telah menghasilkan karya terbaiknya sehingga menjadikan penulis terinspirasi dan menjadi bahan referensi pengerjaan karya pada skripsi ini.
10. Teman-teman Polaris 2016 yang telah kebersamai penulis sejak memasuki bangku kuliah. Penulis banyak belajar dari kalian! <3
11. Kosmik (Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi) yang menjadi titik awal penulis mempelajari desain grafis dan komunikasi visual. Terima kasih banyak telah menjadi rumah dan tempat belajar yang menyenangkan.
12. Pengurus Kosmik 2019/2020—khususnya tim media (Fila, Cut, Rudi, Linda, Yahya). Terimakasih telah menerima penulis untuk bersama-sama belajar dan berkembang selama mengabdikan.
13. *So-bad* Broadcasting-ku yang sangat pemalas namun tetap belajar karena harus lulus kuliah. Semangatki' kerja skripsi!
14. Teruntuk sobat *Glowink* penulis: Eka Whit, Meimeinya Mail, Emak Silet, Rani pejuang cuan, Rasti menyusahan, Cece Linda kesayangan, Revyap pencari *cashback*, dan Onty Febby Spaghetti—serta sobat Forum Rumah Farhan: Dirga onta, Rudi centil, Yeye melaut, Irfan *hardworker boy*, Imoaww 911, Heril kuat, Mughiiits *Bunrang Frame*, Rifqi wibu, Farhan pakbal, Ketepas si sombong dan egois, serta Aidil tukang mageran. Terima kasih telah menjadi sahabat yang baik dan menyenangkan!
15. Kak Rahmat Zulfikar yang telah memberi ilmu serta masukan untuk penciptaan karya penulis.

16. Ethnica Studio dan Skena Wahana Kreatif, terima kasih telah menerima penulis untuk berkarya dan belajar bersama dalam dunia kerja. Terima kasih juga untuk orang-orang yang ada di dalamnya.
17. Sobat Pelita Raya: Kakak Agung, Kakak Adnan, Kakak Jung, Kakak Iman, dan Kakak Ari. Terima kasih telah menjadikan Pelita *city* menjadi tempat *self-healing* yang menyenangkan.
18. Kakak Wawan, terima kasih banyak telah menjadi teman dan kakak yang baik terhadap penulis serta teman-teman Polaris. Terima kasih telah menjadi pendengar serta menjadi konsultan terbaik dalam segala hal.
19. Kak Isul, Kak Ekal, Kak Iin, dan semua pihak yang menjadi konsultan penulis selama proses penyelesaian skripsi maupun karya yang telah dibuat.
20. Adek Boim, Ayeye, serta adik-adik *teamwork Gradient* 2019/2020 Kosmik. Terima kasih telah menjadi teman yang baik selama belajar di *Gradient!*
21. Taufik Syahrani, terima kasih karena menyebalkan namun tetap menemani serta membantu penulis dalam banyak hal. Tetaplah hidup seperti larry.
22. Untuk kucingku: Mini dan Beti, *playlist* Spotify-ku, cemilanku saat kerja skripsi: Jiwa *Toast*, *Smoothie Theory*, dan Martabak *Corner*. Terima kasih telah menjadi penyemangat penulis selama proses pengerjaan skripsi maupun karya ini.

23. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi karya ini. Terima kasih banyak atas bantuan dan semangatnya <3 *Salama ki pada to salama!*
24. .... *last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penyusunannya masih banyak kekurangan; baik dari penulisan skripsi maupun perancangan karya selama melaksanakan penelitian karena keterbatasan penulis. Penulis menyadari bahwa perancangan ini memerlukan penyempurnaan sehingga mengharapkan koreksi dan telaah secara berkelanjutan agar skripsi karya ini dapat menjadi lebih baik dan dapat dijadikan referensi kedepannya.

Akhir kata, semoga penulisan maupun rancangan skripsi karya ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang keilmuan komunikasi dan desain komunikasi visual.

**Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.**

Makassar, 21 September 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI KARYA KOMUNIKASI: BUKU CERITA BERGAMBAR BERMUATAN NILAI-NILAI BUDAYA BUGIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TIM EVALUASI...Error! Bookmark not defined.</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Ide Penciptaan.....</b>	<b>9</b>
<b>C. Tujuan dan Manfaat .....</b>	<b>13</b>
<b>D. Metode Penciptaan.....</b>	<b>14</b>
<b>E. Definisi Konseptual .....</b>	<b>19</b>
<b>F. Sistematika Penciptaan.....</b>	<b>20</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>23</b>
<b>A. Kajian Sumber Penciptaan .....</b>	<b>23</b>
<b>B. Landasan Teori.....</b>	<b>25</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENCIPTAAN KARYA .....</b>	<b>47</b>
<b>A. Deskripsi Karya.....</b>	<b>47</b>
<b>B. Perencanaan Konsep Kreatif &amp; Konsep Teknis .....</b>	<b>50</b>
<b>C. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>60</b>
<b>D. Objek Karya &amp; Analisa Objek .....</b>	<b>63</b>
<b>E. Perencanaan Jadwal Karya .....</b>	<b>64</b>
<b>BAB IV PEMBAHASAN &amp; IMPLEMENTASI KARYA .....</b>	<b>66</b>
<b>A. Pembahasan Karya .....</b>	<b>66</b>
<b>B. Analisa Karya .....</b>	<b>77</b>

<b>C. Laporan Pelaksanaan .....</b>	<b>81</b>
<b>D. Materi Pendukung .....</b>	<b>88</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>91</b>
<b>A. Rekomendasi.....</b>	<b>91</b>
<b>B. Evaluasi .....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Buku anak tentang Sulawesi Selatan di toko buku Gramedia .	11
Gambar 1. 2 Skema Penciptaan Karya.....	14
Gambar 2. 1 Poster perekrutan tentara pada PD II.....	38
Gambar 3. 1 Draft layout buku cerita bergambar.....	54
Gambar 4. 1 Contoh ilustrasi flat design .....	73
Gambar 4. 2 Ilustrasi buku cerita dengan konsep flat design .....	74
Gambar 4. 3 Typeface display yang digunakan pada buku cerita .....	75
Gambar 4. 4 Pembagian aspek pada lingkaran warna .....	76
Gambar 4. 5 Color Palette yang digunakan pada karya .....	76
Gambar 4. 6 Moodboard (tinjauan referensi) Buku Cerita Bergambar .....	89
Gambar 4. 7 Proses produksi/pengerjaan karya .....	89
Gambar 4. 8 Proses pengerjaan karya .....	90
Gambar 4. 9 Proses pengerjaan karya (2) .....	90

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b>	<b>Klasifikasi buku .....</b>	<b>16</b>
<b>Tabel 3. 1</b>	<b>Perencanaan Media .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 3. 2</b>	<b>Storyline .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 3. 3</b>	<b>Spesifikasi laptop .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 3. 4</b>	<b>Budgeting .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 3. 5</b>	<b>Timeline pengerjaan karya.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4. 1</b>	<b>Pembahasan isi buku .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4. 2</b>	<b>Analisis SWOT .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 4. 3</b>	<b>Narasumber concept testing .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 4. 4</b>	<b>Revisi karya.....</b>	<b>88</b>



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sejak lahir, manusia telah diwarisi suatu cara hidup yang berkembang dan akan terus dilanjutkan dari generasi ke generasi. Cara hidup tersebut terbentuk dari berbagai unsur, mulai dari hal yang rumit seperti sistem agama dan politik, kehidupan sosial, adat istiadat, bahasa, pakaian, bangunan, hingga karya seni.

Hal tersebut dikenal dengan budaya. Secara etimologi, budaya merupakan bentuk jamak dari bahasa Sanskerta *budhayah* yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budia atau akal). Budaya adalah sesuatu yang berkaitan mengenai budi dan akal manusia. Dalam bahasa Inggris, budaya seringkali disebut dengan *culture* dan bahasa Latin *colera*. Singkatnya, budaya adalah bentuk jamak dari kata budi dan daya yang berarti cinta, karsa, dan rasa.

Seperti peribahasa “dimana bumi dipijak, disitu langit dijunjung”, tiap tempat memiliki budayanya sendiri yang terus berkembang dan harus dihormati serta diakui oleh masyarakat. Setiap suku bangsa berusaha memberikan pembelajaran kepada generasinya yang bertujuan untuk melestarikan budaya mereka, dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya (Arhanuddin dkk, 2018). Di Indonesia, tiap suku ataupun daerah memiliki ciri khas sendiri yang menjadi identitas mereka, termasuk di suku Bugis, Sulawesi Selatan.

Suku Bugis merupakan salah satu suku tertua di Indonesia yang berasal dari rumpun keluarga besar Austronesia dan mendiami pulau bagian selatan di

Sulawesi. Suku Bugis berada pada peringkat ke-tujuh sebagai suku terbesar di Indonesia, dengan persentase lebih dari tiga juta orang, atau sekitar 2,69% dari populasi penduduk Indonesia (Sensus BPS, 2010). Ruang geografis suku Bugis tampak sangat luas sehingga mereka setidaknya dapat dijumpai dari ujung timur hingga ujung barat nusantara. Keberadaan suku Bugis di Indonesia menjadi suku yang menganut banyak prinsip dan nilai-nilai kedaerahan yang dijunjung tinggi oleh masyarakat setempat. Walaupun mereka terus menyesuaikan diri dengan keadaan sekitarnya, orang Bugis tetap mampu mempertahankan identitas “kebugisan” mereka. (Arhanuddin dkk, 2018)

Jika berbicara mengenai budaya, terdapat substansi yang bersifat abstrak dari segala macam ide dan gagasan manusia yang bermunculan di masyarakat; salah satu wujudnya adalah nilai. Nilai adalah sesuatu yang baik dan menjadi harapan serta cita-cita tiap orang yang memegangnya. Nilai ini dianggap penting sebab sesuatu dikatakan bernilai ketika memiliki kegunaan dan berharga. C. Kluchohn mengemukakan bahwa terdapat lima hal dasar yang menentukan orientasi nilai budaya manusia di dunia, yakni:

- a) Hakikat hidup manusia
- b) Hakikat karya manusia
- c) Hakikat waktu manusia
- d) Hakikat alam manusia
- e) Hakikat hubungan antarmanusia

Dalam nilai budaya suku Bugis, tentu terdapat prinsip yang bersentuhan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam pendidikan karakter. Prinsip suku Bugis

tersebut adalah *sipakatau*, *sipakainge'*, dan *sipakalebbi*. Ketiganya memiliki pengaruh positif untuk pembentukan kepribadian tiap individu.

Prinsip *sipakatau* berasal dari kata Bugis yang berarti memanusiakan manusia. Dalam kumpulan kitab Bugis, budaya *Sipakatau* mengandung 5 pegangan yang menyatakan bahwa:

“*Upasekko makketenning ri limaie akkateningeng: mammulanna, ri ada tongeng'e; maduanna, ri lempu'e; matellunna, ri getteng'e; maeppana, sipakatau'e; malimanna, mappesonae ri Dewata Seuwae.*”

Artinya yaitu: “Saya pesankan kamu pada kelima pegangan: pertama, pada kata benar; kedua, pada kejujuran; ketiga, pada keteguhan hati; keempat, pada saling menghargai/saling memanusiakan; kelima, berserah diri kepada Tuhan Yang Maha Esa.” (Mallombasi, 2012)

Konsep *sipakatau* mengandung berbagai dimensi dalam kehidupan masyarakat, terutama tentang bagaimana manusia berhubungan dalam berinteraksi dan dalam pergaulan sosial. Di dalamnya terdapat muatan nilai untuk saling menghargai, saling menyayangi, dan saling memuliakan satu sama lain. Hal tersebut dapat diterapkan dengan menghargai manusia satu sama lain tanpa memandang asal, warna kulit, agama, dan sejenisnya. Budaya *sipakatau* suku Bugis memiliki hubungan dengan nilai-nilai pendidikan karakter; yaitu nilai religius, toleransi, jujur, peduli sosial, dan menghargai prestasi.

*Sipakainge'* berasal dari kata Bugis yang berarti saling mengingatkan. Dalam ajaran orang Bugis terdahulu, *sipakainge'* memiliki dua karakteristik yang sangat penting, yaitu *warani* (keberanian) dan *arung* (pemimpin). *Warani* menuntun

manusia untuk bersikap tegas dan memiliki keberanian yang kuat ketika menyampaikan pendapat, baik itu berupa kritik ataupun saran yang dapat mengingatkan satu sama lain. Sedangkan *arung* lebih kepada bagaimana sikap manusia untuk siap menerima kritik ataupun saran itu dengan segala kerendahan hati. Penerapan nilai *sipakainge*’ bertujuan untuk mengingatkan agar tiap individu terhindar dari perbuatan menyimpang.

Sedangkan *sipakalebbi* dalam bahasa Bugis memiliki arti saling memuliakan, saling mengasihi, dan membantu. *Sipakalebbi* lebih mengajarkan kepada manusia untuk menciptakan suasana kekeluargaan, sederhana memberikan pujian, memiliki rasa kepedulian, memberikan penghargaan kepada orang lain atas usaha atau prestasinya, menghargai hasil karya orang lain, serta tidak merendahkan orang lain karena status sosialnya, juga saling membantu satu sama lain tanpa memandang perbedaan-perbedaan yang ada (Tanjung, 2019).

Ketiga nilai ini sangat penting untuk ditransformasikan oleh masyarakat, khususnya pada anak usia pra-sekolah. Sebab, budaya ini penting untuk dilestarikan sebagai upaya efektif untuk mencegah seseorang berbuat sesuatu yang menyimpang. Terlebih lagi, adanya arus globalisasi serta pesatnya kecepatan dalam menerima informasi menjadi tantangan besar untuk terus melestarikan dan menjaga budaya turun-temurun dari leluhur di setiap daerah di Indonesia, termasuk ketiga nilai di atas.

Pelestarian budaya tersebut dapat dilakukan dengan pelbagai cara, salah satunya melalui pendidikan literasi. Sulbzy (1986) dalam Anggraini (2016:264) mengartikan literasi sebagai kemampuan untuk membaca dan menulis. Dalam

pengertian yang lebih luas, literasi meliputi kemampuan berbahasa (menyimak, berbicara, membaca, dan menulis) serta kemampuan untuk berpikir.

Literasi adalah istilah umum yang merujuk kepada seperangkat kemampuan dan keterampilan individu dalam menangkap pesan melalui aktivitas membaca, menulis, berbicara, serta menghitung sebagai langkah untuk memecahkan masalah pada tingkat keahlian tertentu yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Literasi menjadi senjata penting untuk menjaga budaya setempat karena selain mempengaruhi karakter, secara tidak langsung juga sangat penting dalam proses pembangunan.

Literasi visual merupakan salah satu jenis literasi yang patut dicoba sebagai salah satu cara untuk melestarikan budaya, khususnya untuk anak usia dini. *Visual literacy*/literasi visual adalah kemampuan untuk menginterpretasi dan memberi makna dari sebuah informasi yang berbentuk gambar atau visual. Menurut Sidhartani (2016), literasi visual merupakan kemampuan dalam menginterpretasikan pesan visual dan mengaplikasikan pemahaman tersebut untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan lingkungannya. Pada dasarnya, konsep literasi visual sama seperti literasi pada umumnya—namun literasi visual menginformasikan sesuatu dengan membaca dan memahami gambar atau *text visual* (Dini, 2020). Literasi visual berusaha menjelaskan bagaimana manusia melihat objek atau benda lalu menginterpretasi dan apa yang dipelajari dari pembacaan itu.

Literasi visual memiliki berbagai jenis, bisa melalui medium yang bersifat dinamis seperti film/video animasi, ataupun yang bersifat statis seperti foto,

ilustrasi, maupun buku cerita bergambar. Penggunaan medium tersebut lebih mudah dipahami dan dimengerti oleh anak karena bisa dengan cepat ditangkap oleh indra. Nurannisaa (2017) mengemukakan bahwa anak perlu memiliki kemampuan dalam membaca dan menulis pesan dalam bentuk visual sehingga anak memiliki kemampuan untuk menafsirkan, mengenali, menghargai, dan memahami informasi yang disajikan melalui tindakan, objek, dan simbol yang terlihat, alami, atau buatan manusia. Selain itu, menurut Callow (dalam Emanuel, dkk., 2013) juga menuliskan bahwa literasi visual dapat meningkatkan kemampuan anak peka terhadap lingkungannya. Literasi visual memiliki pengaruh yang besar dalam interaksi manusia dengan lingkungannya.

Dewasa ini, memberikan pemahaman mengenai nilai-nilai budaya melalui buku cerita bergambar (misal: buku dongeng) sebagai salah satu bentuk dari literasi visual sudah jarang dilakukan, khususnya di perkotaan. Era yang serba digital dan serba praktis menjadi salah satu dari pelbagai rintangan dalam meningkatkan tingkat literasi anak, khususnya usia dini. Pasalnya, orang tua yang sibuk serta menjadikan teknologi sebagai pengganti pembelajaran menjadi indikator utama memudarnya proses transformasi nilai melalui buku cerita/dongeng.

Riset yang dilakukan oleh *tirto.id* pada 2018 terkait dongeng menyebutkan bahwa alasan lain tidak mendongeng karena responden merasa sudah ada teknologi seperti internet yang dapat berfungsi sebagai medium dongeng—dengan presentase sebanyak 17,54 persen. Melihat hal ini, dapat diasumsikan bahwa pemanfaatan teknologi dapat menggeser peran orangtua sebagai pendongeng. Hal

ini mungkin terjadi terlebih bila orangtua beralasan tak punya waktu—seperti pernyataan 13,16 persen responden.

Selain itu, berdasarkan sumber dari Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Kominfo menyatakan bahwa perilaku masyarakat yang menggunakan internet di Indonesia untuk akses media sosial ternyata paling tinggi, yakni sebesar 64 persen. Dari presentasi tersebut, para pengguna saat ini masih didominasi dengan pemakaian aplikasi *game* dengan presentase 45 persen, 12 persen untuk keperluan sosial, 9 persen untuk alat bantu, 9 persen untuk fotografi, 6 persen untuk musik, 3 persen untuk keterampilan, sedangkan untuk menambah ilmu pengetahuan hanya sebesar 2 persen.

Hal ini menjadi salah satu alasan yang mengakibatkan minat baca anak-anak di Indonesia semakin menurun. Selain kurangnya pembiasaan untuk gemar membaca, terdapat penelitian Programme for International Student Assessment (PISA) 2012 yang menempatkan Indonesia di urutan ke 60 dari 65 negara peserta. Tidak hanya itu, penelitian yang dilakukan oleh UNESCO pada 2012 menyimpulkan bahwa angka minat baca di Indonesia sangat memprihatinkan yakni 0,001; yang artinya hanya ada 1 dari 1.000 orang penduduk Indonesia yang memiliki minat baca. Survey hasil penelitian Central Connecticut State University pada bulan Maret 2016 juga menyebutkan posisi Indonesia terkait minat baca berada di 60 dari 61 negara yang disurvei. Di kota Makassar sendiri, presentase angka budaya baca berdasarkan survey Independen Tri Tunggal Sejaya pada tahun 2015 masih tergolong sangat rendah, yakni sebesar 39,49 persen.

Dalam memberikan pengetahuan dan mewujudkan pendidikan melalui literasi visual, buku cerita bergambar dapat menjadi salah satu cara untuk membiasakan anak-anak membaca sejak dini. Selain itu, medium ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman serta nilai-nilai budaya kepada anak tanpa harus bersifat menggurui. Buku bergambar dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan kecerdasan moral anak usia prasekolah. Sebab, dari sisi imajinasi, anak-anak yang sering mendengar cerita akan lebih aktif merespon melihat situasi, lebih aktif dengan banyak bertanya, dan lebih imajinatif. Sedangkan anak yang dibacakan cerita dari buku juga akan memiliki kosakata bahasa yang lebih banyak.

Terdapat penelitian yang serupa yang dilakukan oleh Dirgahayu,dkk (2019), yakni: “Pembuatan Hologram Dongeng 3S (*Sipakainge*’, *Sipakatau*, *Sipakalebbi*) sebagai Media Pembelajaran tentang Nilai-nilai Budaya”. Penelitian ini menyoar siswa kelas IV SD sebagai langkah untuk mewujudkan revolusi industri 4.0. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan data sekunder, serta fokus pada penggunaan medium hologram dongeng dalam penyampaian pesan tentang nilai-nilai budaya suku Bugis.

Melihat hal tersebut, sehingga dirasa perlu untuk membuat sebuah karya edukasi dengan medium lain—yang berbentuk buku cerita bergambar sebagai salah satu langkah untuk menggalakkan minat baca melalui literasi visual. Karya tersebut bermuatan nilai-nilai budaya sehingga pelestarian budaya leluhur dapat terus dilakukan; bersamaan dengan pemahaman moral dan pendidikan. Berdasarkan hal ini, pencipta karya mengambil judul:



**“Karya Komunikasi: Buku Cerita Bergambar Bermuatan Nilai-nilai dalam  
Budaya Bugis (*Sipakatau, Sipakainge’, dan Sipakalebbi*)  
untuk Anak Jenjang Pra-Sekolah”**

**B. Rumusan Ide Penciptaan**

Rendahnya minat baca serta memudarnya pengetahuan dan penerapan terkait nilai-nilai kemanusiaan yang tertuang dalam budaya Bugis (*sipakatau, sipakainge’, sipakalebbi*) terus menurun dikarenakan banyak hal, salah satunya karena pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dari berbagai survei dan lembaga penelitian, tingkat literasi di Indonesia sangat tertinggal jauh dibanding dengan negara-negara lain—termasuk negara di kawasan Asia Tenggara. Padahal, memberikan pembelajaran serta transformasi nilai terlebih di jenjang pra-sekolah adalah hal yang penting; Mengingat usia tersebut merupakan tahapan dimana anak meniru dan belajar pertamakali.

Memberi bacaan berupa buku cerita, buku dongeng, dan sejenisnya sudah sangat jarang dilakukan oleh beberapa kalangan, padahal hal tersebut dengan budaya baca tidak dapat dipisahkan dari sebuah proses pembelajaran karena melahirkan kebiasaan membaca dan menulis yang baik.

Walau hari ini orang tua dimudahkan dengan menjamurnya *e-book* cerita anak, penggunaan buku cetak tetap diyakini lebih bermanfaat yang lebih banyak untuk anak-anak. Penelitian yang dipublikasikan pada Jurnal Pediatrics melibatkan 37 orang tua dan anak balitanya yang membaca tiga jenis format buku, *e-book* dengan efek suara dan animasi, *e-book* biasa, dan buku cetak. Hasilnya,

orang tua mengungkapkan lebih banyak keterlibatan saat membaca buku cetak. Balita juga lebih banyak bercerita tentang buku cetak. Mereka juga menunjukkan lebih banyak tanda-tanda ikatan non verbal pada orang tua.

Buku cerita bergambar dalam bentuk buku cetak dapat menjadi salah satu alternatif untuk menunjang literasi visual anak di usia dini, yakni penyampaian pesan melalui gambar yang dapat berperan penting dalam menunjang kemampuan akademik anak, mengembangkan imajinasi, melestarikan budaya, semangat kebersamaan, hingga wujudkan keakraban di tengah-tengah keluarga dan masyarakat sekalipun. Melihat adanya fenomena ini, akhirnya memberikan inspirasi kepada pembuat karya untuk membuat buku cerita bergambar dengan memuat nilai-nilai budaya Bugis yang selama ini turun temurun diberikan dari leluhur, yakni *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebbi*.

Muatan nilai-nilai budaya Bugis dipilih sebagai isi cerita sebab distribusi tentang nilai ini mulai memudar di masyarakat, utamanya anak usia pra-sekolah. Padahal, medium buku cerita bergambar dapat menjadi alternatif untuk penyampaian nilai tersebut.

Di beberapa toko buku di Kota Makassar, buku cerita bergambar untuk anak memang masih sangat banyak diperjual-belikan. Hal ini sejalan dengan rilisan yang dikeluarkan IKAPI terkait penjualan buku anak di Gramedia, toko buku terbesar di Indonesia pada tahun 2014 mencapai 10,1 persen—presentase terbesar dibanding jenis buku lain.

Sayangnya, sekali lagi, buku-buku anak yang didistribusikan mayoritasnya bersifat pengetahuan dasar ataupun dongeng universal. Beberapa buku cerita yang

ditemukan lebih membahas ciri khas ataupun jenis hewan pada suatu provinsi dengan penulisan cerita yang sangat singkat. Di Toko Buku Gramedia Makassar, hampir tidak ditemukan buku cerita anak yang membahas budaya suatu daerah, apalagi yang secara spesifik membahas nilai budaya Suku Bugis.



**Gambar 1. 1 Buku anak tentang Sulawesi Selatan di toko buku Gramedia**

Buku cerita bergambar biasanya tidak hanya memuat tulisan, tetapi juga ilustrasi atau gambar sebagai medium untuk menyampaikan pesan kepada pembacanya. Menurut para ahli komunikasi, delapan puluh persen kegiatan manusia dalam mendapatkan informasi diperoleh melalui indera penglihatan (visual). Plato menuliskan bahwa bahasa visual merupakan bahasa universal yang tidak terintangi oleh perbedaan makna kata-kata dari beragam bahasa yang ada di dunia, yang berarti bahasa visual mempunyai arti yang sama untuk setiap orang yang menerimanya (Eko Budi Prasetyo, 2006).

Konsep visual ini dapat dijelaskan dengan rangsangan yang mengenai indera penglihatan, dengan efektivitas sejumlah indera untuk menerima rangsangan sebagai berikut: indera penglihatan sebesar 83%, indera pendengaran 11%, indera penciuman sebesar 3,5%, indera peraba sebesar 1,5%, serta indera perasa sebesar

1%. (Murti Kusuma Wirasti & Sungkono, 1999). Besar persentase efektivitas indera penglihatan berdasarkan informasi ini tergolong cukup signifikan, sehingga komunikasi visual berpotensi besar dalam meningkatkan kualitas pembelajaran; sebagai suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan simbol-simbol atau lambang-lambang visual (Ahyani & Kudus, 2010).

Pembuatan buku bergambar yang juga merupakan salah satu medium desain komunikasi dalam bentuk visual menjadi hal yang kreatif serta inovatif untuk memberikan pemahaman tentang nilai-nilai yang berkembang di masyarakat. Tinarbuko (2009:6) menuliskan bahwa desain komunikasi visual merupakan representasi sosial budaya masyarakat dan menjadi salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud produk dari nilai-nilai yang berlaku pada kurun waktu tertentu. Penciptaan karya ini diharapkan dapat mengungkapkan penggambaran karakter budaya Bugis, melalui visual yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada serta dapat menawarkan ruang kebebasan bagi individualitas namun tetap mengedepankan objektivitas, memuat nilai-nilai toleransi, serta memberikan opini yang progresif.

Perancangan buku cerita bergambar dipilih sebagai bentuk penyampaian pesan mengenai nilai budaya Bugis dalam bentuk ilustrasi (komunikasi visual) karena selain meningkatkan kebiasaan membaca melalui literasi visual pada anak usia dini, hal ini juga dapat meningkatkan kecerdasan moral anak di usia pra sekolah hingga 34% (Putri, 2017) sehingga secara sadar anak dapat memahami

dan mengaplikasikan nilai-nilai dari budaya Bugis tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

#### **a. Tujuan Umum**

Tujuan umum dari pembuatan karya komunikasi ini adalah untuk memberikan edukasi serta transformasi nilai-nilai budaya suku Bugis (*sipakatau*, *sipakainge*’, dan *sipakalebbi*) kepada anak usia dini.

#### **b. Tujuan Khusus**

Tujuan khusus dari pembuatan skripsi karya ini adalah untuk memenuhi syarat meraih gelar sarjana pada Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.

### **2. Manfaat**

#### **a. Manfaat teoritis**

- 1) Sebagai bahan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi visual; juga sebagai motivasi untuk mengajak Mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk berkarya.
- 2) Sebagai bahan informasi untuk mempelajari dan memahami ilustrasi dan komunikasi visual, khususnya untuk anak-anak usia dini.

#### **b. Manfaat Praktis**

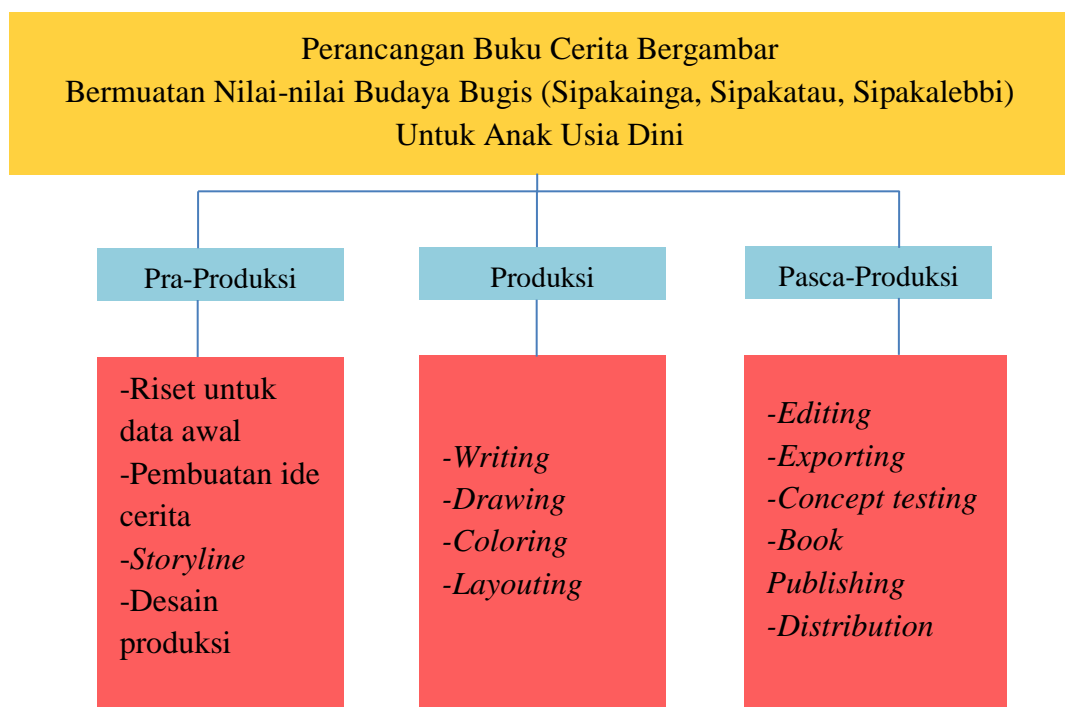
- 1) Sebagai sarana penerapan ilmu—baik itu ilmu teori maupun

terapan yang telah didapatkan di bangku kuliah.

- 2) Sebagai bahan rujukan bagi kalangan mahasiswa dan umum yang akan membuat karya yang berisi edukasi dalam bentuk buku cerita bergambar (komunikasi visual) dan karya komunikasi jangka panjang. Karya ini memberikan nuansa baru dalam penyelenggaraan pendidikan bagi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.

#### D. Metode Penciptaan

Adapun metode yang akan digunakan dalam perancangan buku cerita bergambar yang bermuatan nilai-nilai *sipakatau*, *sipakainga*, dan *sipaklebbi* adalah:



**Gambar 1. 2 Skema Penciptaan Karya**

## 1. Pra-Produksi

Proses pra-produksi merupakan tahapan persiapan—dan merupakan tahapan paling penting dalam proses pembuatan sebuah karya. Karya (yang dalam hal ini adalah buku cerita bergambar) dapat dihasilkan dengan baik jika persiapannya matang dan berjalan sesuai rencana. Berikut hal-hal yang dilakukan ketika proses pra-produksi:

### a. Riset

Yakni melakukan pencarian data serta kajian literatur terkait nilai budaya Bugis; *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipaklebbi* sebagai landasan utama karya yang akan dibuat.

### b. Pembuatan ide cerita

Yaitu proses pembuatan cerita setelah melakukan pembacaan dan mencari referensi terhadap kisah maupun cerita-cerita anak yang sudah ada sebelumnya—baik itu melalui literatur, internet, dan lain-lain yang berasal dari Sulawesi Selatan yang mengandung nilai-nilai budaya Bugis. Proses ini mulanya akan dibuat kerangka/garis besar cerita, lalu dirangkaikan menjadi satu kesatuan isi buku.

### c. *Storyline (dummy)*

Yakni penulisan alur cerita yang dimulai dari pengenalan tokoh, tahap memasuki konflik (pesan utama yang ingin disampaikan), hingga penutup cerita.

#### d. Desain produksi

Konsep perencanaan yang dibuat sebelum proses produksi dilaksanakan. Hal ini merupakan tahap untuk memastikan kesiapan segala sesuatu yang berhubungan dengan produksi cerita maupun ilustrasi. Adapun desain produksi terkait karya yang akan dibuat adalah sebagai berikut:

- 1) Mempersiapkan peralatan produksi seperti laptop, *pen tablet* dan kelengkapannya, dan sebagainya.
- 2) Penentuan klasifikasi buku, yakni deskripsi tentang detail isi buku dengan rincian sebagai berikut:

Berat	<b>100 gram</b>
Dimensi	<b>19x19 cm</b>
Halaman	<b>24 halaman</b>
Jenis Cover	<b><i>Hard cover</i></b>
Jenis Isi Buku	<b><i>Art Paper</i></b>

***Tabel 1. 1 Klasifikasi buku***

- 3) Penyusunan anggaran, akomodasi, dan biaya yang tidak terduga lainnya.

## 2. Produksi

Tahap produksi merupakan kelanjutan dari pra produksi, dimana rancangan yang sudah dibuat saat proses pra produksi akan dilaksanakan di tahap ini. Beberapa kegiatan yang akan dilakukan dalam proses produksi antara lain:



**a. Writing**

Yakni penulisan cerita. Setelah menemukan ide cerita serta pembuatan kerangka cerita secara garis besar, cerita lalu ditulis dengan gaya bahasa yang sesuai dengan segmentasinya, yakni anak-anak.

**b. Drawing**

Yaitu proses menggambar ilustrasi (visualisasi) dari cerita yang sudah ditulis. Proses *drawing* ini dilakukan menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator*. Pada tahap ini, penulis menggunakan teknik ilustrasi *vector* untuk penggambaran ilustrasi, dengan pembawaan yang ramah untuk tiap karakter.

**c. Coloring**

Tahap pewarnaan ilustrasi yang sudah digambar sebelumnya—dengan menggunakan aplikasi yang sama, yakni *Adobe Illustrator*. Tahap ini merupakan salah satu tahap penting karena pemilihan warna juga berfungsi untuk menyampaikan pesan tertentu. Warna yang digunakan untuk *coloring* nantinya menggunakan warna-warna primer, sekunder, dan tersier—dengan pemilihan warna yang cerah.

**d. Layouting**

Setelah isi cerita dan ilustrasi telah ada, maka akan dilakukan penempatan gambar maupun cerita di tiap-tiap halaman sesuai dengan tata letak yang telah diatur dalam *dummy*.

### 3. Pasca-Produksi

Pasca Produksi merupakan segala kegiatan yang dilakukan berkaitan dengan buku cerita bergambar setelah tahap produksi, mulai dari penyuntingan gambar sampai distribusi buku.

#### a. *Editing*

Setelah proses *writing*, *drawing*, *coloring*, serta *layouting* selesai dilakukan, maka masuklah pada tahap *editing*. Hal yang dilakukan pada tahap ini adalah melihat kembali ilustrasi serta cerita yang sudah diatur dan menyuntingnya ketika masih ada yang harus dibenahi. Selain itu, ilustrasi yang sudah ada dapat ditambahkan dengan elemen/background tertentu untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

#### b. *Exporting*

Yakni tahapan yang berguna untuk mengubah atau menerbitkan buku pada software untuk mendapatkan hasilnya dalam format file tertentu.

#### c. *Concept Testing*

Tahap pengumpulan data berupa uji coba kelayakan karya sebelum karya yang telah dibuat layak cetak dan dipublikasikan untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk evaluasi terkait karya.

#### d. *Book Publishing*

Yakni tahapan dimana setelah file buku telah ada dalam formatnya (.pdf), dilakukan proses pencetakan berbentuk fisik sehingga dapat diarsipkan dan digunakan. Pada proses ini, buku juga diberi nomor ISBN (*International Standar Book Number*) oleh penerbit.

#### **e. *Distribution***

Setelah karya buku cerita bergambar selesai dibuat, dilakukanlah proses distribusi atau penyebaran buku yang telah dibuat dan disaksikan oleh khalayak ramai dengan harapan pesan yang dikonstruksi oleh pencipta karya mampu diterima oleh pembaca.

### **E. Definisi Konseptual**

1. Budaya adalah tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, dan diwariskan dari generasi ke generasi, melalui usaha individu dan kelompok.
2. Nilai adalah sesuatu yang dapat dianggap baik dan berharga untuk dikehendaki manusia.
3. Buku cerita bergambar adalah kumpulan kertas yang disatukan dan memuat suatu/banyak cerita dan disertai dengan bentuk visualiasi dari isi cerita yang ada didalamnya.
4. Desain komunikasi visual adalah proses penyampaian pesan dan informasi dari komunikator ke komunikan (pembaca) dengan menggunakan media penggambaran—menggombinasikan elemen-elemen visual seperti gambar, ilustrasi, tipografi, warna, *layout*, serta5 desain grafis untuk ditangkap pesannya oleh indera, khususnya indera penglihatan melalui bantuan teknologi.

5. Literasi visual adalah kemampuan seseorang dalam memahami makna dan pesan yang dikomunikasikan melalui pemanfaatan objek dan gambar yang ditangkap melalui indera penglihatan.
6. Suku Bugis adalah salah satu suku di Indonesia yang terletak di provinsi Sulawesi Selatan.
7. *Sipakatau* (saling menghargai), *sipakainge'* (saling mengingatkan), dan *sipakalebbi* (saling memuliakan) adalah salah satu nilai yang dipegang teguh oleh masyarakat suku Bugis dalam menjalani kehidupan.
8. Anak usia pra-sekolah adalah kategori anak dengan karakteristik usia 3-6 tahun. Pada periode ini, anak mulai mengembangkan rasa ingin tahunya, dan mampu berkomunikasi dengan lebih baik.

## **F. Sistematika Penciptaan**

### **a. Gambaran Umum (Sinopsis)**

Buku cerita bergambar ini bercerita tentang seorang anak laki-laki asal Bugis bernama Onding. Suatu pagi, ia bertemu sahabatnya, seekor kera Macaca Maura yang bernama Upe. Upe mengajaknya berpetualang di hutan. Sesampainya di hutan, Upe memperkenalkan tiga nilai suku Bugis kepada Onding, yakni *sipakatau*, *sipakainge'*, dan *sipakalebbi*.

### **b. Tim Pembuatan Karya**

Dalam pembuatannya, terdapat tim redaksi atau orang-orang yang dipilih untuk membantu terciptanya ilustrasi-ilustrasi yang nantinya akan tergabung dalam buku cerita bergambar. Tim perancangan buku ini terdiri dari:

- a) Supervisor (Pembimbing) dosen atau pengajar yang mengani atau memberikan pengarahan dalam produksi (pengerjaan proposal/skripsi)
- b) Penulis cerita, yakni orang yang bertanggung jawab untuk menulis dan merangkai cerita untuk buku cerita bergambar.
- c) Ilustrator, yakni orang yang bertugas untuk membuat aset visual (dalam hal ini gambar) yang kemudian akan disatukan dalam buku bersama dengan ceritanya.
- d) Editor, yakni orang yang memiliki tanggung jawab untuk menyusun keseluruhan tulisan dan ilustrasi yang nantinya akan disatukan dan membentuk sebuah buku cerita bergambar.

**c. Teknik Pembuatan Karya**

a) Pra—Produksi

Tahap ini merupakan proses persiapan yang dilakukan sebelum melakukan proses produksi buku cerita bergambar. Tahap pra produksi ini terdiri dari:

- 1) Kajian Literatur, pada tahap ini akan dilakukan pengkajian tentang nilai-nilai kebudayaan Bugis yang sangat dihargai, yakni *sipakatau*, *sipakainge'*, dan *sipakalebbi*.
- 2) *Storyboard (dummy)*, yakni pembuatan urutan gambar dari setiap cerita yang jelas, baik penggambaran objek serta perilakunya.

b) Produksi

Tahap produksi adalah proses dimana dibuatnya isi dari buku cerita bergambar tersebut. Produksi ini meliputi tahapan sebagai berikut:

- 1) Perancangan *layout*, yakni pengaturan tata letak gambar serta isi tulisan/cerita dalam buku. Layout mengandung informasi visual yang berupa sketsa atau gambaran yang lebih detail terkait ilustrasi yang akan dibuat.
  - 2) *Illustration*, yakni tahap dimana ilustrator mulai menggambarakan sebuah ilustrasi yang sesuai dengan tulisan/cerita.
  - 3) *Exporting*, Ini adalah proses yang mengakhiri tahap produksi, yang berguna untuk mengubah atau menerbitkan project buku pada software untuk mendapatkan hasilnya dalam format file tertentu.
- c) Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap *finishing* terakhir yang dilakukan setelah produksi selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti penyuntingan kembali baik sebelum maupun setelah *concept testing*, penambahan *background* dalam ilustrasi, dan penambahan elemen-elemen jika diperlukan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Sumber Penciptaan**

Proses pengkajian sumber penciptaan berisi tentang hasil tinjauan pencipta karya terkait beberapa karya pencipta lain yang serupa, sebagai referensi untuk penulisan serta pembuatan skripsi karya. Terdapat beberapa skripsi karya yang telah dikaji, dan penulis memilih dua skripsi karya serupa untuk referensi lanjutan.

##### **1. Perancangan Buku Cerita Bergambar “The Adventure of Ara” (Ridha Utami, Universitas Negeri Padang, 2020)**

Buku cerita bergambar “The Adventure of Ara” dirancang sebagai media edukatif dan komunikatif untuk menyampaikan pesan serta nilai-nilai tanggung jawab kepada anak usia 5-7 tahun. Melalui cerita “The Adventure of Ara”, diharapkan orang tua dapat membimbing anaknya agar mampu memahami rasa tanggung jawab dan berperilaku baik dalam lingkungan sosial maupun keluarga.

Metode yang digunakan adalah metode *glass box* (metode berpikir rasional dan obyektif) serta penerapan 5W+1H sebagai metode analisis data. Dalam proses perancangan buku cerita, pencipta karya menggunakan aplikasi digital *Paint tool SAI* serta *Adobe Photoshop CC* untuk proses *layouting*.

Pencipta karya memilih skripsi ini sebagai acuan untuk referensi sebab adanya metode serupa pada proses perancangan, yakni penggunaan aplikasi digital untuk pembuatan buku cerita bergambar sebagai medium utama. Pengembangan cerita yang memuat nilai-nilai pendidikan karakter (rasa

tanggung jawab) juga serupa dengan skripsi karya ini, mengingat nilai yang ingin disampaikan kepada para pembaca adalah nilai-nilai pendidikan karakter Bugis (*sipakatau*, *sipakainge*’, dan *sipakalebbi*).

## **2. Perancangan Buku Cerita Bergambar Fabel ‘Kasiapa Kepuh Dan Gagak’ Sebagai Sarana Sosialisasi Karmaphala Oleh Sanggar Kukuruyuk Pada Anak-Anak Di Bali (Magdalena Kinasih, Institut Seni Indonesia Denpasar, 2018)**

Perancangan buku cerita bergambar “Kasiapa Kepuh dan Gagak” dibuat dengan latar belakang minimnya pengetahuan anak-anak di Bali tentang salah satu hukum adat di sana, yakni hukum karmaphala. Pesatnya penggunaan *gadget* yang tidak mengenal usia juga menjadi salah satu alasan mengapa perancangan buku tersebut diperlukan sebagai pengenalan cerita budaya melalui komunikasi visual. Metode yang digunakan untuk perancangan buku cerita tersebut adalah wawancara serta kajian literatur.

Skripsi karya ini dipilih sebagai tinjauan referensi dengan pertimbangan adanya persamaan medium yang digunakan—buku cerita bergambar, serta jenis cerita fabel; yakni penokohan yang tidak hanya menggunakan karakter manusia, tetapi juga hewan sebagai karakter utama.



## **B. Landasan Teori**

### **1. Komunikasi**

#### **a. Pengertian Komunikasi**

Pada awal 1950-an di Palo, California, berbagai peneliti dengan beragam latar belakang menelaah pendekatan komunikasi manusia. Melalui penelitian itu, seluruh makalah ataupun jurnal yang dihasilkan menghasilkan satu simpulan yang kuat, ‘manusia tidak dapat tidak berkomunikasi’.

Hakikatnya, manusia memang akan selalu melakukan komunikasi. Bahkan saat bertemu dan tidak mengucapkan apapun, komunikasi tetap ada melalui perilaku. Delia (1987) mencatat bahwa sebenarnya studi sains tentang komunikasi manusia sudah di mulai sekitar 1930-an di Amerika Serikat. Hingga akhir tahun 1940 komunikasi belum juga muncul sebagai disiplin akademik tersendiri, namun pada 1947 Universitas Ilionis akhirnya mendirikan *institute of communications research*.

Hingga hari ini, komunikasi terus berkembang dalam berbagai bidang—mulai dari lingkungan ilmu sosial, jumlah lembaga pers yang semakin pesat, serta peningkatan kesadaran masyarakat akan peranan media komunikasi. (Ahmad Sultra, dkk. 2017)

Bersamaan dengan itu, definisi tentang komunikasi juga sangat banyak dilahirkan oleh para ahli. Pada 1976 pun, sudah terdapat 126 definisi komunikasi yang muncul, berdasar pada latar belakang dan

perspektif yang berbeda. Cherry dalam Stuart, 1983 menyimpulkan bahwa istilah tentang komunikasi berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangunnya antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari bahasa latin *communico* yang artinya membagi. (Hafied Cangara, 2015)

Singkatnya, Harold D. Laswell menerangkan bahwa tindakan komunikasi menjadi langkah untuk menjawab pertanyaan terkait **‘siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran seperti apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya’**.

#### **b. Unsur Komunikasi**

Sama halnya pengetahuan lain, komunikasi juga memiliki unsur sederhana dalam keberlangsungan prosesnya. Unsur-unsur ini berkembang dari waktu ke waktu, melihat bahwa terdapat elemen penting yang seharusnya ditambahkan dalam unsur komunikasi. Mulai dari Aristoteles dalam buku *Rhetorica*, yang menyebutkan unsur utama komunikasi adalah siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, lalu siapa yang mendengarkan. Namun, seiring waktu, David K. Berlo (1960) menyebutkan bahwa formula komunikasi adalah SCMR (*Source, Message, Channel, & Receiver*).

Pada perkembangannya, terdapat pandangan dari Joseph D. Vito, K. Sereno, serta Erika Vora yang menilai bahwa faktor lingkungan juga menjadi salah satu unsur penting dalam komunikasi.

Philip Kotler dalam bukunya, *Marketing Management*, berdasarkan paradigma Harold Lasswell menggambarkan bahwa secara garis besar, komunikasi setidaknya memiliki unsur sebagai berikut:

- 1) *Sender* (komunikator), unsur yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- 2) *Encoding* (penyandian), yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk simbol/lambang tertentu.
- 3) *Message* (pesan), seperangkat simbol yang mempunyai makna yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
- 4) *Media*, saluran komunikasi tempat berjalannya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- 5) *Decoding*, proses saat komunikator menyampaikan makna pada pesan yang ditetapkan komunikan.
- 6) *Receiver* (penerima), merupakan seorang komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- 7) *Response*, unsur yang berisi sebuah tanggapan atau reaksi dari komunikan setelah menerima pesan.
- 8) *Feedback*, merupakan sebuah umpan balik yang diterima komunikator dari komunikan.
- 9) *Noise*, gangguan yang tidak direncanakan namun terjadi selama proses komunikasi dan menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator.

## 2. Desain Komunikasi Visual

### a. Sejarah Desain Komunikasi Visual

Manusia sudah menjadikan medium visual untuk mengungkapkan perasaan, menyampaikan sesuatu, hingga menjelaskan hal-hal yang bersifat religius yang menyangkut kepercayaan sejak dahulu.

Penggunaan warna sudah mulai dilakukan pada zaman Paleolithikum, yakni sebagai sentuhan untuk menghias dan mempercantik peralatan sehari-hari—mulai dari pakaian hingga tubuh menggunakan lemak hewan. Di zaman mesolithikum, peran gambar dan bahasa tulis mulai dilakukan guna mencatat dan mengumpulkan informasi.

Komunikasi visual semakin dibutuhkan ketika manusia hendak membuat sebuah bangunan. Saat bangunan tersebut lebih kompleks, mereka mengemukakan gagasannya melalui rancangan yang dikenal dengan metode *pictorial*. Metode tersebut menjadi media agar rancangan/desain bangunan yang ingin disampaikan dapat dilaksanakan sesuai rencana.

Metode *pictorial* ternyata mampu menghasilkan monumen-monumen besar pada zaman Mesir Kuno. Pada 4400-2466 sebelum Masehi ditemukan architectural hieroglyphs. Hieroglyphs adalah gambar atau tanda yang berfungsi sebagai kata di dalam tata tulis Mesir Kuno. Hieroglyphs merupakan perangkat lambang yang sangat khusus, yang diturunkan dari gambar-gambar.

Di Sulawesi Selatan sendiri, tepatnya kawasan pegunungan kapur (karst) Maros, Sulawesi Selatan terdapat gua-gua yang dihuni oleh manusia pada zaman prasejarah. Disana, lukisan di dinding-dinding gua menjadi medium mereka untuk mengekspresikan pengalaman, perjuangan, serta harapan hidupnya (Stern, 1973 dalam Linda, 2005).

Ketrampilan mengkomunikasikan dan menyajikan ide dan gagasan sejak manusia mengenal gambar pictorial, architectural Hieroglyphs zaman Mesir Kuno sampai teknologi komputer adalah usaha manusia untuk menjembatani perbedaan antara imajinasi yang ada dalam benak disainer, perencana, perancang dengan mereka yang membutuhkannya; untuk menjelaskan gagasan-gagasan yang rumit dengan cara yang sederhana agar mereka yang membutuhkan ‘mengerti’ dan ‘memahami’.

Gagasan akan dapat dikomunikasikan dengan baik jika kehandalan peralatan dan penguasaan terhadap teknik sajian dikuasai. Komunikasi hanya dapat terwujud dengan penguasaan media sajian yang terus menerus berkembang; sejak papyrus, limestone, dan kertas digunakan untuk menggambar maka para penyaji terus menerus meningkatkan kemampuannya dalam memberi jawaban: bagaimana meng-ekspre-sikan gagasan, mewujudkan ide dalam media yang semakin lama juga semakin canggih.

#### **b. Pengertian Desain Komunikasi Visual**

Dalam proses komunikasi, penyampaian pesan dapat dilakukan melalui berbagai medium—baik itu melalui teks, ucapan verbal maupun

perilaku non-verbal, serta melalui gambar atau komunikasi secara visual. Jika dibandingkan, bentuk pesan yang universal menjadi salah satu alasan mengapa komunikasi visual lebih mudah dipahami jika dibandingkan dengan medium komunikasi yang lain. C. Leslie Martin (1986:29) yang merupakan seorang desainer grafis dan arsitek mengungkapkan bahwa “one picture is better than a thousand words”. Saat menyampaikan pesan, desain komunikasi visual dapat merepresentasikan bahasa lisan maupun tulisan tanpa batas apapun. Bahkan, Paul Leseau (1980) memprediksi bahwa 80% pengetahuan yang diperoleh oleh manusia berasal dari indera penglihatan.

Secara etimologi, istilah desain sendiri berasal dari beberapa serapan bahasa yang diambil dari bahasa Italia “*Designo*” yang berarti gambar. Istilah ini memiliki banyak artian jika digunakan pada kalimat-kalimat tertentu. Jika sifatnya kata kerja, desain bisa diartikan sebagai proses membuat/menciptakan sesuatu. Sedangkan dalam kata benda, desain sendiri dapat digunakan sebagai hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana ataupun karya nyata.

Dalam prosesnya, terdapat seorang desainer yang merupakan sebutan bagi orang yang membuat karya desain. Proses desain tidak hanya membutuhkan aspek visual dan estetika semata, tetapi juga perlu pertimbangan riset, konsep, segmentasi, serta fungsi dari desain itu sendiri.

Sedangkan komunikasi visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media yang dapat dibaca secara visual, yakni melalui indera penglihatan. Kata visual sendiri berasal dari bahasa latin “*videre*” yang berarti melihat.

T. Sutanto (2005:15-16) menjelaskan bahwa komunikasi visual senantiasa berhubungan dengan penampilan rupa yang dapat diserap orang banyak dengan pikiran maupun perasaannya. Rupa yang dimaksud adalah yang memiliki makna ataupun pengertian didalamnya, karakter, serta suasana yang dapat dipahami oleh khalayak. Pernyataan ini didukung dengan pandangan Sanyoto (2006:8) yang menjelaskan bahwa desain komunikasi visual memiliki pengertian secara menyeluruh, yaitu rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata.

Jika dirangkai, dapat disimpulkan bahwa desain komunikasi visual dapat diartikan sebagai sarana komunikasi berbentuk visual yang disampaikan oleh seorang desainer kepada segmentasinya melalui karya yang dihasilkan. Komunikasi visual bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, hingga merubah perilaku *audience* sesuai dengan yang diharapkan. Proses desain dalam komunikasi visual pada umumnya memperhitungkan berbagai aspek—mulai dari fungsi dan estetika secara umum hingga aspek pendukung seperti riset, *brainstorming*, serta desain-desain yang sudah ada sebelumnya.

### c. Kaidah Desain Komunikasi Visual

#### 1. Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual

Sebelum menghasilkan desain tertentu, perlu rangkaian elemen-elemen visual dengan prinsip desain agar pesan pada desain tersebut nantinya dapat tersampaikan kepada komunikan. Penggunaan elemen-elemen grafis dalam desain komunikasi nantinya akan menghasilkan *layout* tertentu untuk menyampaikan pesan dari sang pencipta karya.

Dalam komunikasi visual, elemen dasar yang lazim digunakan adalah:

- 1) **Garis**, yakni tanda yang menghubungkan satu titik dengan titik yang lain. Garis dapat digunakan untuk mengatur layout, mengarahkan pembaca ataupun membawa emosi pembaca.
- 2) **Bentuk**, merupakan gambaran umum sesuatu atau formasi yang tertutup atau jalur yang tertutup. Melalui bentuk, pencipta karya dapat mengkomunikasikan idenya sehingga pembaca dapat terbantu untuk mengenali pesan.
- 3) **Warna**, membawa suasana tertentu, menegaskan makna pesan, serta merupakan elemen grafis yang paling kuat dan provokatif karena dapat berbicara sebagai warna itu sendiri, sebagai representasi pesan, hingga lambang atau simbol tertentu.
- 4) **Tekstur**, merupakan kualitas permukaan pada tampilan visual itu sendiri. Biasanya, tekstur membantu desain untuk tampak



lebih nyata dan menambah estetika. Tekstur dikategorikan menjadi dua jenis, yakni tekstur nyata dan tekstur semu/ilusi.

5) **Tipografi**, seni merancang, menyusun, dan mengatur tata letak huruf dan jenis huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia. Penggunaan tipografi sesuai visual sangat perlu diperhatikan sebab jika salah dalam memilih jenis huruf, pesan tidak akan sampai kepada penerima. Alexander Lawson (dalam Rustan, 2011:46) memperkenalkan klasifikasi huruf yang dikelompokkan berdasarkan sejarah dan bentuk huruf. Klasifikasi ini cukup sederhana dan hingga saat ini menjadi klasifikasi yang paling umum digunakan orang, yakni:

- *Black letter*, desain karakter huruf dari tulisan tangan dengan kesan gelap, berat, dan hitam.
- *Humanist*, gaya Italia dengan karakteristik goresna lembut seperti tulisan tangan.
- *Old style*, gaya tulisan yang presisi, lebih lancip dan kontras sehingga lebih ringan.
- *Modern*, jenis yang menjauh dari *style* kaligrafi pada akhir abad 17.
- *Slab Serif*, digunakan sebagai *display type* untuk menarik perhatian pembaca poster iklan. Bentuknya berat dan horizontal.
- *Sans Serif*, dikenal dalam *Modern Art Movement* karena

bentuknya yang menghapus dekorasi serta hiasan berlebihan pada desain. Jenis huruf ini berbentuk geometris, mengekspresikan masyarakat industry dan mekanis.

- *Script & Cursive*, huruf yang menyerupai tulisan tangan— seperti goresan kuas/pena kaligrafi. Kedua tipe ini didesain untuk digunakan dalam teks yang memadukan huruf besar-kecil.
  - *Display (decorative)*, digunakan untuk menarik perhatian pembaca di dunia periklanan. Jenis ini dibuat dalam ukuran besar dan diberi ornamen-ornamen yang indah.
- 6) **Ruang kosong**, Jarak atau area antara atau di sekitar sesuatu. Ruang kosong memisahkan atau menyatukan elemen-elemen layout, menegaskan sebuah elemen, atau sebagai tempat istirahat bagi mata.
- 7) **Ukuran**, Seberapa besar atau kecil sesuatu. Ukuran menunjukkan elemen yang terpenting, menarik perhatian, dan mengepaskan seluruh elemen layout.
- 8) **Kontras nilai/gelap terang**, digunakan untuk menggambarkan rentang kecerahan dan kegelapan sebuah elemen visual. Kontras nilai memberikan citra dan persepsi secara rinci, yang diperlukan untuk membaca kata atau tulisan pada karya DKV.

Perbedaan kontras nilai akan memberikan efek yang berbeda baik visual maupun emosional.

## 2. Prinsip Desain Komunikasi Visual

Setelah mengenal elemen, seorang pencipta karya juga perlu memahami prinsip yang digunakan sebelum menciptakan suatu desain komunikasi visual. Prinsip tersebut bertujuan agar penggunaan elemen yang telah di *layout* dapat tersusun dengan rapi dan menarik, sehingga penerima pesan tidak sekedar menangkap apa yang ingin disampaikan tetapi juga menambah nilai estetika pada desain tersebut. Prinsip yang harus dipahami yakni:

- 1) **Keseimbangan**, merupakan kesamaan distribusi dalam bobot. Dalam desain cenderung yang kita rasakan adalah keterkaitan bersama, kelihatan bersatu, dan perasaan harmonis.
- 2) **Titik fokus**, sesuatu yang mampu menimbulkan pusat perhatian langsung dan terfokus pada sebuah desain.
- 3) **Hirarki visual**, merupakan prinsip yang mengatur elemen-elemen mengikuti perhatian yang berhubungan dengan titik fokus.
- 4) **Ritme**, pola yang diciptakan dengan membuat variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan ruang yang ada di antaranya dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen lainnya.

**5) Kesatuan Prinsip**, bagaimana mengatur dan mengorganisasi seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis dan membangun ikatan atau hubungan diantaranya. Beberapa prinsip dalam membuat kesatuan:

- *Repetition*, yaitu mengulang suatu elemen, misalnya warna, arah, nilai, bentuk atau membangun suatu gaya, atau membangun hubungan di antara elemen yang ada.
- *Grid*, yaitu membagi sub bagian format ke dalam bagian horizontal atau vertical secara tetap, kolom, margin, dan ruang yang membentuk kerangka untuk mengorganisasi ruang, huruf, dan gambar dalam suatu desain.
- *Unity*, yaitu hubungan visual yang dibuat antara elemen-elemen, bentuk, dan objek yang mempunyai garis poros yang sama.
- *Movement*, yaitu menggunakan prinsip ritme bergerak dari elemen satu ke elemen lain.

#### **d. Fungsi Desain Komunikasi Visual**

##### **1. Sarana Identifikasi (*branding*)**

Sebagai salah satu jenis medium dalam melakukan proses komunikasi, sarana identifikasi pada komunikasi visual sangat penting sebagai wujud pengenalan—baik itu identitas seseorang, perusahaan, produk, maupun jasa. Dalam identitas tersebut, perlu gambaran kepribadian ataupun usaha serta jasa yang ingin dikenalkan agar lebih

mudah diingat dan dapat menjadi pembeda antara satu dengan yang lain. Sarana identifikasi yang biasa diimplementasikan adalah melalui bentuk logo, *packaging* produk, hingga ke perilaku sebuah *brand* itu sendiri.

## **2. Sarana Informasi**

Komunikasi visual sebagai sarana informasi bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan lainnya. Baik dalam bentuk petunjuk, informasi, cara penggunaan, arah, posisi dan skala, hingga simbol. Informasi ini akan berguna apabila dikomunikasikan kepada segmentasi serta di waktu dan tempat yang sesuai, dengan menggunakan bentuk yang mudah untuk dimengerti serta dapat dipresentasikan secara konsisten. Dalam keseharian, komunikasi visual sebagai sarana informasi dapat dijumpai dalam bentuk rambu lalu lintas, simbol-simbol tempat umum (toilet, restoran, dan sejenisnya). Bentuk-bentuk ini harus dipahami oleh penerima agar instruksi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas.

## **3. Sarana Motivasi**

Dalam sarana motivasi, peran komunikasi visual adalah meningkatkan motivasi kepada khalayak baik secara individu, kelompok, maupun masyarakat.

Salah satu contoh fungsi ini adalah di masa Perang Dunia II, dimana Amerika Serikat mengeluarkan poster perekrutan tentara yang diciptakan oleh seniman bernama James Montgomery Flagg pada

1917. Melalui komunikasi visual, James menggambarkan Paman Sam menunjuk ke arah pengamat poster yang disertai tulisan “I Want You!”



**Gambar 2. 1 Poster perekrutan tentara pada PD II**

Bentuk visual Paman Sam yang menunjuk ke arah penerima pesan memberikan motivasi agar komunikan merasa ‘berhak’ dan termotivasi untuk mengikuti perekrutan tersebut. Disinilah komunikasi visual sebagai sarana motivasi bekerja.

#### **4. Sarana Pengutaraan Emosi**

Biasanya, pengutaraan emosi dengan komunikasi visual digunakan untuk menggambarkan situasi untuk merangsang kepekaan komunikan. Komunikasi visual yang dapat diimplementasikan pada fungsi-fungsi ini dapat digambarkan melalui tulisan, karakter, *emoticon*, dan sejenisnya.

#### **5. Sarana Presentasi dan Promosi**

Selain penyampaian pesan, desain komunikasi visual sebagai fungsi presentasi dan promosi memiliki tujuan untuk mendapatkan perhatian dari konsumen secara visual agar mudah diingat. Dalam

fungsi ini, perlu taktik tertentu—dimana penggunaan gambar dan kata-kata harus ringkas dan mampu memberi kesan baik dalam satu makna. Visual yang diimplementasikan harus bersifat persuasif dan menarik, karena tujuan akhirnya adalah menawarkan suatu produk ataupun jasa.

#### **e. Ruang Lingkup Komunikasi Visual**

Mulanya, komunikasi visual lebih sering digunakan pada media yang bersifat statis seperti majalah, buku, brosur, *flyer*, dan sejenisnya. Oleh sebab itu, dulunya desain komunikasi visual lebih dikenal dengan desain grafis sebab mediumnya sangat terbatas—hanya melalui media cetak. Namun, prinsip desain komunikasi visual selalu mengikuti perkembangan teknologi. Sehingga, ruang eksploratif komunikasi visual semakin luas dan karya yang dihasilkan dapat memiliki ciri khas dengan kualitas yang baik. Dengan itu, desainer dapat menuangkan ide menarik sehingga tujuan komunikasi dapat dicapai dengan baik oleh penerima. Cakupan desain tidak lagi hanya pada segi grafis untuk media cetak semata tetapi juga sudah masuk pada ranah media digital, seperti desain interaktif dan desain multimedia. Berdasarkan hal itu, desain grafis pun diubah menjadi desain komunikasi visual.

Secara garis besar, ruang lingkup komunikasi visual dibagi dalam beberapa jenis, dengan rincian sebagai berikut:

1. **Desain Periklanan (*advertising*)**; Komunikasi visual dengan muatan nilai persuasif sebagai hal utama dalam proses pembuatannya.
2. **Desain Identitas Usaha (*Corporate Identity*)**. Komunikasi visual pada hal ini mencakup pembuatan logo, kop surat, *brand book*, hingga ke background sosial media dan *identity kit*.
3. **Desain Marka Lingkungan (*Environment Graphics*)**; Yakni desain yang melingkupi dunia lingkungan eksterior dan interior—baik itu di mal, universitas, rumah sakit, dan fasilitas umum lainnya.
4. **Desain Multimedia**; Jenis desain yang digunakan di perusahaan percetakan seperti pembuatan banner, backdrop, stiker, hingga megatron (billboard video), dsb.
5. **Desain Grafis Industri**; Mencakup kemasan produk dengan proses *brainstorming* serta riset terkait brand produk/jasa sebelum pembuatannya.
6. **Desain Grafis Media**; Merupakan ruang lingkup komunikasi visual dalam bentuk cetak seperti buku, surat kabar, majalah, dan sejenisnya. Biasanya, hal ini dilakukan di pekerjaan penerbitan ataupun redaksional.
7. **Cerita Bergambar (*cergam*)**; Merupakan sarana komunikasi visual yang bersifat statis namun dapat memberikan narasi lebih ringan dan mudah di ikuti ketimbang media cetak lain. Ruang



lingkup ini dibagi lagi menjadi beberapa jenis seperti komik, buku cerita anak, novel, dan sejenisnya.

**8. Fotografi;** Salah satu jenis komunikasi visual dengan industri yang besar dan banyak memiliki keterkaitan dengan bidang desain lain.

**9. Videography;** Gambar bergerak lengkap dengan audio—ruang lingkup ini juga masuk dalam komunikasi visual yang bersifat dinamis.

**10. Ilustrasi;** hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik menggambar, fotografi, lukisan, atau teknik seni rupa lainnya yang fokus pada hubungan subjek dengan tulisan ketimbang pada bentuknya.

**11. Animasi;** Salah satu media terkomplit sebagai sarana komunikasi visual yang dapat diimplementasikan melalui penggabungan beberapa disiplin ilmu untuk mewujudkannya.

**12. Media Interaktif;** Jenis komunikasi visual yang bersifat aplikatif dan diterapkan di ranah digital, seperti *website*, aplikasi *mobile*, serta *game*.

### **3. Buku Cerita Bergambar**

Ruang lingkup desain komunikasi visual sangat beragam, namun jika dibagi secara garis besar terdapat komunikasi visual yang bersifat statis dan dinamis. Buku Cerita bergambar merupakan salah satu jenis komunikasi visual yang bersifat statis namun memiliki pengaruh besar terhadap indera manusia, karena merangkai tulisan serta visual menjadi satu kesatuan.

Buku cerita bergambar adalah kumpulan atau sebuah cerita yang dikemas dalam bentuk tulisan dengan ilustrasi sebagai visualisasi yang berperan penting dalam alur cerita. Buku cerita bergambar dikategorikan menjadi beberapa bagian dengan rincian sebagai berikut:

1) ***Baby books***, merupakan buku yang dikhususkan untuk bayi dan balita yang berumur tiga tahun kebawah. Kebanyakan isi buku ini hanyalah nyanyian sederhana, permainan jari, atau hanya ilustrasi tanpa kata-kata sama sekali (yang digunakan untuk orang tua bercerita dengan imajinasi mereka terhadap anaknya). Panjang dari buku ini beragam, disesuaikan dengan materi. Buku untuk balita biasanya berupa cerita sederhana dengan jumlah kata sebanyak tiga ratus. Untuk ceritanya berkaitan dengan keseharian anak dengan muatan edukatif, seperti pengenalan angka, warna, jumlah, bentuk, dan lain-lain. Jumlah halaman rata-rata dua belas lembar dan banyak berbentuk *board books* (buku yang sangat tebal seperti karton), *pop-ups* (buku dengan hiasan tiga dimensi), *lift the flaps* (buku interaksi membuka lembar dalam lembar), atau buku-buku khusus (interaktif) dengan suara, tekstur, cahaya, dan lain-lain.

2) ***Picture books***, buku dengan ketebalan rata-rata tiga puluh halaman untuk anak berusia empat sampai enam tahun. Naskah ceritanya biasa dapat mencapai 500-1.500 kata. Alur cerita sederhana dengan karakter utama menjadi satu-satunya sorotan perhatian dan menjadi alat penyentuh emosi dan pola pikir anak. Buku anak pada genre ini

biasanya sebagai persiapan bagi pembaca yang memasuki masa-masa puncak di *spectrum* usianya. Buku genre ini sudah membicarakan topik serta menggunakan gaya penulisan yang luas dan beragam. Cerita non fiksi dalam format ini dapat menjangkau sampai usia 10 tahun, dengan tebal sampai 48 halaman, dan berisi hingga 2.000 kata dalam teksnya.

- 3) **Early picture books**, turunan *picture books* yang dilengkapi sedemikian rupa untuk anak usia enam sampai delapan tahun. Ceritanya sederhana dengan bobot seribu kata. Untuk genre ini, biasanya sebuah bacaan yang disebut *easy to read*, yang dimaksudkan pada anak-anak yang mulai membaca (usia enam sampai delapan tahun). Ilustrasi ada pada setiap halamnya, namun dengan format yang lebih dewasa.
- 4) **Transition books**, buku yang kadang disebut sebagai *chapter books* tahap awal untuk anak berusia enam hingga sembilan tahun. Merupakan jembatan penghubung antara *easy readers* dengan *chapter books*. Naskah buku setebal tiga puluh halaman, dipecah menjadi 2-3 halaman per bab.
- 5) **Chapter books**, buku untuk usia tujuh sampai sepuluh tahun, terdiri dari naskah setebal 45 – 60 halaman yang dibagi dalam tiga hingga empat halaman per-bab. Kalimat – kalimatnya mulai sedikit kompleks, tapi paragraf yang dipakai cukup pendek (rata-rata dua sampai empat kalimat). Tipikal dari genre ini adalah cerita di akhir

setiap bab dibuat menggantung di tengah–tengah sebuah kejadian agar pembaca penasaran dan terstimulasi untuk terus membuka bab selanjutnya.

6) *Middle grade*, buku untuk usia delapan sampai dua belas tahun, merupakan usia emas anak dalam membaca. Naskahnya lebih panjang (100-150 halaman), ceritanya mulai kompleks (bagian sub–plot menampilkan banyak karakter tambahan yang berperan penting dalam jalinan cerita), dengan tema modern. Anak–anak di usia ini mulai tertarik dan mengidolakan karakter dalam cerita. Hal ini menjelaskan keberhasilan beberapa seri petualangan dengan tokoh yang sama. Kelompok fiksinya beragam, mulai dari fiksi kontemporer, sejarah, hingga *science-fiction* atau petualangan fantasi. Sementara yang masuk kelompok nonfiksi antara lain adalah biografi pendek, iptek, dan topik–topik multibudaya.

7) *Young adult*, naskahnya antara seratus tiga puluh sampai dua ratus halaman. Buku dengan genre ini diperuntukkan anak dari usia dua belas tahun ke atas. Plot ceritanya bisa sangat rumit dengan banyak karakter utama, meskipun tetap ada satu karakter utama yang difokuskan. Tema yang diangkat biasanya berhubungan dengan kehidupan remaja.

#### 4. Literasi Visual

Kemampuan manusia dalam hal literasi visual dapat dicapai ketika proses penyampaian pesan dilakukan dengan baik, utamanya melalui medium

komunikasi visual. Secara umum, literasi visual terbagi atas dua garis besar; yakni kata literasi dan visual.

Tompkin (1991:18) mengungkapkan bahwa literasi adalah kemampuan seseorang dalam proses membaca dan menulis sebagai jalan untuk melaksanakan tugas-tugas yang berkaitan dengan dunia kerja maupun kehidupan sekolah. Singkatnya, literasi adalah bagaimana manusia dapat menangkap makna suatu bacaan serta tulisan.

Literasi yang diinterpretasikan biasanya hanya tertuju pada proses membaca dan menulis semata. Padahal, kemampuan berbahasa (menyimak, berbicara) serta kemampuan berpikir baik juga masuk dalam proses literasi.

Kata visual seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya merupakan sesuatu yang dapat dilihat dengan indera (mata). Sehingga, jika digabungkan, literasi visual adalah kemampuan seseorang dalam menangkap, memahami, dan menginterpretasikan makna ataupun pesan yang dikomunikasikan melalui pemanfaatan objek dan gambar yang ditangkap melalui indera penglihatan.

Read dan Smith (1982) menjelaskan bahwa literasi visual adalah kemampuan manusia dalam mengenali penggunaan elemen-elemen visual yang meliputi garis, bentuk, serta warna sehingga dapat menginterpretasikan tindakan, mengenali objek maupun lambang, serta memahami pesan komunikator.

Pada dasarnya, konsep literasi visual sama seperti literasi pada umumnya—namun literasi visual menginformasikan sesuatu dengan membaca dan memahami gambar atau *text visual* (Dini, 2020). Literasi

visual berusaha menjelaskan bagaimana manusia melihat objek atau benda lalu menginterpretasi dan apa yang dipelajari dari pembacaan tersebut.