

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian desain undangan hajatan ini dilakukan dengan referensi hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian tersebut antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Maria Nala Damayanti, Benny Sampurna dan Lasiman, dosen dari program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra, Surabaya dan program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia, Yogyakarta (tahun 2009) yang membahas tentang gaya desain undangan pernikahan di Surabaya.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Maria Nala Damayanti, dosen dari program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra, Surabaya (tahun 2010) yang membahas tentang keindahan versus narsisme dalam undangan pernikahan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Diah Kristina dan Nur Saptaningsih, dosen dan translator dari program studi Bahasa Inggris di Universitas Sebelas Maret, Surakarta (tahun 2019) yang membahas tentang evolusi komunikasi visual undangan pernikahan cetak khas Jawa.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Apsari Wiba Pamela, dosen dari program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Telkom, Bandung (tahun 2020) yang membahas tentang makna desain undangan pernikahan kelas menengah atas.

B. Tinjauan Teori

1. Sejarah percetakan dunia

Percetakan merupakan sebuah proses industri untuk memproduksi tulisan dan gambar secara massal dengan tinta di atas kertas menggunakan sebuah mesin cetak. Teknik cetak pertama kali ditemukan oleh Johannes Gutenberg yang terinspirasi dengan uang logam yang digesekkan dengan arang ke atas kertas pada abad ke-15 di benua Eropa, tepatnya dari Kota Mainz, Jerman pada tahun 1440. Sebelum ditemukannya percetakan, para penduduk Eropa menggunakan teknik catat manual dengan tangan dalam menyalin informasi menjadi sebuah buku yang siap diperjual belikan. Hal tersebut tentunya memakan waktu yang lama serta biaya yang mahal sehingga hanya sedikit orang yang bisa memiliki kesempatan untuk membaca karya yang telah selesai (Quswa, 2016).

Percetakan di Indonesia dimulai pada akhir tahun 1970-an dengan total sekitar 15.000 percetakan. Pada tahun 1949, sebuah penerbit lokal mengeluh bahwa Jakarta hanya memiliki dua percetakan yang dimiliki oleh orang Indonesia setempat, sisanya dimiliki oleh warga Belanda. Pada tahun 1950, jumlah percetakan lokal di ibu kota telah meningkat secara signifikan menjadi 23 percetakan, berbeda dengan Belanda yang memiliki 24 percetakan, dan warga Tionghoa hampir 4 kali lipat (86 percetakan). Sejak saat itu, jumlah percetakan di Indonesia terus meningkat hingga saat ini (Quswa, 2016).

Di Kecamatan Munjungan, percetakan sudah ada sejak tahun 1993 dengan jumlah sekitar 2 percetakan. Percetakan mulai mengalami perkembangan sejak tahun 2000 hingga sekarang. Uniknya, tidak semua percetakan di Munjungan memiliki mesin cetak sendiri, melainkan hanya sebatas agen atau *reseller* undangan dari percetakan yang lain. Para agen tersebut memakai nama “percetakan” karena beranggapan mereka juga ikut andil dalam pembuatan undangan (wawancara dengan Pak Sutoyo).

2. Sejarah undangan

Penyampaian undangan secara lisan telah menjadi etika di masa lalu ketika si penyelenggara hajatan ingin mengundang calon tamu undangan. Namun, perlahan mulai ditinggalkan karena kesibukan masyarakat yang semakin padat dari tahun ke tahun serta informasi yang disampaikan secara lisan dianggap kurang lengkap bagi beberapa orang. Sebagai contoh masyarakat yang diundang kurang mengenali siapa yang mengundang (Suyanto, 2017).

Pada lingkungan masyarakat Surakarta, *ijeman* dilakukan oleh keluarga yang akan melaksanakan hajatan dengan cara bertamu ke rumah orang yang akan diundang. Hal tersebut dilakukan untuk menghormati calon tamu undangan yang dinilai lebih sopan jika mengundang secara lisan daripada menggunakan undangan cetak. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, tradisi *ijeman* mulai ditinggalkan dan beralih ke undangan yang lebih modern seperti undangan cetak dan online, hal tersebut menyebabkan tradisi *ijeman* menjadi tradisi yang langka dan jarang dipakai di masa sekarang (Hanum & Winarti, 2022).

Dari sumber informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa penyampaian undangan secara lisan sudah menjadi bagian dari kebudayaan masyarakat di Pulau Jawa yang perlahan mulai ditinggalkan dan beralih ke teknologi yang lebih efisien seiring perkembangan zaman.

Di Kecamatan Munjungan, perkembangan undangan cetak sudah dimulai pada tahun 1993 dengan menggunakan alat cetak manual yang disebut “*oglegan*”. Sampai saat ini, undangan di Kecamatan Munjungan terus mengalami perkembangan dari segi teknik, bahan, desain hingga macam jenis undangan.

3. Tipografi

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari huruf dan penataannya. Huruf sebagai salah satu media penyampaian pesan dipengaruhi oleh *legibility* dan *readability*. *Legibility* berhubungan erat dengan tingkat kemudahan dalam mengenali huruf/karakter, sedangkan *readability* berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu teks. *Legibility* dapat menciptakan teks yang *readability* karena huruf yang berbeda disetiap karakter akan mudah terbaca. Namun, adakalanya suatu teks yang *legible* malah tidak *readible* (Rustan, 2011).

Huruf terbagi menjadi beberapa jenis, yakni jenis huruf *serif* (berkait), *sans serif* (tidak berkait), *script* dan *decorative*. Huruf tersebut memiliki kesan yang berbeda disetiap jenisnya yakni huruf *serif* yang berkesan klasik, anggun, dan formal, sementara *sans serif* lebih terkesan modern dan tidak formal. Ada pula huruf *script* yang mirip hasil tulisan tangan dengan kesan yang lebih pribadi, anggun dan akrab, serta huruf *decorative* yang dihasilkan dari pengembangan huruf *serif* dan *sans serif* yang diberi ilustrasi penghias dengan kesan meriah. Penggunaan tipografi dalam sebuah undangan memegang peranan penting dalam menyampaikan informasi utama seperti nama pasangan menikah, pengundang, tempat kegiatan hingga isi undangan. Pemilihan jenis huruf yang tepat dalam undangan dapat mempermudah penyampaian pesan kepada calon undangan (Damayanti et al., 2009).

4. Warna

Warna merupakan hasil dari sebuah pembiasan cahaya yang menghasilkan tiga warna primer yaitu warna merah, biru dan kuning yang berfungsi untuk mengenali suatu obyek, sebagai identitas/tanda serta dapat mengkomunikasikan suatu informasi tertentu. Setiap warna memiliki arti tersendiri, sebagai contoh warna merah yang berarti “cinta”, biru yang berarti “keyakinan”, dan kuning yang berarti “keceriaan”. Penggunaan gradasi warna yang berlebihan, serta pemilihan kombinasi warna dengan kontras yang kurang akan

mengakibatkan objek tidak nyaman untuk dilihat, hal tersebut tentunya dapat mempengaruhi tingkat keterbacaan tulisan sekaligus menghambat proses penyampaian pesan kepada audiens (Rustan, 2019).

5. Layout

Layout merupakan tata letak dari elemen desain yang digunakan sebagai sarana dalam menyampaikan pesan. Penggunaan layout pada media cetak dapat disesuaikan dengan jenis media yang akan digunakan, kesalahan dalam penempatan layout dapat mempengaruhi pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat luas. Layout memiliki beberapa prinsip dasar yang harus dipenuhi untuk membantu dalam penyampaian pesan kepada audiens. Prinsip tersebut antara lain urutan perhatian (*sequence*), penekanan (*emphasis*), keseimbangan (*balance*), dan kesatuan (*unity*). Penggunaan layout pada setiap elemen desain harus dipertimbangkan dari segi kegunaannya masing-masing karena setiap elemen memiliki fungsi dan peran yang berbeda. Sebagai contoh penggunaan layout pada elemen tipografi lebih fleksibel daripada penggunaan layout pada elemen visual (Rustan, 2009).

6. Foto

Fotografi potret merupakan teknik fotografi yang berfokus pada ekspresi wajah seseorang sebagai objek utama yang dominan dengan tujuan untuk menampilkan rupa, kepribadian serta perasaan subjek. Fotografi potret menggunakan sekelompok kecil orang yang merupakan model non-profesional sebagai subjeknya, foto yang dihasilkan berupa orang yang melihat langsung ke arah kamera (Harsanto, 2019).

Teknik potret juga digunakan pada pembuatan pasfoto, akan tetapi pasfoto tidak bisa dikatakan sebagai sebuah potret. Hal tersebut didasari oleh ukuran pasfoto yang terlalu kecil sehingga detail-detail yang menjadi ciri khas wajah pada foto yang seharusnya terlihat jelas

dan menonjol menjadi berkurang bahkan menghilang (Charpentier, 2001).

7. Vernakular

Secara umum, gaya desain adalah perwujudan dari ekspresi seni, desain dan implementasi yang terinspirasi oleh perkembangan sosial, teknologi dan ekonomi, kepercayaan, perilaku, pengetahuan, pelatihan, dan pengalaman desainer. Gaya desain sebagai perwujudan karya grafis merupakan produk budaya yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan kehidupan manusia, perkembangan ilmu pengetahuan, perkembangan pendidikan, lingkungan dan kondisi sosial budaya masyarakat (Damayanti et al., 2009). Setiap gaya desain memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri, salah satunya adalah gaya desain vernakular.

Secara umum, kata vernakular berasal dari kata *vernaculus* (Latin) yang berarti asli. Dalam ilmu desain, gaya vernakular disebut juga sebagai “Desain Rakyat” yang mengacu pada penggunaan bentuk, material, tempat dan kelompok lokal sehingga dapat mencerminkan kearifan lokal tertentu berdasarkan situasi dan tempat beradanya desain. Para perancang desain vernakular biasanya berasal dari kalangan awam yang menggunakan karakter lokal yang kuat untuk tujuan yang disesuaikan dengan keinginan mereka sendiri. Desainer vernakular mengutamakan pengalaman dari generasi sebelumnya sehingga vernakular dapat menjadi simbol budaya dari desainer itu sendiri (Setyadi, 2020).

Vernakular cenderung mengacu pada penggunaan bahasa untuk waktu, tempat, atau kelompok lokal tertentu. Dengan demikian, vernakular dapat diartikan sebagai budaya dari suatu tempat/kelompok lokal tertentu (Santoso & Rachim, 2020).