

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dengan penelitian yang penulis angkat, penulis melakukan tinjauan dari berbagai arsip yang penulis temukan. Beberapa tinjauan tersebut penulis temukan dari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan terdahulu dan penulis temukan dalam jurnal-jurnal daring yang terdapat di internet. Beberapa tinjauan yang penulis temukan memiliki relevansi dengan penelitian yang penulis angkat.

- a. Tinjauan Desain Pada Karya Poster; Studi Kasus Seri Poster “*Marlyn Fish 2009*” oleh Peter Ardhianto:

Pada penelitian ini subjek yang diangkat adalah poster yang berhubungan dengan nelayan yang mata pencahariannya bergantung dari lingkungan sekitar. Judul dari poster yang diangkat oleh peneliti tersebut adalah “*Marlyn Fish 2009*” yang dibuat dengan teknik *digital imaging*. Poster yang dibuat oleh Sigit Setiawan dan Aditya Donny Suryawan tersebut berukuran 30 cm x 42 cm atau setara dengan ukuran A3. Peneliti memaparkan pada poster tersebut terdapat ilustrasi ikan marlin yang dirangkai dengan menggunakan uang kertas dalam bentuk origami, dengan latar belakang lautan dalam yang menggunakan warna gradasi dari hitam ke biru dengan ilustrasi visual gelembung sebagai tambahannya. Kemudian cahaya matahari yang menembus permukaan laut sehingga menimbulkan kesan realis, dan ditambah dengan *tagline* yang bertuliskan kalimat “Ratusan Keturunan Kita Akan Kaya Dengan Hasil Laut Apabila Terumbu Karang Hidup dan Lestari” dengan warna yang digunakan yaitu spektrum warna dingin putih dengan *font* Arial dalam bentuk kapital. Pada penelitian poster “*Marlyn Fish 2009*” tersebut, peneliti menemukan tata letak yang rapih, *tagline* yang mudah terbaca, dan ilustrasi yang jelas sangat berkaitan dengan informasi yang

terkandung di dalam poster tersebut. Maka dengan beberapa elemen visual yang peneliti poster tersebut angkat akan memudahkan bagi khalayak umum dalam memahami pesan yang terkandung di dalam poster “*Marlyn Fish 2009*” tersebut.

- b. Analisis Poster James Bond Karya Andreanus Gunawan oleh Dimas Akbar P.S dan Asidigisanti Surya Patria:

Penelitian dalam jurnal ini mengangkat tentang poster film yang dibuat oleh seniman poster film bioskop Surabaya pada tahun 70-an hingga akhir era 90-an yang banyak menghiasi kawasan perkotaan Surabaya pada saat itu. Pada saat itu bioskop masih sangat bergantung dengan seniman poster film yang dibuat secara manual dengan teknik yang berbeda dari era tekno-industri saat ini. Poster yang diproduksi oleh seniman poster film pada saat itu masih bergantung dengan teknik manual seperti lukisan. Sama seperti halnya film-film poster noir yang pernah mendominasi Hollywood pada era 40-an hingga awal 50-an. Peneliti dalam meneliti poster James Bond karya Andreanus Gunawan tersebut menggunakan teknik triangulasi. Dengan tata letak yang menerapkan *balance*, *unity*, *sequence*, dan *emphasis*, kemudian penerapan elemen-elemen visual di dalamnya memiliki *style* yang sangat khas pada saat itu sehingga informasi yang terkandung di dalam poster memiliki kesatuan informasi bagi khalayak umum yang mengamatinya. Peneliti juga menemukan kesatuan pesan pada poster tersebut yang relevan dengan film yang diangkat pada poster tersebut, sehingga informasi yang terkandung di dalam setiap elemen visual pada poster tersebut sudah cukup merepresentasikan tentang film yang terdapat di dalam ilustrasi pada poster buatan Andreanus Gunawan tersebut.

c. Kajian Estetika Poster Tadanori Yokoo – 1965 oleh Yayah Rukiah:

Pada pengkajian poster milik Tadanori Yokoo peneliti menjelaskan secara singkat, bahwa dalam pembuatan karya Tadanori Yokoo pada awalnya sangat dipengaruhi oleh sutradara Jepang legendaris yang terkenal dengan film "Throne of Blood" yaitu Akira Kurosawa dan penulis novel terkenal Yukio Mishima, yang terkenal dengan bukunya "Sun and Steel". Pada pengkajian ini peneliti poster Tadanori Yokoo 1965 menggunakan 3 prinsip dalam menginterpretasikan poster milik Tadanori Yokoo yaitu empiris, analisis, dan tematik. Sedangkan dari segi teori yang digunakan, peneliti menggunakan teori pra-ikonografis, ikonografis dan ikonologis. Pada bagian analisis pra-ikonografis, peneliti menemukan beberapa aspek yang terdapat di dalam poster milik Tadanori Yokoo yang berjudul Tadanori Yokoo 1965 tersebut. Dari beberapa aspek tanda yang peneliti poster tersebut temukan berdasarkan analisis melalui interpretasi pra-ikonografis, peneliti poster tersebut berpendapat bahwa Tadanori Yokoo pada poster ini mencoba memberikan pesan bahwa semenjak Tadanori Yokoo lahir di saat berusia 1 ½ tahun kemudian menginjakkan kaki di bangku pendidikan dengan memberikan gambar tangan dengan jempol diapit di antara jari telunjuk dan jari tengah mencemooh hidupnya yang muram, hingga iya mengalami kebosanan dalam hidupnya yang monoton, kemuakan, dan depresi dalam dirinya dengan direpresentasikan dengan hal paling muram dengan menempatkan gambaran bunuh diri dengan cara digantung dan di tempatkan di bagian tengah poster di bawah tulisan Tadanori Yokoo. Lalu pada analisis ikonografis peneliti poster tersebut juga menemukan beberapa aspek visual yang direpresentasikan pada poster milik Tadanori Yokoo tersebut. Pada aspek ikonografis peneliti menemukan aspek psikologis, komunikasi, hubungan sosial Tadanori Yokoo, diakronis, hingga etika dari Tadanori Yokoo sendiri. Jelas terlihat di sini apa yang coba disampaikan Tadanori Yokoo dalam poster tersebut, peneliti berpendapat bahwa semua aspek tersebut

direpresentasikan melalui elemen-elemen visual yang ada di dalam poster. Lalu pada pembahasan yang terakhir, peneliti poster tersebut menjelaskan bahwa apa yang coba disampaikan pada poster ini oleh Tadanori Yokoo berusaha menyampaikan apa yang dirasakan oleh Tadanori Yokoo di masa mudanya dari berbagai aspek yang membuatnya tertekan dari segi mental dan semuanya berhasil direpresentasikan melalui visual. Peneliti menemukan bahwa poster yang dibuat oleh Tadanori Yokoo adalah bentuk ekspresi dirinya tentang fragmen-fragmen masa mudanya yang muram dan eksistensi kehidupan yang tidak berarti sama sekali yang mencapai puncaknya pada usia 29.

d. Kajian Struktur Poster ‘Hope’ Barack Obama oleh Octavianus Bramantha:

Peneliti pada pengkajian ini melakukan analisis terhadap poster dengan judul ‘HOPE’ yang dibuat oleh Frank Shepard Fairey, seorang seniman urban Amerika yang terkenal dengan nama Obey the Giant. Penelitian ini fokus pada makna dan pesan yang terkandung di dalam poster politis tersebut. Poster tersebut adalah, bagian dari poster kampanye Barack Obama pada tahun 2008. Obey the Giant memang terkenal dengan poster-posternya yang bermuatan kultur punk Amerika dan politis. Analisa pada poster ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, selain itu pendekatan teori yang digunakan oleh peneliti poster tersebut adalah teori semiotika. Seperti poster pada umumnya, elemen visual pada poster menjadi hal yang paling fundamental dalam pembuatan poster. Peneliti poster tersebut menemukan beberapa aspek penting pada poster seperti warna, tipografi, keseimbangan, aspek dominan pada poster, keharmonisan, garis hingga tekstur, kontras, kesatuan, ruang sisa, hingga gradasi dalam pewarnaannya. Menurut analisis peneliti poster milik Shepard Fairey yang berjudul ‘HOPE’ tersebut adalah, ilustrasi wajah yang menjadi *point of interest* pada poster tersebut menjadi salah satu elemen visual yang sangat penting. Ilustrasi Obama

pada poster tersebut juga sangat berkaitan dengan tulisan ‘HOPE’ yang terletak pada bagian bawah tengah poster yang menggunakan *font* sans-serif dan berwarna biru muda. Sehingga peneliti poster tersebut memiliki kesimpulan bahwa tulisan ‘HOPE’ dengan tingkat keterbacaan yang tinggi dikarenakan pemilihan *font* yang tepat pada poster. Kemudian dari hasil pemaparan peneliti poster ‘HOPE’ tersebut adalah logo ‘O’ yang terdapat pada poster tersebut, dimana logo yang dibuat oleh Shepard Fairey tersebut terkesan sangat merepresentasikan patriotisme dan harapan dalam tanda kutip “Amerika” atau *United States of America*.

- e. Kajian Visual Poster ProFauna Indonesia Seri “Mencintai Mestinya Tidak Dikurung” oleh Yohanna Elma Carita dan Agus Nugroho Udjiyanto:

Analisa yang dilakukan peneliti pada pengkajian ini dilakukan dengan pendekatan semiotika. Prinsip yang mendasari pada penelitian ini adalah indeks, ikon, dan simbol. Peneliti melakukan analisa terhadap poster lembaga *non-profit* ProFauna (Protection of Forest & Fauna) Indonesia. Salah satu poster yang dianalisa oleh peneliti dari poster milik ProFauna tersebut adalah poster yang berjudul “Mencintai Mestinya Tidak Dikurung”. Peneliti poster tersebut menemukan keseimbangan pada beberapa elemen visual yang mendasari terbentuknya poster. Keseimbangan yang dimaksud oleh peneliti adalah penempatan objek visual seperti logo dan *website* yang terdapat pada poster. Di mana keduanya diletakan pada bagian atas poster. Logo diletakan pada bagian kiri atas lalu *website* pada bagian kanan atas. Kemudian ruang kosong berwarna kuning pada poster membentunk jajar genjang dengan foto burung langka yang berada di tengah bagian poster. Ruang kosong yang ada pada bagian sisi kiri poster lebih lebar dibandingkan ruang kosong yang terdapat pada bagian kanan, sehingga peneliti menemukan keseimbangan ketika *headline*, foto dan logo

diletakan sesuai dengan prinsip tata letak *balance*. *Headline* dan *subheadline* di sini diletakan sejajar secara vertical yaitu atas dan bawah, lalu dengan penggunaan warna yang berbeda seperti *background* warna merah dan tulisan warna putih digunakan pada slogan “Mencintai Tidak Semestinya Dikurung”. Kemudian pada bagian *subheadline* “Satwa Liar Lebih Indah Di Alam” yang menggunakan warna hitam. Sehingga warna pada *headline* berdasarkan pemaparan peneliti poster tersebut menggunakan warna yang kontras, karena terletak pada ruang kosong berwarna kuning di bagian kiri yang lebih luas dibandingkan ruang kosong pada bagian kanan. Maka keseimbangan ditemukan dari elemen-elemen visual yang saling berkaitan tersebut. Penekanan pada poster ProFauna tersebut ditemukan oleh peneliti melalui foto burung langka yang ada di bagian tengah, dimana foto burung langka tersebut sebagai faktor utama pada poster tersebut, kemudian penekanan juga dapat ditemukan melalui *headline* “Mencintai Tidak Semestinya Dikurung” yang berpotensi menjadi *point of interest* pada poster. Kemudian dari segi semiotika yang ditemukan oleh peneliti poster tersebut adalah ikon, dimana ikon di sini direpresentasikan dengan foto burung langka, lalu indeks pada poster tersebut direpresentasikan dengan visual burung langka yang dikurung di dalam sangkar kemudian menggunakan *background* berwarna hitam. Kemudian simbol yang ditemukan oleh peneliti poster tersebut terdapat pada logo yang terletak di bagian sisi kiri atas poster. Peneliti poster tersebut memiliki konklusi bahwa, secara keseluruhan poster tersebut memiliki elemen-elemen visual yang saling berkaitan, kemudian pemilihan warna yang sudah diperhitungkan, dan sudah didasari oleh prinsip-prinsip pada poster. Sehingga memiliki potensi sebagai medium penyampaian pesan yang sesuai bagi khalayak umum dan *to the point*.

2.2 Landasan Teori

a. Poster

a.1 Definisi Poster

Poster berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah plakat yang biasanya dipasang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan). Poster digunakan sebagai penyampaian informasi, di mana poster memiliki elemen-elemen visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, dan tata letak, sebagai pendukung poster dalam menyampaikan informasi yang terkandung di dalamnya (Kusrianto, 2007). Selain menekankan pada segi estetika poster merupakan media penyampaian pesan pembuat poster bagi khalayak umum. Seperti poster-poster yang terpampang di jalanan perkotaan (Kenyowati, 2007). Poster pada umumnya berbentuk ilustrasi dua dimensi dengan pesan yang terkandung di dalamnya, bahkan mampu mempengaruhi pemikiran individu yang mengamatinya melalui elemen-elemen visual di dalamnya (Arsyad, 2007). Sedangkan Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2010: 51) menjelaskan bahwa pengertian poster adalah alat penyampaian informasi yang terkandung di dalamnya seperti iklan, propaganda, layanan publik dll. Dan mudah diingat bagi setiap individu yang melihatnya.

a.2 Fungsi Poster

Poster turut dipengaruhi dengan adanya revolusi industri. Kemajuan dan perubahan zaman turut mempengaruhi bentuk poster. Seperti perubahan teknik pembuatan poster, tipografi, ilustrasi, dekorasi yang terdapat pada poster, warna, gaya desain, tata letak, hingga substansi yang terkandung di dalam poster. Teknologi dan modernitas menjadi salah satu faktor perubahan poster. Informasi yang ada di dalam poster juga mengalami perubahan yang signifikan dengan menyesuaikan zaman dan lingkungan sekitar. *Zeitgeist* dan fungsi pada poster memiliki caranya

sendiri dalam menyampaikan pesan terhadap khalayak umum yang mengamatinya.

Poster juga memiliki fungsi yang menjembatani komunikasi yang mudah dipahami antara pembuat poster dan individu yang mengamatinya (Kustandi dan Sutjipto, 2011: 50). Menurut Guffey dalam bukunya *Posters A Global History* (2015: 42) menjelaskan bahwa poster memudahkan dalam penjualan produk yang produsen hasilkan. Dia juga mengatakan poster lebih dari sekedar alat informasi yang komunikatif, namun sebagai medium yang mempermudah penjualan produk apapun.

Kusrianto (2007: 338) memiliki pendapat bahwa poster memiliki fungsinya sendiri sesuai tujuan pembuat poster yang bertujuan menyampaikan informasi seperti poster propaganda, poster komersial, poster layanan publik, dll. Unsur visual yang terdapat di dalam poster juga berkaitan dengan fungsi dari sebuah poster. Sehingga rangkaian unsur visual yang digunakan pada sebuah poster memiliki arti yang penting dalam sebuah poster secara keseluruhan (Sri Widarwati, 1993). Sedangkan menurut Widjiningasih (1982) prinsip pada poster memiliki arti yang sangat penting dalam kesatuan sebuah poster. Prinsip desain pada poster memudahkan siapapun dalam membaca dan memahami sebuah poster.

b. Gaya Desain Grafis

Gaya desain grafis adalah rangkaian elemen-elemen visual yang terus mengalami perubahan setiap zaman. Perubahan zaman turut mempengaruhi perubahan pada poster yang ada sehingga jika dijabarkan dalam garis waktu sejarah setiap gaya desain memiliki ciri khasnya sendiri sebagai penanda dan terus mengalami perubahan. Gaya desain grafis juga dipengaruhi dengan teknik yang mengalami perubahan dengan bermunculannya teknologi hingga era digital saat ini.

Arti gaya atau *style* jika dilihat secara umum adalah segala bentuk konsep yang dihasilkan dalam budaya suatu masyarakat dan muncul dalam peradaban manusia sejak zaman dahulu hingga *post-modern* saat ini (Soekiman, 2000: 8).

Bahasa Indonesia adalah bahasa yang miskin dalam rangkain tata bahasanya maupun kosakata dan mengadopsi banyak kata serapan dari berbagai bahasa asing, terkadang kendala setiap penutur bahasa indonesia secara fonetis maupun tulisan memiliki kesulitan pada beberapa istilah yang tidak ditemukan seperti dalam kamus bahasa Indonesia-Inggris, sehingga lebih nyaman untuk menyebutkan sebuah kata yang tidak ada dalam kamus bahasa Indonesia dalam bahasa asing. Seperti halnya istilah desain yang berasal dari kata *design* yang berasal dari kosa kata bahasa Inggris kemudian diubah dalam bahasa Indonesia, dimana secara harfiah dalam bahasa Indonesia memiliki arti “merancang”. (Sachari, 2000).

Kemudian gaya grafis adalah suatu penanda yang terus berubah setiap waktu yang diciptakan oleh desainer. Perubahan-perubahan itu meliputi dari segi elemen visual seperti tipografi, ilustrasi, gaya desain, warna, hingga teknologi pendukung dalam memproduksi sebuah desain yang dibuat oleh desainer. Setiap waktu ciri khas yang terdapat di dalam sebuah desain mengalami perubahan berdasarkan dengan teknologi yang ada pada saat itu (Heller, 1988).

Perubahan gaya desain grafis mengikuti perkembangan zaman, dengan berkembangnya teknologi gaya desain grafis juga ikut terpengaruhi. Semakin majunya teknologi perubahan gaya desain grafis semakin signifikan dan dapat dibedakan berdasarkan ciri khasnya sendiri di setiap zaman ataupun tempat asalnya. Sehingga berbagai macam gaya desain grafis menjadi sebuah tanda perubahan zaman dan suatu tempat yang memproduksinya.

c. Teori Warna

Warna adalah hal yang sangat penting dalam kehidupan. Tanpa adanya warna akan lebih sulit melihat tanda yang ada di manapun. Pada setiap budaya dan tempat yang berbeda warna memiliki beberapa perbedaan makna. Warna memiliki makna yang lebih dari satu sehingga warna adalah subjektif. Warna menjadi salah satu hal yang penting dalam sebuah desain. Warna yang ada memiliki dua penanda yang berbeda, yaitu penambahan atau *additive* dan pengurangan dalam tingkat warna *subtractive* (Sadjiman Ebdi Sanyoto, 2005: 17-19). Setiap warna memiliki persepsi dan arti tersendiri seperti ketika telah diterapkan dalam suatu desain ataupun objek lainnya.

c.1 Warna Hitam

Warna hitam termasuk dalam warna primer. Warna hitam adalah warna yang memiliki sifat panas dan warna yang paling mendominasi di alam semesta. Alam semesta memiliki kegelapan mutlak yang berwarna hitam. Warna primer terdiri dari hitam dan putih. Selain itu mengutip dari Rustan (2009: 73) yang menjelaskan bahwa warna hitam memiliki makna elegan, kematian, depresi, kemarahan, dan lain-lain.

c.2 Warna Merah

Berdasarkan taksonomi warna, warna merah termasuk dalam warna panas. Mata lebih sering menerima warna panas dibandingkan warna dingin. Warna merah memiliki arti yang emosional dalam melakukan suatu pergerakan. Mengutip dari Rustan (2009: 73) makna warna merah adalah gairah, api, energi, kuat, tenaga, dan lain-lain.

c.3 Warna Kuning

Warna kuning masuk dalam kategori warna panas dan berdampingan dengan warna dingin dalam spektrum warna. Selain identik dengan warna matahari warna kuning mengutip dari Rustan (2009: 73) memiliki arti cerdas, musim panas, bahagia, dan lain-lain.

c.4 Warna Putih

Warna putih seperti halnya warna hitam masih menjadi perdebatan apakah hitam dan putih adalah warna. Warna putih masuk dalam kategori warna dingin dalam spektrum warna dan berseberangan dengan warna panas. Berdasarkan Rustan (2009: 73) warna putih memiliki makna dingin, penghormatan, bersih, kebenaran, dan lain-lain.

d. Analisis Formalistik

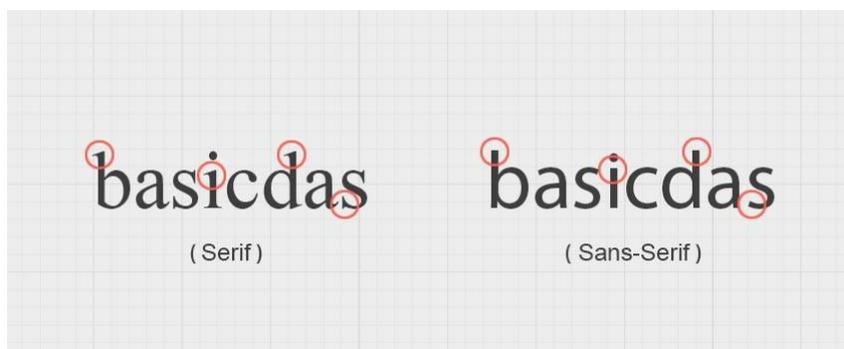
Suatu karya terbentuk dari berbagai macam objek, di mana hal itu menjadi unsur fundamental dalam terbentuknya sebuah karya. Hal tersebut didasari oleh beberapa elemen seperti unsur warna, unsur visual, penempatan tata letak, dan seluruh elemen pembentuknya. Jika dilihat lebih dalam lagi maka unsur tersebut ditentukan oleh objek-objek yang membentuknya seperti tekstur, objek yang membentuk lingkaran atau bentuk lainnya, penggunaan warna, garis, titik, coretan, ilustrasi, dan beberapa aspek pembentuk visual lainnya. Untuk mencari makna apa yang terkandung dalam suatu objek penelitian maka analisis formalistik akan diperlukan di sini.

Dalam memulai proses analisis formalistik maka dapat dimulai dengan mencari tahu sebuah data yang sudah didapatkan dan melakukan analisis yang lebih mendalam, sehingga lebih mendapatkan hasil yang maksimal (Dharsono Sonny Kartika, 2007: 64). Maka dalam melakukan analisis formalistik penelitian harus dilakukan secara teliti agar mampu memahami dan menemukan gagasan tentang objek yang diteliti. Secara teliti berarti mengamati dan menganalisa dengan seksama di mana pada

dasarnya suatu objek yang diteliti terbentuk karena adanya unsur ataupun elemen-elemen dalam bentuk apapun yang membentuknya (Noor, 2002: 55). Dari apa yang sudah dijelaskan maka analisis formalistik adalah menganalisa tentang suatu objek penelitian, dalam hal ini berarti suatu karya yang diteliti. Dengan menganalisa setiap unsur dan elemen yang mendasari suatu bentuk sebuah karya, sehingga dapat menemukan jawaban dan makna yang terdapat dalam setiap elemen visual pada suatu objek karya yang diteliti.

e. **Tipografi**

Tipografi adalah salah satu unsur yang penting dalam desain grafis. Berbeda dengan ilustrasi, tipografi lebih mudah dibaca dibandingkan ilustrasi. Ilustrasi tanpa tipografi lebih sulit dipahami dibandingkan dengan penggunaan tipografi pada suatu desain dan sebagai alat yang membantu dalam menjelaskan suatu maksud dan informasi pada sebuah objek karya. Selain itu Sudiana (2001: 2) berpendapat bahwa tipografi memiliki arti yang luas seperti penandaan pada pola halaman dan berbagai hal yang berhubungan dengan percetakan. Menurut Rustan (2009: 78) tipografi dalam identitas visual terbagi menjadi 2 macam, yaitu *letter marks* dan tipografi dalam penggunaan dalam berbagai media aplikasi pada logo.



Gambar 2.1 Klasifikasi jenis huruf

Sumber: <https://medium.com/@milindsatam/what-is-serif-and-sans-serif-and-what-is-the-difference-between-them-bc345858374b>

Klasifikasi umum huruf:

1. Serif

Serif adalah *old typeface*, selain itu *serif* sering digunakan dalam penulisan koran, majalah, dan buku. Huruf *serif* memiliki kait pada setiap ujung huruf sebagai ciri khas jenis huruf *serif*. Kait pada setiap huruf serif memiliki nama, yaitu *counter stroke* atau *serif bracketed*. Dua contoh huruf *serif* adalah *baroque* dan *renaissance*.

2. Sans Serif

Berbeda dengan *serif* sebagai *old typeface*, *sans serif* masuk dalam kategori *modern typeface* yang lebih modern dan minimalis. *Sans* berasal dari bahasa Prancis yang bila diterjemahkan dalam bahasa Inggris adalah “without” dan dalam bahasa Indonesia adalah “tanpa”. Dua contoh huruf *sans serif* yang populer seperti *calibri* dan *helvetica*. Selain itu huruf *sans serif* sering digunakan dalam penulisan *blogs*, *software*, dan *website*.

Menurut Suriyanto Rustan (2011: 112) berpendapat bahwa agar dapat mudah dipahami setiap aspek yang terkandung di dalam *typeface* harus sesuai dengan pesan yang akan disampaikan karena aspek visual dalam *typeface* hanya alat yang digunakan sebagai perantara penyampaian pesan yang terkandung di dalamnya. Selain itu Rahman, dkk (2018: 254) memaparkan prinsip tipografi agar lebih mudah dikenali dan terbaca harus memiliki prinsip *visibility*, *readability*, *legability* dan *clarity*. Dengan menggunakan prinsip tipografi di atas maka keterbacaan suatu karya akan lebih mudah dipahami, mudah terbaca, dan mudah diingat sehingga informasi berhasil disampaikan.