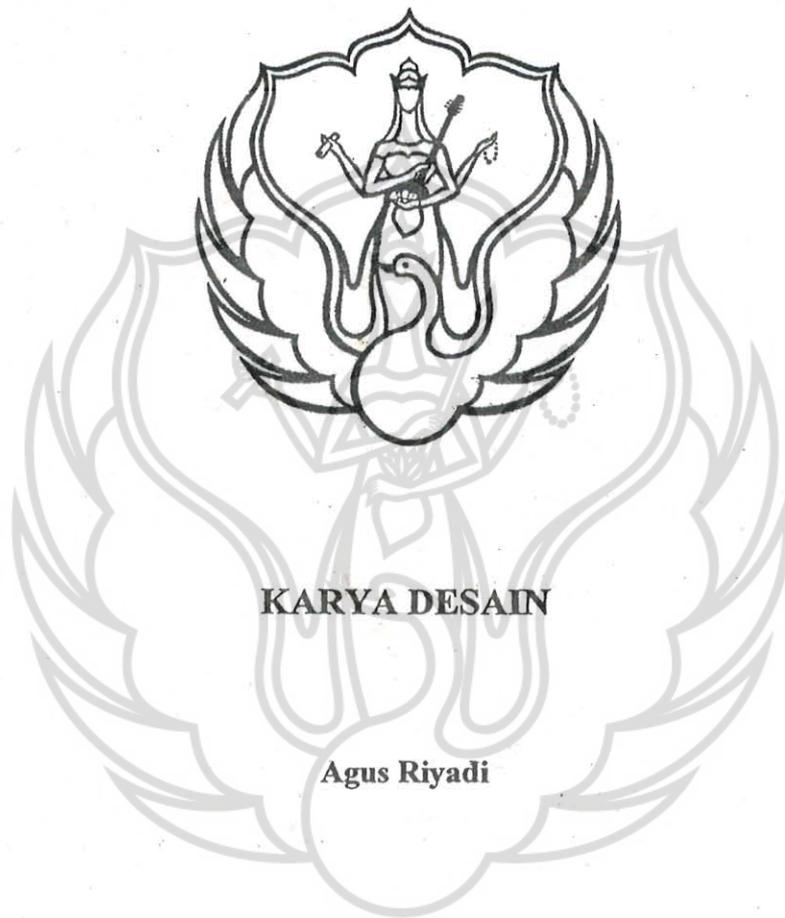


**PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF
INFORMASI DASAR DASAR TEORI GESTALT**



KARYA DESAIN

Agus Riyadi

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2008**

**PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF
INFORMASI DASAR DASAR TEORI GESTALT**



KARYA DESAIN

Agus Riyadi



KT001125

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2008**

**PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF
INFORMASI DASAR DASAR TEORI GESTALT**



KARYA DESAIN

Agus Riyadi

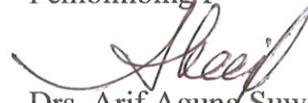
NIM 0111196023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2008

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF INFORMASI DASAR DASAR TEORI GESTALT diajukan oleh Agus Riyadi, NIM 0111196023, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 2 Agustus 2008 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I



Drs. Arif Agung Suwasono, M.Sn

NIP. 132 061 187

Pembimbing II



Terra Bajraghosa, S.Sn

NIP. 132 318 581

Cograte/Anggota



Endro Tri Susanto, S.Sn

NIP. 132 087 541

Ketua Program Studi DKV/
Anggota



Drs. Lasiman, M.Sn.

NIP. 131 773 135

Ketua Jurusan Disain/ Ketua/
Anggota



Drs. Antonius Hendro Purwoko

NIP. 131 284 654



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. M. Agus Burhan, M.Hum

NIP. 131 567 129

Persembahan



ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF INFORMASI DASAR DASAR TEORI GESTALT

Oleh

Agus Riyadi

0111196023

Gestalt adalah salah satu dari sekian banyak aliran dalam psikologi. Psikologi Gestalt pertama kali ditemukan pada 1920 oleh Max Wertheimer seorang peneliti dari Jerman, yang kemudian dikembangkan lagi oleh Wolfgang Kurt Koffka (1935) dan Kohler (1940). Pada tahun-tahun berikutnya teori psikologi Gestalt diadopsi ke dalam seni rupa dan desain sebagai faktor penting dari sebuah persepsi visual yang kemudian ditulis dalam buku Kepes's *Language of Vision* (1944) and Arnheim's *Art and Visual Perception* (1954). Teori Gestalt pada saat sekarang sangat berpengaruh sebagai metode visual utama dari perkembangan strategi visual desain grafis serta desain komunikasi visual sampai saat ini.

Pada perancangan ini media yang digunakan adalah media interaktif yang mempunyai tujuan untuk memberikan informasi tentang teori Gestalt dan implementasinya terhadap desain komunikasi visual pada khususnya, sehingga penyampaian informasi dapat dilakukan secara informatif, efektif dan menyenangkan. Hal yang tidak didapatkan jika informasi tersebut didapatkan dari media konvensional semisal buku. Melalui perkembangan teknologi informasi yang pesat seperti sekarang ini, pemanfaatan teknologi melalui perangkat pendukung baik perangkat keras maupun lunak dapat dimaksimalkan sebagai alat bantu, sehingga tujuan penyampaian informasi dasar-dasar teori Gestalt melalui media interaktif dapat diwujudkan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT limpahan berkah dan rahmat-Nya sehingga tugas akhir karya desain perancangan Media Interaktif Informasi Dasar-Dasar Teori Gestalt ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis sangat menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, karya tulis ini tidak dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
2. Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bpk. Drs. Hendro Purwoko.
3. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Drs. Lasiman M.Sn.
4. Pembimbing I, Bpk. Drs. Arif Agung Suwasono, M.Sn. yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberi arahan dan masukan hingga selesainya tugas akhir ini.
5. Pembimbing II, Terra Bajraghosa, S.Sn yang telah memberikan banyak bantuan dan masukan dalam pembuatan tugas akhir ini.
6. Segenap Dosen program studi Diskomvis ISI Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan wawasan.
7. Terima kasih kepada kedua orang tuaku, Bapak (Alm.) dan Ibu yang telah memberikan semangat dan doa yang tulus.

8. Kedua adikku Yulita dan Indras atas bantuan moril dan materil dalam penyelesaian tugas akhir ini.
9. Sahabat-sahabatku Basuki, Yayan, Heri, yang telah memberi semangat kebersamaan, kegembiraan dan kesetiakawanan hingga detik ini.
10. Teman-teman Metro, Widi, Nopee, dan Windra terima kasih atas pengertiannya.
11. Virgi..oh..virgi terima kasih atas dorongan semangat, perhatian dan pengertiannya selama ini.
12. Teman-teman seperjuangan Raptor 2001 Bagus Anggoro, Amal Bayu Ramdhana, Deni Sigit, Dean Adhi, Guntur, Nanang, Wawan, Markus, Fedo, Ipong, Helly, Yuko, Kirjo, Bram, Agung, Ahmad, dan semuanya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
13. Anak anak angkatan 2002 Fani beserta istri, Eko, Arif, dan masih banyak yang lainnya.
14. Anak-anak KKN ISI 2006 “Singa Masai” Erick, Sanjung, Obed, Ipe, Arum akhirnya kita bisa wisuda bareng.
15. Semua pihak baik lembaga maupun perorangan yang tidak dapat disebutkan semua karena telah membantu sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan pada waktunya.

Semoga Tuhan yang membalas seluruh kebaikan dengan ridho-Nya, dan, semoga tugas akhir ini berguna bagi semua pihak.

Yogyakarta, Agustus 2008

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan masalah	4
C. Batasan masalah	4
D. Tujuan perancangan.. ..	4
E. Manfaat perancangan	4
1. Manfaat untuk mahasiswa	4
2. Manfaat untuk lembaga	4
3. Manfaat untuk ilmu pengetahuan	5
F. Metode Perancangan	5
1. Tahap pengumpulan data	5
2. Tanap analisis	5
a. Wujud (<i>appearance</i>)	5
b. Bentuk (<i>form</i>)	5
c. Susunan (<i>structure</i>)	6
d. Suara (<i>audio</i>)	6

e. Isi (<i>content</i>)	9
3. Metode Analisis Data	6
4. Metode Perancangan.....	6
a. Perencanaan Media	6
b. Strategi Media	7
c. Biaya Media.....	7
5. Proses Perancangan.....	7
a. Pengelompokan Materi.....	7
b. Membuat Skema Navigasi	7
c. Visualisasi Desain	7
G. Orisinalitas Perancangan	8
H. Skema Perancangan	9
 BAB II. IDENTIFIKASI	
A. Identifikasi Data.....	10
1. Sejarah	10
2. Psikologi Gestalt.....	13
3. Aplikasi Gestalt.....	18
a. <i>Figure and Ground</i> (sosok dan latar belakang).....	22
b. <i>Similarity</i> (kemiripan).....	27
c. <i>Proximity</i> (kedekatan).....	32
d. <i>Closure</i> (ketertutupan).....	36
e. <i>Contiunity</i> (kesinambungan).....	41

B. Teori Media	45
1. Kekuatan Media Interaktif.....	47
a. <i>Mixed Media</i>	47
b. <i>User Control</i>	47
c. Simulasi dan Visualisasi.....	48
d. Gaya belajar yang berbeda.....	48
2. Kriteria Media Interaktif.....	48
3. Komponen Multimedia.....	48
4. Objek Multimedia Interaktif.....	49
C. Analisa Data	50
1. What	50
a. <i>Figure and Ground</i> (sosok dan latar belakang)	51
b. <i>Similarity</i> (kemiripan)	51
c. <i>Proximity</i> (kedekatan)	52
d. <i>Closure</i> (ketertutupan).....	52
e. <i>Contiunity</i> (kesinambungan).....	53
2. Why	53
3. When	55
4. Who	55
5. Where	55
6. How	56
D. Analisa Media	55
1. <i>Strength</i> (Kekuatan)	56
2. <i>Weaknes</i> (Kelemahan)	57

3. <i>Opportunities</i> (Kesempatan)	57
4. <i>Threats</i> (Ancaman)	57
E. Kesimpulan Analisa Data	58
1. Umum	58
2. Khusus	59

BAB III. KONSEP PERANCANGAN

A. Tujuan Komunikasi	60
B. Strategi Komunikasi	60
C. Konsep Media.....	61
a. Strategi Media.....	61
b. Strategi Media.....	61
D. Konsep Kreatif.....	63
a. Tujuan Kreatif.....	64
b. Strategi Kreatif.....	64
c. Isi Pesan.....	64
1. Halaman Depan.....	64
2. Halaman Sejarah.....	65
3. Halaman Gestalt.....	65
4. Halaman <i>Figure dan Ground</i> (Sosok dan Latar belakang).....	65
5. Halaman <i>Similarity</i> (kemiripan).....	66
6. Halaman <i>Proximity</i> (kedekatan).....	66
7. Halaman <i>Closure</i> (ketertutupan).....	66

8. Halaman <i>Contiunty</i> (kesinambungan).....	67
9. Halaman <i>Quiz</i>	67
d. Bentuk Pesan.....	67
1. Pesan Verbal.....	67
2. Pesan Visual.....	68
a. Teknis Visual.....	68
b. Visualisasi.....	68
c. Warna.....	69
d. Ilustrasi.....	70
e. Tipografi.....	70
f. Efek Transisi.....	71
g. Sound.....	71
E. Program Kreatif.....	72
1. Penyusunan Sinopsis.....	72
2. Pembuatan Diagram Navigasi.....	72
3. Proses Produksi.....	73
4. Media Pendukung.....	76
F. Biaya Kreatif.....	78

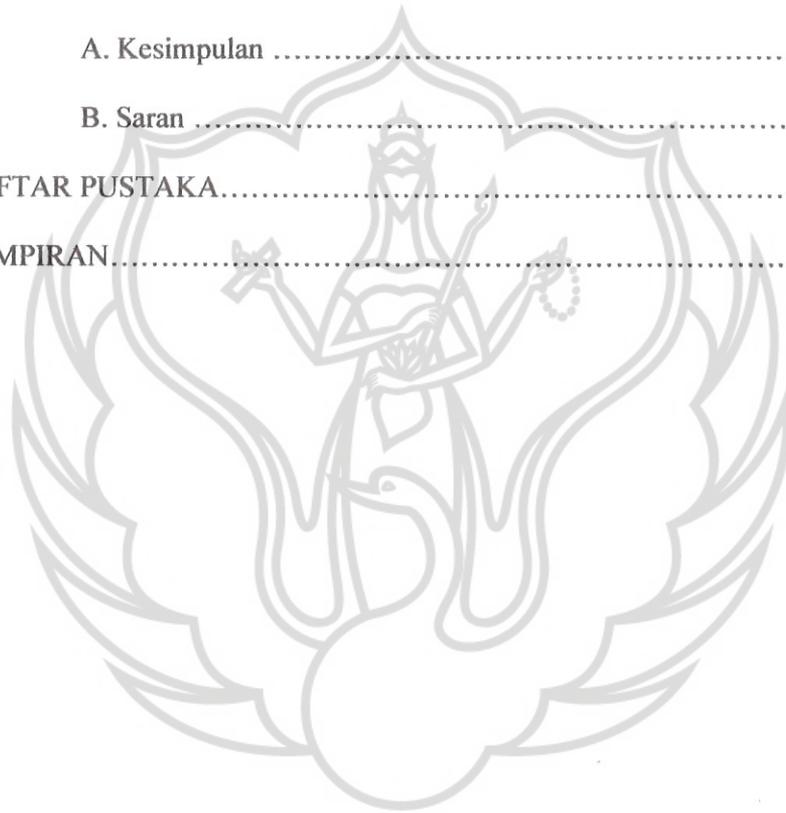
BAB IV RANCANGAN VISUAL

A. Sistem Navigasi.....	82
B. Studi Visual	82
1. Gaya Visualisasi	84
2. Studi Tipografi	85

3. Studi Warna	86
C. Lay Out	
a. Teori Layout	89
b. Raugh Layout	91
c. Komprehensif Layout	109
d. Final Design	120

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	139
B. Saran	140
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	143



DAFTAR TABEL

Tabel Biaya Kreatif	Halaman
1. Halaman Utama (<i>main page</i>)	78
2. Sub Halaman.....	80
3. Media Pendukung.....	81
4. Total Keseluruhan.....	82

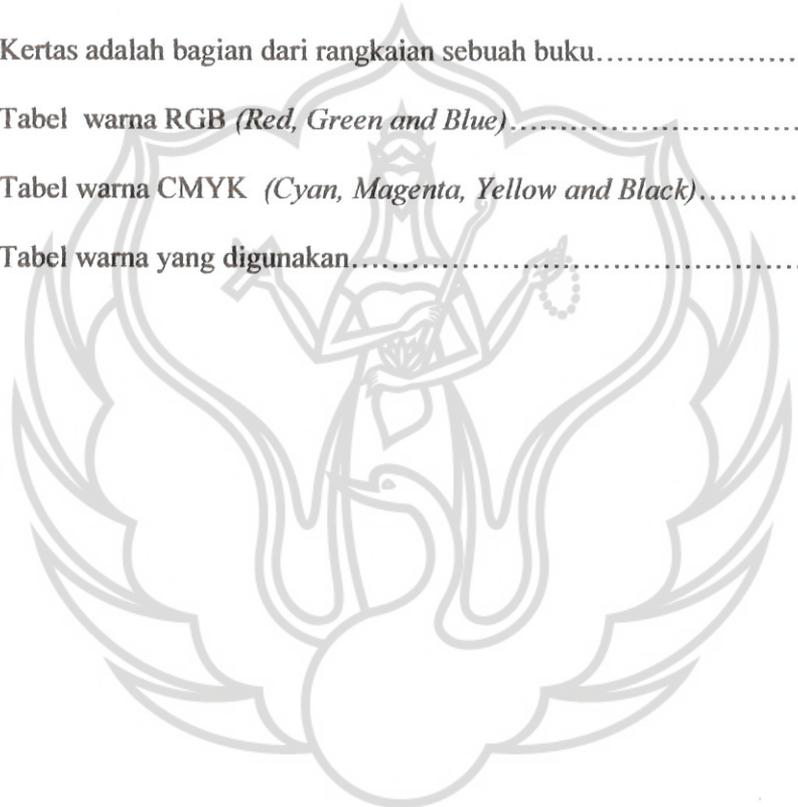


DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. "stroboscope"	11
2. Max Wertheimer.....	12
3. Wolfgang Kurt Koffka (1935) dan Kohler (1940).....	12
4. J.B Watson tokoh dari pergerakan behaviorisme.....	13
5. Teori gestalt dapat menjelaskan dengan adanya sedikit perubahan dari rumusan jarak dapat mengubah arti secara dramatis.....	15
6. Edgar Rubin's (<i>Rubin's Face/ Vase</i>).....	17
7. Professor Rudolf Arnheim dalam bukunya.....	20
8. Contoh sederhana aplikasi <i>figure and ground</i>	23
9. Contoh aplikasi sederhana <i>figure and ground</i> terhadap desain komunikasi visual.....	24
10. Contoh poster menggunakan prinsip <i>figure dan ground</i>	24
11. Contoh poster menggunakan prinsip <i>figure dan ground</i> dengan keadaan yang sebanding.....	25
12. Contoh The logo NBA yang menggunakan prinsip <i>figure</i> (sosok) dan <i>ground</i> (latar).....	26
13. Contoh poster Stewart Arthur Blythe Jazz concert yang menggunakan perpaduan prinsip <i>figure/ground</i>	27
14. Contoh gambar <i>similarity</i>	28
15. Contoh gambar <i>similarity</i> bentuk, warna dan ukuran.....	29
16. Contoh logo <i>similarity</i>	29

17. Contoh gambar yang tidak memiliki kemiripan (<i>dissimilarity</i>).....	30
18. Contoh gambar yang memiliki kemiripan (<i>similarity</i>)pada huruf o.....	30
19. Contoh iklan yang menggunakan prinsip <i>similarity</i> , pengelompokan visual berdasarkan kesamaan lebih terlihat sekelompok angka dan buah pisang daripada deretan angka nomor telepon.....	31
20. Contoh Poster film Lord of War menggunakan prinsip kemiripan (<i>similarity</i>) dengan tingkat yang lebih rumit dan kompleks.....	32
21. Pandangan mata akan cenderung melihat kotak yang saling berdekatan sebagai satu kelompok, kotak yang lainnya saling berjauhan sehingga tidak terlihat sebagai kelompok.....	33
22. Prinsip pengelompokan kedekatan (<i>proximity</i>) yang terdapat dalam sebuah perancangan layout.....	34
23. Logo menggunakan prinsip kedekatan (<i>proximity</i>).....	35
24. Aplikasi prinsip kedekatan untuk MTV Music Awards 2002.....	35
25. Contoh prinsip <i>proximity</i> (kedekatan) yang terdapat dalam sebuah poster.....	36
26. Contoh gambar prinsip ketertutupan (<i>closure</i>).....	37
27. Melalui prinsip ketertutupan (<i>closure</i>) informasi yang hilang akan dipenuhi oleh pikiran kita.....	38
28. Melalui prinsip ketertutupan (<i>closure</i>) informasi yang hilang akan terpenuhi.....	39
29. Prinsip ketertutupan (<i>closure</i>) iklan media luar ruang.....	40
30. Prinsip ketertutupan (<i>closure</i>) pada poster.....	40
31. Mata cenderung mengikuti arah yang di jejakkan dari sebuah bentuk.....	41

32. Mata cenderung akan mengikuti arah yang ditimbulkan oleh bentuk.....	41
33. Contoh logo yang menggunakan prinsip <i>continuity</i> (kesinambungan).....	33
34. Contoh iklan produk dari Kodak menggunakan prinsip <i>continuity</i> (<i>kesinambungan</i>).....	34
35. Contoh poster komersial maskapai penerbangan “ <i>Air France</i> ” menggunakan prinsip <i>continuity</i> (kesinambungan).....	44
36. Contoh iklan produk “Wiskas” menggunakan prinsip <i>continuity</i> (kesinambungan) mengajak kearah tertentu.....	36
37. Kertas adalah bagian dari rangkaian sebuah buku.....	85
38. Tabel warna RGB (<i>Red, Green and Blue</i>).....	88
39. Tabel warna CMYK (<i>Cyan, Magenta, Yellow and Black</i>).....	88
40. Tabel warna yang digunakan.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada abad informasi ini sebuah perancangan desain komunikasi visual tidak dapat dipisahkan dari peranan teknologi. Hal ini dibuktikan dengan semakin bergantungnya para perancang desain komunikasi visual dalam penuangan ide menggunakan peranan teknologi. Namun dalam menjalankan sebuah proses dari perancangan itu sendiri dirasakan masih perlu memperhatikan prinsip-prinsip dasar dalam merancang sebuah hasil karya desain yang baik dan benar. Beberapa prinsip-prinsip dasar yang menjadi pedoman dasar dari seorang disainer tidak bisa ditinggalkan begitu saja, walaupun sebuah teknologi mampu memudahkan dalam hal teknis sebuah perancangan.

Sebuah perancangan desain komunikasi visual yang baik haruslah mempunyai keterkaitan elemen prinsip-prinsip desain yang saling melengkapi dan saling mendukung. Elemen itu meliputi berbagai unsur dasar seni rupa yaitu garis, bentuk, warna, ruang, tipografi dan lain sebagainya.

Kesatuan dari elemen-elemen tersebut akan dijabarkan menggunakan konsep kesatuan dan berbagai kemungkinan dalam desain. Metode persepsi visual yang akurat teruji dan dapat dikatakan masih relevan adalah penerapan prinsip visual dari teori Gestalt.

Prinsip Gestalt diperkenalkan oleh Max Wertheimer pada tahun 1913 dari Jerman, juga psikolog Koffka (1935) dan Kohler (1940). Istilah “gestalt” berasal

dari bahasa Jerman sebenarnya sulit diterjemahkan ke dalam bahasa bahasa lain, tapi bisa diterjemahkan sebagai *shape, form, configuration, pattern* dalam bahasa Inggris atau bentuk, hakekat, esensi, totalitas dalam bahasa Indonesia, karena terjadi kesimpangsiuran dalam penerjemahannya maka istilah “Gestalt” digunakan tanpa menerjemahkan ke dalam bahasa lain. Teori Gestalt merupakan deskripsi secara umum untuk konsep yang membuat kesatuan dan berbagai kemungkinan dalam desain. Sadar ataupun tidak dalam penilaian output suatu desain prinsip Gestalt selalu di gunakan, hal ini menunjukkan betapa pentingnya peranan dari teori ini¹.

Secara umum Gestalt mempunyai pengertian sebuah proses psikologi persepsi visual manusia dalam membaca dan mengenal sebuah gambar atau bentuk secara keseluruhan dari semua elemen-elemen pada gambar, bukan elemen demi elemen atau satu per satu.

Berawal dari tinjauan singkat mengenai pentingnya sebuah perancangan, desain komunikasi visual memperhatikan prinsip-prinsip dasar dalam mengembangkan sebuah hasil karya yang baik , dalam hal ini tentang aplikasi teori Gestalt terhadap desain komunikasi visual. Maka mahasiswa desain komunikasi visual harus mengerti dan memahami tentang dasar-dasar teori Gestalt dalam sebuah aplikasi perancangan desain komunikasi visual. Untuk menunjang pemahaman mahasiswa tentang prinsip dasar tersebut, diperlukan adanya suatu media yang dapat mengakomodasi semua kebutuhan tentang melihat dan memahami lebih jelas tentang teori Gestalt. Namun kendala yang sering dihadapi adalah terbatasnya media referensi untuk mengetahui seluk beluk tentang

¹ Bing Bedjo Tanudjaja, *Aplikasi Prinsip Gestalt Pada Media Disain Komunikasi Visual*, (Tesis Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra, 2005) hal. 2

prinsip dasar dari teori ini, media yang paling umum dan sering dijumpai adalah buku, hal ini pun masih akan menemui kesulitan lain dalam menyerap isi dari media tersebut dikarenakan kebanyakan masih menggunakan bahasa asing dan dari segi nilai ekonomis masih sulit dijangkau.

Menyikapi hal tersebut di era teknologi informasi seperti sekarang ini diperlukan adanya suatu media yang dapat mengakomodasi semua kebutuhan tentang melihat dan memahami lebih jelas tentang teori Gestalt ini. Program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia, yang merupakan bagian dari Fakultas Seni Rupa, jurusan desain Institut Seni Indonesia ingin merancang sebuah media yang dapat menunjang kebutuhan tersebut di atas. Media yang dimaksud adalah multimedia interaktif sebagai jawaban atas perkembangan teknologi sekarang ini. Multimedia interaktif secara ekonomi juga lebih terjangkau apabila media ini menggunakan CD-ROM (*Compat Disc – Read Only Memory*). CD-ROM relatif mudah dan murah apabila digunakan untuk mendistribusikan file dengan ukuran yang besar dan aplikasi, memasukkan audio, video, dan animasi yang kompleks².

Dengan adanya media ini diharapkan mahasiswa dapat memetik manfaat yang berguna untuk memajukan bidang ilmu Desain Komunikasi Visual di Indonesia pada khususnya.

² Winastwan Gora S., *Membuat CD Multimedia Interaktif Untuk Bahan Ajar E-Learning* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2005) hal. 12

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah multimedia interaktif sebagai salah satu bentuk media informasi yang membahas tentang sejarah singkat dan prinsip prinsip dasar teori Gestalt dalam implementasi desain komunikasi visual

C. Batasan Masalah

Teori Gestalt mempunyai ruang lingkup yang luas, dalam perancangan ini pembahasan yang akan disampaikan hanya meliputi beberapa elemen yaitu dari mulai sejarah singkat dan prinsip dasar berdasarkan pengelompokan *figure and ground* (sosok dan latar belakang), *proximity* (kedekatan), *similarity* (kemiripan), *closure* (ketertutupan), dan *continuity* (kesinambungan)

D. Tujuan Perancangan

- a. Memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk mempelajari dan memahami teori Gestalt serta aplikasinya terhadap desain komunikasi visual.
- b. Menghasilkan CD interaktif tentang materi informasi Gestalt yang aplikatif terhadap desain komunikasi visual.
- c. Menghasilkan konsep tentang teori dasar Gestalt sebagai informasi pendidikan yang aplikatif terhadap desain komunikasi visual

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat untuk Mahasiswa

Mahasiswa mendapatkan kemudahan dalam mengetahui informasi dan

memahami prinsip-prinsip teori Gestalt serta aplikasinya terhadap desain komunikasi visual.

2. Manfaat untuk Lembaga

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta mendapatkan sebuah multimedia interaktif untuk pembelajaran tentang aplikasi prinsip-prinsip teori gestalt terhadap desain komunikasi visual.

3. Manfaat untuk Ilmu Pengetahuan

Multimedia interaktif tentang prinsip dasar-dasar teori Gestalt yang aplikatif terhadap desain komunikasi visual menjadikan salah satu referensi tambahan dari media lain yang sudah ada sebelumnya, untuk memberikan sumbangsih kepada ilmu pengetahuan khususnya di bidang desain komunikasi visual.

F. Metode Perancangan

1. Tahap Pengumpulan Data

Sebagai acuan dasar dalam membuat Media Interaktif pengambilan data tentang prinsip dasar teori Gestalt yang bersifat visual yang meliputi teks, gambar maupun diagram diambil dari buku, kamus internet, dan literatur yang sudah ada. Sedangkan untuk data audio akan diambil dari file audio dari berbagai sumber.

2. Tahap Analisis

Pendekatan yang dilakukan adalah dengan menganalisa data-data yang telah ada, antara lain:

a. Wujud (*appearance*)

Sesuatu yang tampak oleh indera penglihatan (*visual*) secara nyata ataupun abstrak.

b. Bentuk (*form*)

Bentuk merupakan gabungan dari seluruh unsur-unsur perwujudan seni rupa seperti titik, garis, warna, dan lain sebagainya. Yang berfungsi untuk menentukan bentuk per halaman dari media interaktif yang akan dirancang.

c. Susunan (*structure*)

Merupakan gabungan dari bentuk-bentuk sehingga menjadi visual.

d. Suara (*audio*)

Suara dapat menentukan identifikasi tentang suatu benda ataupun suatu tempat.

e. Isi (*content*)

Isi pokok dari perancangan ini adalah penuangan gagasan dari suatu bentuk penyampaian informasi yang tepat mengenai prinsip dasar teori Gestalt dan aplikasinya terhadap desain komunikasi visual.

3. Metode Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan dalam pengolahan data untuk perancangan media interaktif informasi prinsip dasar dasar teori gestalt yaitu Metode 5W1H. *What* (Apa), *Why* (Mengapa), *When* (Kapan), *Who* (Siapa), *Where* (Dimana) dan *How* (Bagaimana) Sedangkan analisis SWOT

merupakan tinjauan tentang *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman).

4. Metode Perancangan

a. Perencanaan Media

Tujuan Media adalah target yang ditentukan oleh media.

b. Strategi Media

Strategi media adalah perencanaan kreatif dalam mengambil langkah dan kebijakan dalam mencapai tujuan media.

c. Biaya Media

Biaya media adalah rincian biaya media yang dikeluarkan dalam perencanaan media.

5. Proses Perancangan

Tahap ini merupakan tahap *layout*, *artwork*, dan final desain, antara lain:

1. Pengelompokan materi

Data yang diperoleh disusun di dalam media interaktif ini yang akan dibagi berdasarkan kelompok sejarah, prinsip-prinsip dari Gestalt dan contoh aplikasi terhadap desain komunikasi visual dan lain sebagainya

2. Membuat skema navigasi

Navigasi adalah sekumpulan *hyperlink* (koneksi) berfungsi sebagai jalur hubungan untuk menjelajahi isi dari sebuah media interaktif secara keseluruhan. Struktur ini akan diatur sesuai dengan katagori tertentu agar dalam navigasi tidak terjadi *broken link* atau *missing link*.

3. Visualisasi desain

Proses dimana membuat rancangan kasar yang membuat *lay out* secara kronologis untuk mencari susunan tata letak yang artistik, pemilihan huruf (*font type*), pengaplikasian warna yang kemudian akan dirangkai menjadi desain yang artistik dan komunikatif memenuhi syarat sebuah media CD interaktif.

4. Digitalisasi Multimedia Interaktif lewat CD

5. Kesimpulan atau penutup.

G. Orisinalitas Perancangan

Perancangan media interaktif informasi dasar-dasar teori Gestalt pada dasarnya masih belum banyak ditemukan di Indonesia apalagi yang berbahasa Indonesia. Media yang mengupas tentang teori Gestalt masih sebatas pada media konvensional yaitu media kertas yang terangkai menjadi sebuah buku. Meninjau dari aspek tersebut maka media interaktif ini adalah sebuah jawaban. Kemudahan tersebut tidak hanya sebatas dalam hal mobilitas namun juga meliputi aspek-aspek lain, diantaranya meliputi efisiensi waktu dan penekanan dalam hal nilai ekonomis dari perancangan ini. Hal ini yang tidak didapatkan dari media konvensional yang berbentuk buku.



H. Skema Perancangan

