

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL INFOGRAFIS PADA AKUN INSTAGRAM  
@aisyiahpusat DALAM MENYAMPAIKAN GERAKAN ANTI KEKERASAN  
TERHADAP PEREMPUAN**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:**

**Fazira Ulfah**

**NIM 16210057**

**Pembimbing:**

**Saptoni, S.Ag., M.A.**

**NIP 19730221 199903 1 002**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2021**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-753/Un.02/DD/PP.00.9/04/2021

Tugas Akhir dengan judul : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL INFOGRAFIS PADA AKUN INSTAGRAM @aisyiahpusat DALAM MENYAMPAIKAN GERAKAN ANTI KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FAZIRA ULFAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 16210057  
Telah diujikan pada : Rabu, 14 April 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Saptoni, S.Ag., M.A  
SIGNED

Valid ID: 60813c697cc2c



Penguji I  
Drs. Abdul Rozak, M.Pd  
SIGNED

Valid ID: 60861e4d4eeef1



Penguji II  
Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 60879931cc0ab



Yogyakarta, 14 April 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 6087ba9f551f5



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230  
<http://dakwah.uin-suka.ac.id>, email: [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id), Yogyakarta 55281

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah &  
Komunikasi UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Fazira Ulfah  
NIM : 16210057  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : **Desain Komunikasi Visual Infografis Pada Akun Instagram @aisyiahpusat Dalam Menyampaikan Gerakan Anti Kekerasan Terhadap Perempuan**

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 02 April 2021

Mengetahui,  
Ketua Program Studi KPI

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si  
NIP. 19840307 201101 1 013

Pembimbing Skripsi

tanda tangan digital  
2021-04-02

Saptoni, S.Ag., M.A.  
NIP. 19730221 199903 1 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fazira Ulfah

NIM : 16210057

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "Desain Komunikasi Visual Infografis pada Akun Instagram @aisyiahpusat dalam Menyampaikan Gerakan Anti Kekerasan Terhadap Perempuan" adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung unsur plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 19 Maret 2021

Yang Membuat Pernyataan



Fazira Ulfah

NIM: 16210057

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fazira Ulfah  
NIM : 16210057  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran dan tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, maka saya tidak akan menuntut kepada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata Satu saya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh kesadaran ridha Allah SWT.

Yogyakarta, 19 Maret 2021

Yang membuat pernyataan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Fazira Ulfah

NIM 16210057

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Fazira Ulfah, saya sendiri yang telah berjuang sehingga sampai pada titik ini,

terimakasih telah berjuang dan bertahan, kamu hebat.

Kedua orang tuaku tercinta, Ibu Umi Kulsum dan Bapak Sohirin.

Simbahku tersayang, Mbah Harno Putri dan Mbah Harno Kakung.

Terimakasih karena selalu mendukung dan mendoakan penulis. Terimakasih

karena telah mengusahakan semuanya demi kebutuhan penulis selama

menempuh pendidikan.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

*“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.”*

(HR ath-Thabrani, Al-Mu'jam al-Ausath, juz VII, hal. 58, dari Jabir bin Abdullah r.a.. Dishahihkan Muhammad Nashiruddin al-Albani dalam kitab: As-Silsilah Ash-Shahîhah )<sup>1</sup>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>1</sup> Muhsin Hariyanto, “Jadilah Orang “Yang Bermanfaat”, <https://muallimin.sch.id/2016/01/20/jadilah-orang-yang-bermanfaat/> , diakses tanggal 18 Maret 2021.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim.*

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Dengan segala rasa syukur atas pertolongan dan Ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Desain Komunikasi Visual Infografis pada Akun Instagram @aisyiyahpusat Dalam Menyampaikan Gerakan Anti Kekerasan Terhadap Perempuan” dengan baik dan lancar, meski tidak dapat dipungkiri ada banyak sekali rintangan yang penulis hadapi. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan dengan setulus hati ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.,
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si., semoga Bapak selalu dalam lindungan dan ridho-Nya.



4. Dosen Pembimbing Akademik Ibu Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si, semoga Ibu sehat selalu.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Saptoni, S.Ag., M.A., yang telah sabar membimbing penulis dalam penyusunan skripsi, semoga Bapak sekeluarga selalu dilimpahkan kesehatan.
6. Seluruh Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan segenap karyawan yang telah memberi ilmu pengetahuan, bantuan dan pelayanan administrasi.
7. Masyayikh dan Masyayikhoh PP Tanbihul Ghofiliin Banjarnegara yang selalu penulis harapkan ridho dan barokah ilmunya.
8. Pimpinan Pusat 'Aisyiyah, khususnya Tim Media 'Aisyiyah yang telah berkenan meluangkan waktunya selama proses penelitian.
9. Kedua orang tua penulis, Ibu Umi Kulsum dan Bapak Sohirin yang selalu mendoakan penulis dan mendukung dalam segala hal.
10. Kedua Simbah penulis, Mbah Harno Putri dan Mbah Harno Kakung yang telah merawat penulis sedari kecil, memberikan perhatian dan curahan kasih sayang.
11. Sahabat kosan, Annisa, Kikuk, Alfy, Nila, terimakasih atas kebersamaan yang menyenangkan. Sahabat kosan lama, Mba Mala, Mba Adina, Mba Ika, Dea, terimakasih sudah menjadi keluarga pertama di perantauan.
12. Sahabat dari awal perkuliahan, Fiqih Rahmawati dan partner, terimakasih sudah mau direpotkan dalam segala hal, serta terimakasih atas pinjaman laptopnya selama proses pengerjaan skripsi. Laila Nailu

Rahmatika, terima kasih sudah membantu banyak hal. Dimas Aji Sulisty, Toha Hamdan Syukroni, terimakasih sudah menjadi partner skripsi yang menyenangkan.

13. Teman-teman Keluarga Mahasiswa Banjarnegara (KEMBARA), Mas Yufan, Mila, Gayuh, Arfa, Rafa, Reva, Dhea, Nida, terimakasih sudah menjadi tempat pulang.
14. Teman-teman Rasida FM, khususnya anak-anak RRS #16, terimakasih atas pengalaman yang menyenangkan.
15. Om Duta, Om Erros, Om Bryan, dan Om Adam, terimakasih atas karya-karyanya yang menakjubkan, yang selalu membangkitkan semangat dan menemani penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
16. Semua pihak yang telah mendoakan, memotivasi, dan membantu dalam proses kelancaran pengerjaan skripsi penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga semua kebaikan, menjadi amalan ibadah dan mendapat balasan terbaik dari Allah SWT. Amiin.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan selanjutnya. Penulis berharap, skripsi ini dapat berguna untuk pembaca.

Yogyakarta, 18 Maret 2021

Penulis

Fazira Ulfah

## ABSTRAK

Fazira Ulfah, 16210057, 2021. Skripsi: *Desain Komunikasi Visual Infografis Pada Akun Instagram @aisyiyahpusat Dalam Menyampaikan Gerakan Anti Kekerasan Terhadap Perempuan*. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Perkembangan instagram dan fokus visual yang dimiliki oleh Instagram berpengaruh pada meningkatnya kebutuhan desain komunikasi visual. Salah satu akun instagram yang memanfaatkan desain komunikasi visual sebagai daya tarik untuk menyampaikan sebuah informasi/isu adalah akun @aisyiyahpusat. Isu kekerasan terhadap perempuan menjadi salah satu fokus 'Aisyiyah, mengingat maraknya kasus kekerasan yang menimpa perempuan. 'Aisyiyah mengemas isu kekerasan terhadap perempuan dalam sebuah desain infografis dengan memanfaatkan unsur-unsur visual.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang mengkaji bagaimana aplikasi unsur dan prinsip desain komunikasi visual pada akun Instagram @aisyiyahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep teori desain komunikasi visual dan teori Gestalt. Analisis data kualitatif menggunakan teknik analisis data interaktif Miles, Huberman, dan Saldana.

Hasil dari penelitian ini adalah desain komunikasi visual infografis pada akun Instagram @aisyiyahpusat pada proses pembuatannya telah menerapkan dan mempertimbangkan unsur-unsur desain, dengan demikian, desain infografis yang dihasilkan dapat dikategorikan sebagai karya desain yang baik (kejelasan informasi, keterbacaan teks, dan penekanan pada informasi yang penting). Kemudian, desain komunikasi visual infografis pada akun Instagram @aisyiyahpusat juga telah menggunakan prinsip-prinsip kerja desain komunikasi visual seperti prinsip penekanan, keseimbangan, irama, dan kesatuan dalam mengkomposisikan unsur-unsur desain yang dimuat di dalamnya. Adapun hukum gestalt yang digunakan adalah hukum kesamaan bentuk dan kesinambungan pola.

***Kata Kunci: Desain Komunikasi Visual, Infografis, Gerakan Anti Kekerasan Terhadap Perempuan***

## ABSTRACT

Fazira Ulfah, 16210057, 2021. Thesis: *Infographic Visual Design on Instagram Account @aisyiahpusat For Introducing The anti-violence Movement Against Women*. Thesis of Islamic Communication and Broadcasting Study Program of Faculty Dakwah and Communication of Sunan Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta.

The development of Instagram and Instagram's visual focus has contributed to the increasing need for visual communication design. One Instagram account that uses visual communication designs as an attraction to convey information /issues is the @aisyiahpusat account. The issue of violence against women is one of 'Aisyiah's focuses, given the rampant cases of violence against women. 'Aisyiah packs the issue of violence against women in an infographic design that utilizes visual elements.

This research is a qualitative research with a descriptive approach that examines how the application of elements and principles of visual communication design on the @aisyiahpusat Instagram account in conveying the anti-violence movement against women. The theory used in this research is the concept of visual communication design theory and Gestalt theory. Qualitative data analysis used interactive data analysis techniques Miles, Huberman, and Saldana.

The result of this research is that the visual infographic communication design on the @aisyiahpusat Instagram account in the manufacturing process has implemented and considered design elements, thus, the resulting infographic design can be categorized as good design work (clarity of information, readability of text, and emphasis on important information). Then, the infographic visual communication design on the @aisyiahpusat Instagram account has also used visual communication design work principles such as the principles of emphasis, balance, rhythm, and unity in composing the design elements contained in it. The theory of Gestalt used is law of similarity and law of continuity.

**Keywords: Visual Communication Design, Infographics, Movement Against Violence Against Women**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUA.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
D. Kajian Pustaka .....	6
E. Kerangka Teori.....	9
F. Metode Penelitian.....	34
G. Sistematika Pembahasan .....	40
<b>BAB II AKUN INSTAGRAM ‘AISYIYAH DAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL INFOGRAFIS GERAKAN ANTI KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN</b>	
A. Profil ‘Aisyiyah dan Akun Instagram @aisyiyahpusat.....	42
B. Gerakan Anti Kekerasan Terhadap Perempuan oleh ‘Aisyiyah.....	46
C. Desain Komunikasi Visual Infografis pada Akun @aisyiyahpusat .....	53
<b>BAB III ANALISIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL INFOGRAFIS PADA AKUN INSTAGRAM @aisyiyahpusat DALAM MENYAMPAIKAN GERAKAN ANTI KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN</b>	
A. Desain Komunikasi Visual Infografis pada Akun Instagram @aisyiyahpusat dalam Menyampaikan Gerakan Anti Kekerasan Terhadap Perempuan.....	65

1. Garis ( <i>line</i> ) .....	65
2. Bentuk ( <i>shape</i> ).....	77
3. Tekstur ( <i>texture</i> ) .....	87
4. Gelap terang/kontras .....	94
5. Ukuran ( <i>size</i> ) .....	102
6. Warna ( <i>colour</i> ).....	110
7. Ilustrasi ( <i>illustration</i> ).....	120
8. Tipografi .....	130
9. Prinsip Penekanan/dominasi ( <i>emphasis</i> ) .....	140
10. Prinsip Keseimbangan ( <i>balance</i> ).....	149
11. Prinsip Irama ( <i>rhythm</i> ).....	159
12. Prinsip Kesatuan ( <i>unity</i> ) .....	166
B. Analisis Data dan Pembahasan .....	174
1. Analisis unsur dan prinsip desain komunikasi visual infografis pada akun Instagram @aisyiahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan .....	174
2. Analisis prinsip Gestalt pada desain komunikasi visual infografis pada akun Instagram @aisyiahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan .....	182
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	185
B. Saran .....	188
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Macam-macam Garis.....	12
Gambar 1. 2 Contoh Bentuk.....	12
Gambar 1. 3 Contoh Tekstur .....	13
Gambar 1. 4 Contoh Kontras .....	14
Gambar 1. 5 Contoh ukuran.....	14
Gambar 1. 6 Contoh Ilustrasi.....	18
Gambar 1. 7 Perbedaan Huruf Serif dan Sans Serif.....	20
Gambar 1. 8 Contoh penerapan prinsip penekanan .....	21
Gambar 1. 9 Keseimbangan simetris dan asimetris.....	22
Gambar 1. 10 Contoh Penerapan Prinsip Irama .....	23
Gambar 1. 11 Contoh Penerapan Prinsip Kesatuan (Unity) .....	24
Gambar 2. 1 Logo 'Aisyiyah.....	43
Gambar 2. 2 Tampilan Instagram 'Aisyiyah.....	44
Gambar 2. 3 Desain 1 .....	54
Gambar 2. 4 Desain 2 .....	55
Gambar 2. 5 Desain 3 .....	56
Gambar 2. 6 Desain 4 .....	57
Gambar 2. 7 Desain 5 .....	58
Gambar 2. 8 Desain 6 .....	59
Gambar 2. 9 Desain 7 .....	60
Gambar 2. 10 Desain 8 .....	61
Gambar 2. 11 Desain 9 .....	62

Gambar 2. 12 Desain 10.....	63
Gambar 3. 1 Desain 1 Unsur Garis.....	66
Gambar 3. 2 Desain 2 Unsur Garis.....	68
Gambar 3. 3 Desain 3 Unsur Garis.....	69
Gambar 3. 4 Desain 4 Unsur Garis.....	70
Gambar 3. 5 Desain 5 Unsur Garis.....	71
Gambar 3. 6 Desain 6 Unsur Garis.....	72
Gambar 3. 7 Desain 7 Unsur Garis.....	73
Gambar 3. 8 Desain 8 Unsur Garis.....	74
Gambar 3. 9 Desain 9 Unsur Garis.....	75
Gambar 3. 10 Desain 10 Unsur Garis.....	76
Gambar 3. 11 Desain 1 Unsur Bentuk.....	78
Gambar 3. 12 Desain 2 Unsur Bentuk.....	79
Gambar 3. 13 Desain 3 Unsur Bentuk.....	80
Gambar 3. 14 Desain 4 Unsur Bentuk.....	81
Gambar 3. 15 Desain 5 Unsur Bentuk.....	82
Gambar 3. 16 Desain 6 Unsur Bentuk.....	83
Gambar 3. 17 Desain 7 Unsur Bentuk.....	84
Gambar 3. 18 Desain 8 Unsur Bentuk.....	85
Gambar 3. 19 Desain 9 Unsur Bentuk.....	85
Gambar 3. 20 Desain 10 Unsur Bentuk.....	86
Gambar 3. 21 Desain 1 Unsur Tekstur.....	87
Gambar 3. 22 Desain 2 Unsur Tekstur.....	88



Gambar 3. 23 Desain 3 Unsur Tekstur.....	89
Gambar 3. 24 Desain 4 Unsur Tekstur.....	89
Gambar 3. 25 Desain 5 Unsur Tekstur.....	90
Gambar 3. 26 Desain 6 Unsur Tekstur.....	91
Gambar 3. 27 Desain 7 Unsur Tekstur.....	91
Gambar 3. 28 Desain 8 Unsur Tekstur.....	92
Gambar 3. 29 Desain 9 Unsur Tekstur.....	93
Gambar 3. 30 Desain 10 Unsur Tekstur.....	93
Gambar 3. 31 Desain 1 Unsur Kontras/Gelap Terang .....	94
Gambar 3. 32 Desain 2 Unsur Kontras/Gelap Terang .....	95
Gambar 3. 33 Desain 3 Unsur Gelap Terang/Kontras.....	95
Gambar 3. 34 Desain 4 Unsur Kontras/Gelap Terang .....	96
Gambar 3. 35 Desain 5 Unsur Kontras/Gelap Terang .....	97
Gambar 3. 36 Desain 6 Unsur Kontras/Gelap Terang .....	98
Gambar 3. 37 Desain 7 Unsur Kontras/Gelap Terang .....	99
Gambar 3. 38 Desain 8 Unsur Kontras/Gelap Terang .....	99
Gambar 3. 39 Desain 9 Unsur Kontras/Gelap Terang .....	100
Gambar 3. 40 Desain 10 Unsur Kontras/Gelap Terang.....	101
Gambar 3. 41 Desain 1 Unsur Ukuran .....	102
Gambar 3. 42 Desain 2 Unsur Ukuran .....	103
Gambar 3. 43 Desain 3 Unsur Ukuran .....	104
Gambar 3. 44 Desain 4 Unsur Ukuran .....	105
Gambar 3. 45 Desain 5 Unsur Ukuran .....	106

Gambar 3. 46 Desain 6 Unsur Ukuran .....	107
Gambar 3. 47 Desain 7 Unsur Ukuran .....	108
Gambar 3. 48 Desain 8 Unsur Ukuran .....	109
Gambar 3. 49 Desain 9 Unsur Ukuran .....	109
Gambar 3. 50 Desain 10 Unsur Ukuran.....	110
Gambar 3. 51 Desain 1 Unsur Warna.....	111
Gambar 3. 52 Desain 2 Unsur Warna.....	112
Gambar 3. 53 Desain 3 Unsur Warna.....	113
Gambar 3. 54 Desain 4 Unsur Warna.....	114
Gambar 3. 55 Desain 5 Unsur Warna.....	115
Gambar 3. 56 Desain 6 Unsur Warna.....	116
Gambar 3. 57 Desain 7 Unsur Warna.....	117
Gambar 3. 58 Desain 8 Unsur Warna.....	118
Gambar 3. 59 Desain 9 Unsur Warna.....	119
Gambar 3. 60 Desain 10 Unsur Warna.....	120
Gambar 3. 61 Desain 1 Unsur Ilustrasi.....	121
Gambar 3. 62 Desain 2 Unsur Ilustrasi.....	122
Gambar 3. 63 Desain 3 Unsur Ilustrasi.....	123
Gambar 3. 64 Desain 4 Unsur Ilustrasi.....	124
Gambar 3. 65 Desain 5 Unsur Ilustrasi.....	125
Gambar 3. 66 Desain 6 Unsur Ilustrasi.....	126
Gambar 3. 67 Desain 7 Unsur Ilustrasi.....	127
Gambar 3. 68 Desain 8 Unsur Ilustrasi.....	128

Gambar 3. 69 Desain 9 Unsur Ilustrasi.....	129
Gambar 3. 70 Desain 10 Unsur Ilustrasi.....	129
Gambar 3. 71 Desain 1 Unsur Tipografi.....	130
Gambar 3. 72 Desain 2 Unsur Tipografi.....	131
Gambar 3. 73 Desain 3 Unsur Tipografi.....	132
Gambar 3. 74 Desain 4 Unsur Tipografi.....	133
Gambar 3. 75 Desain 5 Unsur Tipografi.....	134
Gambar 3. 76 Desain 6 Unsur Tipografi.....	135
Gambar 3. 77 Desain 7 Unsur Tipografi.....	136
Gambar 3. 78 Desain 8 Unsur Tipografi.....	137
Gambar 3. 79 Desain 9 Unsur Tipografi.....	138
Gambar 3. 80 Desain 10 Unsur Tipografi.....	139
Gambar 3. 81 Desain 1 Prinsip Penekanan .....	140
Gambar 3. 82 Desain 2 Prinsip Penekanan .....	141
Gambar 3. 83 Desain 3 Prinsip Penekanan .....	142
Gambar 3. 84 Desain 4 Prinsip Penekanan .....	143
Gambar 3. 85 Desain 5 Prinsip Penekanan .....	144
Gambar 3. 86 Desain 6 Prinsip Penekanan .....	145
Gambar 3. 87 Desain 7 Prinsip Penekanan .....	145
Gambar 3. 88 Desain 8 Prinsip Penekanan .....	146
Gambar 3. 89 Desain 9 Prinsip Penekanan .....	147
Gambar 3. 90 Prinsip Penekanan.....	148
Gambar 3. 91 Desain 1 Prinsip Keseimbangan .....	149

Gambar 3. 92 Desain 2 Prinsip Keseimbangan .....	150
Gambar 3. 93 Desain 3 Prinsip Keseimbangan .....	151
Gambar 3. 94 Desain 4 Prinsip Keseimbangan .....	152
Gambar 3. 95 Desain 5 Prinsip Keseimbangan .....	153
Gambar 3. 96 Desain 6 Prinsip Keseimbangan .....	154
Gambar 3. 97 Desain 7 Prinsip Keseimbangan .....	155
Gambar 3. 98 Desain 8 Prinsip Keseimbangan .....	156
Gambar 3. 99 Desain 9 Prinsip Keseimbangan .....	157
Gambar 3. 100 Desain 10 Prinsip Keseimbangan.....	158
Gambar 3. 101 Desain 1 Prinsip Irama .....	159
Gambar 3. 102 Desain 2 Prinsip Irama .....	160
Gambar 3. 103 Desain 3 Prinsip Irama .....	161
Gambar 3. 104 Desain 4 Prinsip Irama .....	161
Gambar 3. 105 Desain 5 Prinsip Irama .....	162
Gambar 3. 106 Desain 6 Prinsip Irama .....	163
Gambar 3. 107 Desain 7 Prinsip Irama .....	163
Gambar 3. 108 Desain 8 Prinsip Irama .....	164
Gambar 3. 109 Desain 9 Prinsip Irama .....	164
Gambar 3. 110 Desain 10 Prinsip Irama.....	165
Gambar 3. 111 Desain 1 Prinsip Kesatuan .....	166
Gambar 3. 112 Desain 2 Prinsip Kesatuan .....	167
Gambar 3. 113 Desain 3 Prinsip Kesatuan .....	168
Gambar 3. 114 Desain 4 Prinsip Kesatuan .....	169

Gambar 3. 115 Desain 5 Prinsip Kesatuan .....	169
Gambar 3. 116 Desain 6 Prinsip Kesatuan .....	170
Gambar 3. 117 Desain 7 Prinsip Kesatuan .....	171
Gambar 3. 118 Desain 8 Prinsip Kesatuan .....	172
Gambar 3. 119 Desain 9 Prinsip Kesatuan .....	173
Gambar 3. 120 Desain 10 Prinsip Kesatuan .....	174



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan internet mempengaruhi dunia desain komunikasi visual. Jika pada zaman dahulu desain komunikasi visual hanya digunakan pada iklan di media yang bersifat konvensional seperti pamflet, banner, dan baliho, tetapi pada era digital seperti saat ini desain komunikasi visual mendapatkan tempat yang lebih variatif dan mempunyai jangkauan yang lebih luas. Desain komunikasi visual merupakan salah satu dari 16 sub-sektor ekonomi kreatif. Data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai Produk Domestik Bruto Sektor Ekonomi Kreatif 2017 menyebutkan bahwa Ekonomi Kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,44% terhadap total perekonomian nasional dengan nominal sebesar Rp989 triliun.<sup>1</sup>

Kini, siapa saja dapat membuat sebuah desain, karena banyaknya aplikasi pembuat desain yang bisa diunduh melalui *smartphone*, baik gratis maupun berbayar. Padahal, dalam sebuah pembuatan karya desain visual yang dibutuhkan tidak hanya sebatas mahir dalam menggunakan *software* maupun aplikasi saja, tetapi berkaitan erat dengan ilmu-ilmu dasar desain komunikasi visual

---

<sup>1</sup> Michael Reilly, "Pertumbuhan Desain Komunikasi Visual Pesat, Kontribusinya Masih Minim", *katadata.co.id*, <https://katadata.co.id/sortatobing/berita/5e9a51915c37c/pertumbuhan-desain-komunikasi-visual-pesat-kontribusinya-masih-minim>, diakses pada 15 April 2021.

seperti ilustrasi, tipografi, warna, bentuk, garis, tekstur, dan lain sebagainya. Bahkan tidak hanya itu saja, desain komunikasi visual juga berkaitan dengan ilmu psikologi, komunikasi, hingga ekonomi. Hal tersebut yang akhirnya berdampak pada esensi sebuah desain dan menjadi tantangan tersendiri bagi profesi seorang desainer, mahasiswa lulusan DKV, dan semua orang yang berkecimpung di dalamnya.

Selain desain komunikasi visual yang berkembang pesat, kecanggihan internet juga telah memunculkan beragam jenis media sosial. Berdasarkan hasil riset NapoleonCat, salah satu perusahaan analisis sosial media marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia menyebutkan bahwa pengguna aktif Instagram di Indonesia pada tahun 2020 mencapai angka 83.770.000 pengguna, adapun mayoritas dari mereka adalah perempuan yakni sebanyak 52,1 % atau sebanyak 43.644.170 pengguna.<sup>2</sup>

Seiring berjalannya waktu, Instagram yang sebelumnya merupakan sebuah media sosial yang hanya memungkinkan orang-orang untuk saling berinteraksi di dunia maya, kini berubah menjadi sebuah media yang menyediakan berbagai informasi. Perkembangan Instagram yang semakin pesat dan fokus visual yang dimiliki oleh Instagram juga berpengaruh pada kebutuhan desain komunikasi visual yang semakin banyak. Semakin bagus dan menarik sebuah unggahan

---

<sup>2</sup> Hasil riset NapoleonCat, <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/12> diakses pada 15 April 2021.

Instagram, maka secara otomatis akan semakin banyak pula orang yang akan menaruh perhatian dalam postingan tersebut.

Salah satu akun instagram yang memanfaatkan desain komunikasi visual sebagai daya tarik untuk menyampaikan sebuah informasi maupun menyampaikan sebuah isu, adalah akun *@aisyiahpusat*. Akun tersebut merupakan akun instagram milik Pengurus Pusat (PP) 'Aisyiyah. Isu kekerasan terhadap perempuan menjadi salah satu fokus 'Aisyiyah, mengingat maraknya kasus kekerasan yang menimpa perempuan. Pada Catatan Tahunan (CATAHU) 2020 oleh Komnas Perempuan, tercatat sebanyak 432.471 kasus kekerasan terhadap perempuan.<sup>3</sup>

Akun *@aisyiahpusat* mulai aktif pada 19 September 2016 dengan pengikut berjumlah 24,6 ribu dan 1.282 postingan dihitung per tanggal 6 Agustus 2020. Apabila dibandingkan dengan akun Instagram organisasi maupun lembaga perempuan lain di Indonesia seperti akun *@komnasperempuan* (6.019 pengikut), akun *@muslimatnu* (9.797 pengikut), akun *@pp.persistri* (321 pengikut), akun *@indonesiawomencoalition* (2.122 pengikut), dihitung per tanggal 21 Agustus 2020, akun *@aisyiahpusat* mempunyai jumlah pengikut terbanyak.

---

<sup>3</sup> "Siaran Pers dan Lembar Fakta Komnas Perempuan: Catatan Tahunan Kekerasan terhadap Perempuan 2020", <https://www.komnasperempuan.go.id/read-news-siaran-pers-dan-lembar-fakta-komnas-perempuan-catatan-tahunan-kekerasan-terhadap-perempuan-2020>, diakses pada 6 Agustus 2020.



Selain mempunyai jumlah pengikut terbanyak, *feed* instagram akun @aisyiyahpusat juga terlihat rapi dibandingkan dengan akun-akun yang telah disebutkan di atas. Hal ini dilihat dari adanya tema atau *template* pada desain yang digunakan. Desain pada akun instagram @aisyiyahpusat memiliki unsur-unsur visual seperti tipografi, ilustrasi, garis, bentuk, dan lain sebagainya. Sebuah desain pasti memiliki karakteristik, konsep, dan makna yang terkandung di dalamnya.

Seperti halnya dengan unggahan akun Instagram 'Aisyiyah yang bertema kekerasan terhadap perempuan yang memiliki karakteristik berbeda dari tema-tema lain yang diunggah pada akun @aisyiyahpusat. Desain dengan tema kekerasan terhadap perempuan pada Instagram 'Aisyiyah memiliki unsur-unsur visual yang mencolok dibandingkan dengan unggahan dengan tema lain. Hal tersebut salah satunya dapat dilihat dari penggunaan unsur-unsur visual secara menonjol, seperti penggunaan unsur kontras/gelap yang menimbulkan kesan dramatis, serta penggunaan unsur lainnya. Kemudian, isu kekerasan terhadap perempuan merupakan bagian dari konsep keluarga sakinah dimana konsep tersebut merupakan salah satu *core values* 'Aisyiyah. Pada keluarga sakinah harus dibangun relasi saling memuliakan seluruh anggota keluarga, baik laki-laki maupun perempuan.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Wawancara Tim Media 'Aisyiyah, Hajar Nur Setyowati, Jumat 12 Desember 2020 pukul 13.00 WIB.

Hal-hal tersebut membuat ketertarikan bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Desain Komunikasi Visual Infografis pada Akun Instagram @aisyiyahpusat dalam Menyampaikan Gerakan Anti Kekerasan Terhadap Perempuan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti paparkan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana komponen desain komunikasi visual infografis pada akun instagram @aisyiyahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komponen desain komunikasi visual infografis pada akun Instagram @aisyiyahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan.

### **2. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik kegunaan secara teoritis, akademis, maupun kegunaan secara praktis.

**a. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan peneliti dan pembaca dalam bidang ilmu komunikasi yang berfokus pada kajian ilmu desain komunikasi visual.

**b. Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan referensi dan sumbangan ilmiah dalam bidang komunikasi, khususnya pada kajian ilmu desain komunikasi visual.

**c. Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan bahan evaluasi bagi Tim Media 'Aisyiyah dalam pembuatan desain infografis di masa yang akan datang.

**D. Kajian Pustaka**

Setelah peneliti melakukan tinjauan dan pengkajian, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian mengenai desain komunikasi visual sudah banyak dilakukan, akan tetapi sebagian besar penelitian tersebut meneliti sebuah desain poster. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Indri Wulandari dan Muh. Ariffudin Islam<sup>5</sup>, hasil

---

<sup>5</sup> Aisyah Indri Wulandari dan Muh. Ariffudin Islam, "Representasi Makna Visual Pada Poster Film Horor Perempuan Tanah Jahanam", *Jurnal Barik*, vol.1: 1 (2020).

dari penelitian tersebut adalah terdapat unsur-unsur desain yang terkandung pada visual poster yang merepresentasikan sesuatu yang berbeda dari poster film horor lainnya, karena tidak menampilkan sisi eksploitasi terhadap hantu. Kemudian penelitian oleh Ahmad Amirudin<sup>6</sup> pada tahun 2017, hasil dari penelitian tersebut adalah poster dalam akun Instagram *@love\_masjid* menggunakan hukum kesinambungan pola dari ketiga kategori desain. Hal tersebut menimbulkan efek strategi publikasi dengan mempertimbangkan *viewer* sebagai penerima pesan dalam melakukan penggalangan dana.

Lain halnya dengan penelitian di atas, beberapa penelitian mengenai desain komunikasi visual juga dilakukan terhadap majalah, desain pakaian, produk, dan *website*. Seperti penelitian yang dilakukan, Fikri Amarullah<sup>7</sup> dan Mohammad Zamroni<sup>8</sup>. Kedua penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Namun terdapat sedikit perbedaan dalam penelitian Fikri Amrullah, dalam penelitiannya Fikri menggunakan model prosedural yaitu model yang menggariskan langkah-langkah yang harus diikuti untuk menghasilkan sebuah produk. Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Sudjadi

---

<sup>6</sup> Ahmad Amirudin, *Desain Komunikasi Visual Penggalangan Dana Sosial Love Masjid Melalui Akun Instagram @love\_masjid*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2017).

<sup>7</sup> Fikri Amarullah, *Desain Komunikasi Visual (DKV) Dalam Promosi Radio MBS 107.8 FM Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang*, Skripsi (Semarang: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang, 2018).

<sup>8</sup> Mohammad Zamroni, *Desain Komunikasi Visual Jurnalisme Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakteristik Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)*, Skripsi (Surabaya: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, 2018).

Tjipto dan Rossa Dyana Pramusita<sup>9</sup>, dari penelitian tersebut ditemukan bahwa kemasan memiliki fungsi yang tidak lagi berupa daya tarik praktis saja tetapi juga daya tarik visual dimana desain kemasan memiliki peran yang sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Daya tarik utama pada kemasan Roti Murni terletak pada warna kuning yang menjadi ciri khas kemasan. Namun, desain kemasan Roti Murni tidak seluruhnya sesuai dengan teori kemasan Desain Komunikasi Visual. Berikutnya penelitian oleh Aniendya Christianna dan Moeljadi Pranata<sup>10</sup>, penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sander Peirce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan tanda-tanda visual yang digunakan dalam poster sangat diperhatikan dengan detail, seperti penyajian ilustrasi, tipografi, tipografi dalam judul dan sub judul serta *layout*. Penyajian tanda-tanda visual pada poster film animasi Amerika Serikat pada sepuluh tahun terakhir ini juga memiliki kecenderungan tertentu. Kemudian penelitian oleh Bing Bedjo Tanudjaja<sup>11</sup>, hasil dari penelitian tersebut adalah prinsip psikologi Gestalt sangat membantu dalam perkembangan strategi visual pada desain grafis serta komunikasi visual.

---

<sup>9</sup> Sudjadi Tjipto dan Rossa Dyana Pramusita, "Tinjauan Tampilan Visual Desain Kemasan Roti Murni di Yogyakarta", *Jurnal Andharupa*, vol. 2: 2 (2016).

<sup>10</sup> Aniendya Christianna dan Moeljadi Pranata, "Karakteristik Desain Poster Film Animasi Amerika Serikat", *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, vol 12: 1 (Januari 2010).

<sup>11</sup> Bing Bedjo Tanudjaja, "Aplikasi Prinsip Gestalt Pada Media Desain Komunikasi Visual", *Jurnal Nirmana*, vol. 7: 1 (Januari, 2005).

Berdasarkan kajian pustaka yang telah peneliti lakukan, maka dapat dipahami bahwa penelitian mengenai desain komunikasi visual dalam sebuah infografis masih jarang dilakukan. Penelitian mengenai desain komunikasi visual rata-rata dilakukan terhadap desain produk, poster, website, dan majalah. Adapun dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian terhadap desain komunikasi visual infografis dalam akun instagram PP 'Aisyiyah. Namun tidak semua infografis yang akan diteliti, peneliti hanya akan mengambil infografis yang memuat gerakan anti kekerasan terhadap perempuan.

## **E. Kerangka Teori**

Terdapat dua teori pada penelitian ini yaitu Teori Gestalt dan teori dalam kajian desain komunikasi visual yang meliputi unsur-unsur dan prinsip kerja desain komunikasi visual. Selain itu, pada penelitian ini juga digunakan konsep pendukung seperti tinjauan tentang kekerasan terhadap perempuan.

### **1. Tinjauan Tentang Desain Komunikasi Visual**

Definisi desain komunikasi visual berangkat dari dua konsep yang berbeda yaitu, desain dan komunikasi visual. Secara etimologi, kata "desain" berasal dari beberapa serapan bahasa yang diambil dari bahasa Italia yaitu "*designo*" yang berarti gambar.<sup>12</sup> Adapun

---

<sup>12</sup> Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*, cet. 2 (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hlm. 13.

komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian pesan kepada komunikan menggunakan media yang hanya terbaca secara visual oleh indra penglihatan atau mata.<sup>13</sup> Berdasarkan kedua makna tersebut, maka yang menjadi tujuan pokoknya adalah komunikasi. Dalam hal ini, seorang desainer dituntut untuk mengetahui bagaimana caranya supaya target komunikan dapat memahami suatu desain yang dibuatnya, sehingga tujuan dari komunikasi dapat tercapai dengan baik. Dengan demikian, seorang desainer perlu mempelajari Ilmu Sosial dan Budaya, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Psikologi.

Jadi, desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan menggunakan bahasa rupa/visual yang disampaikan melalui media berupa desain. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika, dan berbagai aspek lainnya, yang biasanya datanya didapatkan dari riset, pemikiran, *brainstorming*, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya.<sup>14</sup>

Sebagai sebuah disiplin ilmu, desain komunikasi visual mempunyai fungsi dasar. Menurut Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia dalam bukunya<sup>15</sup> mengungkapkan bahwa fungsi dasar dari desain komunikasi visual diantaranya yaitu: 1) Sebagai sarana identifikasi (*branding*), 2) Sarana informasi, pengendali, pengawas,

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm. 14.

<sup>14</sup> *Ibid.*, hlm. 15

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 15-17.

dan pengontrol, 3) Sarana motivasi, 4) Sarana pengutaraan emosi, 5) Sarana presentasi dan promosi.

#### a. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

##### 1) Garis (*line*)

Garis adalah unsur dasar dalam sebuah desain. Garis menghubungkan sebuah titik dengan titik yang lainnya, yang kemudian akan membentuk sebuah bentuk lain seperti garis lurus, lengkung, horizontal, vertikal, diagonal dan sebagainya. Masing-masing dari bentuk tersebut memiliki pencitraan yang berbeda. Sebagai contoh, garis horizontal akan membuat segala sesuatu terlihat lebih tenang, formal dan terlihat profesional, sedangkan garis vertikal akan memperlihatkan kesan keseimbangan, stabil dan elegan.<sup>16</sup>

Pemakaian garis pada desain komunikasi visual berbeda dengan fungsi garis pada gambar teknik dan gambar kerja.

Pada dunia desain komunikasi visual yang seringkali digunakan adalah *dotted line*, *solid line*, dan garis putus-putus.<sup>17</sup>

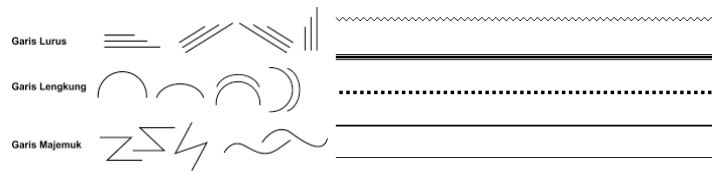
---

<sup>16</sup> Fiki Septiawan, *Desain Komunikasi Visual dalam Dakwah oleh Gerakan Pemuda Hijrah Bandung Melalui Akun Instagram @pemudahijrah*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018), hlm. 23.

<sup>17</sup> Sadjiman Ebdy Sanyoto, *Nirmana; Dasar-dasar Seni dan Desain* (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), hlm. 85.



Gambar 1. 1 Macam-macam Garis



Sumber: Sangdes.com

## 2) Bentuk (*shape*)

Gambar 1. 2 Contoh Bentuk



Sumber: docplayer.info

Segala sesuatu yang mempunyai diameter, tinggi, dan lebar disebut dengan bentuk. Berdasarkan sifatnya bentuk dibagi menjadi tiga jenis yaitu, bentuk geometri (bentuk yang dapat diukur), bentuk natural (bentuk yang dapat berubah karena tumbuh dan berkembang), dan bentuk abstrak (bentuk yang tidak jelas dan tidak berdefinisi).<sup>18</sup>

Bentuk-bentuk dasar yang umum diketahui adalah lingkaran, kotak, segitiga, lonjong, trapesium, persegi panjang, dan lain sebagainya.

<sup>18</sup> Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, hlm. 33-34.

### 3) Tekstur (*texture*)

Gambar 1. 3 Contoh Tekstur



*Sumber: docplayer.info*

Setiap benda maupun bentuk yang ada di dunia ini termasuk sebuah karya seni pasti memiliki permukaan. Setiap permukaan tersebut masing-masing memiliki nilai atau ciri khas. Tampilan permukaan tersebut dapat berupa kasar, halus, polos, bermotif, buram, dan sebagainya. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa tekstur adalah nilai atau ciri khas sebuah permukaan atau corak sebuah benda.<sup>19</sup> Tampilan/corak tersebut dapat diketahui melalui indra peraba maupun indra visual. Biasanya tekstur digunakan untuk mengatur keseimbangan pada desain.

### 4) Gelap terang/kontras

Dalam desain komunikasi visual, gelap terang/kontras ini digunakan untuk menonjolkan sebuah pesan atau informasi. Selain itu, gelap terang/kontras dapat menambah kesan dramatis dalam sebuah desain. Pengaturan komposisi

<sup>19</sup> Sanyoto, *Nirmana; Dasar-dasar Seni dan Desain*, hlm. 120.

gelap terang dalam sebuah desain, akan membantu nilai keterbacaan, fokus, dan titik berat suatu desain.

Gambar 1. 4 Contoh Kontras



Sumber: ronapresentasi.com

### 5) Ukuran (*size*)

Gambar 1. 5 Contoh ukuran



Sumber: niagahoster.co.id

Setiap bentuk memiliki ukuran, baik besar, kecil, panjang, lebar, pendek, dan lain sebagainya. Ukuran-ukuran yang dimaksud dalam desain merupakan ukuran nisbi. Nisbi berarti ukuran tersebut tidak mempunyai nilai mutlak/tetap, namun bersifat relatif atau tergantung pada area dimana bentuk tersebut berada.<sup>20</sup> Dengan menggunakan unsur ini, seorang desainer dapat menciptakan kontras dan penekanan (*emphasis*) pada objek desain yang akan dibuat. Pemilihan ukuran yang sesuai juga

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm. 116.

membuat desain dapat terbaca dengan baik, dan sesuai dengan hierarki. Dengan demikian, pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami.

## 6) Warna (*colour*)

Warna dapat didefinisikan secara objektif/fisik sebagai cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan.<sup>21</sup> Fungsi utama warna dalam desain komunikasi visual adalah untuk menampilkan citra. Pemilihan warna yang tepat akan membuat sebuah desain menarik perhatian, bahkan meningkatkan *mood*. Setiap warna memiliki karakter dan sifat yang berbeda-beda. Bahkan setiap negara memaknai warna dengan arti yang berbeda-beda pula. Namun demikian, arti warna secara umum akan dijelaskan dalam paragraf berikut ini.<sup>22</sup>

Warna merah menunjukkan akan keberanian, semangat, kekuatan, dan percaya diri. Warna merah termasuk dalam kategori warna yang hangat. Warna orange menunjukkan karakter hangat, ceria, segar, semangat, energik, dan seimbang. Warna pink menunjukkan karakter yang lemah

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 11.

<sup>22</sup> Novia Widya Utami, "Ketahu Lebih Dalam Tentang Psikologi Warna pada Branding", *Jurnal.id*, <https://www.jurnal.id/id/blog/psikologi-warna-pada-branding/>, diakses tanggal 23 Oktober 2020.

lembut penuh kasih sayang, feminim, dan menyenangkan. Warna ungu memiliki kesan spiritual, magis, mistis, misterius, mewah, keagungan, dan kebijaksanaan. Warna biru memberikan efek yang menenangkan. Berdasarkan cara pandang Ilmu Psikologi warna biru tua mampu merangsang pemikiran yang jernih dan biru muda membantu menenangkan pikiran dan meningkatkan konsentrasi. Warna coklat dapat menimbulkan kesan modern, canggih, dan mahal. Warna coklat menghadirkan kenyamanan, kesejahteraan, anggun, dan elegan. Warna kuning mempunyai karakter meningkatkan konsentrasi. Warna ini menyimbolkan sebuah persahabatan, santai, gembira, menonjol, eksentrik, optimisme, dan harapan. Warna abu-abu melambangkan kecerdasan, millenium, futuristik, dan kesederhanaan. Warna hitam mempunyai kesan yang suram, gelap, menakutkan, dan elegan. Karena itu, elemen apapun apabila dikombinasikan dengan warna hitam akan terlihat menarik. Warna hijau adalah warna yang identik dengan alam dan mampu memberi suasana yang santai. Dalam dunia desain, warna hijau memiliki nilai tersendiri karena dapat memberi kesan segar. Warna hijau melambangkan kehidupan, natural, alam, dan kesehatan.

Warna putih mempunyai arti bersih, suci, ringan, kebebasan, dan keterbukaan.

## 7) Ilustrasi

Secara etimologi, kata Ilustrasi berasal dari bahasa Latin "*Illustrate*" yang artinya menjelaskan. Adapun secara terminologi, Adi Kusrianto menjelaskan bahwa ilustrasi adalah sebuah seni gambar yang berguna untuk memberi penjelasan atas suatu tujuan secara visual.<sup>23</sup> Ilustrasi bisa berupa sketsa, lukis, maupun gambar digital. Penggunaan ilustrasi akan meningkatkan nilai estetika dan memberikan gambaran yang jelas atas pesan yang disampaikan. Ilustrasi juga berguna sebagai pengantar atau gambaran umum dari suatu cerita atau teks. Dengan adanya ilustrasi, *viewer* akan lebih mudah tertarik untuk membaca teks atau isi pesan.

Berdasarkan model/*image* yang digunakan ilustrasi dibagi menjadi dua yaitu, ilustrasi *image Bitmap* dan ilustrasi *image Vector*.<sup>24</sup>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>23</sup> Kusrianto, *Pengantar Desain*, hlm. 140.

<sup>24</sup> Fiki Septiawan, *Desain Komunikasi Visual dalam Dakwah oleh Gerakan Pemuda Hijrah Bandung Melalui Akun Instagram @pemudahijrah*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018), hlm. 28.

Gambar 1. 6 Contoh Ilustrasi



Sumber: *its.ac.id*

## 8) Tipografi

Tipografi merupakan seni menyusun huruf-huruf. Kata “menyusun” dalam hal ini meliputi merancang dan merangkai bentuk huruf dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang diinginkan.

Rangkaian huruf dalam sebuah kata maupun kalimat tidak hanya mengandung sebuah makna yang mengacu pada sebuah objek maupun gagasan, akan tetapi rangkaian huruf juga dapat memunculkan sebuah citra ataupun kesan secara visual. Lazo Moholy dalam Adi Kusrianto berpendapat

bahwa tipografi merupakan alat komunikasi. Oleh karena itu, tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas (*clarity*), dan terbaca (*legibility*).<sup>25</sup>

Para ahli tipografi telah mengelompokan huruf-huruf menurut kriterianya masing-masing. Berikut adalah pengelompokan huruf berdasarkan kriterianya.

<sup>25</sup> Kusrianto, *Pengantar Desain*, hlm. 191.

Pengelompokan huruf berdasarkan kaitnya. Pengelompokan ini didasarkan pada ada atau tidaknya garis kait/sirip/kaki/*counterstroke* pada setiap ujung huruf. Berdasarkan pengelompokan ini, jenis huruf dibagi menjadi dua, yaitu huruf serif (berkait) dan sans serif (tidak berkait).<sup>26</sup> Huruf serif memiliki garis-garis kecil pada ujung *letter*. Garis-garis itu posisinya berdiri horizontal terhadap badan huruf. Huruf serif dikenal lebih *legible* (terbaca) dan *readable* (jelas) karena garis-garis horizontal pada kaki huruf itu membantu menuntun pandangan mata pembaca pada baris teks yang sedang dibaca. Hal tersebut juga didukung dengan ketebalan dan ketipisan huruf yang kontras. Huruf serif memberikan kesan klasik, resmi, dan elegan pada sebuah karya desain.<sup>27</sup> Jenis huruf serif yang terkenal dan banyak digunakan saat ini adalah Times New Roman.

Jenis huruf berdasarkan kaitnya/siripnya yang selanjutnya adalah huruf sans serif. Huruf ini merupakan kebalikan dari huruf serif, yakni tidak mempunyai kaki/kait/sirip pada bagian ujung huruf. Huruf-huruf sans serif memiliki sifat yang *streamline*, fungsional, dan

---

<sup>26</sup> Adi Kusrianto, *Tipografi Komputer untuk Desainer Grafis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004), hlm. 24.

<sup>27</sup> Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, hlm. 58.



kontemporer.<sup>28</sup> Huruf jenis ini cocok apabila digunakan dalam desain yang berkesan modern. Huruf sans serif juga cocok apabila digunakan dengan paduan garis tipis dengan warna yang tidak terlalu mencolok untuk memberikan kesan yang sederhana/simpel. Jenis huruf sans serif yang populer pada awal pembuatannya adalah Futura, AvantGarde.

Gambar 1. 7 Perbedaan Huruf Serif dan Sans Serif



**I am sans.**  
I am serif.

*Sumber: kompasiana.com*

Kemudian pengelompokan huruf berdasarkan kemiripan anatominya. Berdasarkan hal tersebut, jenis huruf dibagi menjadi enam jenis.<sup>29</sup> Pertama, huruf roman. Huruf ini mempunyai ketebalan yang tidak sama. Kedua, huruf gothic. Huruf ini mempunyai ketebalan yang sama, baik pada bagian yang lurus maupun lengkung. Ketiga, huruf text. Huruf text merupakan huruf yang mempunyai ketebalan garis yang ringan, atau dengan kata lain huruf jenis ini mempunyai bentuk yang tipis. Keempat, huruf block. Huruf block merupakan jenis huruf yang mempunyai

---

<sup>28</sup> Kusrianto, *Tipografi Komputer*, hlm. 26.

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 27.

tingkat ketebalan yang tinggi. Kelima, huruf script. Huruf script diadaptasi dari tulisan tangan, sehingga huruf ini cenderung memiliki kesan yang luwes. Keenam, huruf italic. Huruf italic merupakan jenis huruf yang miring.

## b. Prinsip-prinsip Kerja Desain Komunikasi Visual

### 1) Penekanan/dominasi (*emphasis*)

Penekanan/dominasi bertujuan untuk membuat sebuah pusat perhatian dari sebuah desain. Pesan atau informasi yang dianggap paling penting perlu ditonjolkan melalui elemen visual yang kuat dan mencolok, sehingga komunikasi tidak gagal fokus terhadap informasi-informasi yang kedudukannya hanya sebagai pendukung informasi utama.

Gambar 1. 8 Contoh penerapan prinsip penekanan



Sumber: [komunikasipraktis.com](http://komunikasipraktis.com)

Ada tiga cara untuk menciptakan penekanan/dominasi dalam desain visual.<sup>30</sup> Pertama, kontras. Penekanan/dominasi dapat dilakukan dengan membuat objek yang penting dibuat berbeda dengan objek yang lain.

<sup>30</sup> Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, hlm. 44.

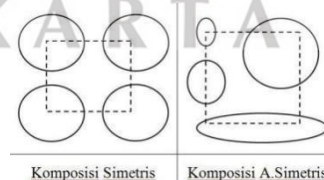
Kedua, isolasi objek. Isolasi objek dilakukan dengan cara memisahkan objek yang akan ditonjolkan dari kumpulan objek yang lain. Ketiga, penempatan objek. Penempatan objek yang tepat akan menciptakan penekanan. Objek yang ditempatkan di tengah, maka secara otomatis pandangan mata akan tertuju pada objek tersebut.

## 2) Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan adalah pembagian berat yang sama. Sebuah desain dapat dikatakan seimbang apabila sisi kanan-kiri atau atas-bawah terkesan sama berat.

Ada dua pendekatan untuk menciptakan *balance*. Pertama dengan membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara, disebut keseimbangan formal (*formal balance*). Keseimbangan yang kedua adalah keseimbangan asimetris (*informal balance*), yaitu penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan sisi kanan namun terasa seimbang.<sup>31</sup>

Gambar 1. 9 Keseimbangan simetris dan asimetris



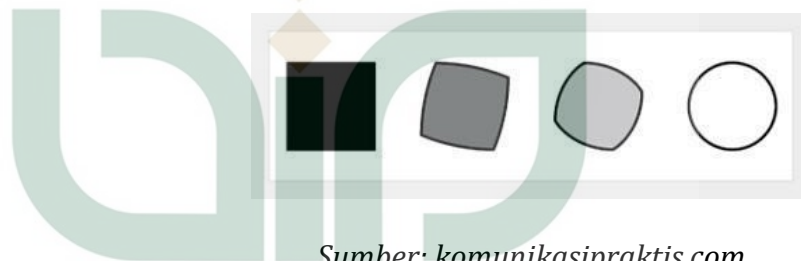
Sumber: [komunikasipraktis.com](http://komunikasipraktis.com)

<sup>31</sup> Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010), hlm. 87-88.

### 3) Irama (*rhythm*)

Irama merupakan pengulangan gerak atau penyusunan bentuk secara berulang-ulang. Irama dapat berupa repetisi atau variasi. Repetisi adalah elemen yang dibuat secara berulang-ulang dan konsisten (sama). Sedangkan variasi adalah elemen yang dibuat secara berulang-ulang, namun disertai perubahan bentuk, posisi, ukuran, atau posisi.<sup>32</sup> Pada akhirnya, repetisi akan memberikan kesan yang kalem, statis, dan membosankan. Sedangkan variasi akan menimbulkan kesan yang dinamis.

Gambar 1. 10 Contoh Penerapan Prinsip Irama



Sumber: *komunikasipraktis.com*

### 4) Kesatuan (*unity*)

Prinsip kesatuan ini sebenarnya adalah prinsip hubungan. Dikatakan demikian karena apabila semua unsur mempunyai hubungan, maka prinsip kesatuan telah tercapai. Sebuah desain dikatakan menyatu apabila seluruh elemen tampak harmonis dan saling berhubungan.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, hlm. 43

<sup>33</sup> Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, hlm. 97.

Terdapat beberapa cara yang bisa digunakan sehingga tercipta satu kesatuan dalam sebuah karya desain. Salah satu caranya adalah dengan mengulang warna, garis, bentuk, dalam setiap kategori. Selain itu bisa juga dilakukan dengan menyeragamkan penggunaan jenis huruf dan jenis ukuran pada *headline* atau subheadline.

Gambar 1. 11 Contoh Penerapan Prinsip Kesatuan (Unity)



Sumber: *vectorstock.com*

## 2. Teori Gestalt

Teori Gestalt dikembangkan pada tahun 1920 oleh seorang psikolog, yaitu Max Wertheimer.<sup>34</sup> “Teori ini menjelaskan proses penyatuan dan pengorganisasian komponen-komponen yang berbeda sehingga membentuk visual atau pola yang memiliki unsur kemiripan dan menjadi kesatuan.”<sup>35</sup> Jadi seseorang akan cenderung mengelompokkan apa yang dia lihat disekitarnya menjadi suatu kesatuan utuh berdasarkan pola, hubungan, dan kemiripan. Teori Gestalt berkaitan dengan analisis mengenai persepsi manusia

<sup>34</sup> Bing Bedjo Tanudjaja, “Aplikasi Prinsip Gestalt Pada Media Desain Komunikasi Visual”, *Jurnal Nirmana*, vol. 7: 1 (Januari, 2005), hlm. 57.

<sup>35</sup> Lia Angraini S. dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, hlm. 47.

terhadap suatu konfigurasi/penyusunan serta kaitan antara satu bagian dalam satu kesatuan bentuk. Pada akhirnya hal ini sangat mudah mempengaruhi persepsi visual manusia. Teori Gestalt banyak digunakan dalam desain grafis karena menjelaskan bagaimana persepsi visual bisa terbentuk. Ketika *audience* menangkap dan memilih stimulus, maka hal yang mempengaruhinya didasarkan pada *psychological set* yang dimilikinya, yaitu berbagai informasi yang ada di dalam memori *audience* maka terjadinya proses yang disebut seleksi perseptual. Sebelum seleksi persepsi terjadi, maka terlebih dahulu stimulus harus mendapat perhatian dari *audience*.

Terdapat dua proses yang termasuk dalam definisi seleksi yaitu, perhatian (*attention*) dan persepsi selektif (*selective perception*).<sup>36</sup> Perhatian (*attention*) *audience* dapat terjadi secara sengaja maupun tidak sengaja. Perhatian secara sengaja disebut dengan *voluntary attention*, yang berarti *audience* secara aktif mencari informasi yang dibutuhkan. Nah persepsi selektif terjadi pada saat *audience* melakukan *voluntary attention*, dimana pada saat *audience* mempunyai keterlibatan yang tinggi/aktif mencari informasi terhadap suatu karya desain, maka pada saat itu *audience* mengalami proses perhatian selektif. Adapun perhatian tidak

---

<sup>36</sup> Tanudjaja, "Aplikasi Prinsip Gestalt", hlm. 59.

disengaja (*involuntary attention*) terjadi pada saat *audience* diperlihatkan sesuatu hal yang menarik, mengejutkan, sesuatu yang tidak memiliki hubungan dengan kepentingannya. Terdapat lima prinsip Gestalt yang menjadi pedoman para desainer grafis, diantaranya: kesamaan bentuk (*law of similarity*), kesinambungan pola (*law of continuity*), penutupan bentuk (*law of closure*) kedekatan posisi (*law of proximity*), dan gambar (*figure*).<sup>37</sup> Berikut akan dijelaskan mengenai prinsip-prinsip tersebut.

**a. Kesamaan bentuk (*law of similarity*)**

Kesamaan terjadi pada saat sebuah benda terlihat mirip antar satu sama lain. Prinsip kesamaan bentuk (*law of similarity*) diartikan bahwa berbagai objek dengan bentuk serta karakteristik yang serupa cenderung akan dikelompokkan sebagai satu kesatuan. Karakteristik yang dimaksud dapat berupa warna, arah, maupun ukuran.

Kelompok yang terbentuk tersebut bahkan bisa menjadi sebuah objek yang baru.

**b. Kesinambungan pola (*law of continuity*)**

Kesinambungan terjadi pada saat penglihatan mata menjadi bergerak mengikuti arah sebuah objek dan melanjutkan ke objek yang lain. Prinsip kesinambungan pola

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm. 47-48.

berarti bahwa sebuah objek dapat dipersepsikan sebagai suatu kelompok karena adanya kesinambungan pola dan saling terhubung. “Dua (atau lebih) komponen yang saling berdekatan dari suatu pemandangan akan dikelompokkan bila komponen-komponen tersebut tampak saling terhubung melalui, katakanlah, suatu garis lurus atau halus.”<sup>38</sup>

**c. Penutupan bentuk (*law of closure*)**

Prinsip penutupan bentuk (*law of closure*) biasa digunakan untuk menguji apakah konsumen atau masyarakat masih mengingat merek sebuah produk.<sup>39</sup>

Karena dengan menggunakan prinsip penutupan, sebuah gambar akan membutuhkan perhatian khusus, mereka mencoba mengisi bagian yang hilang dan menggabungkannya menjadi satu kesatuan yang utuh.

Namun demikian, penggunaan prinsip ini memerlukan kehati-hatian, desainer harus benar-benar paham bagian-bagian yang harus dihilangkan dan bagian yang harus ditampilkan agar desain yang diciptakan tidak mengaburkan informasi yang akan disampaikan.

---

<sup>38</sup> Jonathan Ling dan Jonathan Catling, *Psikologi Kognitif* (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 13.

<sup>39</sup> Tanudjaja, “Aplikasi Prinsip Gestalt”, hlm. 60.



**d. Kedekatan posisi (*law of proximity*)**

Prinsip kedekatan posisi (*law proximity*) merupakan sebuah kesatuan atau pengelompokan yang terbentuk karena adanya elemen-elemen yang saling berdekatan. Sebuah bentuk yang sama, dengan posisi yang berjauhan akan terlihat berpecah dan tidak memiliki hierarki. Namun setelah didekatkan, bentuk-bentuk tersebut akan terlihat menjadi satu kesatuan.

**e. Gambar (*figure*)**

Mata akan memisahkan seluruh objek dari latar belakangnya untuk memahami apa yang sedang dilihat. Stimulus yang mengandung dua atau lebih daerah yang berbeda, biasanya akan dilihat sebagai gambar atau sosok (*figure*) dan sisanya sebagai latar belakang (*ground*).<sup>40</sup> Masing-masing dapat diidentifikasi sebagai objek meskipun tidak membentuknya menjadi solid. Dalam hal ini suatu objek cenderung menjadi figur yang menonjol di antara objek-objek lainnya, baik karena memang objek tersebut mencolok atau karena *audience* secara khusus mengamati objek tersebut. Bila objek-objek di sekitar kita tidak memiliki daya tarik yang sama kuatnya,

---

<sup>40</sup> *Ibid.*, hlm. 63.

maka dapat dikatakan bahwa; 1) figur memiliki bentuk yang lebih jelas daripada latarbelakang, 2) figur memiliki struktur, sedangkan latar belakang tidak, 3) figur memiliki batas, latar cenderung tidak memiliki batas, 4) figur terletak di depan latar.<sup>41</sup>

Pemahaman dan aplikasi dari Teori Gestalt akan membantu menciptakan desain yang baik dan mampu menyampaikan informasi yang ingin disampaikan. Dengan mengerti tentang persepsi visual manusia, desain yang diciptakan akan lebih efektif dan efisien. Meski Teori Gestalt merupakan sebuah teori yang baku, namun ada juga faktor-faktor lain seperti gaya hidup masyarakat, lingkungan, tingkat pendidikan, hukum yang berlaku, etika dan norma juga sangat berperan dalam penciptaan sebuah karya desain.

### **3. Tinjauan Tentang Kekerasan Terhadap Perempuan**

Kekerasan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti: (1) perihal (yang bersifat, berciri) keras, (2) perbuatan seseorang atau sekelompok orang yang menyebabkan cedera atau matinya orang lain atau menyebabkan kerusakan fisik atau barang orang lain, (3) paksaan.<sup>42</sup> Merujuk pada penjelasan tersebut, dapat disimpulkan

---

<sup>41</sup> Ahmad Amirudin, *Desain Komunikasi Visual Penggalangan Dana Sosial Love Masjid Melalui Akun Instagram @love\_masjid*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm. 24.

<sup>42</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kekerasan>, diakses pada 23 Juli 2020.

bahwa kekerasan di sini tidak hanya menggunakan fisik saja, tetapi juga dapat berupa kekerasan dengan verbal. Adapun dalam Deklarasi Penghapusan Kekerasan terhadap Perempuan pasal 1, bahwa yang dimaksud dengan kekerasan terhadap perempuan adalah segala bentuk tindak kekerasan yang terjadi atas dasar perbedaan jenis kelamin yang mengakibatkan atau akan mengakibatkan rasa sakit atau penderitaan terhadap perempuan termasuk ancaman, paksaan, pembatasan kebebasan baik yang terjadi di area publik maupun domestik.<sup>43</sup>

Terdapat beragam bentuk kekerasan terhadap perempuan, mulai dari kekerasan fisik, psikologis, ekonomi, hingga kekerasan seksual. Hal tersebut sebagaimana tertuang dalam rumusan Deklarasi PBB yaitu Deklarasi Penghapusan Tindak Kekerasan terhadap Perempuan, bahwa yang dimaksud dengan kekerasan terhadap perempuan adalah segala tindakan berdasarkan perbedaan jenis kelamin yang berakibat kesengsaraan atau penderitaan perempuan secara fisik, seksual atau psikologis termasuk ancaman tindakan, pemaksaan atau perampasan kemerdekaan secara sewenang-wenang baik yang terjadi di depan umum atau dalam kehidupan pribadi/keluarga.<sup>44</sup> Adapun menurut

---

<sup>43</sup> Lies Marantika dan Andy Yentriyani, *Pedoman Pendokumentasian Kekerasan Terhadap Perempuan Sebagai Pelanggaran Hak Asasi Manusia* (Jakarta: Publikasi Komnas Perempuan, 2004), hlm. 10.

<sup>44</sup> Deklarasi PBB tentang Penghapusan Tindak Kekerasan Terhadap Perempuan, pasal 1, hlm. 12.

Harkristuti Harkrisnowo, macam-macam bentuk kekerasan terhadap perempuan meliputi:

1. Kekerasan fisik (*physical abuse*) seperti tamparan, menendang, pukulan, menjambak, meludah, menusuk, mendorong, memukul dengan senjata.
2. Kekerasan psikis/emosional (*emotional abuse*) seperti rasa cemburu atau rasa memiliki yang berlebihan, merusak barang-barang milik pribadi, mengancam untuk bunuh diri, melakukan pengawasan dan manipulasi, mengisolasi dari kawan-kawan dan keluarganya, dicaci maki, mengancam kehidupan pasangannya atau melukai orang yang dianggap dekat atau menganiaya binatang peliharaannya, menanamkan rasa takut melalui intimidasi, ingkar janji, merusak hubungan orang tua anak atau saudara dan sebagainya.
3. Kekerasan ekonomi (*economic abuse*) seperti membuat tergantung secara ekonomi, melakukan kontrol terhadap penghasilan maupun pembelanjaan.
4. Kekerasan seksual (*sexual abuse*) seperti memaksa hubungan seks, mendesak hubungan seks setelah melakukan penganiayaan, menganiaya saat berhubungan seks, memaksa menjadi pelacur dan sebagainya.

Dari beberapa bentuk-bentuk kekerasan terhadap perempuan yang diuraikan diatas, yang umum terjadi adalah pelecehan seksual

dalam bentuk gurauan-gurauan porno, komentar-komentar tentang bentuk tubuh perempuan yang merendahkan dan mengarah pada pemikiran seksual, hingga sentuhan-sentuhan yang tidak dikehendaki.

Banyak hal yang menjadi penyebab terjadinya kekerasan terhadap perempuan, diantaranya adalah masih timpangnya relasi antara laki-laki dan perempuan yang masih menganggap laki-laki lebih berkuasa dari perempuan dalam segala hal. Selain itu, adanya budaya dan posisi subordinasi perempuan yang membatasi akses perempuan dalam berbagai bidang. Lebih jelas lagi, Maggi Humm mengatakan bahwa kekerasan terhadap perempuan terutama digunakan untuk mengontrol seksualitas perempuan dan peran reproduksi mereka, misalnya dalam ritual hubungan sosial, laki-laki sebagai pihak yang membutuhkan sementara perempuan sebagai objek yang harus menerima apa kemauan laki-laki tanpa memperhatikan kondisi perempuan, ketika laki-laki menginginkan dan ini tidak bisa terjadi sebaliknya.<sup>45</sup>

Secara hukum, mengenai kekerasan terhadap perempuan telah diatur dalam Undang-undang tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (UU PKDRT) No. 23 tahun 2004.

---

<sup>45</sup> Maggi Humm, *The Dictionary of Feminist Theory* (London: Harvest, Wheatsheaf 2007), hlm. 23

Undang PKDRT terdiri atas 10 bab dan 56 pasal.<sup>46</sup> Agama Islam memandang perempuan memiliki derajat yang sama dengan laki-laki, mulai dari kemuliaan, hak mendapatkan balasan atas amalnya, hingga dari sudut penciptaannya sebagai manusia. Islam juga memberikan derajat yang sama antara laki-laki dan perempuan perihal pahala dan kedudukan mereka di sisi Allah SWT, sebagaimana yang terdapat dalam Al-Quran surat an-Nahl ayat 97.

مَنْ عَمِلْ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya: “Barang siapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik, dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.” (QS an-Nahl: 97)<sup>47</sup>

Laki-laki dan perempuan juga memiliki kedudukan yang sama dalam , berusaha untuk memperoleh, memiliki, menyerahkan atau membelanjakan harta kekayaannya, seperti yang terdapat dalam Al-Quran surat an-Nisa ayat 32.

<sup>46</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2004 Tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga, <https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/24.pdf> , diakses pada 23 Juli 2020.

<sup>47</sup> Al-Quran, 16:97. Semua terjemah ayat al-Quran di skripsi ini diambil dari Pustaka Al Hanan, *Al-Quran Terjemah dan Asbabun Nuzul* (Surakarta: PT. Indiva Media Kreasi, 2009).

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah *natural inquiry* karena konteksnya yang natural, bukan artifisial, dan *interpretative inquiry* karena banyak melibatkan faktor-faktor subyektif baik dari informan, subyek penelitian, atau peneliti itu sendiri.<sup>48</sup> Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan, dan dokumen resmi lainnya.<sup>49</sup> Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif karena berkaitan dengan komponen desain komunikasi visual infografis dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan melalui Instagram. Komponen desain komunikasi visual yang dimaksud meliputi unsur-unsur desain dan prinsip kerja dalam desain. Tentu, hal tersebut tidak dapat diketahui hasilnya apabila menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data-data yang berupa angka.

---

<sup>48</sup> Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 4.

<sup>49</sup> Lexy J Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 11.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan untuk pengumpulan data penelitian atau sumber data penelitian yang dimana data itu diperoleh.<sup>50</sup> Sehingga subjek dari penelitian ini adalah unggahan pada Instagram @aisyiahpusat dengan tema gerakan anti kekerasan terhadap perempuan.

. Objek penelitian adalah masalah apa yang hendak diteliti atau masalah penelitian, pembatasan masalah yang dipertegas dalam dipertegas dalam penelitian.<sup>51</sup> Sehingga objek dalam penelitian ini adalah desain komunikasi visual infografis yang terdapat dalam unggahan akun instagram @aisyiahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan.

## 3. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau dengan kata lain data yang diperoleh dari sumber data pertama.<sup>52</sup> Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah unggahan desain komunikasi visual pada akun instagram @aisyiahpusat

---

<sup>50</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Rencana Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm. 102.

<sup>51</sup> Tatang M Amiri, *Menyusun Rencana Penelitian* (Jakarta: Raja Grafiika Persada, 1995), hlm. 92-93.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 308.



dengan tema gerakan anti kekerasan terhadap perempuan dan hasil wawancara dengan Tim Media 'Aisyiyah. Unggahan tersebut dibatasi pada tenggang waktu antara tanggal 30 November 2018 sampai dengan 31 Desember 2019. Pada tenggang waktu tersebut, terdapat 11 unggahan yang bertemakan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. Namun, dari 11 unggahan tersebut, rata-rata terdapat lebih dari satu desain, sehingga jumlah seluruh desain yang bertema gerakan anti kekerasan terhadap perempuan adalah 22 desain.

Dari jumlah 22 desain tersebut, peneliti hanya memilih 10 desain yang akan diteliti. 10 desain tersebut dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>53</sup> Adapun pertimbangan yang dimaksud adalah, *pertama*, dari keseluruhan unggahan tersebut peneliti hanya akan memilih desain yang berbentuk infografis, *kedua*, peneliti hanya memilih unggahan yang memiliki unsur visual yang sesuai dengan kajian penelitian.

#### **b. Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 300.

lain atau dokumen.<sup>54</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah berita, informasi, buku, maupun jurnal-jurnal ilmiah yang berkaitan dengan 'Aisyiyah mengenai isu-isu perempuan, maupun informasi lain yang mendukung dan berkaitan dengan fokus penelitian.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Metode Dokumentasi**

Metode pengumpulan data yang pertama dalam penelitian ini yaitu metode dokumentasi. Metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan bahan visual berupa konten desain infografis yang bertema kekerasan terhadap perempuan yang ada pada akun Instagram @aisyiyahpusat. Peneliti melakukan tangkapan layar terhadap konten tersebut.

##### **2. Metode Wawancara**

Metode pengumpulan data yang kedua adalah wawancara. Teknik wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara secara tidak terstruktur. Alasan peneliti memilih teknik wawancara secara tidak terstruktur adalah supaya informasi dan data yang didapatkan lebih mendalam dan memperoleh gambaran secara lengkap.

---

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 309.

Meskipun menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, akan tetapi peneliti tetap melakukan batasan, supaya jalannya wawancara tetap berada dalam fokus penelitian. Wawancara akan dilakukan terhadap tim media 'Aisyiyah untuk mengetahui tentang proses pembuatan desain infografis, visi dan misi media 'Aisyiyah, desain yang digunakan dalam postingan Instagram 'Aisyiyah, gerakan anti kekerasan terhadap perempuan melalui Instagram, dan lain sebagainya.

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data Interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. *"Qualitative analysis techniques are carried out in three steps, there are: data condensations, data display, conclusion drawing and verification. Data condensation refers to selecting, focusing, simplifying, abstracting, and transforming."*<sup>55</sup>

### a. Kondensasi data (*data condensation*)

Kondensasi data dilakukan dengan cara menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasi data yang terdapat pada hasil wawancara dan temuan lapangan. Proses menyeleksi data dilakukan dengan cara menentukan dimensi-dimensi yang lebih

---

<sup>55</sup> Matthew B. Miles, A. Michael Huberman dan Johny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, Edisi 3 (Amerika: Sage Publications, Inc), hlm.12

penting, bermakna, seluruh data dikumpulkan untuk memperkuat penelitian. Pada tahap ini peneliti akan menerjemahkan hasil wawancara dan melakukan pengumpulan data berupa unggahan pada akun Instagram @aisyiahpusat. Berdasarkan data yang ada di lapangan, jumlah unggahan pada instagram 'Aisyiah terdapat 1.282 unggahan dihitung per tanggal 6 Agustus 2020. Adapun konten-konten dalam instagram 'Aisyiah berisi tentang *quotes*, kesehatan umum, kesehatan reproduksi, agama, info pengetahuan umum, dan isu terkait perempuan dan anak yang berbentuk poster dan infografis. Dari data lapangan tersebut, penulis akan menyeleksi konten yang ada dalam akun Instagram @aisyiahpusat yaitu berupa infografis yang bertema kekerasan terhadap perempuan dengan durasi waktu antara tanggal 30 November 2018 sampai dengan 31 Desember 2019.

#### **b. Penyajian Data (*data display*)**

Pada tahap ini peneliti menyusun data-data yang diperoleh dari data hasil wawancara, menganalisis penerapan unsur-unsur (garis, bentuk, tekstur, gelap terang/kontras, ukuran, warna, ilustrasi, tipografi) dan penerapan prinsip-prinsip desain komunikasi visual (penekanan, keseimbangan, irama, kesatuan) pada

infografis di akun Instagram @aisyiahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. Serta aplikasi prinsip Gestalt pada desain infografis dalam membentuk persepsi visual mengenai gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. Data akan disusun berdasarkan catatan/data yang ada di lapangan.

**c. Penarikan kesimpulan (*conclusions drawing*)**

Pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan mengenai bagaimana komponen desain komunikasi visual infografis ditinjau dari unsur-unsur dan prinsip-prinsip desain komunikasi visual pada akun Instagram @aisyiahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. Serta bagaimana aplikasi prinsip Gestalt dalam membentuk persepsi visual mengenai gerakan anti kekerasan terhadap perempuan.

**G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan mempermudah pembacaan, maka peneliti akan menguraikan tentang sistematika pembahasan dari masing-masing bab sebagai berikut.

Bab pertama, pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, gambaran umum akun instagram @aisyiyahpusat dan desain komunikasi visual akun @aisyiyahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. Bab ini berisi tentang gambaran umum akun Instagram @aisyiyahpusat, gerakan anti kekerasan terhadap perempuan oleh 'Aisyiyah melalui Instagram, dan gambaran umum mengenai desain komunikasi visual pada postingan akun @aisyiyahpusat yang akan diteliti pada bab 3 yaitu infografis mengenai gerakan anti kekerasan terhadap perempuan.

Bab ketiga, analisis dan pembahasan desain komunikasi visual infografis pada akun instagram @aisyiyahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. Bab ini berisi tentang analisis mengenai unsur-unsur desain komunikasi visual (garis, bentuk, tekstur, gelap terang/kontras, ukuran, warna, ilustrasi, tipografi) dan prinsip-prinsip kerja desain komunikasi visual yang digunakan pada akun instagram @aisyiyahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. Pada bab ini juga berisi tentang analisis aplikasi prinsip Gestalt pada desain komunikasi visual infografis di akun Instagram @aisyiyahpusat dalam membentuk persepsi visual mengenai gerakan anti kekerasan terhadap perempuan.

Bab keempat, penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian serta saran dari peneliti. Penelitian ini juga akan dilengkapi dengan daftar pustaka, serta beragam lampiran yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Desain komunikasi visual infografis pada akun Instagram @aisyiyahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan pada proses pembuatannya telah menerapkan dan mempertimbangkan unsur-unsur desain yang ada seperti garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, ilustrasi dan tipografi. Dengan demikian, desain infografis yang dihasilkan dapat dikategorikan sebagai karya desain yang baik (kejelasan informasi, keterbacaan teks, dan penekanan pada informasi yang penting) dan mampu mengemas pesan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan yang mudah dipahami oleh audiens.

Berikut merupakan aplikasi setiap unsur desain komunikasi visual pada instagram @aisyiyahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. *Pertama*, unsur garis. Jenis garis yang paling banyak digunakan (bahkan pada seluruh desain) adalah garis vertikal. Penggunaan garis vertikal pada desain memperlihatkan kesan keseimbangan, stabil, dan elegan. Selain itu, penerapan unsur garis pada desain tersebut juga berfungsi sebagai ornamen-ornamen yang mengisi ruang kosong dan penambah nilai artistik pada desain. *Kedua*, unsur bentuk. Unsur bentuk yang paling banyak digunakan

adalah bentuk geometris persegi panjang. Penambahan bentuk geometris persegi panjang, rata-rata berfungsi untuk memberi penekanan pada bagian yang penting dan menciptakan *entry point* pada pesan yang disampaikan. *Ketiga*, unsur tekstur. Desain infografis 'Aisyiyah tidak terlalu menonjolkan unsur tekstur, dari sepuluh desain yang diteliti hanya dua desain yang menggunakan unsur tekstur. *Keempat*, unsur gelap terang/kontras. Penggunaan unsur gelap terang/kontras diterapkan pada ilustrasi sehingga memberi kesan dramatis pada desain. Selain itu, unsur gelap terang pada desain tersebut juga berfungsi untuk membuat penekanan dan titik fokus pada bagian-bagian yang penting. *Kelima*, unsur ukuran. Penggunaan unsur ukuran pada sepuluh desain yang diteliti dibuat untuk memberi penekanan pada bagian yang penting (Desain 7&10), lalu untuk membuat hirarki informasi (Desain 5), dan memberi variasi pada desain (Desain 5&6). *Keenam*, unsur warna. Unsur warna pada desain didominasi oleh warna hitam dan putih. Kedua warna tersebut merupakan warna-warna yang netral, sehingga apabila dipadukan dengan warna apa saja akan terlihat menarik. Desain infografis 'Aisyiyah juga menggunakan warna merah pada setiap kata yang penting dan mengandung arti 'bahaya/mengkhawatirkan'. Warna hijau merupakan warna identitas 'Aisyiyah, sehingga selalu ada dalam desain. Warna hijau tersebut diterapkan pada template yang berisi informasi mengenai media sosial 'Aisyiyah. *Ketujuh*, unsur ilustrasi.



Desain infografis @aisyiahpusat tidak terlalu menonjolkan unsur ilustrasi visual, namun lebih menonjolkan informasi yang bersifat tekstual. Hal tersebut bisa dilihat dari desain-desain yang menggunakan unsur ilustrasi, meski terdapat unsur ilustrasi di dalamnya, namun ilustrasi tersebut hanya memiliki porsi yang sedikit atau dengan kata lain memiliki ukuran yang relatif kecil. Kedelapan, unsur tipografi. Unsur tipografi pada desain didominasi oleh huruf sans serif, sehingga memberi kesan yang modern dan sederhana pada desain. Tipografi pada judul desain didominasi oleh huruf-huruf dekoratif, meski huruf dengan jenis tersebut memiliki tingkat *legibility* yang rendah, namun huruf-huruf dekoratif memberi kesan yang artistik pada desain.

Desain komunikasi visual infografis pada akun Instagram @aisyiahpusat dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan juga telah menggunakan prinsip-prinsip kerja desain komunikasi visual seperti prinsip penekanan, keseimbangan, irama, dan kesatuan dalam mengkomposisikan unsur-unsur desain yang dimuat di dalamnya. Penerapan prinsip penekanan pada desain sebagian besar diciptakan oleh kontras. Prinsip keseimbangan pada desain didominasi oleh keseimbangan asimetris. Penerapan prinsip irama pada desain rata-rata menggunakan jenis irama variasi, yaitu pengulangan bentuk yang disertai perubahan, ukuran, dan posisi. Penggunaan prinsip irama pada desain-desain tersebut, rata-rata

diterapkan pada unsur ilustrasi. Prinsip kesatuan pada desain mayoritas diciptakan oleh unsur tipografi dan warna.

Dari segi teori Gestalt, desain komunikasi visual infografis 'Aisyiyah dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan menggunakan hukum kesamaan bentuk dan kesinambungan pola. Sehingga secara keseluruhan, desain komunikasi visual infografis 'Aisyiyah termasuk dalam kategori desain yang baik, karena telah menerapkan unsur-unsur dan prinsip desain komunikasi visual serta prinsip Gestalt.

## B. Saran

Saran peneliti terkait penelitian mengenai desain komunikasi visual infografis pada akun Instagram *@aisyiyahpusat* dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan adalah:

1. Pembuatan desain infografis pada instagram *@aisyiyahpusat* dapat dicontoh dan ditiru oleh organisasi atau lembaga perempuan lainnya dalam menyampaikan gerakan anti kekerasan terhadap perempuan. Hal tersebut dikarenakan infografis dapat menyederhanakan informasi yang sifatnya kompleks menjadi sebuah informasi sederhana yang dapat dengan mudah dipahami oleh audiens.
2. Untuk PP 'Aisyiyah, hendaknya lebih menonjolkan lagi unsur ilustrasinya dalam desain infografis. Hal tersebut dikarenakan,

unsur ilustrasi dapat membuat audiens lebih tertarik untuk melihat desain. Selain itu, ilustrasi juga bisa membuat sebuah desain tidak biasa saja, tidak mudah berlalu, dan tidak mudah dilupakan oleh audiens.

3. Secara teknis publikasi, ada baiknya menggunakan *feed grid* yang berkesinambungan antar desain dan memiliki tema besar yang jelas dan unik, sehingga *feed* instagram terlihat rapi dan memiliki irama desain.
4. Untuk penelitian dengan tema dan kajian yang sama terkait desain komunikasi visual, alangkah lebih baik jika melakukan penelitian dengan metode kuantitatif dengan berfokus pada efektivitas penyajian desain dan konten yang ada terhadap audiens. Karena tidak selamanya penyajian karya desain dengan mempertimbangkan unsur-unsur desain yang ada dapat menjamin pesan itu akan diterima dengan baik oleh audiens.

## DAFTAR PUSTAKA

- aisyiyah.or.id, "Sejarah 'Aisyiyah'", aisyiyah.or.id, <http://www.aisyiyah.or.id/en/page/sejarah.html>, diakses pada 8 November 2020.
- Al-Quran, *Al-Quran Terjemah dan Asbabun Nuzul*, Surakarta: PT. Indiva Media Kreasi, 2009.
- Amarullah, Fikri, *Desain Komunikasi Visual (DKV) Dalam Promosi Radio MBS 107.8 FM Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang*, Skripsi, Semarang: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang, 2018.
- Amiri, Tatang M, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Raja Grafiika Persada, 1995.
- Amirudin, Ahmad, *Desain Komunikasi Visual Penggalangan Dana Sosial Love Masjid Melalui Akun Instagram @love\_masjid*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2017.
- Anggraini S, Lia dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*, cet. 2, Bandung: Nuansa Cendekia, 2014.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Rencana Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- BSE Kemendikbud, *Desain Grafis SMK Kelas XI*, Jakarta: Tidak diterbitkan, 2013.
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik dan ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, 2007.
- canva.com, "Arti Warna dan Symbolisme Bagaimana Menggunakan Kekuatan Warna pada Merek Anda", <https://www.canva.com/id/id/belajar/arti-warna-dan-simbol-dari-merk/>, diakses pada 16 April 2021.
- Christianna, Aniendya dan Moeljadi Pranata, "Karakteristik Desain Poster Film Animasi Amerika Serikat", *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, vol 12: 1 (Januari 2010).
- Deklarasi PBB tentang Penghapusan Tindak Kekerasan Terhadap Perempuan, Pasal 1.

- Epsikologi.com, "Psikologi Warna: Pengertian, Teori dan Manfaatnya Untuk Bisnis", <https://epsikologi.com/psikologi-warna/> diakses pada 16 April 2021.
- Hariyanto, Muhsin, "Jadilah Orang "Yang Bermanfaat", muallimin.sch.id, <https://muallimin.sch.id/2016/01/20/jadilah-orang-yang-bermanfaat/>, diakses tanggal 18 Maret 2021.
- Hasil riset NapoleonCat, <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/12> diakses pada 15 April 2021.
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kekerasan>, diakses pada 23 Juli 2020.
- Humm, Maggi, *The Dictionary of Feminist Theory*, London: Harvest, Wheatsheaf, 2007.
- Kusrianto, Adi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009.
- Ling, Jonathan dan Jonathan Catling, *Psikologi Kognitif (terj.)*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Marantika, Lies dan Andy Yentriyani, *Pedoman Pendokumentasian Kekerasan Terhadap Perempuan Sebagai Pelanggaran Hak Asasi Manusia*, Jakarta: Publikasi Komnas Perempuan, 2004.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman dan Johny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, Edisi 3, Amerika: Sage Publications, Inc, 2014.
- Mohammad, Taufik, "Infografis Sebagai Visual Pada Surat Kabar", *Jurnal Techno.COM*, vol. 11: 4, 2012.
- Moloeng, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Mukaromah, Vina Fadhotul, "Hari Ibu 22 Desember, ini Tokoh Perempuan dibalik Kongres 1928", Kompas.com, <https://www.kompas.com/tren/read/2019/12/22/070300765/hari-ibu-22-desember-ini-tokoh-perempuan-di-balik-kongres-1928?page=all>, diakses pada 8 November 2020.
- Nafiana, Ilma, *Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @manjadda.wajada Sebagai Media Dakwah*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018.
- Pimpinan Pusat 'Aisyiyah, *Pokok Pikiran 'Aisyiyah Abad Kedua*, Yogyakarta: Pimpinan Pusat 'Aisyiyah, 2015.

- Reporter Komnas Perempuan, "Siaran Pers dan Lembar Fakta Komnas Perempuan: Catatan Tahunan Kekerasan terhadap Perempuan 2020", <https://www.komnasperempuan.go.id/read-news-siaran-pers-dan-lembar-fakta-komnas-perempuan-catatan-tahunan-kekerasan-terhadap-perempuan-2020> , diakses pada 6 Agustus 2020.
- Repoter Komnas Perempuan, "Pentingnya Pemahaman Kekerasan Seksual serta Penguatan Korban", <https://www.komnasperempuan.go.id/read-news-siaran-pers-peluncuran-kampanye-16-hari-anti-kekerasan-terhadap-perempuan-2019-pentingnya-pemahaman-kekerasan-seksual-serta-penguatan-korban-jakarta-25-november-2019> , diakses pada 21 Agustus 2020.
- Samsidar dan Darliana Sormin, "Program 'Aisyiyah dalam Mewujudkan Keluarga Sakinah Menuju Islam Berkemajuan", *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, vol. 11:1 (Juni, 2019).
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi, *Nirmana; Dasar-dasar Seni dan Desain*, Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- Septiawan, Fiki, *Desain Komunikasi Visual Dalam Dakwah oleh Gerakan Pemuda Hijrah Bandung Melalui Akun Instagram @pemudahijrah*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018.
- Setiyani, Ratna Yunita, "Bikksa Sebagai Pengokoh Ketahanan Keluarga", *HarianJogja.com*, <https://opini.harianjogja.com/read/2020/10/26/543/1053541/opini-bikksa-sebagai-pengokoh-ketahanan-keluarga>, diakses tanggal 3 Maret 2021.
- Soehartono, Irawan, *Metodologi Penelitian Sosial*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Supriyono, Rakhmat, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.
- Suri, "Maksimalkan Layanan Hukum Perempuan dan Anak, 'Aisyiyah Tingkatkan Posbakum Terakreditasi", *Aisyiyah.or.id*, [https://aisyiyah.or.id/topik?topik\\_id=34](https://aisyiyah.or.id/topik?topik_id=34), diakses tanggal 3 Maret 2021.

- Tanudjaja, Bing Bedjo, "Aplikasi Prinsip Gestalt Pada Media Desain Komunikasi Visual", *Jurnal Nirmana*, vol. 7: 1, 2005.
- Tjipto, Sudjadi dan Rossa Dyana Pramusita, "Tinjauan Tampilan Visual Desain Kemasan Roti Murni di Yogyakarta", *Jurnal Andharupa*, vol. 2: 2 (2016).
- Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga, <http://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/24.pdf>, diakses pada 23 Juli 2020.
- Utami, Novia Widya, "Ketahu Lebih Dalam Tentang Psikologi Warna pada Branding", *Jurnal.id*, <https://www.jurnal.id/id/blog/psikologi-warna-pada-branding/>, diakses tanggal 23 Oktober 2020.
- Warsandi, *Studi Pesan Komunikasi Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual dalam Fanpage Facebook Naidu Clothing*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2016.
- Wawancara Tim Media 'Aisyiyah, Hajar Nur Setyowati, Jumat 12 Desember 2020 pukul 13.00 WIB.
- Wulandari, Aisyah Indri dan Muh. Ariffudin Islam, "Representasi Makna Visual Pada Poster Film Horor Perempuan Tanah Jahanam", *Jurnal Barik*, vol.1: 1 (2020).
- Zamroni, Mohammad, *Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakteristik Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)*, Skripsi, Surabaya: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, 2018.