BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Dalam menyampaikan informasi atau pesan ada beberapa cara yang bisa dilakukan. Salah satu cara diantaranya membuat perancangan media yang di dalamnya dapat merangkum dan memuat informasi mengenai hal yang disampaikan. Informasi yang akan disampaikan dalam media ini adalah mengenai tahap-tahap pembuatan dari tahap persiapan sampai tahap akhir. Media ini diambil dari beberapa sumber referensi yang mengenai informasi bordir manual. Perancangan media ini akan dikemas dengan konten yang menarik dan isi media yang mudah dipahami orang agar yang menggunakan media ini tidak bosan.

III.1.1 Khalayak Sasaran

media ini adalah mengenai tahap-tahap pembuatan dari tahap persiapan sampai tahap akhir bordir manual ini ditujukan untuk beberapa segmentasi masyarakat. Adapun segmentasi ini terbagi dalam beberapa segmen diantaranya :

- Demografi

Jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Usia : Remaja rentang usia 12-20 tahun

Pendidikan : SMP dan SMA

Ekonomi : Masyarakat menengah

- Psikografi

Gaya hidup : Senang dengan budaya

Kepribadian : Bersemangat, keingintahuan yang tinggi.

- Geografis

Tempat :Kawalu, Tasikmalaya

Iklim : Tropis

Budaya : Sunda Dan Jawa

- *Insight*

Hope : Setiap orang ingin bisa menguasai bordir manual, tapi tidak semua orang memiliki suatu keterampilan dan keahlian. Setiap orang ingin memiliki mesin bordir manual, tapi tidak semua mampu untuk membelinya.

Myth : Orang yang ahli bordir manual adalah orang yang sukses dan berhasil.

Hidden Truth : Orang yang mahir dan terampil dalam memakai bordir manual dia bisa mendapatkan penghasilan dan membuka lapangan pekerjaan.

Behavior : Masyarakat saat ini milih sesuatu barang yang lebih moderen dan canggih.

Esence : Orang yang mahir menggunakan bordir manual adalah orang yang ahli dan terampil.

- *Journey*

Journey adalah catatan kegiatan sehari-hari dari target audien, dari mulai bangun tidur hingga tidur lagi. *Journey* digunakan untuk mengetahui tempat dan benda-benda yang sering dijumpai oleh target khalayak sasaran. Adapun *journey* dari target khalayak sasaran adalah sebagai berikut:

Tabel III.1 *Journey* kegiatan remaja sekolah sehari-hari.
Sumber: Dokumen pribadi.

No	Waktu	Kegiatan	Tempat	Point of contact
1.	04.45	Bangun tidur,	Kamar tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Meja, Lemari, Kursi, Handphone, Alarm Hiasan Dinding.
2.	05.00	Sholat	Kamar tidur	Meja, Lemari, Kursi, Hiasan Dinding, Sajadah, Peci.
3.	06.00	Beres-beres kamar	Kamar tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Meja, Lemari, Kursi.
4.	06.15	Mandi	Kamar mandi	Handuk, Air, bak, gayung, sabun, sampo, sikat gigi, odol, baju,celana.
5.	06.30	sarapan	Ruang makan	Piring , gelas, air minum, sendok, roti, nasi, lauk pauk.
6.	06.45	Siap-siap berangkat sekolah	Kamar tidur	Meja, buku, tas, topi, jaket.
7.	07.00	Berangkat sekolah	Jalan	Helm, Motor, mobil, jalan raya, spanduk, poster, angkot.
8.	07.30	Tiba di sekolah, Mengecek PR	sekolah	Teman, mading, poster, Meja belajar, kursi, papan tulis, alat tulis, guru.
9.	09.00	Istirahat, jajan	Kantin	Handphone, Penjual, Jajanan, makanan, minuman, Teman, keramaian.
10.	10.00	Masuk kelas, belajar	Sekolah	Teman, Meja belajar, kursi, papan tulis, alat tulis, guru.
11.	12.15	Pulang sekolah, ngobrol bareng teman	Diluar sekolah	Teman, jalan, mobil, motor,handphone poster, billboard, spanduk.

12.	13.30	Tiba di rumah, beres-beres, ganti pakaian	kamar	Tas.Baju, celana, Meja, Lemari, Kursi.
13.	14.00	Santai, makan camilan dan ngobrol bersama keluarga	Ruang keluarga	Tv, tempat duduk, meja, camilan, lemari, majalah, buku.
14.	15.30	Main, keluar rumah	Diluar rumah	Handphone, Penjual, Jajanan, makanan, minuman, Teman, keramaian
15.	17.00	Pulang ke rumah, mandi	rumah	Tv, tempat duduk, meja, lemari, majalah, buku Handuk, Air, bak, gayung, sabun, sampo, sikat gigi, odol, baju,celana.
16.	18.00	Sholat	Kamar	Meja, Lemari, Kursi, Hiasan Dinding, Sajadah, Peci.
17.	19.30	Mengerjakan PR sekolah	Kamar	Buku, alat tulis, komputer,handphone.
18.	21.30	Santai	Ruang keluarga	Tv, tempat duduk, meja, camilan, lemari, majalah, buku.
19.	22.00	Tidur	Kamar	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Meja, Lemari, Kursi, Handphone, Alarm Hiasan Dinding.

20.	04.45	Bangun tidur,	Kamar tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Meja, Lemari, Kursi, Handphone, Alarm Hiasan Dinding.

Hasil dari *journey* diatas diperoleh informasi tentang kegitan serta hal yang sering dijumpai oleh anak remaja. Tempat dan benda tersebut adalah tempat tinggal, ruang belajar, buku catatan, dan media sosial. Benda dan tempat tersebut memungkinkan untuk dijadikan sebagai media informasi.

III.1.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu rencana untuk mengkomunikasikan suatu informasi agar tepat sasaran dengan bahasa yang sesuai dan dapat diterima oleh penerima dengan baik. Strategi komunikasi yang akan digunakan adalah melalui pendekatan verbal dan pendekatan visual. Adapun konsep mengenai pendekatan verbal dan pendekatan visual sebagai berikut :

- Pendekatan verbal

Pendekatan verbal yang akan digunakan dalam media buku informasi ini mengunakan bahasa yang baku, bahasa yang sedehana dan mudah dipahami. Bahasa yang digunakan bahasa Indonesia, karena target sasaran berada di Indonesia. Bentuk komunikasinya mengunakan kata atau kalimat yang bertujuan untuk memberitahu atau mengarahkan. Sifat bahasa sendiri bersifat formal, karena materi yang disampaikan dalam media ini berupa informasi yang merujuk pada bahasa pendidikan.

- Pendekatan visual

Visual yang ada dalam media ini berupa gambar atau foto yang telah diolah dan diubah, melalui tahap *editing* agar tampilan terlihat menarik. Visual yang akan

ditampilkan dalam buku ini merujuk pada buku pendidikan sekolah menengah kejuruan. Isi tiap halaman dalam buku ini dibuat dengan *layout* dan *pattern* yang berbeda, agar target sasaran tertarik dan tidak bosan. Penambahan *pattern* ini dimaksudkan agar tampilan terkesan tidak kaku dan moderen.

III.1.3 *Mandatory*

Perancangan media bordir Kota Tasikmalaya ini tersusun atas bantuan dari beberapa pihak. Pihak-pihak tersebut mendukung perancangan media ini dengan memberikan bantun berupa pemberian data-data, informasi, dan hal-hal yang mendukung pada materi yang ada dalam media ini. Adapun pihak-pihak yang mendukung dalam perancangan buku ini adalah, butik Key Art dan Nova Collection. Untuk penerbitan dari buku ini pihat PT. Gramedia Pustaka Utama siap untuk bekerja sama dan membantu dalam pencetakan dan penerbitannya.

III.1.4 Strategi Kreatif

Strategis kreatif merupakan ide yang dikeluarkan untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan. Dalam merancangan media ini diperlukan strategi kreatif yang menarik dan baik, agar isi pesan tersebut dapat sampai dan diterima dengan tepat oleh target sasaran, serta mampu mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan. Fokus utama pada strategi kreatif ini difokus pada bagaimana mengemas produk agar bisa menarik perhatian dari target sasaran. Beberapa hal yang dilakukan dalam strategi kreatif adalah sebagai berikut:

- Kerangka media

  Kerangka media merupakan susunan dari urutan-urutan pada media yang akan dibuat. Urutan-urutan kerangka media ini dibuat untuk menentukan bagian dalam pada media. Susunan media nanti akan mengikuti kerangaka yang telah dibuat. Kerangka inipun dibuat untuk memudahkan perancangan konten pada media ini.



Gambar III.1 kerangka Buku Bordir Kota Tasikmalaya.
Sumber : Dokumen pribadi

Bagan kerangka ini merupakan susunan dari bagian dalam media. Susunan media ini dibuat berdasar dari sumber buku kriya tekstil. Bagian pertama dari media ini adalah sampul bagian depan, selanjut bagian dalamnya sama dengan yang digambarkan pada kerangka di atas. Ditiap perpindahan dari konten satu ke konten lainnya diberikan pembatas. Pembatas ini dimaksudkan untuk beri jeda bagi pembaca agar mata tidak lelah melihat isi buku yang banyak menampilkan gambar dan foto.

III.1.5 Strategi Media

Untuk perancangan media ini akan terbagi dua jenis yaitu media utama dan media pendukung. Adapun konsep dari media utama dan media pendukung sebagai berikut :

- Media utama

Buku adalah media cetak tulis pada kertas yang tersusunan menjadi satu dengan tujuan sebagai sumber informasi dan referensi. Media utama yang akan dibuat berupa buku informasi mengenai tahap-tahap pembuatan dari tahap persiapan sampai tahap akhir. Pengambilan media buku dipilih karena media ini praktis dalam penggunaanya. Pemilihan media ini dipilih karena merujuk pada keadaan target sasaran yang gaya hidupnya sedehana. Selain itu buku-buku yang membahas tentang materi seperti ini saat ini jarang ditemuin dan sulit didapatkan.

- Media pendukung

  Media pendukung berfungsi sebagai pelengkap media utama yang dirancang untuk media informasi mengenai media utama dan sebagai bagian dari mercendais. Adapun media pendukung yang dipilih sebagai berikut :

- *Sticker*

Sticker atau gambar kertas yang ditempel ini dibuat sebagai media pendukung. Sticker ini dibuat untuk menyampaikan pesan pada target sasaran bahwa bordir asik dan dapat membuat target audien menjadi mempunyai keterampilan. *Sticker* ini merupakan bagian dari merchendise.

- Pembatas Buku

Pembatas buku digunakan untuk memberikan tanda pada halaman saat berhenti membaca. Maksud lain dibuatnya pembatas ini untuk menghindari kerusakan pada bagian dalam buku, yang di mana kebiasaan orang menandai bukunya dilipat.

- Kemeja

Kemeja ini dibuat sebagai salah satu mercendaise. Selain sebagai mercendaise tujuan lainnya juga untuk menyampaikan pesan pada target sasaran masyarakat umum, memungkinkan informasi lebih cepat diketahui, bahwa bordir Tasik dan dapat membuat target audien menjadi mempunyai keterampilan.

- Buku Catatan

Buku catatan merupakan bagian yang penting sebagai tempat menuangkan ide-ide dalam membuat sebuah karya atau desain motif bordir. Ukuran buku yang tidak terlalu besar memudahkan buku catatan ini dibawa kemana saja. Buku catatan ini merupakan media pendukung dari media utama.

- Flayer

  Flayer ini dibuat sebagai salah satu media untuk mempromosi media utama pada khalayak. Flayer ini disebar secara langsung pada masyarakat dipinggir jalan agar informasinya bisa cepat diketahui.

- Poster

  Poster ini dibuat sebagai salah satu media untuk mempromosi media utama pada khalayak. Poster ini disebar dibeberapa tempat yang memungkinkan orang untuk melihatinya. Selain itu poster ini pun disebar di media social untuk penyebaran informasi yang lebih luas.

- Akun Media Sosial

  Media sosial ini dibuat selain sebagai media pendukung untuk mempromosikan media utama, namun media sosisal ini juga digunakan sebagai media tanya jawab untuk target audien pada penyusun buku tentang hal yang kurang pahami tentang isi buku.

- *X-banner*

  X-banner ini dibuat untuk mempromosi media utama pada target audien. X-banner ini di ditempatkan bersama buku saat promosi. Didalam x-banner ini memuat beberapa hal seperti harga dan konten dari buku.

- Kotak Alat jahit

Kotak alat jahit ini merupakan mercendais yang dapat diperoleh saat pembelian media utama.

Untuk menyampaikan pesan melalui media kepada target khalayak sasaran dibutuhkan strategi komunikasi yang baik. AISAS merupakan singkatan dari *Atention, Interest, Search, Action* dan *Share*. Adapun strategi AISAS dalam menyampaikan pesan melalui media adalah sebagai berikut:

- *Attention*

  Tahap pertama *atention* digunakan untuk menarik perhatian masyarakat. Ditahap ini masyarakat akan dibuat untuk merasa bingung dan penasaran, hal ini supaya masyarakat merasa penasaran terhadap apa yang mereka lihat.

- *Interest*

Tahap kedua *interest* digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap sebuah produk. *Interest* berisikan informasi yang berkaitan dengan keinginan, mitos dan kebiasaan yang ada di benak target audien. *Interest* juga bisa berisikan informasi mengenai keunggulan dan manfaat produk.

- *Search*

Tahap ketiga adalah *search*, tahap dimana target audien mencari tahu informasi tentang produk. Target audien akan berusaha mendapatkan sumber informasi tentang produk, biasanya mencari informasi dari majalah, tabloid, koran, katalog, *website* dan orang (penjual atau teman).

- *Action*

Setelah target audien mendapat informasi produk di tahapan empat, maka target audien akan timbul rasa ingin memiliki terhadap produk. Aksi yang dilakukann selanjutnya oleh target audien adalah akan mencoba, meminjam, meminta, membeli hingga bisa merasakan produk.

- *Share*

Tahap terakhir dari strategi komunikasi ini adalah *share, Share* merupakan proses apresiasi, tanggapan atau penilaian terhadap sebuah produk. Target audien akan membuat informasi tentang kritik, saran atau dukungan terhadap produk. Target audien akan berbagi informasi kepada orang lain. Informasi biasa dibagi lewat pembicaraan atau di *share* pada media sosial.

III.1.6 Strategi Distribusi

Strategi distribusi untuk menyalurkan produk kepada konsumen dan memaksimalkan promosi yang dilakukan melalui beberapa tahapan. Strategi distribusi yang telah dirancang ini dibuat untuk memudah untuk promosi produk buku Bordir Kota Tasikmalaya. Pendistribusian produk ini akan di mulai dari bulan Agustus sampai dengan Desember 2017, terbilang lima bulan waktu pendistribusiannya. Untuk mempromosikan buku digunakan metode AISAS, yaitu *Attention, Interest*, *Search*, *Action dan Share*. Adapun strategi distribusi yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel III.2 Jadwal Pendistribusian Media Bulan Agustus - Desember 2017
Sumber : Dokumen Pribadi

No	Media	Bulan Agustus - Desember 2017																			
		Agustus				September				Oktober				November				Desember			
	Attention																				
1.	Poster																				

2.	Sticker																			
	Interest																			
3.	Seminar																			
4.	*X-banner*																			
5.	Presentasi desain																			
6.	Sticker																			
7.	***Search***																			
	Poster																			
	Media sosial																			
8.	***Action***																			
9.	Buku																			
	Pembatas buku																			
	Kemeja																			
	Kotak alat jahit																			
10.	Buku catatan																			
11.	X-banner																			
12.	***Share***																			
	Media sosial																			

Tabel di atas merupakan proses dari penyebaran media buku dengan metode AISAS. Tahap awal dari promosi media buku Bordir Kota Tasikmalaya ini dimulai dari *Attention, Interest,* dan *Search.* Tahap awal ini dilakukan untuk melihat respon, ketertarikan dan keingintahuan dari target terhadap produk. Setelah melihat respon

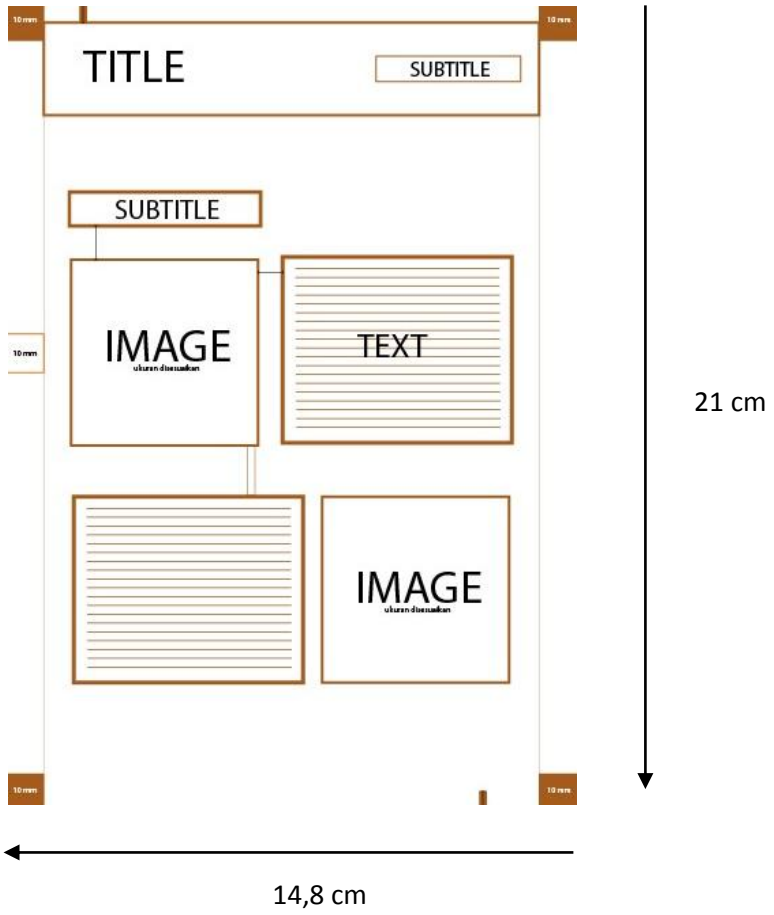
dari target sesuai dengan apa yang diharapkan, maka masuk tahap selanjutnya yaitu *action d*an *share*. Di taap *action* ini target audien bisa langsung mendapatkan produk yang diinginkan. Tahap *share* ini media sosial akan menjadi tempat untuk para target audien kritik, saran atau dukungan terhadap produk. Target audien akan berbagi informasi dengan orang sekitarnya tentang produk, maka secara tidak langsung tahap *share* telah dilakukan.

III.2 Konsep Desain

Konsep desain buku ini dirancangan dengan konsep Formal dengan dikemas dengan tampilan yang menarik. Konsep formal ini dipilih karena buku ini merupakan buku yang sifatnya pendidikan, sehingga isi informasi dari buku dibuat untuk mudah dipahami, agar isi pesan tersebut dapat sampai dan diterima dengan tepat oleh target sasaran, serta mampu mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan. Fokus utama ini difokus pada bagaimana mengemas produk agar bisa menarik perhatian dari target sasaran. Tampilan menarik dari buku ini terlihat dari penggunaan bentuk *pattern* dengan tambahan isi gambar bunga melati dan penggunaan warna yang cerah di setiap halamannya. Penambahan *pattern* pada halaman buku ini dimaksudkan agar buku ini memiliki kesan yang tidak membosankan. Gambar bunga melati pada pattern ini dipilih karena, bunga ini merupakan salah satu desain motif yang sedang populer untuk hiasan bordir saat ini. Buku ini berisi konten yang mengarahkan pembacanya untuk mengetahui bagaimana proses hiasan bordir dibuat dari tahap awal hingga tahap akhir. Buku ini akan dibuat dalam ukuran 14,8 x 21 cm (A5). Ukuran ini dipilih supaya mudah dibawa kemana-mana.

III.2.1 Format Desain

Format desain Rancangan media ini dibuat dengan format yang disesuaikan dengan konsep. Desain pun dibuat dengan format desain sebagai berikut:



Gambar III.1 Format Rancangan Media Buku
Sumber : Dokumen pribadi

Media	: Buku
Ukuran	: 14,8 x 21 cm (A5)
Bahan	:Cover (Art paper tebal) halaman buku (Art paper tipis)
Teknis produksi	:*Digital Prnting*

Alasan buku ini akan dibuat dalam ukuran 14,8 x 21 cm (A5) tersebut karena, dengan ukuran tersebut agar buku bisa dibawa kemana-mana.

III.2.2 Tata Letak

Tata letak *layout* dibuku ini dibuat tidak beraturan karena, disetiap bab halamannya *layout*nya berbeda. Menurut (Kusrianto, 2007,276) dalam desain tata letak tidak dikenal aturan-aturan yang berlaku secara menyeluh atau yang bersifat *universal.* Meski *layout*nya siap bab halamannya berbeda namun tata letaknya sama. Tata letak layout pada buku ini dibagi menjadi 2 kolom, kolom gambar dan kolom teks. Tahap awal dari pembuatan adalah membuat sketsa tata letak *layout*nya. Hal ini untuk mempermudah pada proses digitalnya. Pembuatan *layout* dibuat pada kertas menggunakan pensil dan penggaris. Gambar ini tata letak *layout* ini masih berupa sketsa pada kertas. Seperti yang dibahas diatas tata letaknya terbagi menjadi 2 kolom gambar dan teks.



Gambar III.3 Sketsa Tata Letak *Layout* Pada Kertas
Sumber : Dokumen Pribadi

Arti *pattern* dalam situs bahasaindonesia.net ialah pola, susunan gambar dan warna. Penambahan *pattern* pada halaman buku ini dimaksudkan agar buku ini memiliki kesan yang tidak membosankan. Ditambah dengan penggunaan warna yang cerah pada *pattern* setiap halamannya menambah kesan yang menarik, selain itu penggunaan warna ini disesuaikan dengan target audien yaitu kalang anak remaja.



Gambar III.4 Bentuk *Pattern*
Sumber : Dokumen Pribadi

Untuk menunjang tata letak layoutnya diambillah beberapa sumber referensi buku. Tata letak layout ini dibuat dengan mengikuti referensi agar mendapat kesan seperti pada konsep desain. Untuk membuat buku ini menarik penggunaan bentuk *pattern* dengan tambahan *outline* gambar bunga melati.



Gambar III.5 Referensi Visual
Sumber : https://id.pinterest.com (Diakses pada 18/06/2016)

Referensi visual ini menjadi bahan yang dipakai untuk membuat media buku " Bordir Kota Tasikmalaya". Tata letak layout dan kolom yang beraturan dipadukan dengan penggunaan *pattern***,** maka tata letak layout ini akan sesuai dengan konsep desain.

III.2.3 Huruf

Jenis huruf yang akan digunakan pada buku ini berbeda-beda. Hal ini menyesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat keterbacaan dan dipilih sesuai konsep *visual* dari buku Bordir kota Tasikmalaya. Berikut ini beberapa font yang digunakan dalam buku ini diantaranya:

- Mohave

  Huruf ini memikili kesan yang agak moderen, meskipun demikian juga font ini masih memiliki juga kesan formal.Huruf termasuk font san serif. Bentuk huruf terlihat kuat dan kokoh, ini cocok untuk menggambarkan bahwa bordir ini kuat dan bisa bertahan. Selain itu font ini terkesan yang tidak terlihat kaku. Font ini digunakan pada sampul buku, *headline* dan *sub headline.*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789.,;:/?&[]!#$%()*<>

- Caneletter Script Personal Use

Huruf Caneletter Script Personal Use gunakan pada bagian *cover* depan buku pada kata manual. Huruf ini dipilih untuk menunjukan keindahan dan keterampilan karena font ini termasuk kedalam jenis font *handwriting*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV

WXYZ**.,;:/?&[]!#%()*<>**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**.,;:/?**

&[]!#%()*<>

- Helvetica Neue

Font Helvetica Neuedi gunakan pada *bodytext* isi konten pada halamam buku. Font ini dipilih karena font mudah untuk dibaca.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789.,;:/?&[]!#$%()*<>

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

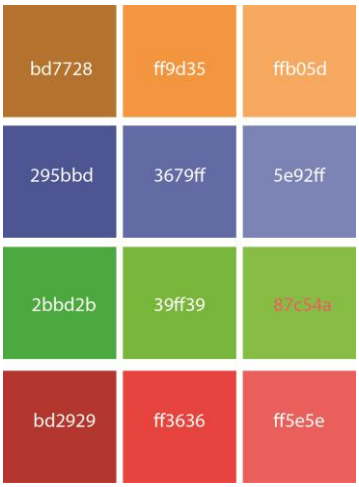
0123456789.,;:/?&[]!#$%()*<>

III.2.4 Warna

Warna yang digunakan pada visual untuk buku ini menggunakan warna yang cerah dan berani. Penggunaan warna yang cerah ini bersumber pada hasil hiasan Kota Tasik. Tapi secara psikologi warna memberi dapat dampak pada yang melihatnya. Molly E. Holzschlag (seperti dikutip Kusrianto, 2007) masing-masing warna mampu memberikan *respons* secara psikologis kepada pemirsanya: Berikut warna referensi warna yang dijadikan acuan untuk warna pada buku ini diantaranya:



Gambar III.6 Referensi Warna Dari Hiasan Bordir Kota Tasik
Sumber : Dokumen pribadi



Gambar III.7 Skema Warna Yang Digunakan Pada Buku
Sumber : Dokumen pribadi

Tapi secara psikologi warna memberi dapat dampak pada yang melihatnya. Molly E. Holzschlag (seperti dikutip Kusrianto, 2007) masing-masing warna mampu memberikan *respons* secara psikologis kepada pemirsanya:



: Energi, keseimbangan, kehangatan.

: Kepercayaan, keamanan, teknologi.

: Alami, kesehatan, pembaruan.

: Kekuatan, bertenaga, kehangatan

Gambar III.8 Arti warna
Sumber : Dokumen pribadi

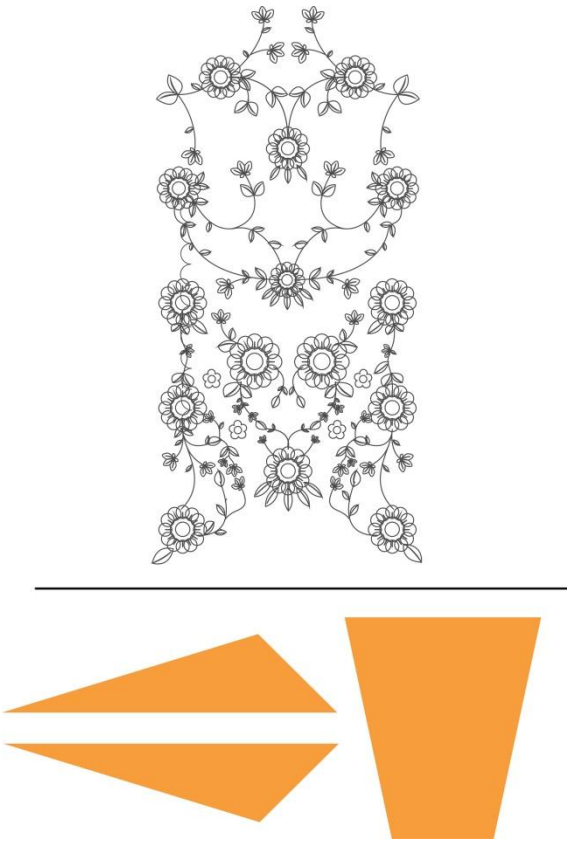
III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi dalam situs kbbi.web.id memiliki arti gambar (foto,lukisan) untuk membantu memperjelas isi buku, karangan dan sebagainya. Menurut (Adi Kusrianto, 2007, 110) Illustrasi dapat digunakan untuk menampilkan banyak hal secara fungsi antara lain. Untuk ilustrasinya pada buku berupa gambar dan foto. Objek Gambar dan foto adalah objek nyata bukan palsu. Hal ini untuk memudah target audien untuk memahami isi buku dan mengetahui bentuk asli dari pada objek yang dijelaskan.



Gambar III.9 Ilustrasi pada gambar sampul buku depan
Sumber : Dokumen pribadi

Seperti yang terlihat pada Sampul depan terdapat beberpa objek seperti hasil bordiran, mesin jahit manual, dan gapura jalan. Objek tersebut adalah objek nyata berupa hasil foto kamera digital. Foto kebaya dan mukena ditampilkan pada sampul depan untuk menunjukan hasil dari mesin bordir manual. Pada sampul foto dibuat menyamping dibuat untuk menampilkan kesan kekinian. Sementara mesin jahit ditampilkan pada sampul depan untuk memperlihatkan kondisi dari objek sebenarnya, dan garupa jalan ditampilkan untuk menunjukkan terletak tempat bordir Tasik berada. Foto tidak terlalu banyak *edit*an agar objek bisa terlihat jelas. Pada buku ini terdapat beberapa bagian elemen yang sengaja ditambahkan.



Gambar III.10 Elemen pada buku
Sumber : Dokumen pribadi

Penambahan *pattern* bentuk segitiga pada halaman buku ini dimaksudkan agar buku ini memiliki kesan yang tidak membosankan dan menmpilkan kesan yang kekinian. Gambar bunga melati pada ini dipilih karena, bunga melati memiliki kesan indah. Inipun sama seperti ciri khas bordiran Tasik yang mempunyai kesan indah dan menarik merupakan salah satu desain motif yang sedang populer untuk hiasan bordir saat ini.