BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL MEDIA INFORMASI

III.1 Strategi Perancangan

Konsep strategi perancangan dari media informasi ini adalah bertujuan untuk memberikan wawasan dan informasi kepada masyarakat khususnya generasi muda mengenai informasi dari proses penyajian dari pertunjukan kesenian kuda renggong dan juga informasi dari makna-makna simbolis yang ada dalam pertunjukan kesenian kuda renggong yang ada melalui ilustrasi foto. Melalui media ilustrasi foto ini masyarakat akan dapat lebih mendapatkan gambaran dan informasi mengenai makna dari eksistensi kesenian kuda renggong.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan sebuah media informasi, tujuan berkomunikasi sangatlah penting agar masyarakat yang menjadi khalayak sasaran mendapatkan informasi yang tepat. Tujuan komunikasi dari perancangan media informasi ini adalah agar masyarakat dapat memperoleh informasi dan wawasan serta lebih mengetahui akan makna yang terkandung dalam kesenian kuda renggong melalui ilustrasi foto sehingga diharapkan masyarakat terutama generasi muda sebagai khalayak sasaran dapat melestarikan kesenian kuda renggong untuk ke depannya.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Untuk menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat dibutuhkan sebuah komunikasi yang baik agar informasi yang disampaikan mampu diserap dan dimengerti masyarakat khususnya generasi muda sebagai khalayak sasaran, karena itu dibutuhkan strategi pendekatan dalam berkomunikasi. Strategi pendekatan komunikasi yang akan digunakan dalam media foto esai ini dibagi menjadi 2 bagian, diantaranya yaitu :

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan digunakan yaitu berupa ilustrasi foto, yaitu menampilkan proses acara ritual sebelum memulai pertunjukan, yang kemudian

dilanjutkan dengan menampilkan acara pertunjukan kesenian kuda renggong dari awal hingga akhir acara. Menampilkan proses gambaran atau foto yang mewakili makna yang terkandung dalam kesenian kuda renggong. Teknik pengambilan foto dilakukan dari awal hingga akhir acara pertunjukan secara jujur dan spontanitas, ini dimaksudkan agar khalayak sasaran dapat mengetahui sepenuhnya rangkaian acara dan makna yang ada dalam acara kesenian kuda renggong secara fakta tanpa ada rekayasa.



Gambar III.1 Pendekatan Visual Media Utama
Sumber: http://www.sumedangdailyphoto.com/2012/04/
its-kuda-renggong-time.html (2015)

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal berupa teks diperlukan untuk mendukung pendekatan visual dalam foto dan isi teks menggunakan bahasa Indonesia formal dan bahasa Sunda sebagai istilah, tujuannya agar informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat khususnya generasi muda sebagai khalayak sasaran.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan melalui media informasi ini adalah menyampaikan bagaimana proses pelaksanaan pertunjukan, makna-makna simbolis, fungsi, pakaian yang dipakai kuda renggong beserta anak sunatnya, alat musik pengiring dan seluruh informasi dari kesenian kuda renggong ini dari awal hingga akhir acara secara detail agar khalayak sasaran dapat mengetahui informasinya dengan jelas. Sedangkan penggunaan beberapa istilah dalam bahasa sunda digunakan seperlunya, karena istilah-istilah tersebut sudah ada sejak dulu dan sudah menjadi istilah turun temurun.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang dipakai adalah bahasa Indonesia formal dan bahasa Sunda untuk istilah-istilah yang ada dalam kesenian kuda renggong, tujuannya agar materi pesan yang akan disampaikan mudah dimengerti masyarakat sebagai khalayak sasaran. Adapun penggunaan sedikit dari gaya bahasa metafora yang berfungsi sebagai teks pendukung. Gaya bahasa metafora menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah penggunaan kata atau gabungan kata yang bukan merupakan arti yang sebenarnya, melainkan untuk menggambarkan atau melukiskan suatu maksud.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

- *Consumer Insight*

Suatu emosi yang terbentuk didalam benak seseorang. Masyarakat yang ingin mengetahui informasi dan ilmu pengetahuan tentang kebudayaan dan kesenian tradisional yang ada di Indonesia dengan suatu desain yang menarik, agar desain dapat menyatu dengan emosi atau keinginan masyarakat yang menjadikannya tidak membosankan.

- *Consumer Journey*

Suatu aktifitas yang sering dilakukan oleh seseorang setiap harinya. Dimulai dari bangun tidur, mandi, sarapan dan berangkat sekolah atau kerja, selesai dengan rutinitas kuliah atau kerja mereka akan berkumpul bersama teman-temannya, disitulah kadang perpustakaan ataupun toko buku menjadi salah satu tempat menghabiskan waktu luang bagi mereka untuk menambah wawasan serta ilmu pengetahuan mereka.

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dipakai dalam media informasi ini adalah lebih menekankan informasi pada fotografi sebagai media utamanya dan sedikit teks yang berfungsi sebagai keterangan. Karena melalui media foto yang merupakan salah satu cara menarik untuk menyampaikn pesan, menceritakan sesuatu hal kepada orang lain, apa yang sedang mereka lihat disekitarnya dan juga cara untuk mengungkapkan realitas yang nyata dalam kehidupan masyarakat, dengan demikian fotografi

sudah menjadi media yang ampuh untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas (Gani, 2013). Warna objek yang dihasilkan foto merupakan warna asli dan natural (*full color*).

III.1.7 Strategi Media

Menurut Yasin (dalam Sarjanaku, 2012), informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan. Informasi berguna untuk pembuat keputusan karena informasi menurunkan ketidakpastian (atau meningkatkan pengetahuan) informasi menjadi penting, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi objektif suatu permasalahan. Informasi tersebut merupakan hasil pengolahan data atau fakta yang dikumpulkan dengan metode tertentu yang disalurkan melalui media yaitu media informasi. Media informasi adalah sarana yang digunakan untk memberikan informasi peristiwa-peristiwa yang terjadi kepada masyarakat umum secara cepat, sehingga informasi yang akan disampaikan dalam bentuk media akan lebih efektif dan cepat. Media informasi ini dapat terbagi menjadi 2 bagian yaitu :

- Media cetak : Buku, jurnal, laporan, surat kabar, koran majalah dan lain-lain
- Media non-cetak : Internet, televisi, radio dan lain-lain

Strategi media yaitu strategi melalui alat atau media yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran, sebagai sarana agar informasi yang akan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi masyarakat sebagai khalayak sasaran. Karena sasarannya adalah anak muda dan strategi kreatifnya yaitu media berupa foto, maka dipilihlah strategi media berupa buku foto esai. Foto esai yaitu sebuah rangkaian koleksi foto yang ditempatkan atau disusun secara spesifik untuk menjelaskan atau memberitahukan sebuah proses dari kejadian atau peristiwa, emosi dan konsep (Gani, 2013). Adapun media yang akan digunakan meliputi 2 bagian, yaitu :

III.1.7.1 Media Utama

Media utama yang digunakan adalah berupa buku foto esai yang didalamnya memuat informasi foto mengenai eksistensi dan makna simbolis dari kesenian tradisional kuda renggong. Karena melalui visual yang ada dalam buku foto esai ini masyarakat akan lebih tahu dan mengerti isi pesan informasi yang akan disampaikan, dibandingkan hanya melalui media informasi berupa teks saja. Fungsinya agar anak muda tidak terlalu bosan melihatnya, sehingga teks hanya dipakai sebagai pelengkap informasi saja dalam foto yang ada pada buku foto esai.

III.1.7.2 Media Pendukung

Media pendukung merupakan media yang dibutuhkan untuk mendukung informasi pada media utama. Adapun media pendukung yang akan digunakan antara lain, yaitu :

- Poster

Poster ini berfungsi untuk mempromosikan media utama yaitu buku foto esai kesenian kuda renggong. Poster ini akan ditempel disekitar toko buku dan tempat lainnya seperti pada waktu ada pentas seni di Taman Seni yang bertempat di Ujung Berung, Kota Bandung agar menarik perhatian khalayak sasaran untuk membelinya. Poster ini akan dicetak dengan ukuran A3 yaitu 29,7 cm x 42 cm dikertas *art paper* 210 gram.

- *X-banner*

X-banner berfungsi sebagai media untuk menarik perhatian pengunjung toko buku dan biasanya berisi informasi mengenai ketersediaan buku atau informasi buku yang akan diterbitkan nantinya. *X-banner* ini seringkali dipakai karena fungsinya yang bisa berpindah-pindah tempat sesuai dengan keinginan dan biasanya ditempatkan didalam atau luar ruangan seperti didekat pintu masuk toko buku contohnya. *X-banner* ini dicetak dengan ukuran 60 cm x 160 cm dengan material *Flexi Korea*.

- *Flyer*

Flyer merupakan media promosi pendukung yang fungsinya bisa disebarkan disekolah-sekolah, perguruan tinggi dan juga tempat lainnya yang biasa

dikunjungi oleh khalayak sasaran. *Flyer* ini dicetak dengan ukuran 14,8 cm x 21 cm menggunakan kertas *art paper* 150 gram.

- Stiker

Stiker berfungsi sebagai *merchandise* pada saat pembelian dan juga sebagai tanda pengingat khalayak sasaran. Stiker ini akan dicetak *offset* dengan ukuran 8,5 cm x 8,5 cm menggunakan kertas *Vinyl Doff*.

- Pembatas Buku

Pembatas buku berfungsi untuk menandai halaman pada saat pembaca akan meneruskan sisa bacaan bukunya. Dan juga agar meminimalisir rusaknya buku karena sering dilipat untuk menandai halaman karena tidak adanya pembatas buku. Pembatas buku ini akan dicetak dengan ukuran 15 cm x 4cm dengan kertas *art paper* 260 gram.

- Tas *Spunbond*

Tas *Spunbond* merupakan kemasan pada saat pembelian buku sekaligus *merchandise* untuk menarik perhatian khalayak sasaran. Fungsinya yaitu sebagai tempat menyimpan buku yang akan diberikan pada saat pembelian ditoko buku Gramedia. Dalam pengerjaan tas *Spunbond* ini menggunakan teknik *digital print.*

- *T-shirt*

Media pendukung selanjutnya yaitu *t-shirt* bergambar kesenian tradisional kuda renggong. *T-shirt* ini akan dipakai oleh orang yang bertugas menyebarkan poster dan *flyer* ke tempat-tempat dimana khalayak sasaran berada. *T-shirt* ini akan dicetak dengan ukuran *all size* menggunakan kain berjenis katun.

- Jejaring Sosial

Media promosi selanjutnya yaitu melalui jejaring sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Mengingat khalayak sasaran merupakan anak muda yang merupakan penduduk kota besar yang sebagian besar aktif mengakses media internet.

III.1.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi ini dilakukan agar media informasi buku foto esai ini dapat tersalurkan secara merata. Distribusi atau penjualannya akan dilakukan ke toko-toko buku seperti Gramedia. Hal ini dilakukan agar masyarakat mudah mendapatkan buku ini. Dan juga disebarkan ke sekolah-sekolah dan perguruan tinggi yang ada di Kota Bandung dan juga disebarkan di Taman Seni Ujung Berung Kota Bandung. Secara strategi geografisnya buku foto esai ini akan disebarkan di Kota Bandung dan sekitarnya. Adapun jadwal pendistribusian akan dilakukan yaitu sebagai berikut :

Tabel III.1 Tabel Distribusi Media

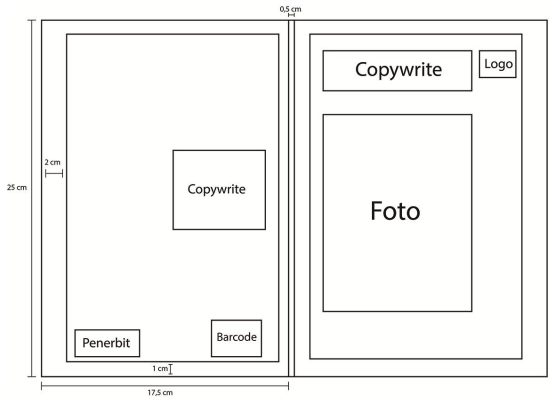
No.	Media	Bulan / Tahun				Lokasi
		Mei 2015	Juni 2015	Juli 2015	Agustus 2015	
1	Buku					Toko buku
2	Poster					Toko buku, Taman Seni Ujung Berung
3	*Flyer*					Toko buku, Sekolah, Perguruan Tinggi
4	*X-banner*					Toko buku
5	Pembatas Buku					Toko buku
6	Stiker					Toko buku
7	Tas *Spunboond*					Toko Buku
8	*T-shirt*					Toko buku, Sekolah, Perguruan Tinggi
9	Jejaring Sosial					Internet

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Desain

Format desain dari ukuran buku foto esai ini disetiap halamannya yaitu menggunakan posisi vertikal, posisi foto yang melewati batas standar *grid* atau asimetris sampai ke halaman berikutnya sengaja dibuat dinamis agar foto terlihat lebih mendominasi dibandingkan dengan teks yang hanya berfungsi sebagai keterangan. Adapun rincian formatnya adalah sebagai berikut :

- Buku dicetak *custom* dengan ukuran B5 yaitu 17,5 cm x 25 cm
- Kertas yang digunakan berjenis *art paper* 150 gram
- Jilid sampul buku yang digunakan *softcover* laminasi *doff*
- Didalam buku terdapat pembatas buku dengan ukuran 4cm x 14,5cm dicetak dikertas *art paper* 260 gram.



Gambar III.2 Format Desain Sampul Buku Foto Esai
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

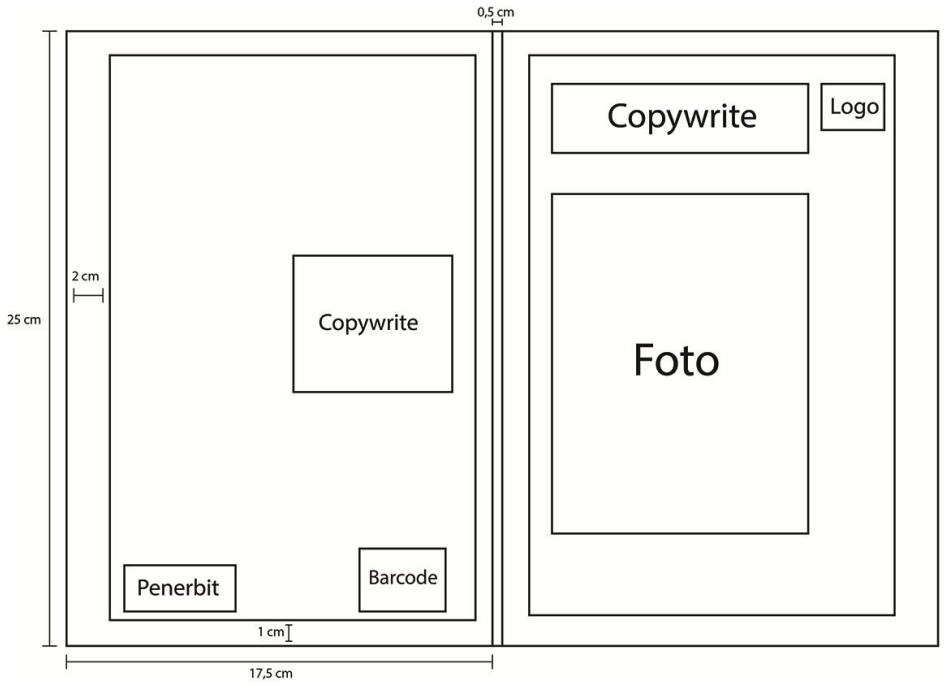
III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Menurut Amborse dan Harris dalam (Nathalia, 2014), *layout* adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa disebut juga manajemen bentuk dan bidang. Adapun penerapan prinsip-prinsip *layout* dalam desain buku foto esai ini mengacu pada teori yang diaplikasikan oleh (Nathalia, 2014), yaitu :

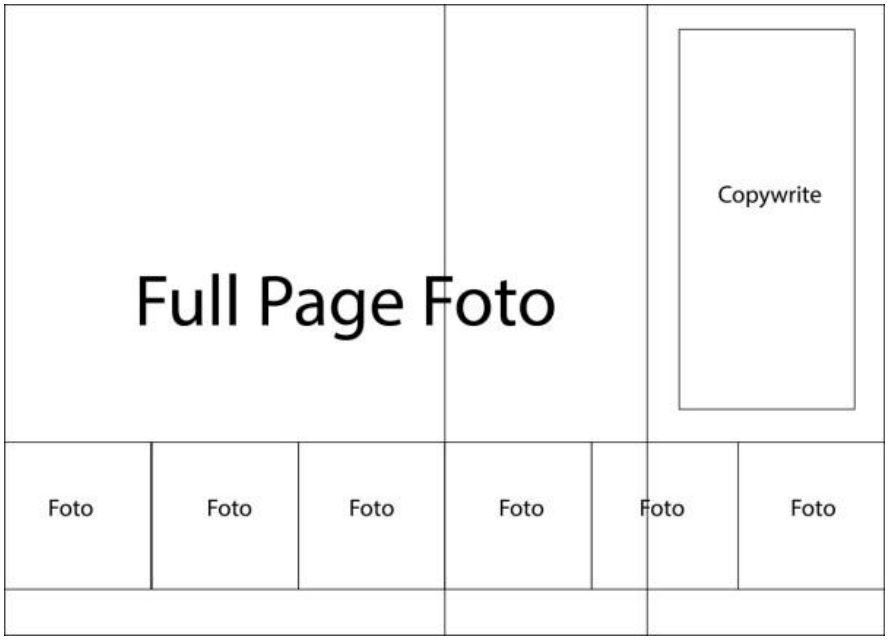
- *Sequence* yaitu urutan perhatian dalam *layout* atau aliran pandangan mata ketika melihat *layout*. Karena *layout* yang baik akan langsung menarik pandangan mata ke dalam informasi yang disajikan pada *layout*

- *Emphasis* yaitu penekanan dibagian-bagian tertentu pada *layout*. Penekanan ini agar dapat langsung menarik perhatian pembacanya agar fokus pada bagian yang penting
- Keseimbangan/*balance* yaitu teknik mengatur keseimbangan terhadap elemen *layout*. Prinsip keseimbangan ini ada dua jenis, yaitu keseimbangan simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris yaitu menyeimbangkan tata letak dan ukuran pada sisi berlawanan harus sama persis agar tercipta keseimbangan. Sedangkan asimetris obyek-obyek yang berlawanan tidak sama atau tidak seimbang.

Tata letak pada isi buku dibuat dinamis dengan menyimpan tata letak pada foto yang lebih besar hingga melewati hal berikutnya. Hal ini dilakukan karena foto merupakan unsur utama dan teks hanya berfungsi sebagai keterangan dalam buku foto esai ini dan juga tata letak pada 6 buah foto yang digabung memanjang horizontal berada dibagian bawah sebagai pelengkap atau tambahan untuk unsur foto utama.



Gambar III.3 Tata Letak *Layout* Sampul Buku
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)



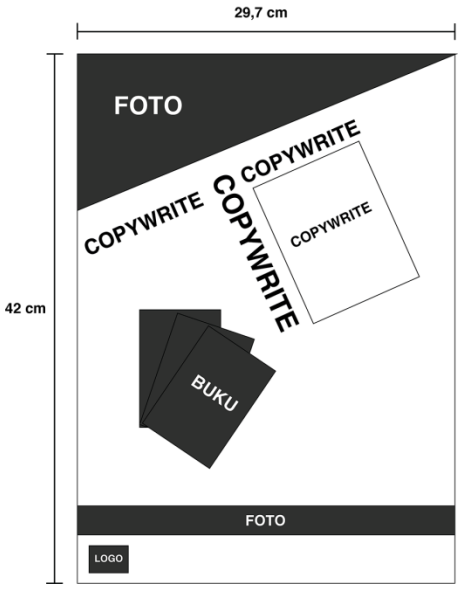
Gambar III.4 Tata Letak *Layout* isi buku
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

Menurut Sasmita (sasmitaarsitek.com,2014), *Bauhaus* adalah sebuah sekolah seni dan desain yang terkenal dengan keunikan pemaduan antara seni dan teknik dalam produksi massal, yang dalam perkembangannya lebih dikenal sebagai nama sebuah gaya seni tersendiri, "Bauhaus Style". Sekolah ini berdiri di Jerman dan sangat besar pengaruhnya dan berdiri pada tahun 1919, pertama kali dipimpin oleh Walter Gropius (1883-1969) dan Ludwig Mies van der Rohe (1886-1969). Ide dasar dari pola pengajaran dari *Bauhaus* adalah idealisme artistik itu sendiri dan dedikasi praktikal (keahlian praktik di dunia nyata). Setiap siswa harus menyelesaikan pelajaran pengantar selama 6 bulan sebelum dia dapat memasuki sebuah *workshop* yang dia pilih sendiri. Pelajaran pengantar ini adalah melukis dan ekperimen dasar tentang bentuk.

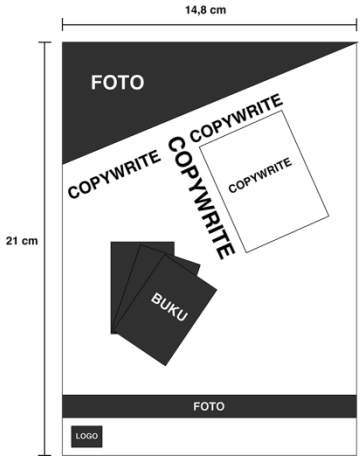


Gambar III.5 Gaya Desain *Bauhaus*
Sumber : http://www.sasmitaarsitek.com/wp-content/uploads/2014/05/bauhaus-graphic1.jpg (2015)

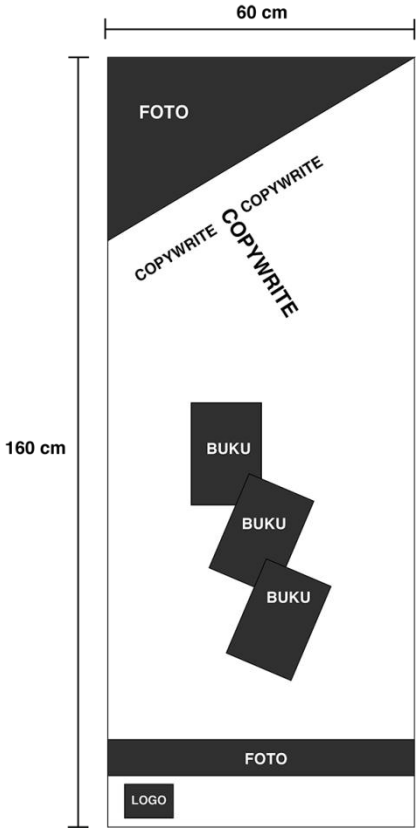
Tata letak pada media pendukung dibuat dengan gaya *Bauhaus* dinamis yaitu dengan membuat pengaturan *grid* diagonal pada font yang terdapat pada media pendukung poster, *flyer* dan *x-banner*. Dengan cara memodifikasi dari *grid* standar yang sudah ada atau membuat suatu *grid* baru yang fleksibel ini bertujuan untuk menciptakan sebuah desain *layout* yang dinamis dan artistik (Nathalia, 2014).



Gambar III.6 Tata Letak *Layou*t Poster
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)



Gambar III.7 Tata Letak *Layout Flyer*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)



Gambar III.8 Tata Letak *Layout X-banner*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

III.2.3 Huruf

Font yang digunakan pada *headline* dalam perancangan media buku foto esai kuda renggong ini adalah *Colonna MT*, sedangkan pada *sub headline* adalah *Goudy Old Style. Font* ini termasuk ke dalam jenis huruf *Serif*, karena karakter pada huruf ini berfungsi untuk memudahkan pembaca dalam membaca teks-teks kecil. *Serif* juga memberikan kesan klasik, resmi dan elegan pada sebuah karya desain. Pada isi bacaan dalam buku dipilih jenis *font Sans Serif* yaitu *font Helvetica* agar memudahkan keterbacaan bagi pembaca (Nathalia, 2014).



Gambar III.9 *Font Colonna MT* diaplikasikan pada judul
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)



Gambar III.10 *Font Goudy Old Style* diaplikasikan pada sub judul
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)



Gambar III.11 *Font Helvetica* diaplikasikan pada isi teks dalam buku
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

III.2.4 Ilustrasi

Fotografi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *photography*. Sedangkan kata *photography* diadaptasi dari bahasa Yunani, yaitu *photos* yang berarti cahaya dan *graphein* yang berarti gambar atau menggambar. Secara harfiah, fotografi bermakna "menggambar dengan cahaya". Oleh karena itu kegiatan fotografi dengan berbagai teknik hanya dapat dilakukan ketika ada cahaya. Tanpa cahaya, tidak mungkin dapat dihasilkan sebuah foto. Apabila memahami sifat cahaya, kita dapat lebih mudah memahami teknik-teknik dalam fotografi (Gani, 2013).

Menurut Sudjojo (dalam Gani, 2013), pada dasarnya fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mendapatkan hasil yang kita inginkan. Fotografi dapat dikategorikan sebagai teknik dan seni. Fotografi sebagai teknik adalah mengetahui cara-cara memotret dengan benar, mengetahui cara-cara mengatur pencahayaan, mengetahui cara-cara pengolahan gambar yang benar, dan semua yang berkaitan dengan fotografi sendiri. Sedangkan fotografi sebagai karya seni mengandung nilai estetika yang mencerminkan pikiran dan perasaan dari fotografer yang ingin menyampaikan pesannya melalui gambar/foto.

Teknik ilustrasi pada perancangan media utama buku foto esai kuda renggong ini adalah melalui teknik fotografi dengan jenis fotografi esai foto. Foto esai yaitu sebuah rangkaian koleksi foto yang ditempatkan atau disusun secara spesifik untuk menjelaskan atau memberitahukan sebuah proses dari kejadian atau peristiwa, emosi dan konsep (Gani, 2013). Oleh karena itu pentingnya membuat konsep dalam membuat buku foto esai agar suatu peristiwa dan kejadian pada pertunjukan kesenian kuda renggong dapat tersusun dengan baik dan mendapat perhatian pembacanya.

Menurut Rizki (2014), foto-foto yang dipilih untuk menjadi foto esai harus disusun menjadi cerita yang mempunyai narasi atau *plot line* menarik. Tata letak atau *layout* yang berperan dalam menghasilkan foto esai yang baik. Kobre (dalam Rizki, 2014) menegaskan, dalam pengaturan tata letak sebuah foto esai, foto pertama haruslah memikat (*eye catching*), sehingga menarik minat pembaca untuk

mengetahui kelanjutannya. Selanjutnya, foto-foto yang membangun cerita menggiring pemirsa ke foto utama yang biasanya dipasang dalam ukuran yang lebih besar dibandingkan foto-foto yang lainnya. Foto terakhir berfungsi sebagai pengikat, sekaligus memperluas kedalaman dan arti dari keseluruhan peristiwa yang ditampilkan, juga berfungsi sebagai penutup cerita. Menurut Wijaya (dalam Rizki, 2014), sebuah foto yang sifatnya bercerita, dibutuhkan perpaduan antara unsur teks, foto, dan tata letak atau *layout*. Bila salah satu dari ketiganya tidak bagus, akan memengaruhi hasil tampilan keseluruhan foto esai. Berikut ini karakteristik sebuah foto esai, yakni:

- Foto esai untuk satu halaman memiliki satu foto utama sebagai objek yang dicetak dalam ukuran paling besar dan dominan.
- Foto utama bisa saja menampilkan emosi manusia, *mood* atau adegan yang mewakili keseluruhan cerita.
- Foto pendukung lainnya dicetak dalam ukuran yang lebih kecil.
- Foto-foto yang dipasang bukan merupakan pengulangan dari foto aktifitas yang sejenis.
- Komposisi foto terdiri dari perpaduan bidikan *long shot*, *medium shot* dan *close up*.

Adapun beberapa teknik-teknik ilustrasi fotografi dalam media informasi buku foto esai ini diantara lain, yaitu :

1. Objek

Objek foto dalam media informasi buku foto esai ini merupakan segala bentuk proses dari pertunjukan kesenian kuda renggong. Teknik dalam pengambilan foto objek sendiri menggunakan teknik ruang tajam gambar (*depth of field*). Ruang tajam gambar adalah wilayah ketajaman objek gambar yang dapat ditangkap oleh lensa dan terekam pada film atau sensor digital kamera (Gani, 2013). Teknik ini sangat berguna dalam proses pengambilan foto objek pada saat menangkap momen-momen penting dalam sebuah peristiwa atau proses pertunjukan kesenian kuda renggong, terutama untuk memisahkan *focus of interest* sebagai objek foto dari *background* (latar belakang) dan *foreground* (latar depan) yang dianggap tidak terlalu penting untuk difoto. Adapun foto-foto yang ada pada media

informasi foto esai ini bersifat *naratif* dan *sistematis* sesuai dengan tahapan-tahapan proses yang ada pada pertunjukan kesenian kuda renggong.

2. *Framing, Angle* dan Komposisi

Menurut Trihanondo (magetankab.go.id, 2013), teknik dasar-dasar pengambilan foto yang biasa dilakukan ada beberapa hal, yaitu :

- *Framing* yaitu kegiatan membatasi adegan/mengatur kamera sehingga mencakup ruang penglihatan yang diinginkan.
- *Angle* yaitu sudut pengambilan gambar/foto.
- Komposisi yaitu penyusunan elemen-elemen dalam sebuah pengambilan gambar, termasuk didalamnya adalah warna dan objek.

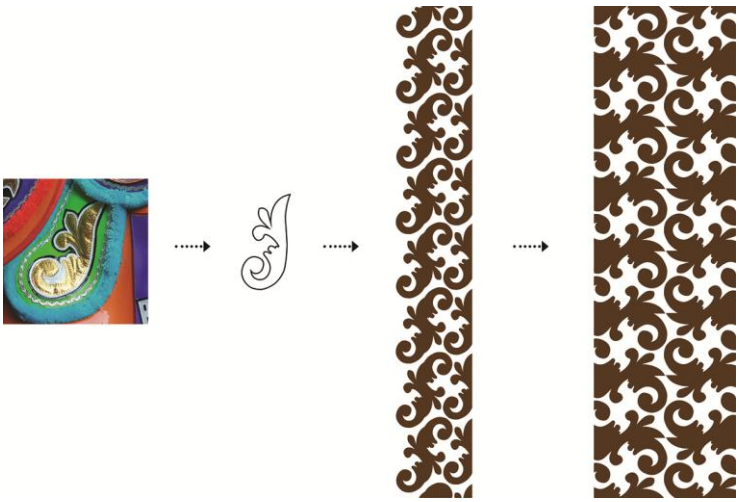
Dalam pengambilan objek foto dari rangkaian proses pertunjukan kesenian kuda renggong ini masyarakat yang terlibat dalam acara dijadikan sebuah *framing* agar ruang tajam objek didapatkan, yaitu dengan menempatkan objek utama pada foto dalam posisi yang sedemikian rupa sehingga dikelilingi elemen lain yaitu masyarakat yang ikut dalam acara kesenian kuda renggong yang dijadikan sebuah *foreground* (latar depan) yang merupakan *framing* dari objek utama yang akan difoto, sehingga komposisi yang dihasilkan akan lebih baik. Kemudian pengambilan objek foto melalui beberapa sudut pengambilan *angle* yaitu foto diambil sejajar dengan objek foto (*normal angle*), foto yang diambil dari atas objek foto (*high angle*) dan juga foto yang diambil dari bawah objek foto (*low angle*), sehingga foto yang dihasilkan akan lebih *variatif* dan juga maksimal.

3. Warna dan Cahaya

Warna dari objek foto yang dihasilkan merupakan warna aseli dari objek foto yang sebenarnya atau warna natural. Warna pada foto yang dihasilkan adalah foto *full color* yaitu semua warna hampir ada dalam objek foto yang dihasilkan. Cahaya dominan pada foto yang dihasilkan merupakan cahaya alami yaitu cahaya matahari, sehingga objek yang dihasilkan pun menjadi lebih natural.

Sedangkan ilustrasi yang ada pada sampul buku menggunakan teknik *photo editing* yaitu dengan cara menyatukan foto-foto hitam putih menjadi satu kesatuan yang memenuhi badan kuda renggong yang sedang bermain atraksi silat yang menggambarkan bahawa disetiap pertunjukan kesenian tradisional kuda renggong

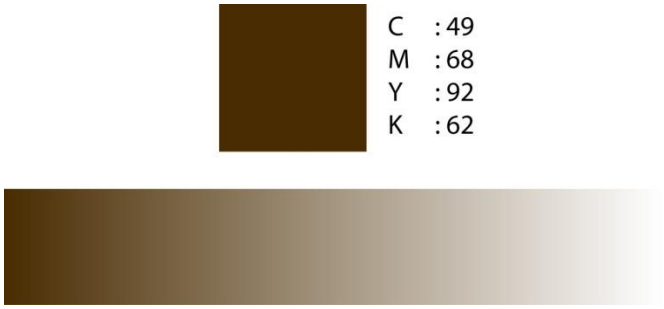
terdapat makna-makna simbolis yang sebagian besar orang belum mengetahuinya. Kemudian ilustrasi pada desain *layout* sampul pada buku dan sub bab pada isi buku ditambahkan sebuah desain motif corak yang terdapat pada pakaian kuda renggong yaitu motif *Kote.*



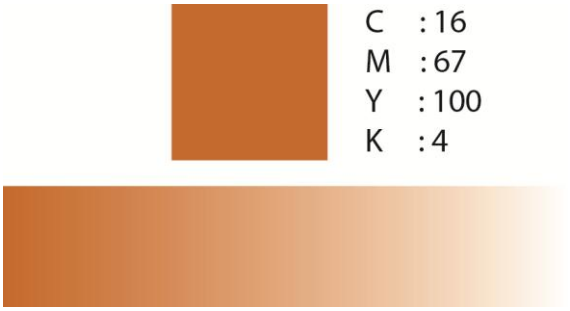
Gambar III.12 Desain *layout* motif *Kote*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

III.2.5 Warna

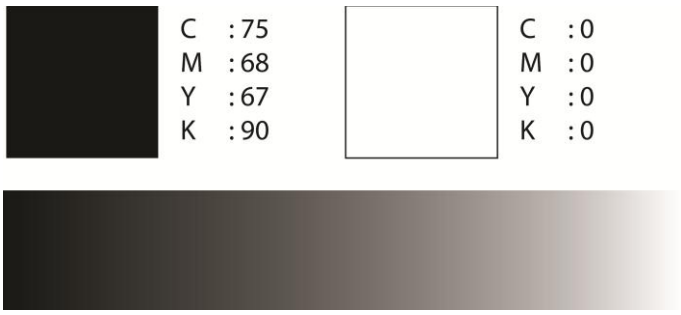
Menurut Nathalia (2014), warna merupakan unsur penting dalam sebuah perancangan obyek desain. Warna merupakan identitas sebuah obyek dan warna juga merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian khalayak sasaran. Dalam penggunaan warna pada perancangan desain buku foto esai ini menggunakan warna coklat yang merupakan warna netral yang natural, tradisional, hangat, klasik dan stabil yang menghadirkan kenyamanan dan memberikan kesan kesejahteraan. Warna ini merupakan warna *tersier* hasil pencampuran warna *primer* yaitu warna merah, kuning dan biru. Warna oranye pada *headline* sampul dan *headline* isi dalam buku dipilih karena merupakan warna yang kontras jika dipadukan dengan warna coklat, sehingga mempermudah khalayak sasaran dalam keterbacaan. Begitu pula warna putih pada isi teks dalam buku untuk mempermudah keterbacaan.



Gambar III.13 Warna yang diaplikasikan pada *layout* buku foto esai



Gambar III.14 Warna yang diaplikasikan pada *headline* buku foto esai



Gambar III.15 Warna yang diaplikasikan pada isi teks dalam buku foto esai