

## **BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN**

### **III.1. Khalayak Sasaran**

Khalayak adalah sekelompok manusia yang dijadikan sasaran komunikasi, sedangkan sasaran adalah tujuan dari kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Berdasarkan analisa permasalahan dan solusi perancangan, khalayak sasaran ditentukan berdasarkan demografis, geografis, psikografis, *consumer journey*, dan *consumer insight*. Hal ini menjadikan penentu untuk pembuatan konten komunikasi dan menjadi acuan dalam perancangan karya media informasi.

#### a. Demografis

Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Usia	: 20-30 tahun
Pekerjaan	: Pelaku seni, <i>Tourguide</i> , Mahasiswa
Status Ekonomi	: Menengah
Geografis	: Bali

Pemilihan rentang usia tersebut berada pada mahasiswa, atau bisa disebut sebagai dewasa awal hingga dewasa. Menurut Siswoyo (2007) dalam Rizky (2018) masa dewasa awal pada umumnya mempunyai rentang usia 18-25 tahun, tahap ini dinilai memiliki tingkat intelektual tinggi berpikir dan dapat menyerap materi serta perencanaan yang tinggi, oleh karena itu khalayak dalam rentang 20-30 tahun dapat dengan cepat memahami dan menyerap informasi yang akan disampaikan.

#### b. Geografis

Segmentasi geografis merupakan segmentasi berdasarkan lokasi target khalayak sasaran, khalayak sasaran yang dipilih adalah mahasiswa di Bali, sebagai langkah menambah pengetahuan tentang kesenian tari Barong yang populer di dalam dan di luar negeri, Sehingga diharapkan pelajar dan juga pelaku seni dapat menjelaskan dan mengetahui secara rinci kepada masyarakat luas tentang tari Barong Bali dan juga dapat mengetahui makna dari cerita tari Barong Bali yang merupakan kesenian dari daerahnya sendiri.

c. Psikografis

Media informasi melalui *booklet* menjadi peluang besar pengetahuan mengenai tari Barong Bali kepada masyarakat Bali, yang telah menjadi tarian populer di Bali. Hurlock (2003) dalam syahrul (2017) menyebutkan bahwa membaca termasuk ke dalam minat pada tahapan remaja. Sehingga pengetahuan mengenai tari Barong Bali dapat dipahami oleh remaja.

d. *Consumer Journey*

*Consumer Journey* merupakan perjalanan kegiatan konsumen dalam kesehariannya Bachdar (2017). Khalayak sasaran mempunyai kegiatan utama yaitu belajar dan bekerja yang pada umumnya dari hari senin sampai dengan jumat. Kegiatan belajar dan bekerja di lakukan selama 8-9 jam, khalayak sasaran banyak mengandalkan media seperti *handphone*, dan televisi.

Tabel III.1 Kegiatan khalayak senin – jumat  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Titik Kontak</b>
05.00	Bangun tidur / bernain <i>Social media</i> .	Jam, <i>handphone</i> , tas, <i>notebook</i> , Komputer, alat tulis
05.30 – 06.00	Mandi dan Sembahyang	Peralatan mandi dan sembahyang, sandal
06.00	Sarapan	Televisi, <i>handphone</i> , peralatan makan
06.30	Berangkat beraktifitas	Kendaraan umum, jalan raya, <i>billboard</i> , <i>poster</i>
07.00 - 11.30	Belajar dan Bekerja	<i>Notebook</i> , peralatan tulis.
11.30 – 12.00	Istirahat / makan siang	TV, mading, <i>handphone</i>
13.00 – 15.00	Ekstrakulikuler / diskusi dengan teman / membaca buku di perpustakaan	Mading, <i>Notebook</i> , sandal, poster

15.00 – 16.00	Pulang	Kendaraan umum, <i>billboard</i> , poster
16.00 – 17.00	Mandi dan sembahyang / makan / bermain <i>social media</i>	Peralatan mandi <i>handphone</i> , televisi, peralatan mandi, sandal
17.00 - 19.00	Hiburan	<i>Handphone</i> , Komputer
19.00 – 22.00	Belajar	<i>Notebook</i> , peralatan tulis, komputer.
22.00	Tidur	Jam, <i>handphone</i> , bantal, guling, selimut

untuk hari Jumat – Minggu menambahkan kegiatan hiburan 21.00 – 24.00, dengan alasan di hari *weekend* khalayak sasaran bisa lebih lama untuk menggunakan *handphone* dan komputer mereka atau media hiburan lainnya, karena libur kegiatan di akhir minggu.

#### e. *Consumer Insight*

*Consumer Insight* dalam buku *Consumer Insight* Via Entografi dijelaskan oleh Maulana (2009) bahwa, *Consumer Insight* adalah proses untuk mengetahui secara menyeluruh latar belakang yang berkaitan dengan suatu produk, maka dari itu informasi yang di cari lebih dalam adalah remaja akhir dan dewasa awal, karena memiliki semangat yang tinggi untuk menjalani kegiatan sehari-hari. Semangat belajar membuat selalu merasa kekurangan informasi dan memiliki keingin tahuan tinggi. Dengan usia seperti ini selalu ada cara untuk mengetahui hal-hal yang sedang berlangsung. Dari hasil studi lapangan banyak masyarakat yang sudah mengetahui tari Barong Bali tapi masih banyak juga yang tidak mengetahui arti dari kostum dari penari tersebut, Ketidaktahuan tersebut mengakibatkan beberapa masyarakat yang masih takut dengan bentuk topeng Barong Ket dan Rangda. Masyarakat Bali juga menganggap kostum dari Barong Ket dan Rangda hanya sebuah kostum untuk tarian saja tanpa tahu bahwa ada arti dari kostum Barong Ket dan Rangda.

### III.2. Strategi Perancangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi perancangan disini adalah membuat sebuah rencana secara struktur untuk membentuk konsep yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan. Untuk informasi tari Barong Bali strategi perancangan yang digunakan adalah *booklet*. Penjelasan yang disertakan foto disesuaikan agar dapat mudah dipahami dan informasi tersampaikan dengan baik tentang atribut penari Barong Bali.

### III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari media *booklet* ini untuk memberikan pengetahuan lebih jelas mengenai tari Barong Bali yang menjadi tari yang populer di Bali bagi wisatawan dalam dan luar negeri. Dengan adanya *booklet* ini diharapkan masyarakat dapat menjelaskan tentang tari Barong Bali itu sendiri kepada masyarakat luas dan menumbuhkan rasa cinta terhadap kesenian tari Barong Bali.

### III.2.2. Pendekatan Komunikasi

#### a. Pendekatan visual

Pendekatan visual dalam *booklet* ini menggunakan fotografi yang disesuaikan dengan khalayak sasaran, konten informasi membahas pagelaran tari Barong Bali di tampilkan foto secara detail atribut yang di gunakan pada Barong Bali.



Gambar III.1 Contoh visual  
Sumber: Dokumentasi Pribadi  
(14/07/2019)

#### b. Pendekatan verbal

Pendekatan verbal dalam *booklet* ini menggunakan bahasa Indonesia yang formal disampaikan dengan langsung kepada poin yang akan dijelaskan. Karena dengan

bahasa yang formal khalayak sasaran dapat menyerap dengan mudah informasi yang disampaikan.

### III.2.3. *Mandatory*

Mandatory merupakan lembaga atau pihak yang memberikan wewenang untuk merancang dan menyebarkan media kepada khalayak umum (Kurniawan, 2019). *Mandatory* penerbitan *booklet* ini adalah Dinas Kebudayaan Provinsi Bali dan Dinas Pariwisata Denpasar.



Gambar III.2 Logo Dinas Pemerintah Provinsi Bali  
Sumber: <https://disbud.baliprov.go.id/wp-content/uploads/2019/07/cropped-disbudlagi....png>  
(Diakses pada: 27/08/2019)



Gambar III.3 Logo Dinas Pariwisata Denpasar  
Sumber: [https://scontent-sin6-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-9/50625289\\_2255360598072781\\_792380294555500544\\_n.jpg?\\_nc\\_cat=111&\\_nc\\_ht=scontent-sin6-1.xx&oh=fe9bddf823c182f7e7167a5f7b2b84b2&oe=5D6265AE](https://scontent-sin6-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-9/50625289_2255360598072781_792380294555500544_n.jpg?_nc_cat=111&_nc_ht=scontent-sin6-1.xx&oh=fe9bddf823c182f7e7167a5f7b2b84b2&oe=5D6265AE)  
(Diakses pada: 26/05/2019)

Kurangnya pengetahuan masyarakat Bali tentang atribut Barong Ket dan Rangda, dinas kebudayaan provinsi Bali dengan dibantu oleh Dinas Pariwisata Denpasar membuat sebuah *booklet*, untuk dibagikan kepada masyarakat Bali terutama yang

berhubungan langsung dengan pariwisata Bali, seperti *Tourguide*, Sanggar seni, dan tempat yang menampilkan pertunjukan tari Barong Bali.

#### **III.2.4. Materi pesan**

*Booklet* ini berisi dimulai dari pengenalan masyarakat Bali itu sendiri, dan menjelaskan sejarah singkat tentang tari Barong Bali. Di dalam *booklet* juga terdapat penjelasan dan babak cerita pada pertunjukan tari Barong Bali, serta yang menjadi intinya adalah penjelasan tentang arti dari atribut yang dipakai oleh penari Barong Ket dan Rangda.

#### **III.2.5. Gaya Bahasa**

Dalam *booklet* ini menggunakan gaya bahasa deskriptif, deskripsi atau deskriptif menurut Utorodewo (2007) adalah menjelaskan atau menggambarkan bentuk objek pengamatan, sifatnya, rasanya, atau coraknya. Dalam *booklet* ini mendeskripsikan secara detail sifat dan atribut yang dipakai oleh penari Barong dan Rangda pada pagelaran seni tari Bali.

#### **III.2.6. Strategi Kreatif**

Menurut Hidayat (2016) strategi kreatif adalah sebuah kerangka berfikir yang berfungsi untuk membuat pesan agar dapat diterima oleh khalayak. Perancangan *booklet* Barong dan Rangda memiliki pembahasan pengenalan tari Barong itu sendiri serta arti dan makna dari atribut yang dipakai oleh penari Barong bali. Menggunakan teknik fotografi sehingga khalayak sasaran dapat secara langsung melihat foto dari penjelasan yang dimaksud

##### *a. Copywriting*

*Copywriting* adalah seni menulis menggunakan aneka gaya untuk membentuk sebuah kekuatan dalam muatan informasi yang akan di sampaikan terhadap khalayak (Hidayat, perkuliahan, 2017). Judul dari buku ini langsung terhadap objek untuk membuat khalayak fokus bahwa *booklet* tersebut berisi muatan informasi tentang Barong Ket dan Rangda.

# Barong Ket & Rangda

Gambar III.4 Judul *booklet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi  
(17/07/2019)

## b. *Storyline*

Konten dalam *booklet* terbagi menjadi beberapa bagian yaitu. Bagian pertama dari media informasi *booklet* ini adalah menceritakan tentang masyarakat Bali yang menggunakan tari-tarian, patung dan sebagainya untuk sarana ritual maupun pertunjukan hiburan, bagian kedua adalah membahas tentang tarian Bali itu sendiri yang terbagi menjadi beberapa bagian, bagian ke tiga membahas sejarah singkat serta pengertian dari Barong Bali itu sendiri, bagian ke empat adalah menjelaskan dan menjabarkan babak dari cerita barong bali beserta visualisasi pertunjukan Barong dan Rangda, bagian yang terakhir adalah menjelaskan arti dari atribut yang di pakai oleh penari Barong dan Rangda.

## c. Visualisasi

Visualisasi digunakan untuk menterjemahkan konten yang dimaksud ke dalam bentuk karya visual sehingga dapat dimengerti oleh khalayak. Visualisasi dalam media informasi *booklet* ini menggunakan fotografi, karena dengan fotografi khalayak dapat langsung mengerti dengan pesan yang di jabarkan dalam konten tersebut, karena kekuatan terbesar dari fotografi pada media adalah kemampuannya untuk memberikan kesan sebagai dapat dipercaya. (Rustan, 2009, h.54)



Gambar III.5 Contoh visualisasi foto Barong  
Sumber: Dokumentasi Pribadi  
(14/07/2019)

### III.2.7. Strategi Media

#### 1. Media Utama

Solusi media untuk menginformasikan kepada masyarakat Bali tentang Barong Bali meliputi media utama dan media pendukung. Media utama untuk menginformasikan adalah *booklet*. *Booklet* adalah sebuah media publikasi berukuran kecil yang terdiri dari beberapa lembar dan halaman atau tidak lebih dari 30 halaman, biasanya *booklet* digunakan berfungsi sebagai mempromosikan produk, informasi perusahaan, dan informasi lainnya. (Rustan, 2009, h.114)

#### 2. Media Pendukung

- ***X-Banner***

Media ini digunakan saat peluncuran buku disetiap tempat pertunjukan atau pementasan tari Barong Bali, dan diletakan di depan *booth* pengambilan *Booklet*.

- ***Tote Bag***

Tote Bag menjadi *merchandise* untuk pengunjung pertunjukan tari yang dapat menjawab pertanyaan tentang Barong Ket dan Rangda. Tote Bag dapat digunakan untuk keperluan sehari-hari.



- **Kaos**  
Kaos menjadi *merchandise* untuk pengunjung pertunjukan tari yang dapat menjawab pertanyaan tentang Barong dan Rangda. Kaos dapat digunakan sehari-sehari sehingga khalayak dapat mempromosikan dan menyebar luaskan informasi mengenai tari Barong Bali.
- **Notebook**  
*Notebook* diberikan hanya kepada masyarakat atau pengunjung yang mendapatkan *Booklet* edisi eksklusif untuk pengingat kepada mahasiswa di Bali tentang tari yang populer dimasyarakat Bali yaitu tari Barong.
- **Sticker**  
Setiap pengambilan buku khalayak mendapatkan *sticker* Barong dan Rangda untuk menambah kesan positif terhadap buku. *Sticker* dapat di tempel khalayak di tempat yang dekat dengan khalayak.
- **Gantungan Kunci**  
Gantungan kunci didapat setiap pengambilan buku sebagai aksesoris agar dapat menyebarkan informasi mengenai Barong dan Rangda.
- **Pin**  
Pin didapat setiap pengambilan buku sebagai aksesoris yang dapat di pakai di media apapun seperti tas, jaket, *sweater*, kaos, topi dan sebagainya.
- **Poster**  
Poster digunakan untuk tahap informasi di awal sebelum pembagian *booklet*. Dengan melihat poster yang ditempel pada beberapa tempat seperti mading kampus dan tempat pagelaran tari Barong dapat menarik perhatian masyarakat.
- **Mousepad**  
Mousepad diberikan saat pengambilan *booklet* secara gratis di tempat pertunjukan tari Barong, selama persediaan masih ada. *Mousepad*

digunakan sebagai media pendukung dikarenakan berfungsi untuk Khalayak sasaran yang banyak mengerjakan pekerjaan rumah yang menggunakan laptop atau komputer, sehingga khalayak sasaran dapat selalu mengingat tentang salah satu tarian yang populer di Bali.

- **Sandal**

Sandal diberikan kepada pengunjung yang datang ke tempat pertunjukan Barong dan dapat menjawab pertanyaan tentang Barong. Sandal biasa digunakan untuk datang ke upacara-upacara persembahyangan.

### III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian *booklet* yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Denpasar dengan mengirimkan buku ke sekolah-sekolah di Bali sebagai aset untuk perpustakaan dan juga disebarakan kepada mahasiswa pariwisata Bali. Selain disebarakan ke beberapa universitas juga akan diperluas untuk sanggar dan juga ditempat pertunjukan tari Barong Bali dapat diambil oleh masyarakat umum secara gratis pada *booth* yang tersedia. Penyebaran media pendukung *totebag* dan kaos serta buku eksklusif dilakukan pembagian dengan cara menebak pertanyaan yang disampaikan tentang Barong Ket. Selanjutnya untuk media pendukung seperti pin dan juga gantungan kunci didapatkan sampai minggu terakhir selama stok *booklet* masih ada. Penyebaran media dilakukan pada bulan Oktober hingga Desember karena menurut pemilik pagelaran seni tari Barong, pada bulan menuju akhir tahun hingga tahun baru banyak pengunjung yang datang untuk berlibur menyaksikan pertunjukan Barong.

Tabel III.2 Strategi distribusi  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

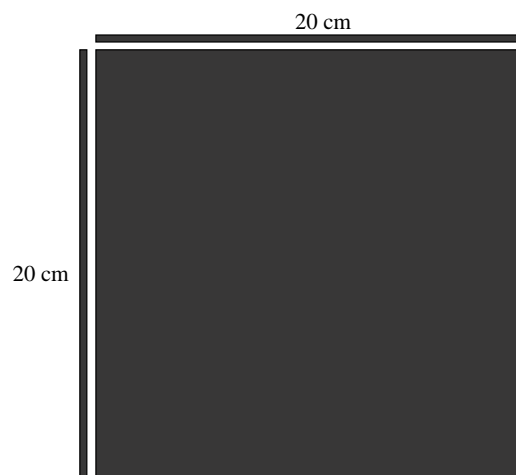
<b>Media Utama</b>	Oktober 2019	November 2019	Desember 2019
<i>Booklet</i> Eksklusif			
<i>Booklet</i> umum			
<b>Media Pendukung</b>			
Poster			

<i>X-Banner</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<i>Tote Bag</i>	□	■	■	■	□	□	□	□	□	□	□	□
Kaos	□	□	□	■	■	■	□	□	□	□	□	□
<i>Mousepad</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sandal	□	□	□	□	□	■	■	■	□	□	□	□
<i>Notebook</i>	□	□	□	□	□	□	□	■	■	■	□	□
<i>Sticker</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gantungan Kunci	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pin	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

### III.3. Konsep Visual

#### III.3.1. Format Desain

Booklet mengenai Barong dan Rangda berukuran 20 cm x 20 cm, ukuran tersebut di sesuaikan dengan kepraktisan dan juga mudah untuk dibuka, tidak terlalu besar namun tidak terlalu kecil ukuran yang mudah di bawa dan tidak menghabiskan banyak ruang.



Gambar III.6 Contoh ukuran kertas  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi  
 (17/07/2019)

### III.3.2. Tata Letak (*Layout*)

Secara umum *layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu (Rustan, 2009, h.0). *Layout* menjadi sesuatu hal yang penting, tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dan memudahkan pembaca menerima informasi yang diberikan (Anggraini dan Nathalia, 2018, h.74).

#### 1. Media utama

Dalam buku ini menyeimbangkan antara elemen visual dan tulisan. Tulisan merupakan pemaparan mengenai isi yang akan di bahas. Tulisan akan menyesuaikan dengan objek visual yang akan dibahas sehingga setiap halaman terasa dinamis dan seimbang. Buku ini menggunakan elemen visual keseimbangan asimetris, yaitu obyek-obyek yang berlawanan tidak sama atau seimbang. Salah satu sisi obyek bisa lebih kecil atau lebih besar ukurannya atau lebih sedikit jumlahnya. Kelebihan dari asimetris dapat memberikan kesan santai bagi pembacanya (Anggraini dan Nathalia, 2018, h.76).



Gambar III.7 Contoh *Layout* booklet  
Sumber: Dokumentasi Pribadi  
(17/07/2019)

#### 2. Media pendukung

- Poster dan *X-banner* merupakan media pendukung yang memberikan informasi sebelum media utama di lihat oleh khalayak, oleh karena itu untuk mendapat khalayak desain yang informatif untuk menjadi salah satu fokus perhatian khalayak, tata letak pada media pendukung di letakan di tengah dengan paragraf *justify*.

- Pin, *sticker*, dan gantungan kunci merupakan media pendukung yang memberikan informasi paling dekat dan sering dipakai oleh khalayak. Desain *layout* pada pin, *sticker*, dan juga gantungan kunci memiliki informasi mengenai atribut penari Barong Bali.
- *Tote bag* media pendukung yang digunakan khalayak untuk berpergian sehingga *layout* pada *tote bag* dibuat besar dan fokus pada poin utama.
- *Notebok* media pendukung yang digunakan oleh kebanyakan mahasiswa sehingga *layout* dibuat menarik dengan cara menampilkan ilustrasi yang besar pada sampulnya.
- Kaos, desain pada kaos dibuat mengikuti *mode* yang sedang ada, dengan tema *street wear* kaos dibuat menarik untuk di pakai sehari-hari. Desain *layout street wear* biasanya memiliki logo kecil pada bagian dada dan ditambah ilustrasi pada bagian belakang.
- *Mousepad* media pendukung yang dipakai oleh khalayak yang sering memakai laptop dan komputer. *Layout* pada *mousepad* langsung fokus dengan ilustrasi Barong Ket dan Rangda serta diberikan merah agar tidak monoton.
- Sandal, desain *layout* sandal ini langsung kepada inti yaitu Barong Ket dan Rangda, hanya saja gambar Barong Ket atau Barong baik di tempatkan disebelah kanan dan Rangda di tempatkan disebelah kiri sebagai pencerminan sifat dari Barong dan Rangda

### III.3.3. Tipografi

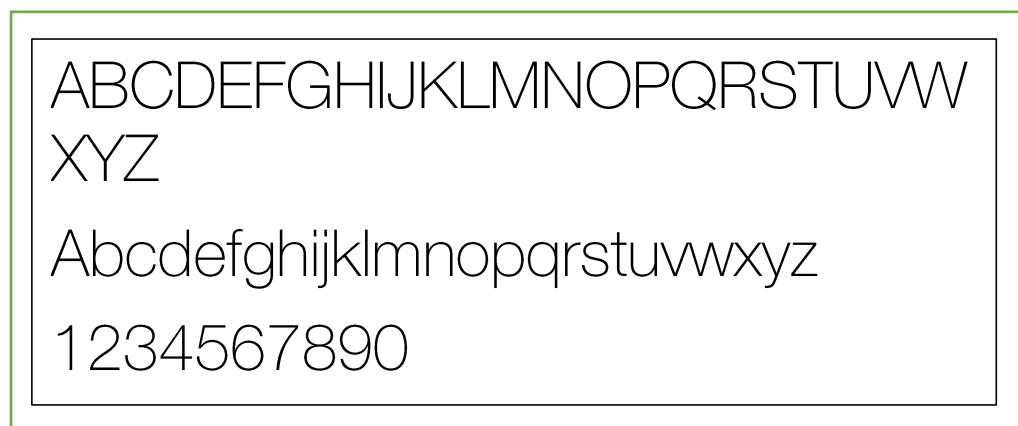
Tipografi adalah elemen yang penting untuk komposisi buku ilustrasi karena tipografi dapat mempengaruhi kemudahan khalayak untuk membaca buku. Pada judul buku menggunakan *Font Bali Beach* yang berjenis tipografi dekoratif, huruf dekoratif adalah pengembangan dari bentuk huruf yang sudah ada ditambah hiasan ornamen, jenis huruf ini terkesan dekoratif dan ornamental (Anggraini dan Nathalia, 2018, h.63). font Bali Beach digunakan karena dekoratif yang ada terkesan merepresentasikan dari ornamen atau lekukan Bali.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Gambar III.8 *Font* Bali Beach  
Sumber: Dokumentasi Pribadi  
(17/07/2019)

Sedangkan *font* yang digunakan untuk sub judul dan teks adalah Helvetica Neue LT Pro yang berjenis *Sans Serif*. *Sans Serif* secara umum mempunyai arti tanpa sirip memiliki ketebalan yang sama. Huruf *Sans Serif* melambangkan kesederhanaan dan lugas dan juga dapat memberikan kesan sederhana dan simpel (Anggraini dan Nathalia, 2018, h.60). *Font* Helvetica Neue Lt Pro digunakan karena bentuk yang tipis dan mudah dibaca oleh khalayak sasaran.



Gambar III.9 *Font* Helvetica Neue LT Pro  
Sumber: Dokumentasi Pribadi  
(17/07/2019)

#### **III.3.4. Fotografi**

Fotografi adalah seni menghasilkan gambar dengan cahaya (Listiana dan Muharini, 2019, h.2). Ada beberapa unsur pokok saat memotret yaitu, objek, kamera, dan pencahayaan.

- a. Studi Objek

Objek adalah benda yang akan di foto, benda yang memiliki fisik dan berwujud nyata, baik benda hidup maupun benda mati (Listiana dan Muharini, 2019, h.3). Pada booklet terdapat dua objek yang akan di foto yaitu benda hidup adalah Barong Ket dan Rangda sedangkan benda mati yang akan di foto adalah atribut-atributnya.

b. Studi Kamera

Kamera yang digunakan adalah kamera DSLR (*digital single lens reflex*) jenis kamera ini menggunakan cermin refleks untuk merefleksikan cahaya dan menghasilkan gambar (Listiana dan Muharini, 2019, h.4). Kamera DSLR digunakan karena dapat menangkap gambar dengan tingkat ketajaman yang baik dan dapat diatur bergantung kepada situasi dan kebutuhan.

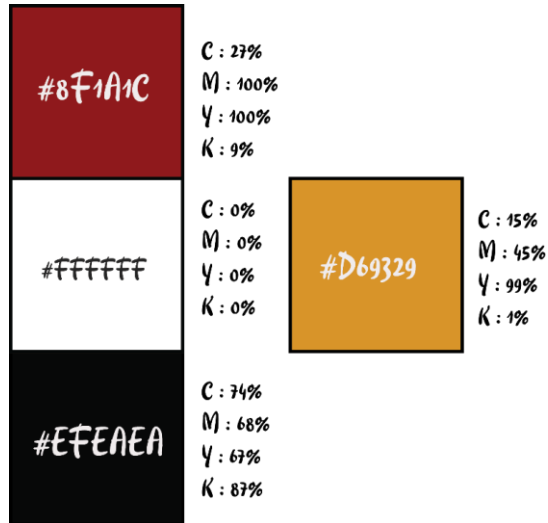
c. Studi Pencahayaan

Pencahayaan yang dilakukan menggunakan cahaya alami dari sinar matahari melihat dari tempat objek foto yang semi *outdoor*. Cahaya dari sinar matahari menghasilkan cahaya dari depan yang menghasilkan foto relatif tanpa bayangan.

### III.3.5. Warna

Warna merupakan suatu unsur yang penting dalam desain, dengan warna dapat menampilkan citra atau kesan dan pesan yang ingin di sampaikan dan juga dapat membedakan sifat secara jelas (Anggraini dan Nathalia, 2018, h.37). Warna yang digunakan berformat *Cyan, Magenta, Yellow, Key* (CMYK). CMYK adalah pencampuran *pigmen* dengan menggunakan unsur-unsur tinta atau cat, biasanya digunakan dalam proses pencetakan ke permukaan benda padat seperti kertas (Anggraini dan Nathalia, 2018, h.40). pada perancangan *booklet* terdapat *modes* warna yang dapat di telaah, Gabungan *Modes* desain dapat menjadi *Multimodal* yang dapat dipahami oleh khalayak (Albar, 2011, h.37). beberapa warna yang digunakan dalam perancang ini adalah merah, hitam, putih, dan juga ada unsur emas. Unsur merah, hitam, dan putih menggambarkan ciri khas dari masyarakat Bali yang mayoritas Hindu yang di percaya warna tersebut dinamakan "Tridatu" yang berarti sifat dari manusia yaitu, keberanian, kesucian, dan spiritual.

Sedangkan warna emas merepresentasikan dari atribut yang di gunakan oleh Barong ket berupa perhiasan dan mahkota emas. Warna yang digunakan sebagai berikut.



Gambar III.10 Palet Warna  
Sumber: Dokumentasi Pribadi  
(17/07/2019)