BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Sebelum melakukan atau membuat suatu perancangan, dibutuhkan konsep desain atau strategi perancangan, sehingga tujuan dari perancangan dapat tepat mengenai sasaran. Strategi perancangan tersebut dapat berupa pertanyaan maupun bahasan mengenai perancangan media komunikasi motif batik tulis Tasikmalaya, yang meliputi tujuan perancangan, khalayak sasaran, pesan yang ingin disampaikan, bagaimana cara menyampaikan pesan, dan pada media komunikasi apa perancangan akan dibuat.

3.1.1. Pendekatan Komunikasi

Secara umum pendekatan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan media komunikasi ini menggunakan bahasa yang ringan, yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan khalayak sasaran yaitu remaja dan dewasa, sehingga tujuan maupun pesan dari perancangan komunikasi mengenai motif batik tulis Tasikmalaya tersebut dapat tersampaikan dengan baik.

Bahasa yang dipakai dalam pendekatan komunikasi adalah bahasa Indonesia, namun terdapat juga istilah dalam

bahasa Sunda, seperti pada penamaan motif batik yang disesuaikan dengan penamaan aslinya, tujuannya yaitu agar terasanya kesan budaya Priangan pada perancangan komunikasi mengenai motif batik tulis Tasikmalaya ini. Untuk memudahkan khalayak sasaran dalam memahami istilah-istilah bahasa Sunda yang mungkin kurang dipahami, maka istilah-istilah bahasa Sunda tersebut akan diberi terjemahan atau diterjemahkan dalam bahasa Indonesia yang lebih mudah dimengerti dan dipahami.

Dengan melakukan pendekatan komunikasi tersebut, maka diharapkan dapat menyampaikan tujuan dari komunikasi, yaitu untuk mengenalkan motif batik tulis Tasikmalaya kepada masyarakat khususnya generasi muda, dan menemukan media komunikasi yang tepat untuk mendokumentasikan motif-motif batik tulis Tasikmalaya tersebut.

Dalam pendekatan komunikasi terdapat pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran. Pesan yang akan disampaikan adalah pengetahuan atau informasi kepada masyarakat mengenai ragam motif batik tulis Tasikmalaya, sehingga melalui ragam motif batik tulis tersebut, masyarakat dapat mengenal batik tulis Tasikmalaya.

3.1.2. Strategi Kreatif

Karena banyaknya informasi atau pengetahuan mengenai motif batik tulis Tasikmalaya yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran, maka dibutuhkan strategi kreatif untuk menyampaikannya. Fungsinya yaitu untuk memudahkan penyampaian informasi atau pengetahuan kepada khalayak sasaran sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik. Strategi kreatif yang dilakukan yaitu dengan membagi bahasan menjadi beberapa bagian yang diantaranya adalah:

- Menginformasikan atau memberi pengetahuan mengenai sejarah dan perkembangan batik tulis Tasikmalaya, juga perbedaan batik tulis Tasikmalaya dengan ragam batik lainnya.
- Membahas mengenai warna dan karakteristik batik tulis Tasikmalaya berdasarkan warna.
- Membahas mengenai motif dan penamaan motif pada batik tulis Tasikmalaya.
- Menampilkan ragam motif batik tulis Tasikmalaya yang terdiri dari ragam motif flora, fauna, dan elemen maupun benda-benda.

Strategi kreatif lainnya yaitu terdapat dalam penyampaian pesan atau informasi yang tidak hanya berupa

tulisan atau elemen teks, namun juga terdapat elemen visual berupa gambar dari hasil fotografi, dan beberapa elemen visual berupa *artwork* yang berhubungan dengan perancangan. Hal ini dilakukan untuk memperjelas isi pesan dan memudahkan dalam penyampaian informasi atau pesan yang disampaikan sehingga mudah dimengerti dan menarik untuk dipelajari.

3.1.3. Strategi Media

Untuk mengenalkan atau menginformasikan motif batik tulis Tasikmalaya kepada masyarakat, dibutuhkan media komunikasi yang tepat dan sesuai dengan pemecahan atau solusi permasalahan. Media-media tersebut terdiri dari media utama yang telah ditentukan sebagai pemecahan masalah yaitu media berupa buku, dan media pendukung yang berperan sebagai media pembantu atau pelengkap dalam menginformasikan media utama, dengan tujuan menyampaikan informasi maupun promosi.

a. Media Utama

Media utama yang digunakan untuk pemecahan masalah ini adalah buku bergambar *(picture book)* mengenai motif batik tulis Tasikmalaya. Pemilihan media buku bergambar tersebut dilatarbelakangi oleh

penyelesaian masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Selain itu, pemilihan media berupa buku juga dikarenakan buku merupakan media komunikasi yang memiliki banyak kelebihan, diantaranya:

- Buku kaya akan imajinasi dan merangsang pemikiran untuk mengembangkan ide-ide kreatif.
- Buku memiliki bahasan yang lengkap, dalam sebuah buku biasanya membahas suatu topik yang menyeluruh.
- Buku merupakan sumber pengetahuan.
- Buku merupakan sarana informasi yang mudah didapat, karena banyaknya toko-toko yang menjual buku (toko buku).
- Buku merupakan sarana informasi yang dapat dibaca kapan saja, dimana saja, dan dapat dibaca berulang-ulang.
- Tidak ada kata ketinggalan jaman untuk buku, semakin tua buku maka informasi di dalamnya akan dibutuhkan untuk mengetahui perkembangan yang ada pada saat itu.

b. Media Pendukung

Agar penyampaian media komunikasi utama kepada khalayak sasaran berjalan dengan baik, maka dibutuhkan

media komunikasi pendukung, baik media pendukung bersifat promosi maupun media pendukung yang bersifat memberikan informasi, yang diantaranya yaitu:

- Poster

  Poster adalah media penyampaian informasi yang pengaplikasiannya dilakukan dengan cara ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya. Umumnya poster terdiri dari teks dan elemen visual yang dirancang untuk menarik perhatian masyarakat yang melihatnya. Pemilihan poster sebagai media pendukung dikarenakan poster memiliki ukuran yang cukup besar (60 cm x 42 cm), sehingga khalayak sasaran dapat melihat dan mengamati produk yang ditawarkan (buku) dengan cukup jelas, karena pada poster yang dibuat terdapat informasi yang singkat, jelas, namun mudah dimengerti. Selain itu, poster merupakan media yang fleksibel karena dapat di tempel di mana saja, baik di dalam maupun luar ruangan disesuaikan dengan kebutuhan.

- *X-banner*

  Standing banner atau yang dikenal dengan sebutan *X-banner* adalah media penyampaian informasi yang terdiri dari perpaduan *frame* (rangka) dan media cetak (dari bahan tertentu). Kegunaan dari *X-banner*

hampir sama dengan poster, yang membedakan hanyalah keberadaan *frame* (rangka) pada *X-banner* yang berfungsi sebagai tempat untuk meletakan atau menempelkan media cetak. Pemilihan *X-banner* sebagai media pendukung dikarenakan *X-banner* merupakan media yang praktis, dapat dibongkar pasang, dan dapat diletakan dimana saja.

- *Leaflet Display*

  Leaflet display adalah tempat untuk menampilkan media komunikasi grafis berupa *leaflet*, yaitu selembaran yang berisi informasi mengenai produk atau informasi lainnya. Umumnya *leaflet display* terbuat dari bahan keras seperti akrilik, kaca maupun kayu dan disesuaikan dengan kebutuhan. Pemilihan *leaflet display* sebagai media pendukung dikarenakan *leaflet display* dapat membantu khalayak sasaran untuk mengetahui informasi mengenai buku. Dengan melihat *leaflet display* maka khalayak sasaran dapat mengetahui informasi mengenai buku tersebut.

- *Book Display*

  Book display merupakan tempat untuk meletakan buku atau berfungsi sebagai penyangga buku. Sama halnya dengan *leaflet display*, umumnya *book display*

terbuat dari bahan yang keras, karena agar kuat dalam menahan atau menyangga buku. Dengan adanya *book display* maka buku dapat diletakan atau diberdirikan pada *book display*, sehingga buku dapat terlihat dengan jelas oleh khalayak sasaran dan memudahkan khalayak sasaran dalam menemukan buku tersebut.

- *Flyer*

  Flyer adalah media berupa selembaran yang didalamnya berisi pesan atau informasi. *Flyer* biasanya disebar pada tempat ramai dengan berbagai cara, diantaranya yaitu bisa dibagikan langsung, ditempel pada dinding atau tiang, maupun diletakan pada *flier-stand* atau tempat-tempat lainnya. *Flyer* berfungsi sebagai media promosi yang dibagikan pada kepada masyarakat pada saat masa promosi atau peluncuran buku yang isinya memberikan informasi mengenai buku yang ditawarkan. Dengan disebarkan *flyer* kepada masyarakat maka masyarakat dapat mengetahui adanya buku tersebut.

- *Flag Chain*

  Flag chain adalah media komunikasi yang berbentuk seperti bendera yang berantai. *Flag chain*

umumnya dipasang di langit-langit toko buku dengan tujuan menarik perhatian perhatian pengunjung.

- *Paper Bag*

  Paper bag adalah media komunikasi yang terbuat dari kertas dan berbentuk tas atau wadah. *Paper bag* diberikan kepada khalayak sasaran yang membeli buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya yang berfungsi sebagai tempat/wadah untuk membawa barang belanjaan (buku) agar lebih praktis.

- *Gimmick*

  Gimmick merupakan gambaran visual dari produk yang ditawarkan. *Gimmick* disebarkan dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar mereka berminat terhadap produk yang ditawarkan. Jenis *gimmick* yang dipakai untuk dijadikan suvenir pada perancangan media komunikasi berupa buku ini diantaranya yaitu, pembatas buku, kain batik tulis berukuran kecil (sapu tangan), pin dan stiker bermotif batik.

3.1.4. Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan rencana atau langkah yang ditempuh dalam menyebarkan atau menyalurkan produk

kepada khalayak sasaran. Dalam perancangan ini, produk tersebut adalah buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya dengan khalayak sasaran utamanya yaitu masyarakat kota Bandung yang terdiri dari remaja dan juga dewasa.

Strategi distribusi yang dilakukan dalam perancangan ini diantaranya yaitu pertimbangan jadwal distribusi yang dilakukan pada pertengahan bulan september hingga akhir bulan desember. Dalam jangka waktu kurang lebih 4 bulan tersebut, beberapa media pendukung dan *gimmick* juga akan disebar di tempat-tempat umum yang banyak dikunjungi oleh masyarakat atau khalayak sasaran, sehingga dapat membantu penyebaran informasi mengenai buku motif batik tulis Tasikmalaya tersebut.

Bulan	SEP		OKT				NOV				DES			
Minggu	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Media														
Buku														
Poster														
x-banner														
Leaflet Display														
Flyer														
Flag chain														
Gimmick* Pin & Stiker														

Tabel 3.1. Jadwal distribusi media utama dan media pendukung

Media	Tempat penyebaran media
Buku bergambar *(picture book)*	Toko-toko buku besar yang ada di kota Bandung, terutama toko buku Gramedia.
Poster	Toko-toko buku yang menyediakan buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya, kawasan umum yang ramai dilalui orang yang berdekatan dengan sekolah dan kampus.
X-banner	Toko-toko buku yang menyediakan buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya, dan tempat/*stand* pada saat melakukan pameran atau promosi.
Leaflet display	Toko-toko buku yang menyediakan buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya, tempat/*stand* pameran.
Flyer	Kawasan umum yang ramai dilalui orang yang berdekatan dengan sekolah dan kampus.
Flag chain	Toko-toko buku yang menyediakan buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya, dan tempat/*stand* pada saat melakukan pameran atau promosi.
Media *gimmick* (stiker dan pin)	Toko-toko buku yang menyediakan buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya, dan tempat/*stand* pada saat melakukan pameran atau promosi. Media *gimmick* (stiker dan pin) diberikan apabila khalayak sasaran membeli buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya tersebut.

Tabel 3.2. Penempatan media utama dan media pendukung

Meskipun jadwal distribusi dimulai dari pertengahan bulan september, namun buku akan diluncurkan pada bulan oktober. Hal ini dilakukan sebagai persiapan dan juga untuk memberikan rasa penasaran kepada khalayak sasaran terhadap buku yang ditawarkan, selain itu untuk menyesuaikan peluncuran buku dengan hari batik Indonesia yang bertepatan pada tanggal 2 oktober sehingga menghasilkan jadwal distribusi yang potensial.

Agar penerbitan buku ini berjalan dengan lancar dan mendapat tanggapan positif maupun kepercayaan dari khalayak sasaran atau masyarakat, maka dalam perancangan buku ini bekerjasama dengan Yayasan Batik Jawa Barat (YBJB), yaitu suatu organisasi nirlaba yang kompeten dalam menerbitkan informasi mengenai batik Jawa Barat, termasuk batik tulis Tasikmalaya. Selain itu agar jalur distribusi buku ini berjalan dengan efektif, maka untuk penerbitan buku dilakukan melalui kerjasama dengan penerbit besar, seperti Gramedia Pustaka Utama. Sedangkan untuk penyebaran buku dilakukan melalui kerjasama dengan toko-toko buku besar yang ada di kota Bandung, seperti toko buku Gramedia, dan toko-toko buku lainnya.

3.2. Konsep Visual

Warna merupakan bagian dari ciri khas batik tulis Tasikmalaya. Warna batik tulis Tasikmalaya yang beragam menjadi inspirasi atau latar belakang dalam konsep visual dari media yang akan dibuat, sehingga menghasilkan konsep beraneka ragam warna *(colourful)* dan elegan, yang menciptakan kesatuan antara batik tulis Tasikmalaya dengan media komunikasi yang akan dibuat yaitu berupa buku bergambar *(picture book).*

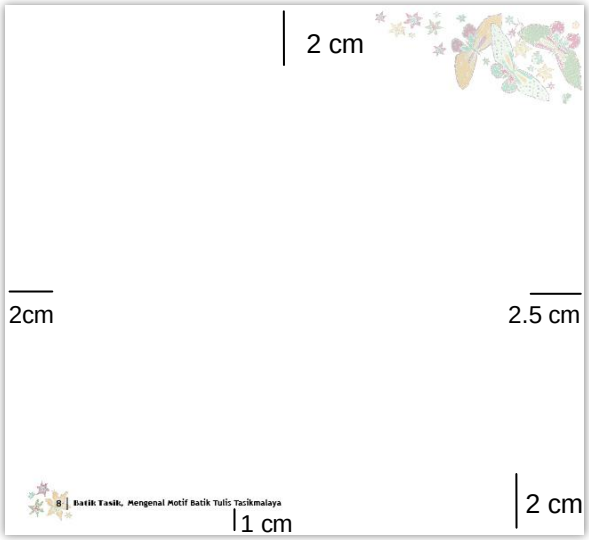
Pemilihan konsep yang *colourful* atau penuh warna dan elegan ini selain disesuaikan dengan batik tulis Tasikmalaya, juga disesuaikan dengan khalayak sasaran yaitu kalangan remaja dan dewasa yang umumnya menyukai sesuatu yang menarik dan tidak terlalu konservatif.

3.2.1. Format Desain

Format desain buku dibuat dengan ukuran *landscape* atau memanjang yaitu 23 cm x 21 cm. Dengan ukuran tersebut buku terlihat tidak terlalu besar dan nyaman ketika dipegang atau dibawa. Selain itu, dengan ukuran memanjang maka tampilan halaman buku terlihat luas dan elemen visual berupa gambar atau foto dapat ditampilkan lebih besar dan jelas sehingga memudahkan dan memberikan kenyamanan pada pembaca saat melihat gambar atau foto tersebut.

3.2.2. Tata Letak *(Layout)*

Layout yang terdapat pada buku motif batik tulis Tasikmalaya ini terdiri dari elemen teks dan juga elemen visual yang saling melengkapi dalam menyampaikan informasi mengenai materi buku, sehingga dapat mudah dimengerti dan dipahami oleh khalayak sasaran. Elemen teks yang menjadi bagian dari *layout* pada halaman buku terdiri dari *running feet* dan nomor halaman, sedangkan untuk elemen visualnya yaitu berupa *artwork* atau karya seni selain fotografi.



Gambar 3.8. *Layout* halaman.

Running feet adalah keterangan atau informasi berupa judul buku, bab atau topik yang sedang dibaca, yang berulang-ulang ada pada tiap halaman yang posisinya tidak berubah. Dalam buku ini *running feet* terdapat pada bagian bawah

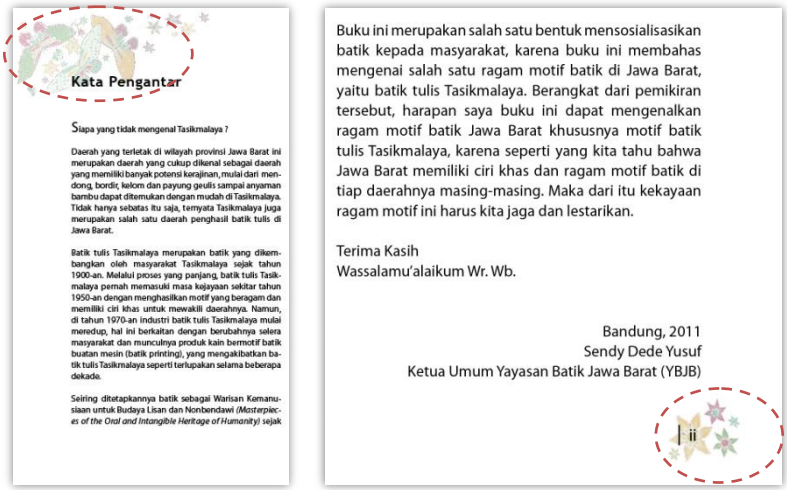
(footer) tiap halaman buku dan berdekatan dengan nomor halaman, yang fungsi yaitu untuk memberikan keterangan dan memudahkan pembaca untuk menemukan dan mengingat bab atau bahasan yang sedang dibaca. Sedangkan nomor halaman fungsinya yaitu untuk memberikan urutan pada buku, sehingga memudahkan pembaca dalam menemukan bahasan atau lokasi bahasan pada buku.



Gambar 3.9. *Running feet* pada halaman buku

Berbeda dengan *running feet* dan nomor halaman yang berperan memberikan informasi, *artwork* pada *layout* berperan sebagai elemen estetis, sehingga dengan adanya *artwork* maka halaman buku terlihat lebih menarik dan tidak terlalu polos. *Artwork* pada halaman *layout* merupakan gambar yang dihasilkan dengan cara mengambil bagian dari foto salah satu

motif batik tulis Tasikmalaya, yang kemudian di ubah, disederhanakan, dan disesuaikan intensitas warnanya.



Kata Pengantar

Siapa yang tidak mengenal Tasikmalaya ?

Daerah yang terletak di wilayah provinsi Jawa Barat ini merupakan daerah yang cukup dikenal sebagai daerah yang memiliki banyak potensi kerajinan, mulai dari mendong, bordir, kelom dan payung geulis sampai anyaman bambu dapat ditemukan dengan mudah di Tasikmalaya. Tidak hanya sebatas itu saja, ternyata Tasikmalaya juga merupakan salah satu daerah penghasil batik tulis di Jawa Barat.

Batik tulis Tasikmalaya merupakan batik yang dikembangkan oleh masyarakat Tasikmalaya sejak tahun 1900-an. Melalui proses yang panjang, batik tulis Tasikmalaya pernah memasuki masa kejayaan sekitar tahun 1950-an dengan menghasilkan motif yang beragam dan memiliki ciri khas untuk mewakili daerahnya. Namun, di tahun 1970-an industri batik tulis Tasikmalaya mulai meredup, hal ini berkaitan dengan berubahnya selera masyarakat dan munculnya produk kain bermotif batik buatan mesin (batik printing), yang mengakibatkan batik tulis Tasikmalaya seperti terlupakan selama beberapa dekade.

Seiring ditetapkannya batik sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi *(Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity)* sejak

Buku ini merupakan salah satu bentuk mensosialisasikan batik kepada masyarakat, karena buku ini membahas mengenai salah satu ragam motif batik di Jawa Barat, yaitu batik tulis Tasikmalaya. Berangkat dari pemikiran tersebut, harapan saya buku ini dapat mengenalkan ragam motif batik Jawa Barat khususnya motif batik tulis Tasikmalaya, karena seperti yang kita tahu bahwa Jawa Barat memiliki ciri khas dan ragam motif batik di tiap daerahnya masing-masing. Maka dari itu kekayaan ragam motif ini harus kita jaga dan lestarikan.

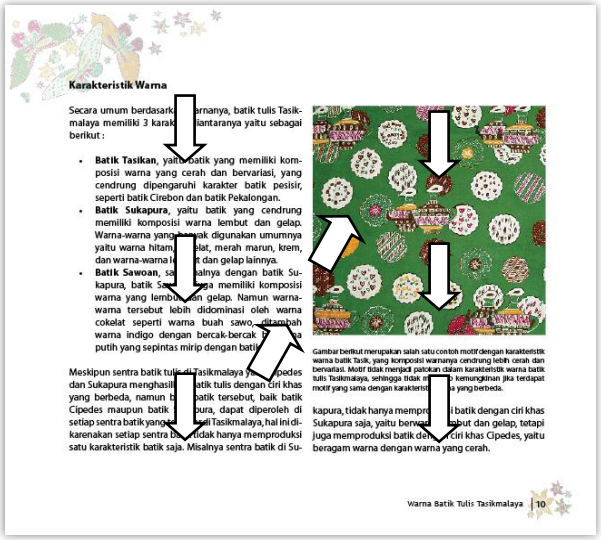
Terima Kasih
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bandung, 2011
Sendy Dede Yusuf
Ketua Umum Yayasan Batik Jawa Barat (YBJB)

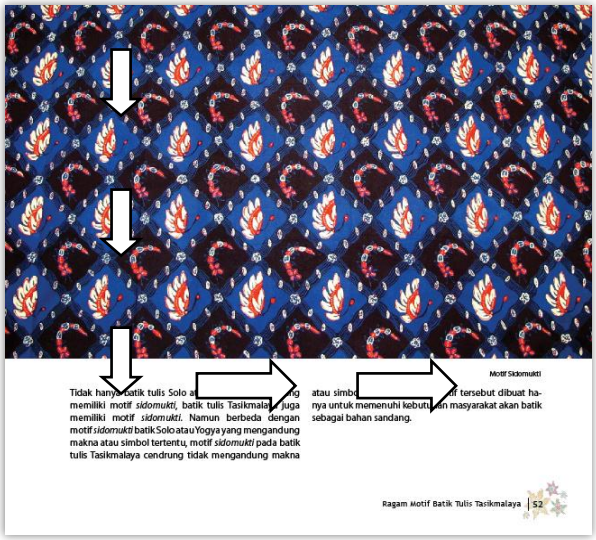
ii

Gambar 3.10. Elemen visual berupa *artwork* pada *layout* halaman

Terdapat dua arah baca atau *sequence* dalam *layout* perancangan media buku ini, yaitu *sequence* N dan *sequence* L. *Sequence* N yaitu urutan arah baca pada buku dimulai dari bagian kiri atas ke bagian kiri bawah dan dilanjutkan ke bagian kanan atas lalu ke bagian kanan bawah. Sedangkan *sequence* L yaitu urutan arah baca dari bagian kiri atas ke bagian kiri bawah lalu dilanjutkan ke bagian kanan bawah halaman. *Sequence* N banyak dipakai pada *layout* halaman-halaman awal buku, sedangkan *sequence* L banyak dipakai pada *layout* halaman yang menampilkan ragam motif batik tulis Tasikmalaya (bab IV pada buku).



Gambar 3.11. Halaman buku dengan *sequence*/arah baca N



Gambar 3.12. Halaman buku dengan *sequence*/arah baca L

3.2.3. Tipografi

Terdapat tiga jenis tipografi yang dipakai pada perancangan media komunikasi berupa buku ini. Tujuannya yaitu untuk membedakan antara judul buku, sub judul dan isi

buku. Jenis tipografi yang dipakai untuk judul adalah *Standing Room Only NF.* Jenis tipografi ini memiliki tekstur tebal dan tipis yang berbeda pada hurufnya, sehingga memberikan kesan yang tidak terlalu kaku dan mengurangi kesan konservatif jika disandingkan atau digabungkan dengan motif batik tulis Tasikmalaya. Namun, meskipun demikian tipografi jenis *Standing Room Only NF* ini dapat menghasilkan kesan yang serasi dan menciptakan kesatuan jika disandingkan dengan motif batik tulis Tasikmalaya.



Gambar 3.13. Tipografi *Standing Room Only NF* untuk judul

Untuk sub judul pada *cover* dan judul pada isi buku, jenis tipografi yang dipakai adalah *Trebuchet MS*. Jenis tipografi ini memiliki keterbacaan yang jelas dan juga memiliki kesan yang simpel dan tidak terlalu formal, sehingga memberikan kenyamanan pada saat membaca.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Gambar 3.14. Tipografi *Trebuchet* MS untuk sub judul



Gambar 3.15. Tipografi judul dan sub judul pada *cover* buku bagian dalam

Selain jenis tipografi *Standing Room Only NF* dan *Trebucket MS*, terdapat jenis tipografi lain yang dipakai dalam buku motif batik tulis Tasikmalaya ini, yaitu tipografi *Myriad Pro*. Jenis tipografi ini dipakai untuk isi buku *(body text)* karena tipografi ini memiliki keterbacaan yang cukup jelas meskipun digunakan dalam ukuran huruf yang kecil (seperti pada *caption*).

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Gambar 3.16. Tipografi *Myriad Pro* untuk isi buku

3.2.4. Ilustrasi

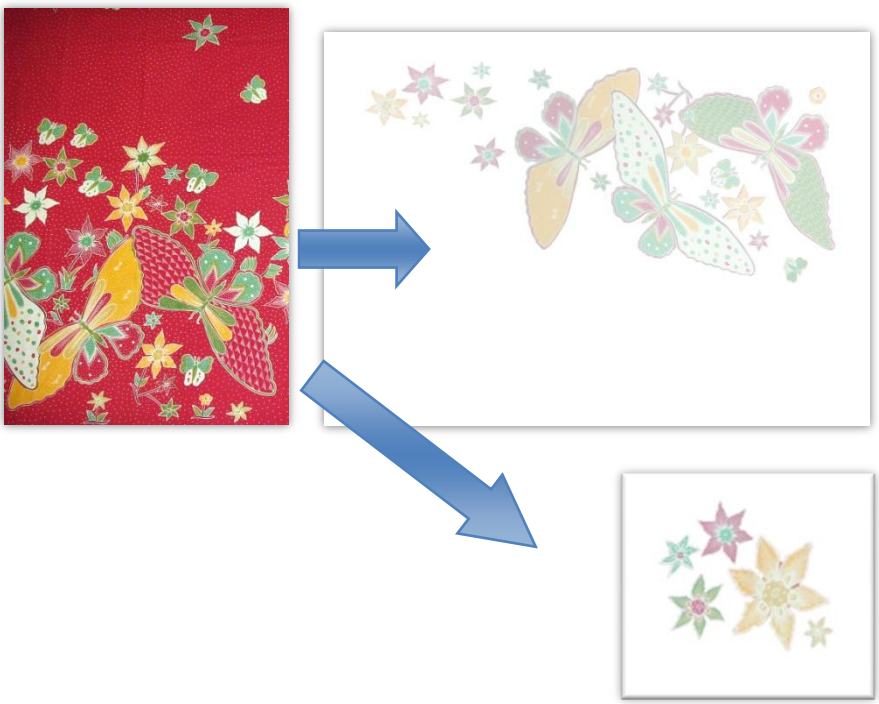
Dalam perancangan media komunikasi berupa buku ini tidak menggunakan ilustrasi secara manual, tetapi lebih menggunakan elemen visual berupa fotografi. Tujuannya yaitu agar gambar maupun warna yang ditampilkan terlihat lebih nyata dan memiliki kredibilitas atau kemampuan untuk memberi kesan dapat dipercaya, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami oleh khalayak sasaran.



Gambar 3.17. Elemen visual berupa foto pada buku

Selain itu, terdapat juga ilustrasi berupa *artwork* yang merupakan penyederhanaan dari salah satu motif batik tulis

Tasikmalaya. *Artwork* tersebut berupa motif kupu-kupu yang diambil dari motif *kukupu lar*. Hal yang melatarbelakangi pemilihan motif kupu-kupu tersebut yaitu karena dalam motif batik tulis Tasikmalaya kupu-kupu merupakan hewan atau fauna yang melambangkan kecantikan dan keanggunan. Maka dari itu kupu-kupu dipilih sebagai elemen estetis pada buku yang memberikan kesan cantik dan anggun.



Gambar 3.18. Studi ilustrasi berupa *artwork*

3.2.5. Cover

Ilustrasi *cover* depan pada buku ini terdiri dari elemen visual dan elemen teks yang saling melengkapi sehingga

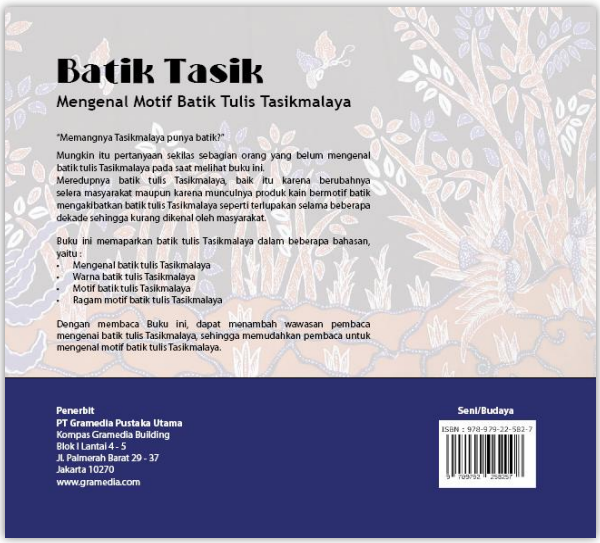
menghasilkan tampilan *cover* yang sesuai dengan konsep yang dipilih, yaitu beraneka ragam warna *(colourful)* dan elegan.



Gambar 3.19. *Cover* buku depan

Elemen visual berupa foto yang digunakan pada *cover* depan adalah foto dari salah satu motif batik tulis Tasikmalaya yang bernama motif *merak rawa*. Hal yang melatarbelakangi dipilihnya motif *merak rawa* sebagai *cover* depan yaitu karena motif *merak rawa* dapat mewakili konsep dari perancangan media komunikasi ini. Hal tersebut dapat dilihat pada warna yang ditampilkan oleh motif *merak rawa* yang dipilih, yang tidak hanya menampilkan satu warna tetapi beberapa warna. Selain itu, hal lain yang melatarbelakangi pemilihan motif *merak rawa* sebagai *cover* depan adalah karena motif *merak rawa* termasuk motif yang dipercaya oleh sebagian pembatik batik tulis Tasikmalaya sebagai motif yang dapat membawa

keberuntungan. Oleh karena itu, dengan dijadikannya motif *merak rawa* sebagai *cover* depan pada buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya ini, maka diharapkan dapat memberikan keberuntungan pada buku ini.



Gambar 3.20. *Cover* buku belakang

Sama halnya dengan *cover* depan, *cover* belakang pada buku juga terdiri dari elemen visual dan elemen teks, yang membedakannya yaitu elemen visual berupa foto pada *cover* belakang terlihat lebih samar dan lebih dominan teks karena pada *cover* belakang terdapat teks berupa sinopsis dari isi buku. Selain itu, pada *cover* belakang juga terdapat elemen lain, baik elemen visual maupun elemen teks yang melengkapi informasi mengenai buku.

3.2.6. Judul Buku

Pada buku ini terdapat judul dan sub judul buku. Judul bukunya adalah *"Batik Tasik"*, sedangkan sub judul bukunya adalah *"mengenal motif batik tulis Tasikmalaya"*. Judul buku berisi pesan yang menyatakan bahwa Tasikmalaya juga memiliki batik. Selain itu judul buku juga menggambarkan atau menceritakan topik utama yang akan dibahas pada buku ini. Sama halnya dengan judul, sub judul juga berperan dalam menceritakan topik yang akan dibahas. Melalui sub judul pembaca dapat mengetahui lebih spesifik mengenai judul atau topik yang akan dibahas, karena sub judul merupakan bagian dari judul.



Gambar 3.21. Judul dan sub judul buku

3.2.7. Pembatas Bab

Dalam buku ini terdapat pembatas bab yang berbeda-beda pada tiap babnya. Perbedaan tersebut dapat dilihat pada warna dan motif yang terdapat pada setiap pembatas bab. Hal yang melatarbelakangi perbedaan warna dan motif pada

pembatas bab yaitu untuk menyesuaikan dengan konsep yang digunakan pada perancangan ini, selain itu juga untuk memberikan kesan menarik dan tidak monoton.



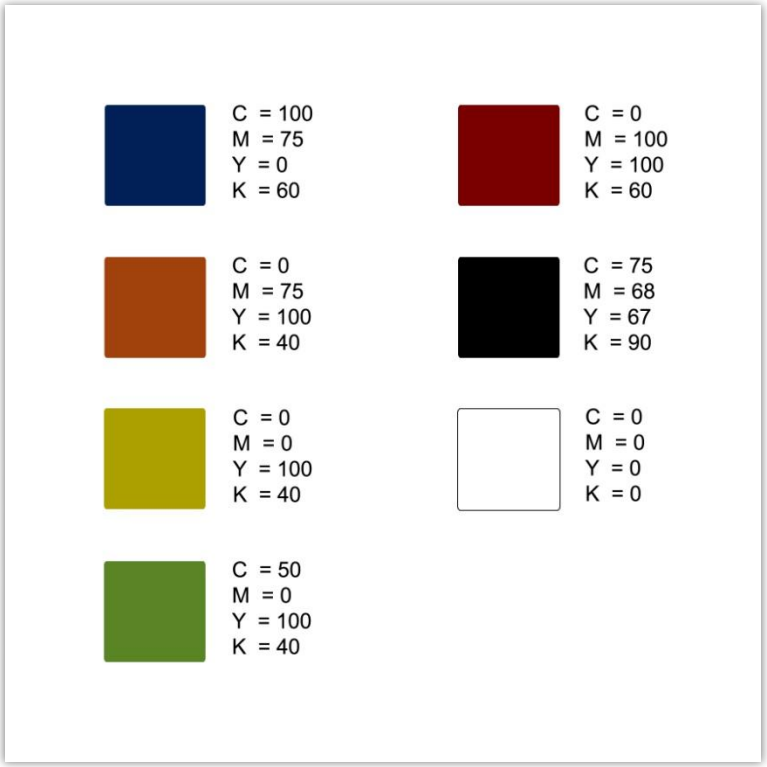
Gambar 3.22. Pembatas bab

Fungsi dari pembatas bab adalah sebagai penanda maupun pembatas topik bahasan. Dengan adanya pembatas bab maka dapat memudahkan pembaca dalam menemukan topik atau bahasan yang dicari pada buku tersebut.

3.2.8. Warna

Warna-warna yang digunakan dalam perancangan media komunikasi buku mengenai motif batik tulis Tasikmalaya ini disesuaikan dengan warna-warna yang banyak terdapat pada batik tulis Tasikmalaya, seperti warna biru, merah, jingga, kuning, dan hijau. Hal ini dilakukan untuk memberikan kesan yang sesuai dan menghasilkan kesatuan antara media yang dibuat dengan topik atau bahasan yaitu mengenai motif batik tulis Tasikmalaya. Selain itu, hal ini juga dilakukan untuk menyesuaikan perancangan media komunikasi dengan konsep visual.

Meskipun warna-warna yang digunakan dalam perancangan media ini disesuaikan dengan warna-warna pada batik tulis Tasikmalaya, namun untuk menghasilkan kenyaman pada media komunikasi yang berupa buku, maka warna-warna tersebut disesuaikan intensitasnya sehingga tidak menghasilkan warna yang terlalu terang atau kontras pada saat disandingkan dengan elemen visual atau elemen teks lainnya. Warna yang dipakai adalah warna yang redup dan memberikan kesan elegan pada perancangan media komunikasi.



Gambar 3.23. Warna yang digunakan dalam perancangan media komunikasi

Dalam perancangan media komunikasi ini, bentuk atau hasil akhir media adalah buku yang merupakan media berbasis cetak. Maka dari itu model warna yang digunakan pada perancangan media ini adalah model warna CMYK *(Cyan, Magenta, Yellow, Black),* yaitu model warna yang umumnya digunakan pada proses percetakan.



Gambar 3.24. Penerapan warna pada media komunikasi (buku)