BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah suatu kelompok tertentu pada masyarakat yang dipilih sebagai penerima pesan atau sasaran utama dalam komunikasi yang akan dicapai secara nyata, spesifik dan terukur. Dengan adanya khalayak sasaran, suatu bentuk informasi yang dibuat dapat terstruktur, mengarah, dan tersampaikan dengan baik terhadap audiens sebagai suatu objek utama yang menjadi sasaran penerima pesan atau informasi yang akan dibuat.

Menurut Rumini & Sundari (2004:h. 53) "Masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa. Rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu 12 - 15 tahun adalah masa remaja awal, 15 - 18 tahun adalah masa remaja pertengahan, dan 18 - 21 tahun adalah masa remaja akhir".
Berdasarkan kutipan tersebut, adapun yang menjadi fokus khalayak sasaran utama dari perancangan adalah remaja akhir yaitu rentan usia 18 - 21 tahun. Khalayak sasaran dalam perancangan terbagi menjadi dua, yaitu khalayak sasaran primer dan sekunder, adapun penjabarannya sebagai berikut:

III.1.1 Khalayak Sasaran Primer

Khalayak sasaran primer adalah target utama dari strategi perancangan, yakni masyarakat umum yang memiliki kecintaan terhadap budaya Sunda, yang terdiri dari sisi demografis, geografis, psikografis.

A. Demografis
   - Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan.
   - Usia : 18 tahun s/d 21 tahun (remaja akhir)
   - Ekonomi sosial : Menengah bawah dan menengah atas.
   - Pendidikan : Semua kalangan.
   - Pekerjaan : Semua profesi pekerjaan.

Secara intelektual remaja akhir mulai dapat berfikir logis tentang gagasan abstrak, sudah mampu membedakan yang konkrit dengan yang abstrak, berfungsinya kegiatan kognitif tingkat tinggi dimana mampu membuat rencana serta strategi dalam membuat keputusan - keputusan serta memecahkan masalah. Mulai menyadari proses berfikir efisien dan belajar berinstropeksi serta wawasan dan cara berfikirnya semakin luas, bisa meliputi agama, budaya, moralitas, dan identitas. Kaitan dengan perancangan yaitu, menemukan hal baru kemudian mempelajarinya untuk mengetahui lebih detail tentang apa yang ditemukan, melakukan pengumpulan informasi tentang unsur *kecap panganteur*, berfikir dan menemukan kesimpulan bahwa sebuah kearifan lokal yang didapatkannya adalah sebuah unsur budaya yang mesti dijaga dan dilestarikan.

B. Geografis

   Secara georafis taraget audiens adalah masyarakat umum yang tinggal di wilayah Bandung dan sekitarnya terutama adalah masyarakat umum Jawa Barat.

Pemilihan geografis dilandasi oleh unsur pembahasan yang diangkat yaitu unsur budaya lokal Jawa barat, dan memang dihususkan untuk masyarakat Jawa barat selaku pemilik kearifan lokal Sunda tentang *kecap panganteur*.

C. Psikografis

   Psikografis dapat diartikan secara umum sebagai gambaran terkait unsur psikologis. Target dari perancangan ini adalah masyarakat yang memiliki ketertarikan lebih, serta mengharapkan adanya suatu kelangsungan bahasa Sunda sebagai para pemakai unsur budaya lokal di Indonesia, yaitu budaya Sunda khususnya pada unsur *kecap* atau *basa*.

III.1.2 Khalayak Sasaran Sekunder

Khalayak sasaran sekunder merupakan target audiens diluar khalayak sasaran utama atau primer, yaitu semua kalangan masayrakat umum yang memang memiliki ketertarikan terhadap unsur budaya Sunda, sasaran sekunder buku infrormasi *kecap panganteur* dalam bahasa Sunda ini juga ditujukan pada para

penggiat *basa* Sunda yang sudah mengenal tentang *kecap panganteur* yang bisa digunakan sebagai acuan referensi tambahan tentang bahasa Sunda secara umum.

III.2 Strategi Perancangan

Perancangan ini merupakan salah satu upaya untuk memelihara kelangsungan kearifan lokal bahasa Sunda yang selama ini masih diperlukan kehadirannya oleh para pemakainya. Bahasa Sunda masih diperlukan dan dipelihara oleh pemakainya, maka bahasa tersebut akan terjamin kelangsungannya.

Strategi perancangan media informasi yang akan dibuat adalah buku, dengan unsur ilustrasi melalui media foto, yang dikemas dengan penggunaan bahasa sederhana dalam bentuk pendekatan komunikasi yang baik. Memperlihatkan gambaran umum masayarakat Jawa barat, serta susunan kata *kecap panganteur* yang disertai dengan artinya, yang bertujuan memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat secara otodidak mengenai unsur - usur *basa* dalam bahasa Sunda. Selain itu media buku lebih efektif karena tidak membutuhkan media lain sebagai perantara, dan buku merupakan gudang ilmu yang dikenal oleh masyarakat luas dari berbagai kalangan.

Zehan (2016:h. 15) “Foto memiliki tujuan utama untuk menyampaikan pendapat atau opini secara sekaligus, fakta dan peristiwa hanyalah pelengkapnya. Ia menganalisa dari pada melaporkan suatu gejala, peristiwa atau isue tertentu. Ia adalah rangkaian argumen yang menyatakan sudut pandang tertentu dari pewarta foto dan atau redaksi”.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menyediakan media informasi yang mengedukasi masyarakat umum perkotaan agar lebih paham dengan istilah *kecap panganteur*, serta meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pengetahuan kata sebagai bagian kekayaan bahasa, indentitas ciri, dan karakter etnis Sunda, dan diharapkan masyarakat lebih proaktif lagi dengan penggunaan bahasa Sunda dalam bersosialisasi setelah mempelajari atau membaca buku yang akan dibuat, dikarenakan *kecap panganteur* tidak pernah lepas dari penggunaan bahasa Sunda.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Untuk menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat dibutuhkan sebuah rancangan komunikasi yang baik, agar informasi yang disampaikan mampu dipahami, mudah diserap dan dimengerti masyarakat khususnya target audiens sebagai khalayak sasaran.

Pendekatan komunikasi terdiri atas dua bagian yaitu pendekatan visual dan verbal. Secara visual pendekatan yang digunakan meliputi unsur sosial, budaya, dan aktivitas keseharian masyarakat Sunda. Secara verbal unsur penjabaran kata *kecap* yang disertai dengan arti dalam bahasa Indonesia, dikarenakan keduanya saling berkaitan dan memiliki satu kesatuan yang baik khususnya pada bidang desain. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menambah daya tarik dan menjadi lebih mudah dimengerti dalam penyampaian komunikasi.

Menurut Nugroho (2004) yang dikutip oleh Amirlahjeni (2012) "Tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan menurut Katz an Robert Kahn yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu system social atau organisasi".

Menurut Stoner & Wankel (1989), yang dikutip oleh Gerfia (2010) "Komunikasi ialah satu cara manusia berhubungan yang melibatkan pengertian atau maksud, dengan syarat mereka perlu setuju dengan definisi istilah-istilah yang digunakan berdasarkan sesuatu yang simbolik seperti isyarat, huruf, nomor, dan perkataan yang melambangkan atau menyerupai ide-ide yang dapat menyampaikan maksud".

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang digunakan adalah berupa foto, baik foto berwarna ataupun hitam putih yang merepersentasikan arti *kecap* secara visual berdasarkan unsur - unsur kata yang terdapat pada *kecap panganteur*. Dalam kata lain gambar menjelaskan tulisan, ataupun sebaliknya tulisan menjelaskan gambar, dan atau antara gambar dan tulisan saling berkaitan satu sama lain.

Teknik pengambilan gambar atau foto terdiri dari dua cara, dilakukan secara jurnalis yakni spontanitas tanpa adanya rekayasa, dan modeling yaitu menggukan seorang model yang diseting sedemikan rupa untuk menciptakan suatu visual dari apa yang dimaksud dengan pengambilan foto dari berbagai sudut pandang.

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan yang digunakan dalam media informasi ini adalah dengan gaya bahasa yang bersifat informatif, yang terdiri atas unsur bahasa Sunda dan bahasa Indonesia. Yakni memberikan informasi berdasarkan fakta, yang disertasi dengan arti atau petunjuk dalam bahasa nasional, agar dapat memudahkan pembaca dalam pemahamannya, karena bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional yang umumnya sudah dimengerti oleh banyak orang sehingga mudah dalam pengenalan dan penyampaian informasinya.

III.2.3 Mandatory

Dalam perancangan media informasi, lembaga yang ditunjuk untuk bekerja sama adalah Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Jawa Barat, serta penerbit buku sebagai penyebaran informasi, dikarenakan khalayak sasaran adalah masyarakat umum di kota Bandung maka penerbit buku yang dipilih adalah penerbit buku lokal yaitu CV Geger Sunten Bandung.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan berupa informasi terkait *kecap panganteur* dari mulai pengertian tentang *kecap panganteur*, jenis - jenis berdasarkan silabe atau jumlah suku kata, pemaparan *kecap panganteur* berdasarkan jumlah verba atau kata kerja, serta pemaparan jumlah unsur *kecap panganteur* sebanyak 120 kata, dan uraian berdsarkan daftar pustaka, dimana semua materi yang akan disampaikan berupa bentuk teks dengan unsur gambar - gambar ilustrasi melalui media buku fotografi dengan warna - warna khas seperti yang telah disampaikan pada bahasan sebelumnya.

III.2.5 Gaya Bahasa

Untuk unsur gaya bahasa, menggunakan bahasa Indonesia semi formal pada kalangan remaja terhadap segi penyampaian dan pengartiannya, serta penggunaan tutur kata bahasa Sunda *kiwari* pada unsur penjabaran terkait objek perancangan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan digunakan adalah lebih mengutamakan unsur visual pada segi ukuran, unsur visual menguasai 70% ranah disetiap halaman baik dari sudut pengambilan gambar *indoor* maupun *outdoor* dengan menampilkan berbagai ekspresi sesuai dengan keadaan yang terjadi. Sisanya sebanyak 30% digunakan untuk teks, namu jumlah visual berbanding lurus dengan jumlah teks penjabaran *kecap panganteur*, unsur visual dibuat lebih banyak menguasai ranah halaman dalam buku untuk meminimalisir tingkat kebosanan pembaca dalam membaca buku tersebut.

Pengambilan foto akan dilakukan secara spontanitas atau tanpa adanya rekayasa, namun beberapa ada yang dibuat dan diseting sedemikian rupa menggunakan kamera jenis DSLR dengan berbagai jenis lensa seperti lensa tele, lensa wide, dan lensa kit. Hal tersebut memperhitungkan jangkauan pengambilan foto dari berbagai jarak fokus.

Pengambilan foto diambil dari rutinitas masyarakat baik pada rutinitas keseharian maupun pada suatu acara - acara tertentu, yang didominasi oleh unsur budaya Sunda yang merepersentasikan visual ekspresi unsur - unsur *kecap panganteur*.
Setelah hasil foto didapat, dilakukan proses editing pada media komputer menggunakan *software* Adobe Photosop CC, editing hanya sebatas *cropping*, *brightness,* dan *contrast.* untuk mempertajam hasil gambar seperti warna, cahaya, dan kesan dalam foto yang akan di sampaikan kepada pembaca.

III.2.6.1 *Copywriting*

- Judul

"Kecap Panganteur dalam Bahasa Sunda"

- Konten

“Mengenal Kecap Panganteur”

“Kecap Panganteur”

“Kecap Panganteur Berdasarkan Jumlah Verba”

“Kecap Panganteur Berdasarka Silabe”

“Konten Utama”

“Data Kecap Panganteur Beserta Verbanya”

III.2.6.2 *Storyline*



Tabel III.1 Struktur Buku

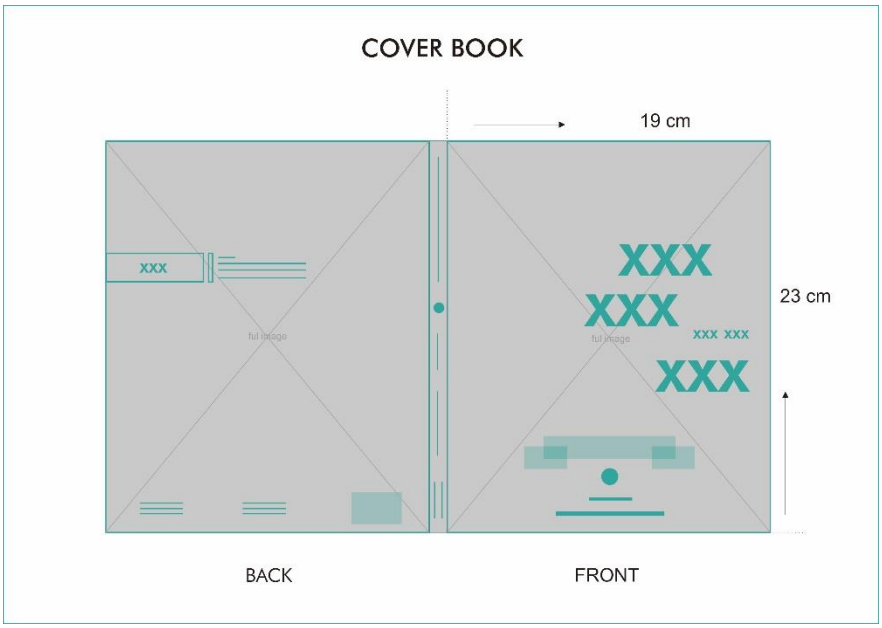
Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.2.7 Strategi Media

Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Media yang digunakan terbagi menjadi dua jenis yaitu :

III.2.7.1 Media Utama

Dalam perancangan ini media utama yang akan dipakai adalah buku foto yang berisi informasi serta ilustrasi dari susunan *kecap panganteur*. Dengan ukuran *custom* (19 x 23 cm) Pengemasan informasi tidak hanya menggunakan satu media saja, ada media pendukung yang menjadi pelengkap untuk memperkenalkan buku kepada masyarakat.



Gambar III.1 Kerangka Buku

Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung merupakan suatu media yang dibuat dan diupayakan sebagai media tambahan atau media promosi dari perindustrian buku atau media utama, yang berfungsi sebagai sarana informasi awal yang bertujuan merangsang para aundiens untuk membeli atau memiliki buku tersebut. Media pendukung terdiri dari tiga bagian yaitu :

A. *Above the line* (ATL)

Adalah sebuah media informasih yang sifatnya mudah meyebar secara cepat dan luas dan memiliki audiens dengan jumlah yang masif, salah satunya yaitu sosial media, seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Sosial media tersebut dipilih karena pada saat ini ketiganya adalah media informasi yang cukup cepat dalam penyebaran suatu informasi.

B. *Below the line* (BTL)

Adalah sebuah media dengan sifat jangkauan yang relatif sempit, biasanya memiliki jumlah audiens yang sedikit, bahkan cenderung menyasar sengmen - segmen tertentu, yaitu :

- Poster

  Tujuan pembuatan poster yakni untuk memberikan Informasi berupa ajakan dengan kata kata yang singkat padat jelas juga menarik. Kata - kata pada poster ini berupa ajakan kepada audiens atau masyarakat. Fungsi dari poster adalah agar yang membacanya tertarik melakukan sesuatu hal yang telah dikemas semenarik mungkin dengan tujuan pembaca turut berpartisipasi di dalamnya.

- *X-Banner*

  adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk *banner* dengan konstruksi penyangga berbentuk "X" agar *banner* bisa berdiri sendiri.

C. *Reminder* (pengingat)

Media pendukung untuk mengingatkan, baik melalui indra penglihatan atau sifatnya dapat disentuh langsung oleh target audiens yaitu :

- *T-Shirt*

  T-shirt atau kaos merupakan bagian dari *gimmick* yang akan dipakai saat mempromosikan buku.

- Pembatas buku

  Pembatas buku merupakan bagian dari *merchandise* dan salah satu bagian dari buku yang berguna untuk pembaca sebagai pengingat halaman yang sudah di baca.

- *Tote Bag*

Merupakan bagian dari *merchandise* gratis tanpa syarat, sebagai media untuk *packaging* di setiap pembelian ketika masa promosi.

- *Note book*

  Note book atau buku catatan merupakan bagian dari *merchandise* gratis tanpa syarat, di setiap pembelian ketika masa promosi.

- Stiker

  Stiker berfungsi sebagai media promosi yang akan ditempelkan dibeberapa tempat umum sekaligus sebagai *merchandise* gratis tanpa syarat di setiap pembelian ketika masa promosi.

- Pin dan Gantungan

  Media pendukung ini biasa digunakan untuk hiasan atau tempelan pakaian atau sejenisnya sekaligus sebagai *merchandise* gratis tanpa syarat disetip pembelian.

- Kalender

  Merupakan bagian dari *merchandise* gratis sebagai media pendukung setiap pembelian dengan jumlah pembelian tertentu ketika masa promosi.

III.2.8 Strategi Ditribusi

DITRIBUSI MEDIA												
MEDIA	Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buku/media utama												
Sosial Media												
Poster												
X-Banner												
T-shirt												
Tote Bag												
Note Book												
Stiker												
Pin & Gantungan												
Pembatas Buku												
Kalender												

Tabel III.2 Strategi Distribusi Media

Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.3 Konsep Visual

Dalam suatu perancangan diperlukan sebuah konsep, agar segalahalnya terstruktur sesuai dengan pencapaian yang dimaksud. Konsep visual yang ditampilkan pada media informasi ini adalah menggunakan unsur - unsur visual fotografi yang dipadukan dengan konsep flat desain, dengan pengolahan huruf, layout, serta penggunaan warna cerah yang diambil dari salah satu unsur warna pada usur visual foto yang ditampilkan.

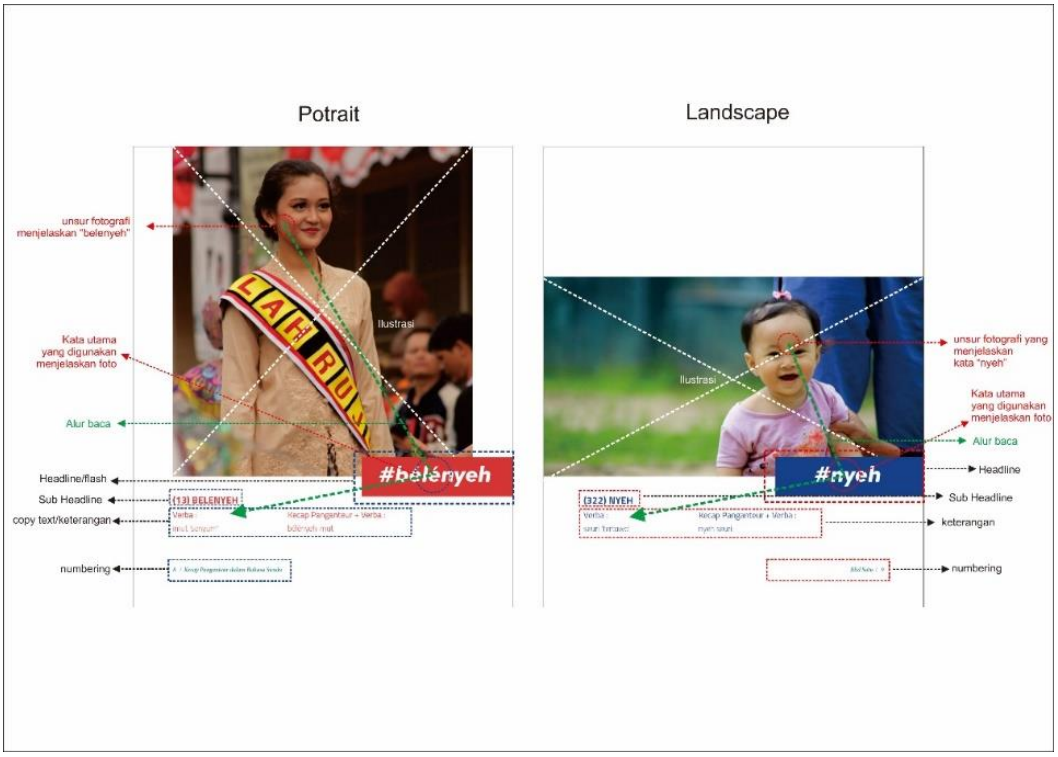
Desain yang dibuat secara sederhana tanpa penggunaan *bevel* ataupun tekstur bayangan. Dengan penekanan teks yang menjelaskan gambar ataupun sebaliknya, gambar menjelaskan teks.

Konsep yang digunakan dalam perancangan buku ini juga menggunakan konsep buku foto album, yang dimana dalam isi dari tiap halaman buku terdapat foto dan beberapa teks sebagai pendukung untuk menjelaskan isi arti dari foto yang ditampilkan dalam buku.



Gambar III.2 Konsep Visual *Cover Book*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

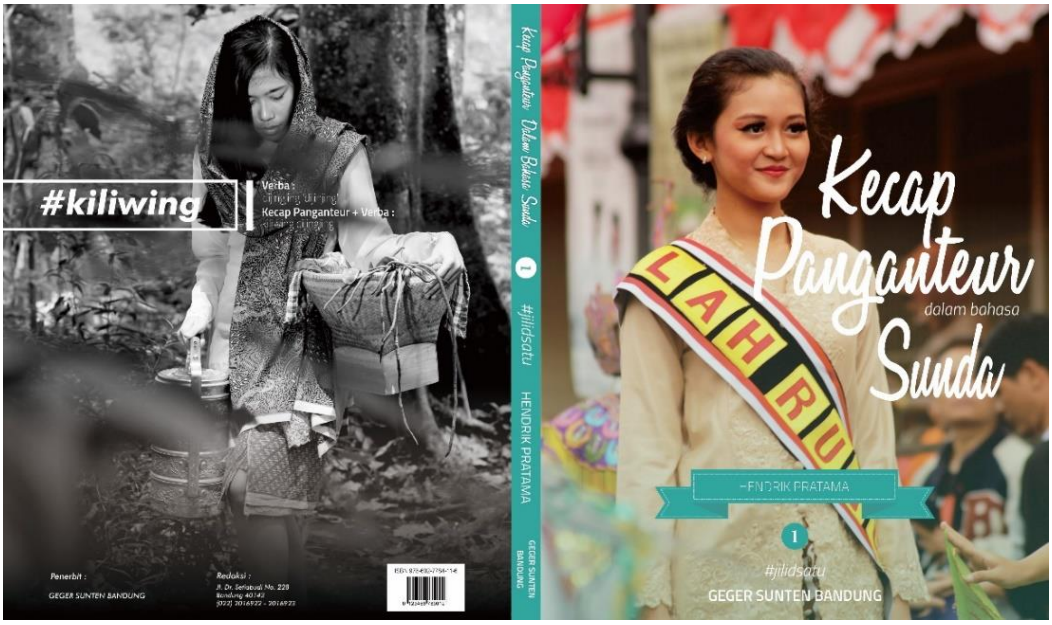


Gambar III.3 Konsep Visual Halaman Konten

Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan dalam buku mengenai "*Kecap Panganteur* Dalam Bahasa Sunda" adalah menampilkan format desain buku fotografi dengan sedikit penggunaan unsur - unsur *text* didalamnya, yaitu dengan perbandingan 70% digunakan untuk ranah visual, dan 30% digunakan untuk ranah penggunaan *text.* Buku berbentuk potrait, dengan ukuran *custom* (19 x 23 cm) dengan teknik cetak *offset* menggunakan kertas *art paper* 150 gram untuk halaman konten, sedangkan untuk bagian *cover* menggunakan jenis kertas yang sama yaitu *art paper* namun dengan jenis berat yang berbeda 210 gram dengan *finishing* akhir jilid *soft cover* laminasi *doff*. Pemilihan - pemilhan seperti yang diuraikan tersebut memperhitungkan sisi estetis serta kesan nilai kwalitas dari media buku yang akan dibuat, dimana buku yang memuat nilai - nilai informasi unsur budaya yang dikemas dengan unsur - unsur vusial fotografi.



Gambar III.4 *Cover* Buku

Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Kusrianto (2009:h. 268), mengungkapkan "Menata layout halaman cetak adalah satu bagian dari kegiatan desain grafis. Oleh karena itu, prinsip - prinsip desain tidak ada bedanya dengan apa yang telah dipelajari pada nirmana maupun desain grafis. Bidang halaman yang akan ditata tak ubahnya kanvas yang harus diisi dengan elemen - elemen grafis pengisi halaman tersebut".

Tata letak atau perwajahan yang juga sering disebut dengan *layout*, pada dasarnya adalah sebuah rancangan secara fisik merupakan sketsa yang masih kasar untuk mengorganisir unsur - unsur grafis. Dalam mendesain *layout* ada beberapa patokan dasar yang dipakai untuk merancang sebuah *layout* seperti proporsi, keseimbangan, irama, kesatuan dan fokus diantaranya :

- Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan dalam me-*layout* pada dasarnya menggunakan prinsip simetris karena lebih mengesankan informal, modern, dinamis dan berani. Dalam *layout* ini

terlihat bahwa elemen - elemen estetika dan tipografi yang digunakan disususn secara rapih.

- Irama (*rythm*)

Irama adalah pengulangan atau variasi - variasi dari komponen - komponen desain grafis. Pengulangan komponen grafis pada *layout* menggunakan prinsip regular yaitu, pengulangan dengan jarak dan waktu yang sama. Pengulangan ini terlihat dari penggunaan elemen foto yang disusun dengan kombinasi *potrait* dan *landscape* serta estetika berbentuk persegi panjang yang disusun dan diletakkan pada posisi yang sama .

- Kesatuan (*unity*)

Seluruh elemen grafis yang ditampilkan memiliki satu kesatuan yang sama dan serasi sehingga pembaca dapat memahami sebagai satu kesatuan. Objek terlihat konsisten dan memiliki kesamaan dengan bentuk, ukuran, proporsi yang sama cenderung terlihat sebagai kesatuan grup.

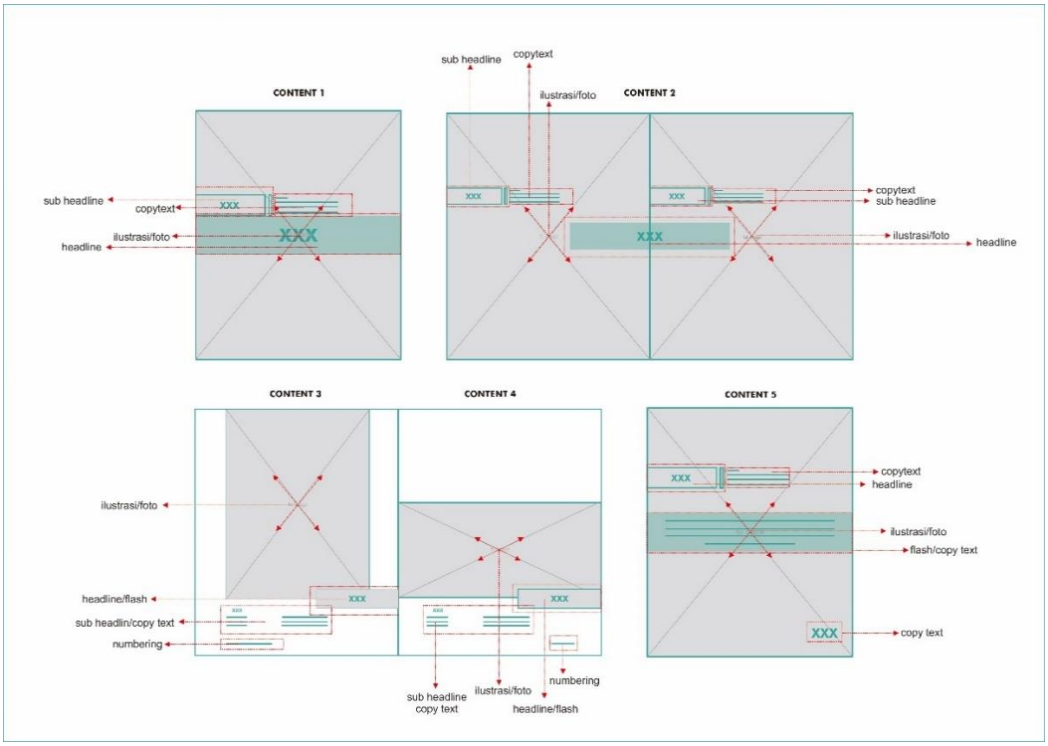
- Proporsi (*proportion*)

Proporsi disini memberikan kesesuaian antara ukuran halaman dengan konten di dalamnya, baik tipografi ataupun elemen visualnya yang berdekatan.

- Kontras (*contrast*)

Dari segi kontras, unsur pertama yang menonjol adalah penggunaan warna *text* dominan yang diambil dari usnur - unsur warna pada objek visual untuk memberikan kesan ketertarikan pada pandangan pertama, kemudian pembaca fokus pada unsur objek visual.

Penjabaran poin - poin diatas merupakan unsur - unsur dasar yang digunakan pada konten - konten perancangan buku secara keseluruha, dimana unsur - unsur yang digunakan telah disesuaikan dengan apa yang dikonsepkan secara keseluruhan, baik dari sisi khalayak sasaran primer maupun khalayak sasaran sekunder.



Gambar III.5 *Layout* Konten Buku

Sumber: Dokumentasi pribadi

III.3.3 Tipografi

Kusrianto (2009:h. 190), “Tipografi adalah ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf cetak”. Pemilihan huruf dalam mendesain harus mengutamakan keterbacaan yang baik dan sesuai dengan tema yang dipakai. Huruf juga berfungsi sebagai bagian dari visual karena menampilkan penjelasan dan estetika dari suatu informasi. Memililah jenis *font* dalam penggunaannya, serta tataletak yang diatur dan di susun sedemikian rupa pada ranah ruang yang ada, yang bertujuan untuk memberikan kesan tertentu dengan harapan pembaca memperoleh tingkat kenyamanan secara maksimal ketika membaca.

Adapun huruf yang dipakai sebagai sub *headline* dan keterangan antara lain :

- Sub *headline*

  “ Titilium Bold ”
- Keterangan

  “ Titilium Lt (Regular, Extra Light) ”

“ Titilium Up (Regular, Extra Light) ”

“ Titilium (Regular, Extra Normal) ”

“ Titilium Lt (Extra Light, Italic) ”

Titilum merupakan jenis huruf san serif, memiliki kesan santai, dan modern dimana penggunaan font tersebut merujuk khalayak sasaran primer. Penggunaan jenis huruf dari keluarga titilium dipilih selain mengukur konteks keseragaman satu sama lain pada ranah keterangan, namu juga memiliki perbedaan dimana masing - masing keterangan memiliki peran yang berbeda agar pembaca dapat membedakan mana yang jadi poin utama dan poin pembatu pada ranah informasi atau keterangan.



Gambar III.6 Huruf Titilium

Sumber: Dokumentasi pribadi

Adapun huruf yang dipakai sebagai judul, *headline* dan *copy text* antara lain :

- Judul (Buku)

“ Varian Script ”

Variane script merupakan jenis huruf dekoratif, dipilih sebagai huruf utama yang digunakan pada judul buku (Cover Book). Jenis font ini memiliki kesan kalsik, elegan dan santai. Penggunaan jenis font ini merujuk pada jenis bahasan pada

buku yaitu tentang suatu unsur budaya lokal indonesia dimana suatu budaya dekat dengan istilah klasik atau lama.

- *Headline*

“ Futura Md BT (Bold-Italic) ”

Futura Md BT merupakan jenis huruf san serif semi italic, font tersebut dipilih sebagai headline pada konten lembar utama buku, dimana hururf ini memiliki karakter cukup tegas, memiliki kesan modern dan sebagai point utama pada konten huruf setelah pembaca fokus pada konten gambar atau visual.

- *Copy text*

“ Minion Pro (Normal-Italic) ”

Minion Pro merupakan jenis keluarga huruf serif semi dekoratif, font ini tidak jauh dengan kesan pada font utama yaitu Variane Scrip, memiliki kesan cukup elegan dan santai namun masih memiliki keterbacaan yang jelas. Font ini digunakan sebagai point copy text yang menjelaskan penjabara- penjabaran singkat terkait pembahasan objek pada buku yaitu *kecap panganteur.*



Gambar III.7 Huruf Variane Script, Minion Pro, Futura Md Bt

Sumber: Dokumentasi pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Kusrianto (2009:h. 140) “Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid, dan lain-lain. Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai *image* bitmap hingga karya foto”.



Gambar III.8 Ilustrasi Foto

Sumber http://www.hughbaird.ac.uk/index.php/university-centre/photography

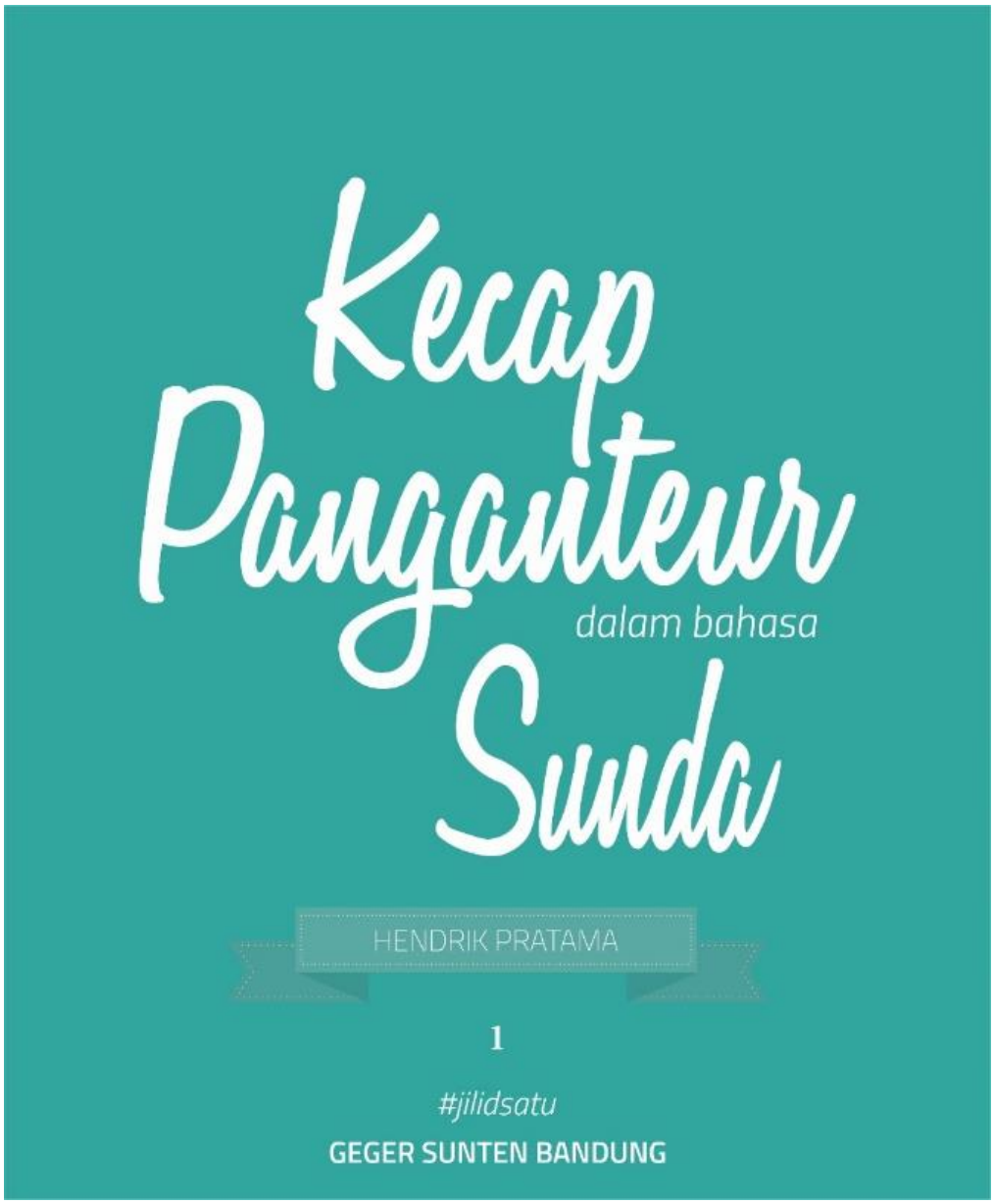
(Diakses pada 09/05/2017)



Gambar III.9 Ilustrasi Foto Sampul

Sumber : Dokumentasi Pribadi

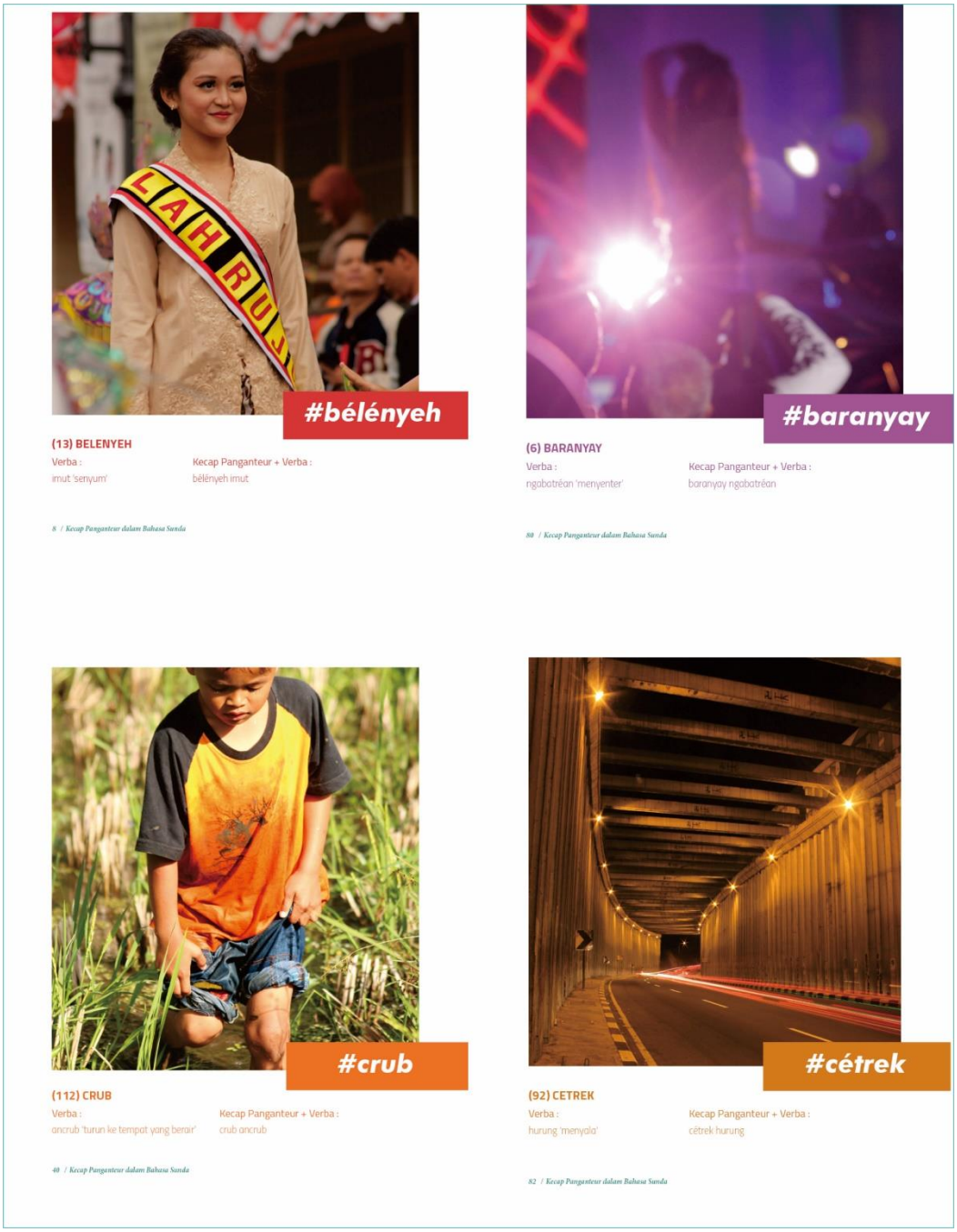
Teknik illustrasi yang digunakan pada media utama buku ini adalah teknik fotografi. Teknik fotografi secara keseluruhan adalah menulis dengan bantuan cahaya, atau lebih dikenal dengan menggambar dengan bantuan cahaya, atau merekam gambar melalui media kamera dengan bantuan cahaya. Fotografi juga merupakan gambar visual efektif yang dapat memvisualkan sesuatu lebih kongkrit dan nyata.



Gambar III.10 Ilustrasi *Vector* Sampul

Sumber : Dokumentasi Pribadi

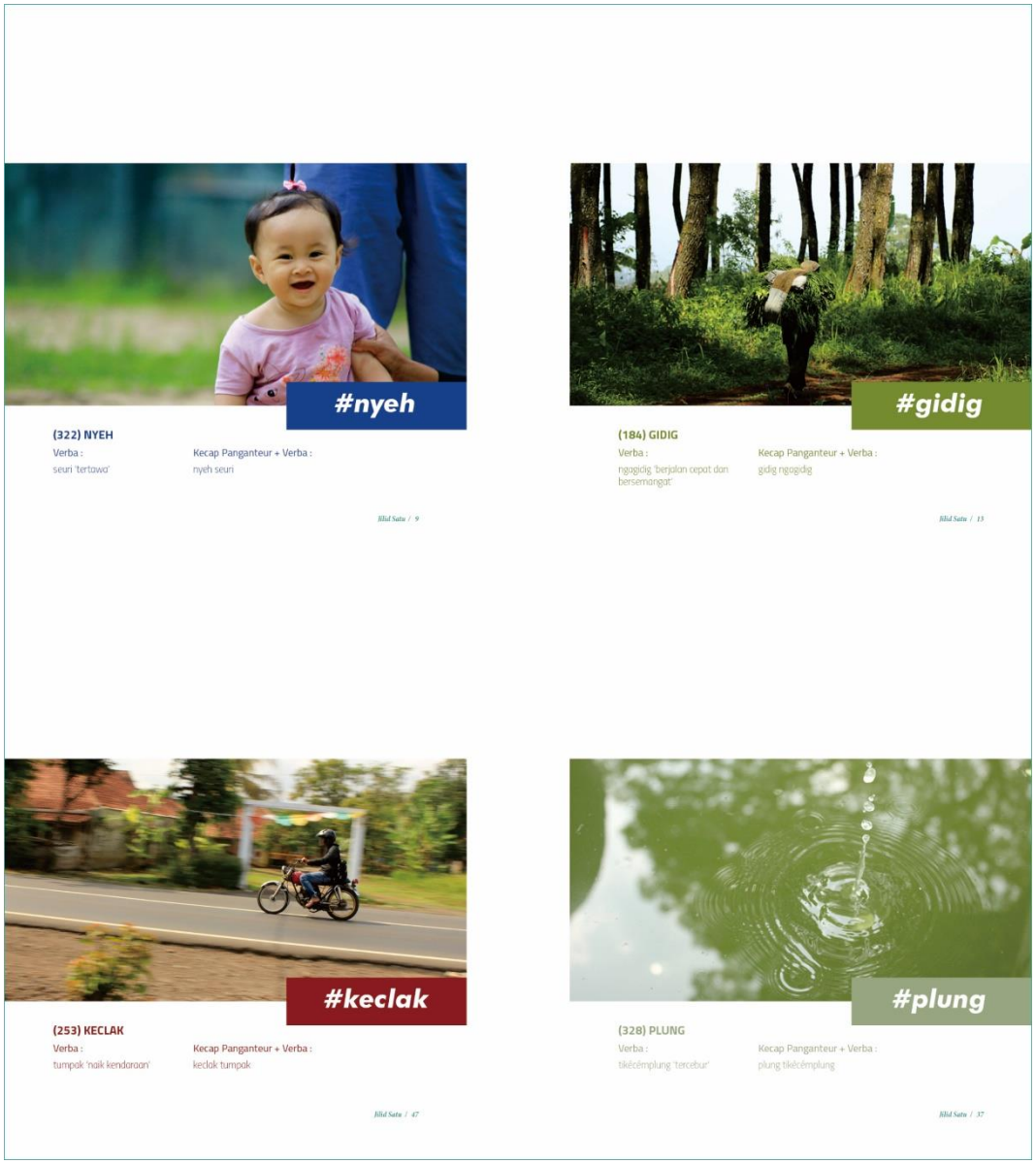
Sisi ilutrasi pada sampul buku bagian dalam dalam menggunakan ilustrasi *vector* yang dibuat dengan konsep penggunaan warna dasar secara penuh dengan konten - konten tipografi sebagi usur penjelas dari jenis buku yang dibuat, dengan penggunaan bentuk flash serta *layout* yang disusun secara lurus.



Gambar III.11 Ilustrasi Konten Utama Potrait

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Konten utama pada buku dibuat secara *landscape* dan potrait dimana seperti yang dijelaskan pada point sebelum nya, seluruh elemen grafis yang ditampilkan memiliki satu kesatuan yang sama dan serasi sehingga pembaca dapat memahami sebagai satu kesatuan. Objek terlihat konsisten dan memiliki kesamaan dengan bentuk, ukuran, proporsi yang sama cenderung tampak sebagai kesatuan grup.



Gambar III.12 Ilustrasi Konten Utama *Landscape*

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar III.13 Ilustrasi Halaman Pembatas 1

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar III.14 Ilustrasi Halaman Pembatas 2

Sumber : Dokumentasi Pribadi



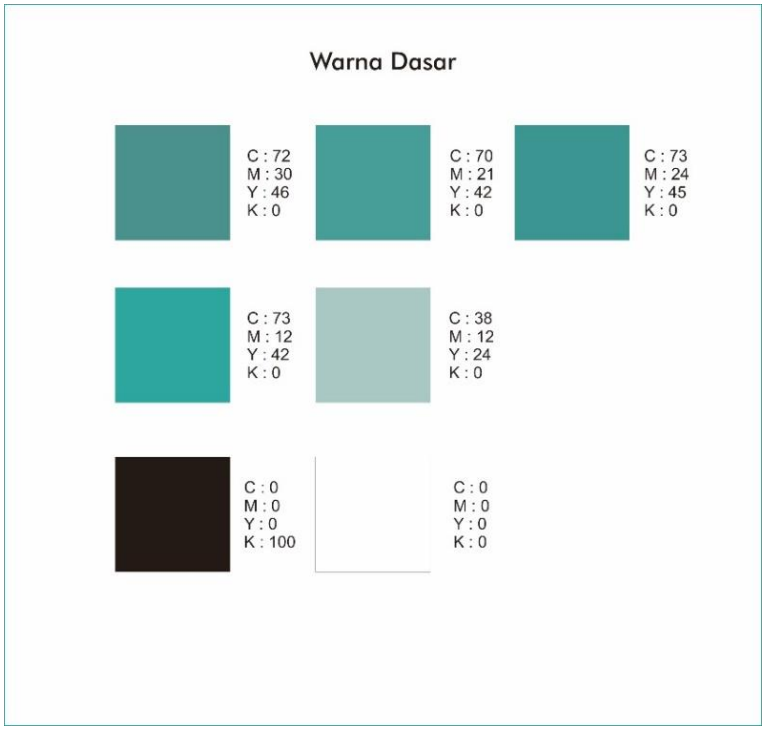
Gambar III.15 Ilustrasi Halaman Akhir

Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.3.5 Warna

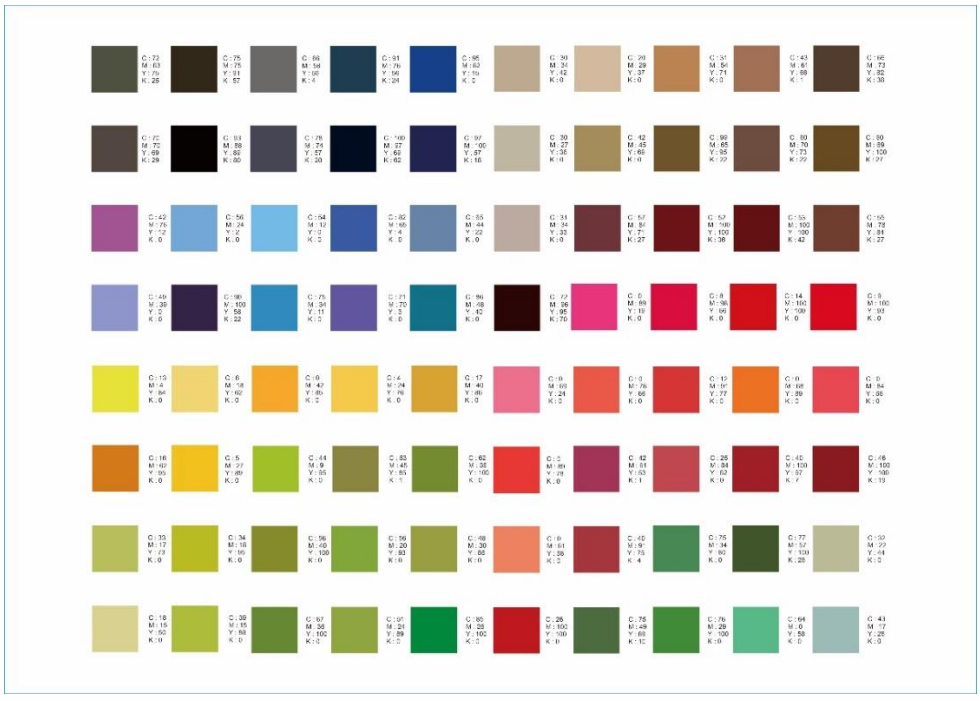
Menurut Linschoten, dan Mansyur (2007) “Warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam - macam benda. Dari pemahaman diatas dapat dijelaskan bahwa warna selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang, mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda”.

Warna merupakan salah satu unsur penting pada sebuah desain. Warna dapat memberikan makna dan arti, menunnjukan suatu karakter atau ciri khas, warna juga dapat menarik minat seseorang terhadap apa yang dilihatnya.



Gambar III.16 Skema Warna Dasar

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar III.17 Skema Warna Turunan

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Warna yang digunakan merupakan pilihan warna yang telah disesuaikan dengan konsep maupun tema dala pembuatan buku, untuk warna dasar yaitu menggunakan warna hijau toska dimana warna ini dipilih mengacu dari hasil observasi 24 Mei 2017 kepada target audiens yang dipilih sebanyak 30 responden, dengan cara memberikan tiga pilihan warna terdiri dari warna coklat, oren, dan hijau toska, dengan hasil sebanyak 21 resposnden memilih warna hijau toska, 5 responden memilih warna coklat, dan 4 responden memilih warna oren. Selain warna dasar disini juga terdapat macam - macam macam warna, dimana warna tersebut diambil dari unsur - unsur warna yang terdapat pada objek visual atau gambar yang ditampilkan, dengan tujuan menciptakan kesan keserasian antara ombjek visual dengan objek lainya seperti warna pada huruf.