BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Dennis McQuail (1987) *audience* atau khalayak sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar dan pemirsa adalah audience dalam bentuknya yang paling dikenali dan versi yang diterapkan dalam hampir seluruh penelitian media itu sendiri. (Eka Lasmawati, baris ke-23). Dalam menentukan khalayak sasaran perlu memilih tipe karakter khalayak secara geografis, demografis dan psikografis. Perancangan ini dibuat untuk menginformasikan peninggalan kesultanan Demak dalam agama Islam yaitu Masjid Agung Demak sehingga perancangan ini ditujukan kepada beberapa segmentasi masyarakat, diantaranya:

a. Demografis

- Usia : Dewasa awal, rentang usia 19-25 tahun

  Menurut Erik Erikson dalam *Childhood and Society* (1963) mengenai perkembangan ego dan psikologi diurutkan menjadi delapan tahap, salah satunya adalah tahap awal dewasa atau *young adult*, tahap ini terjadi pada masa dewasa awal (*young adult*), yaitu pada rentang usia sekitar 18-30 tahun. Dalam tahap ini keintiman dan isolasi harus seimbang untuk memunculkan nilai positif yaitu cinta. (Russy Kharin, baris ke-73).

  Berdasarkan pernyataan Erik Erikson maka dapat disimpulkan bahwa pada usia tersebut khalayak sasaran dapat memilih dan memiliki pendirian terhadap hal yang disukai.

- Pendidikan : SMA dan Perguruan Tinggi

  Karena perancangan ini berhubungan dengan sejarah maka khalayak sasaran ditentukan untuk masyarakat umum yang memiliki pendidikan diatas SMA yang memerlukan untuk keperluan pendidikan mereka.

  Ekonomi : Masyarakat menengah

  Masyarakat pada usia 19-25 tahun biasanya sudah bisa memperoleh uang pribadi sehingga memiliki uang lebih yang dapat memenuhi kebutuhan tersier.

- Sosial : Masyarakat menengah keatas

  Masyarakat menengah keatas biasanya masyarakat yang telah memenuhi kebutuhan primer dan sekundernya, hal ini sesuai dengan khalayak sasaran.

b. Psikografi

- Gaya hidup : Senang dengan budaya, agama atau sejarah

  Karena perancangan ini berhubungan dengan sejarah maka perancangan ini cenderung akan lebih diminati oleh khalayak sasaran yang menyukai hal menyangkut budaya, sejarah dan agama.

- Kepribadian : berkeingintahuan tinggi, berkepribadian tenang dan rajin.

  Karena perancangan ini berhubungan dengan sejarah maka perancangan ini cenderung akan diminati oleh khalayak sasaran yang memiliki rasa keingintahuan tinggi, memiliki kebiasaan yang rajin dan berkepribadian tenang.

c. Geografis

- Tempat : Indonesia

  Indonesia di pilih karena asal dari objek perancangan berasal dari Indonesia.

III.1.1 *Consumer Insight*

Consumer Insight adalah pola pikir, suasana hati, dan keinginan dari khalayak sasar. Penggunaan *Consumer insight* ini untuk mengetahui bagaimana pandangan atau keinginan dari khalayak sasar, seperti:

- Ingin menjadi orang yang mengetahui sejarah Islam di Indonesia, terutama peninggalan kesultanan Demak secara baik dan benar.

III.1.2 *Consumer Journey*

Consumer Journey adalah catatan kegiatan yang dilakukan khalayak sasaran selama sehari-hari. *Consumer Journey* digunakan untuk mengetahui tempat dan benda apa saja yang sering dijumpai oleh khalayak sasaran agar mempermudah dalam menentukan strategi media.

Tabel III.1 *Journey* kegiatan khalayak sasar sehari-hari
Sumber: Dokumen pribadi

Waktu	Kegiatan	Tempat	*Point of contact*
04.45	Bangun tidur	Kamar tidur	Kasur, bantal, guling, selimut, meja, lemari,

			kursi, *handphone*, alarm
05.00	Sholat	Kamar tidur	Meja, kursi, lemari, alat sholat.
06.00	Mandi	Kamar mandi	Handuk, air, bak, gayung, ember, sikat gigi, produk mandi
06.30	Bersiap beraktifitas (kerja/kuliah)	Kamar	Meja, kursi, kasur, lemari, baju, celana
06.45	Sarapan	Ruang makan	Piring, gelas, alat makan, rak piring, meja, kursi, makanan, *dispanser*, pemasak nasi
07.00	Berangkat beraktifitas	Jalan	Helm, motor, mobil, angkutan umum, jalanan, *billboard*, spanduk, poster
07.30	Beraktifitas	Tempat kerja/kuliah	Meja, kursi, mading, *handphone*, alat tulis, komputer/ laptop
12.15	Istirahat makan siang, sholat	Rumah makan	Meja, kursi, alat makan, *handphone*, alat sholat
13.00	Kembali beraktifitas	Tempat kerja/kuliah	Meja, kursi, mading, *handphone*, alat tulis, komputer/ laptop
15.00	Selesai beraktifitas	Jalan	Helm, motor, mobil, angkutan umum, jalanan, *billboard*, spanduk, poster

15.30	Tiba di rumah, beristirahat sejenak, sholat	Ruang keluarga	Tv, kursi, sofa, meja, lemari, *handphone*, alat solat, buku, hiasan dinding
16.15	Mandi	Kamar mandi	Handuk, air, bak, gayung, ember, sikat gigi, produk mandi
16.30	Ganti pakaian	Kamar	Kasur, kursi, meja, lampu, lemari, pakaian, cermin
17.00	Melakukan waktu luang	Kamar	Kasur, kursi, meja, lampu, lemari, pakaian, cermin, komputer/ laptop, *handphone*, buku, hiasan dinding
18.00	Sholat	Kamar	Meja, lemari, kursi, hiasan dinding, alat sholat
19.30	Mengisi waktu luang/ mengerjakan tugas kuliah	Kamar	Kasur, kursi, meja, lampu, lemari, pakaian, cermin, komputer/ laptop, *handphone*, buku, alat tulis
22.00	Tidur	Kamar	Kasur, kursi, bantal, guling, selimut, meja, lampu, lemari, pakaian, cermin, komputer/ laptop, *handphone*, buku, hiasan dinding

Jika dilihat dari kegiatannya, maka dapat disimpulkan bahwa khalayak sasaran cenderung memiliki aktifitas yang aktif, waktu luangnya diisi dengan mengerjakan urusan kuliah, kantor atau di dalam ruangan (*indoor*).

III.2 Strategi Perancangan

III.2.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan untuk mengkomunikasikan suatu informasi yang tepat dengan bahasa yang sesuai dan dapat diterima dengan baik oleh penerima informasi. Strategi komunikasi menggunakan pendekatan melalui verbal dan visual. Berikut strategi pendekatan verbal dan visual:

- Pendekatan verbal

  Pendekatan verbal yang digunakan adalah bahasa Indonesia dengan ejaan yang sudah disempurnakan. Bentuk komunikasinya bersifat formal, karena materi yang ingin disampaikan berupa informasi pendidikan.

- Pendekatan visual

  Pendekatan visual yang dilakukan dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan cara deskripsi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia deskripsi adalah pemaparan atau penggambaran dengan kata-kata secara jelas dan terperinci. Dapat disimpulkan bahwa cara depkripsi adalah proses menggambarkan segala sesuatu sesuai dengan jelas apa adanya. Bentuk komunikasi yang ditampilkan adalah dengan menggunakan ilustrasi.

III.2.2 *Mandatory*

Mandatory menurut kamus besar bahasa indonesia adalah orang atau pemerintah yang mendapat amanah, pemangku amanah, mandataris yang bersifat perintah atau penugasan wajib. Al-mizan Pustaka adalah salah satu perusahaan penerbitan terbesar di Indonesia yang memiliki fokus dalam menerbitkan buku bergenre kajian Agama Islam dan Produksi Al-quran. Al-mizan Pustaka berkeinginan mengembangkan wawasan sejarah Islam di Indonesia yang sesuai dengan perancangan ini. Al-mizan Pustaka berfungsi sebagai produsen yang memproduksi barang.



Gambar III.1 Logo Al- Mizan Pustaka

Sumber: http://www.mizan.com/mizan-pustaka/ (8 Juni 2017)

III.2.3 Materi Pesan

Bentuk pesan dalam perancangan ini bersifat informatif yang berguna untuk memberikan keterangan pesan. Materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan media informasi ini mengenai:

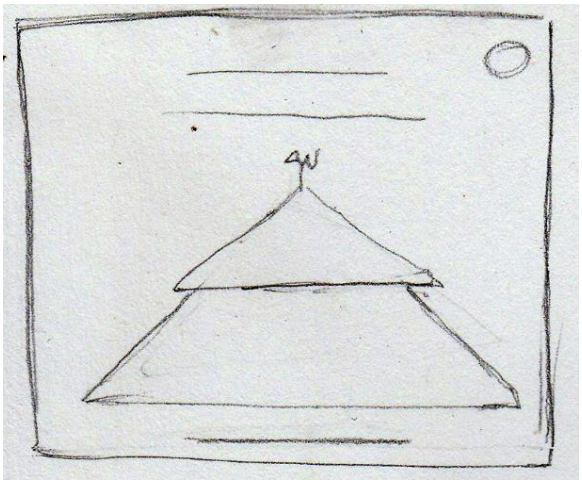
- Sejarah singkat mengenai didirikannya Masjid agung Demak
- Bentuk arsitektur Masjid Agung Demak
- Tata letak Masjid dan peninggalan lain dari kesultanan Demak selain Masjid Agung Demak

III.2.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah upaya untuk mencapai tujuan yang ingin diperoleh dengan cara yang berbeda dan menarik. Strategi yang dipilih menggunakan cara deskripsi secara visual layaknya buku cerita bergambar. Ilustrasi melalui cat air dipilih karena belum adanya yang menginformasikan Masjid Agung Demak melalui teknik lukis cat air sehingga dapat memberikan warna dan suasana baru yang menjadi keunggulan perancangan ini.

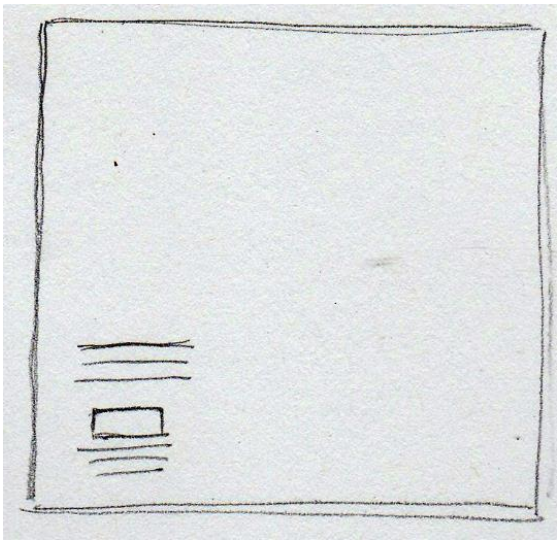
a. *Storyboard* adalah susunan sketsa gambar yang mengacu pada urutan naskah atau konten cerita.
b. *Storyboard* berguna untuk mempermudah penyampaian cerita kepada orang lain. *Storyline* adalah narasi atau cerita yang ada di sebuah media yang biasanya berupa konten teks. *Storyline* ini berguna untuk mempermudah kejelasan pengerjaan perancangan.

   Berikut adalah *storyboard* dan *Storyline* pada perancangan ini:



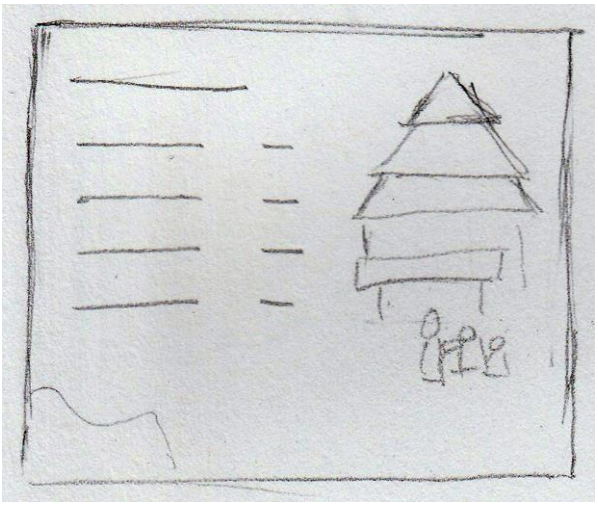
Gambar III.2 Gambar *Storyboard* Untuk Sampul Depan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Sketsa ini adalah sketsa untuk sampul depan bagian luar dan sampul dalam. Pada sampul dalam diberi warna hitam putih agar membedakan sampul luar dan dalam. Di dalam sampul terdapat judul, gambar ilustrasi atap masjid yang menjadi ciri dari Masjid Agung Demak, nama ilustrator dan logo *mandatory.*



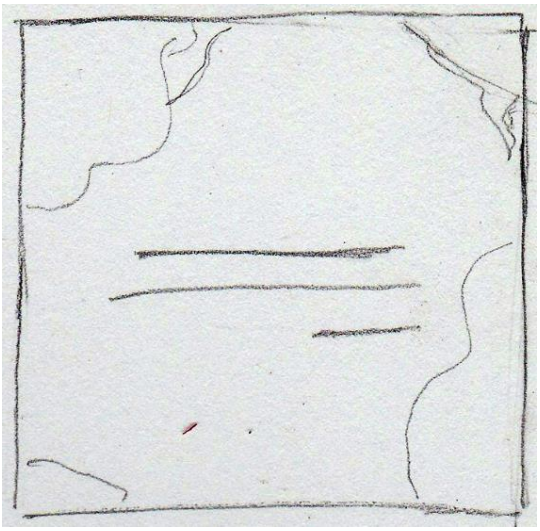
Gambar III.3 Gambar *Storyboard* untuk Halaman *Copywriting*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Pada halaman ini terdapat halaman *copywriting* yang berisi nama ilustrator, nama penerbit, alamat penerbit dan semua keterangan yang berkaitan.



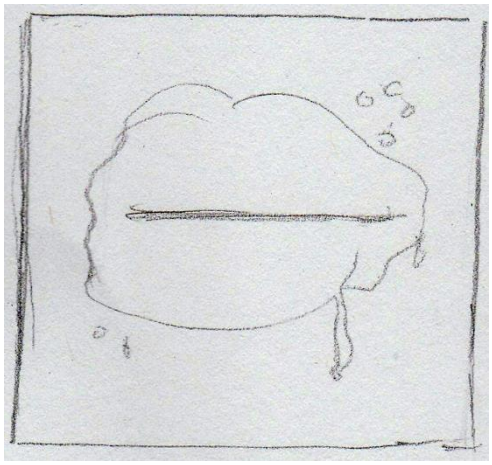
Gambar III.4 Gambar *Storyboard* untuk Halaman Daftar Isi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Halaman daftar isi berisi rangkaian tiap judul dan tiap-tiap halaman dari isi perancangan ini. pada halaman ini terdapat ilustrasi suasana di alun-alun kota Demak.



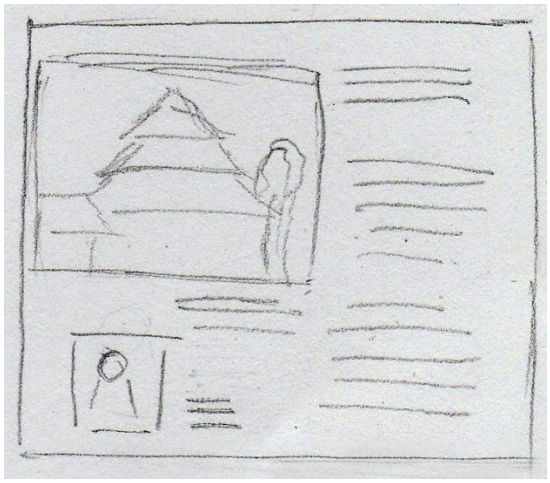
Gambar III.5 Gambar *Storyboard* untuk Halaman Hadist
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Halaman ini dikhususkan untuk kata mutiara yang diambil dari sebuah hadist mengenai pembangunan masjid, hal tersebut sesuai dengan perancangan ini.



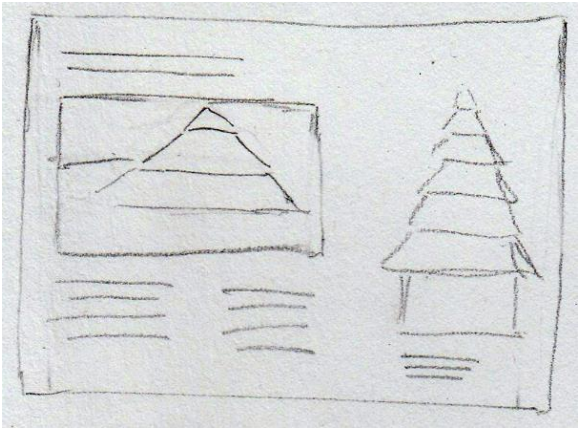
Gambar III.6 Gambar *Storyboard* untuk Halaman Judul
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Dalam perancangan ini terdapat tiga bab judul. Sketsa ini adalah sketsa untuk setiap judul bab yang akan dimasuki. Halaman ini memiliki kesamaan sketsa di Judul bab yang berbeda agar memudahkan khalayak sasaran membedakan materi bab yang diberikan. Pada halaman ini hanya menampilkan judul bab yang diberi elemen desain.



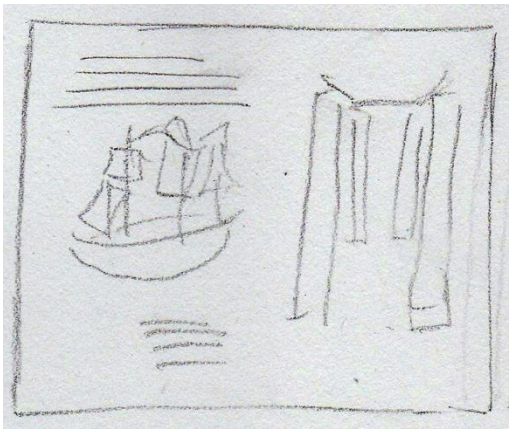
Gambar III.7 Gambar *Storyboard* untuk Halaman 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Sketsa ini adalah sketsa halaman isi dari perancangan ini. pada halaman ini akan menceritakan awal mula adanya Masjid Agung Demak yang disertai dengan gambar Masjid Agung Demak dan pendiri Masjid. Terdapat pula sekilas info mengenai pendiri Masjid Agung Demak.



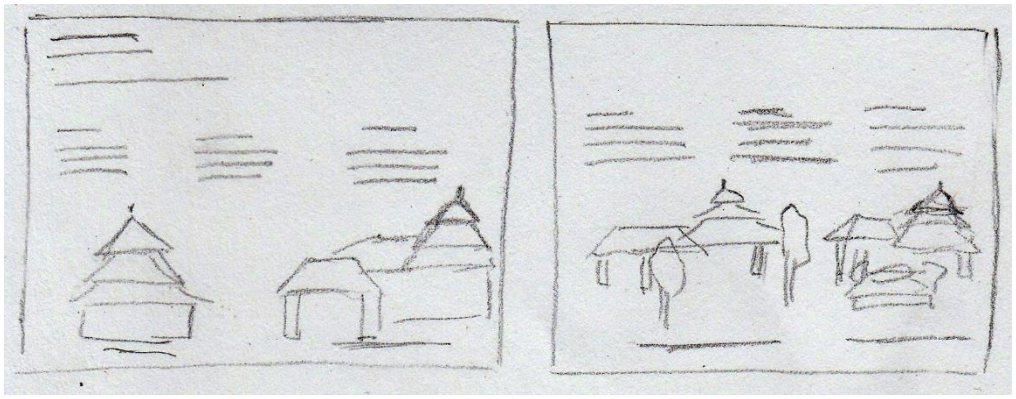
Gambar III.8 Gambar *Storyboard* untuk Halaman 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Sketsa ini adalah sketsa halaman isi dari perancangan ini. Pada halaman ini menjelaskan tentang Masjid Agung Demak dari sisi Arsitektur. Pada halaman ini membahas bentuk bangunan Masjid Agung Demak yang diadaptasi dari bangunan lain. Terdapat pula ilustrasi gambar guna menunjang informasi yang dijabarkan.



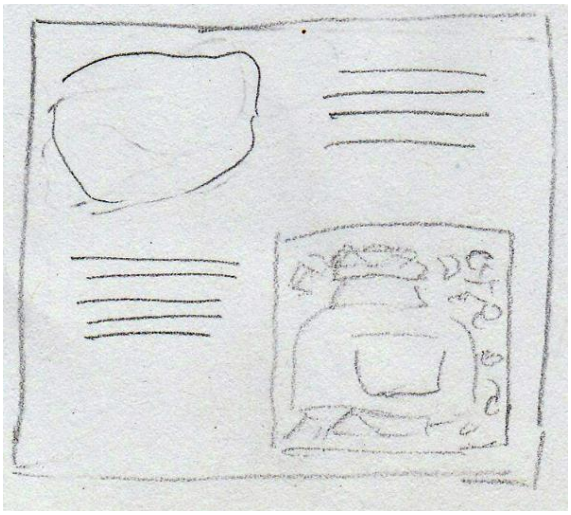
Gambar III.9 Gambar *Storyboard* untuk Halaman 3
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Sketsa ini adalah sketsa halaman isi dari perancangan ini. Pada halaman ini menjelaskan Masjid Agung Demak dari sisi Arsitektur khususnya tiang penyangga Masjid. Terdapat beberapa gambar ilustrasi dan sekilas info mengenai asal-usul tiang penyangga berasal.



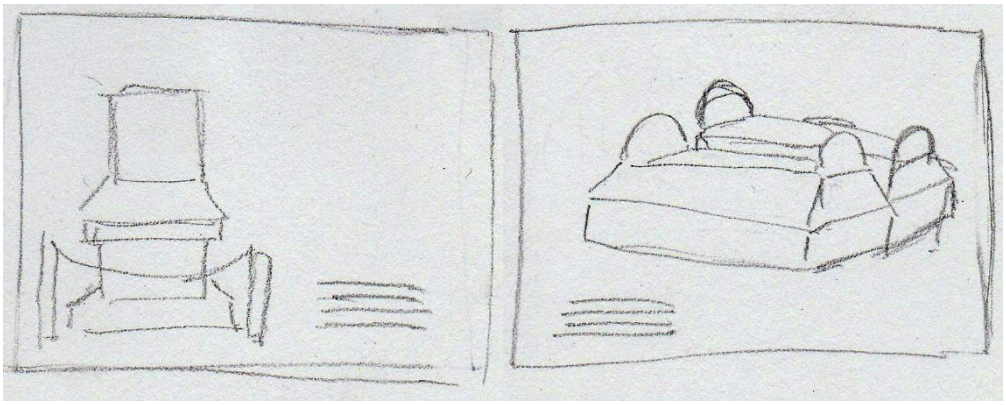
Gambar III.10 Gambar *Storyboard* untuk Halaman 6 dan 7
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Sketsa ini adalah sketsa *timeline* sejarah renovasi Masjid Agung Demak dari tahun ke tahun. *Timeline* dipilih agar memudahkan khalayak sasaran mengetahui urutan waktu yang terjadi.



Gambar III.11 Gambar *Storyboard* untuk Halaman 9
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Pada sketsa ini mejelaskan tentang keberadaan Masjid Agung Demak dan tata letak di dalam Masjid Agung Demak.



Gambar III.12 Gambar *Storyboard* untuk Halaman Objek di Masjid Agung Demak
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Juni 2017)

Pada sketsa ini menjelaskan objek-objek yang ada di Masjid Agung Demak. Objek tersebut akan dijelaskan melalui gambar ilustrasi agar khalayak sasaran dapat membayangkan bentuk sebenarnya dari objek tersebut.

III.2.5 Strategi Media

Strategi media adalah proses menyusun rencana suatu media meliputi proses penyusunan, rencana, penjadwalan waktu dan ruang untuk menyampaikan media dan mencapai tujuan pemasaran. Dalam perancangan ini, media yang digunakan dibagi menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung.

Media utama

Media utama yang dibuat adalah buku referensi visual mengenai Masjid Agung Demak. Buku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kumpulan lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong. Surahman dalam Fella (2014) membedakan secara umum jenis buku menjadi empat jenis, yaitu:

- Buku sumber

  Buku sumber yang biasa dijadikan sebagai rujukan, referensi dan atau sumber kajian ilmu tertentu.
- Buku bacaan

  Buku bacaan adalah buku yang digunakan sebagai bahan bacaan seperti buku cerita, novel dan lain sebagainya.

- Buku pegangan

  Buku pegangan biasanya dipakai sebagai pegangan pengajar dalam melaksanakan proses pengajaran.
- Buku teks

  Buku teks adalah buku yang disusun untuk proses pembelajaran yang berisi tentang bahan atau materi ajar. (Min, 2016 baris ke-2)

Sehingga dapat disimpulkan, buku referensi visual adalah kumpulan lembar kertas berisi informasi yang menjadi acuan atau rujukan berbasis visual.

Media pendukung

Media pendukung adalah media penghantar dari media utama yang berguna untuk memperkenalkan atau sebagai media pengingat yang membantu media utama. Adapun media pendukung yang akan dibuat meliputi:

a. Informasi

- X-Banner

  X-Banner adalah media informasi berguna untuk menyampaikan pesan yang dimaksud Disebut X-banner karena memiliki penyangga berbentuk “X”. X-banner digunakan saat melakukan penjualan media utama.
- Poster

  Poster adalah bentuk suatu ajakan berbentuk gambar atau tulisan yang di tempel di dinding. Poster biasanya dipakai untuk beriklan atau memberitahukan sebuah pengumuman, sedangkan poster digital adalah poster yang disebarkan melalui media sosial. Media sosial adalah media yang dipakai untuk bersosialisasi melalui jejaring sosial yang berfungsi sebagai sarana promosi media utama. Media sosial dipilih karena dapat membantu proses penyampaian informasi kepada khalayak sasaran, yang dapat dilihat berdasarkan *consumer journey*-nya yang sering menggunakan *handphone* dalam kesehariannya. Media sosial yang akan digunakan adalah Facebook, Twitter dan Instagram.

b. Pengingat

Media pendukung yang digunakan sebagai pengingat adalah media yang sering dan dekat dengan khalayak sasaran dalam kesehariannya berdasarkan *consumer journey.* Media pendukung ini terbagi dalam media pendukung *merchandise* dan *gimmick. Merchandise* adalah barang dari suatu produk yang didapat dengan cara di beli sedangkan *gimmick* adalah suatu kegiatan dalam strategi pemasaran dengan menggunakan berbagai macam cara, biasanya diberikan secara gratis jika berpartipasi dalam kegiatan tertentu. Adapun medianya adalah:

- Kartu Pos

  Kartu pos adalah alat untuk bertukar pesan tanpa perlu menggunakan amplop dalam pengirimannya. Biasanya kartu pos banyak tersedia di tempat wisata sebagai bukti pelancong telah datang ke tempat wisata tersebut. Karena objek perancangan adalah salah satu objek wisata dan termasuk situs bersejarah di Indonesia maka membuat kartu pos dianggap cocok.

- Kalender Duduk

  Kalender adalah alat bantu untuk mengetahui tanggal. Kalender duduk biasanya digunakan di perkantoran atau tempat formal karena biasa disimpan di meja para pekerja. Kalender dipilih karena khalayak sasaran memiliki aktifitas aktif sehingga kalender dapat membantu khalayak sasaran mengingat hari dan tanggal

- Kaos

  Kaos adalah salah satu benda sandang yang dibutuhkan manusia untuk melindungi tubuh. Kaos termasuk dalam jenis *merchandise apparel.* Kaos dipilih agar informasi tersebar melalui pemakaian kaos tersebut.

- *Tote Bag*

  Tote Bag adalah alat yang mempermudah pengguna untuk membawa banyak barang saat berpergian. *Tote Bag* dipilih karena khalayak sasaran memiliki kegiatan yang rutin seperti sekolah atau kerja sehingga dapat membantu khalayak sasaran saat perlu membawa barang lebih dari yang biasa dibawa sehari-hari. Tas termasuk dalam jenis *merchandise leisure*.

- Buku Catatan

  Buku catatan adalah salah satu alat untuk menulis. Buku catatan atau *notes* dipilih karena khalayak sasaran adalah seorang memiliki aktifitas *indoor* sehingga dapat berguna bagi khalayak sasaran. Buku catatan ini termasuk dalam jenis *merchandise Stationary Set*.

- Map Masjid Agung Demak

  Map adalah kata lain dari peta digunakan untuk mengetahui letak daerah. Map Masjid Agung Demak sebagai *gimmick* yang terdapat di dalam media utama. Map ini didapatkan saat membeli buku referensi Masjid Agung Demak.

- Pembatas Buku

  Pembatas buku adalah alat bantu untuk menandai bacaan tanpa meninggalkan bekas di buku. Pembatas buku dipilih karena khalayak sasaran mengisi waktu luangnya dengan membaca sehingga pembatas buku ini akan berguna bagi khalayak sasaran. Pembatas buku ini dibuat sebagai *gimmick* yang termasuk dalam jenis *mechandise stationary set*.

III.2.6 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Buku ini akan diperjualbelikan di toko-toko buku di kota besar di Indonesia. Adapun waktu penyebaran media adalah:

Tabel III.2 Penyebaran Media Berdasarkan Waktu
Sumber: Dokumen Pribadi

Media	Mei 2018				Juni 2018				Juli 2018			
Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kartu Pos												
Tas												
Kaos												
buku catatan												
Kalender												
Pembatas buku												
Map												

Waktu pelaksanaan penyebaran media ini bertepatan dengan bulan Ramadhan tahun 2018. Penyebaran media dilakukan sejak minggu pertama pada bulan Mei

2018 hingga bulan Juli, yang masih berada pada suasana Ramadhan. Waktu ini dipilih saat suasana Agama Islam lebih terasa dibandingkan hari-hari lainnya, penyebaran media pada waktu ini akan membantu masyarakat mengingat Masjid Agung Demak.

Tabel III.3 Penyebaran Media Berdasarkan Tempat
Sumber: Dokumen Pribadi

Media	Penyebaran		
	Offline		*Online*
	Event	Toko buku	Media sosial
Buku utama			
Kartu Pos			
Tas			
Kaos			
Kalender			
Buku catatan			
Pembatas buku			
Map			

Media yang didistribusi melalui *Event* adalah media yang akan ditampilkan saat berjalannya *Event.* Barang yang didistribusi melalui toko buku adalah barang yang dijual satu paket bersama media utama Sedangkan barang yang didistribusi melalui sosial media adalah media yang digunakan sebagai bentuk penarik khalayak sasaran. *Event* dilakukan di beberapa toko buku saat peluncuran buku.

Tabel III.4 Penyebaran Media Berdasarkan Cara
Sumber: Dokumen Pribadi

Media	Cara Penyebaran	
	Beli	Gratis
Buku utama		
Kartu Pos		
Tas		
Kaos		
Kalender		
Buku catatan		
Map		
Pembatas buku		

Media yang didapatkan secara gratis didapat bersama dengan pembelian buku utama yang berharga Rp.89.000 sedangkan barang lainnya diberi harga cukup terjangkau dengan range harga Rp.20.000 - Rp.60.000. Harga ini dirasa sesuai mengingat media utama yang memiliki nilai seni sendiri dan mendapat *gimmick* dalam setiap pembelian buku.

III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format desain adalah ukuran standar yang akan dipakai saat mendesain. Format desain yang digunakan adalah sbagai berikut:

- Buku berbentuk persegi panjang 21x17cm (horizontal)
- Jenis kertas yang digunakan untuk isi adalah *art paper* 150 gram
- Sampul menggunakan teknik jilid *softcover*.



Gambar III.13 Ukuran kertas
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.3.2 Tata Letak

Menurut Rustan (2014: h1) Tata letak atau *layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. Saat menentukan tata letak desain untuk buku referensi ini menggunakan prinsip desain, adapun prinsip desain antara lain:

- *Sequence* (Urutan)

  Sequence atau urutan yang dimaksud adalah urutan arah baca pembaca saat pertama membaca informasi yang ditampilkan. Hal ini dapat terjadi jika adanya penekanan pada konten sehingga mata secara otomatis mengurutkan pandangan sesuai yang diinginkan.

- *Emphasis (*Penekanan)

  Penekanan dapat berupa elemen visual yang paling kuat sehingga menjadi pusat perhatian atau *point of interest* seperti memberikan ukuran yang jauh lebih besar, warna yang kontras/ berbeda, diletakkan di posisi strategis atau menarik dan menggunakan bentuk atau *style* yang berbeda.

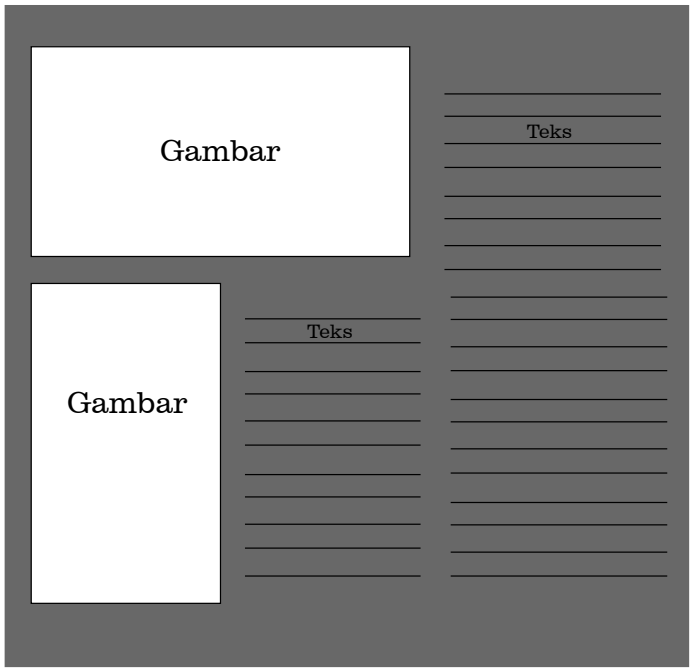
- *Balance* (Seimbang)

  Balance atau keseimbangan adalah pembagian berat yang sama rata pada suatu bidang.

- *Unity* (Kesatuan)

  Kesatuan dalam menempatkan elemen desain pada suatu bidang perlu diperhitungkan. Menurut Rustan (2014) *Unity* tidak berarti hanya suatu kesatuan dari elemen-elemen yang secara fisik terlihat, namun juga kesatuan antara fisik dan non-fisik yaitu pesan yang dibawa dalam konsep desain tersebut. (Rustan, 2014: h.84).

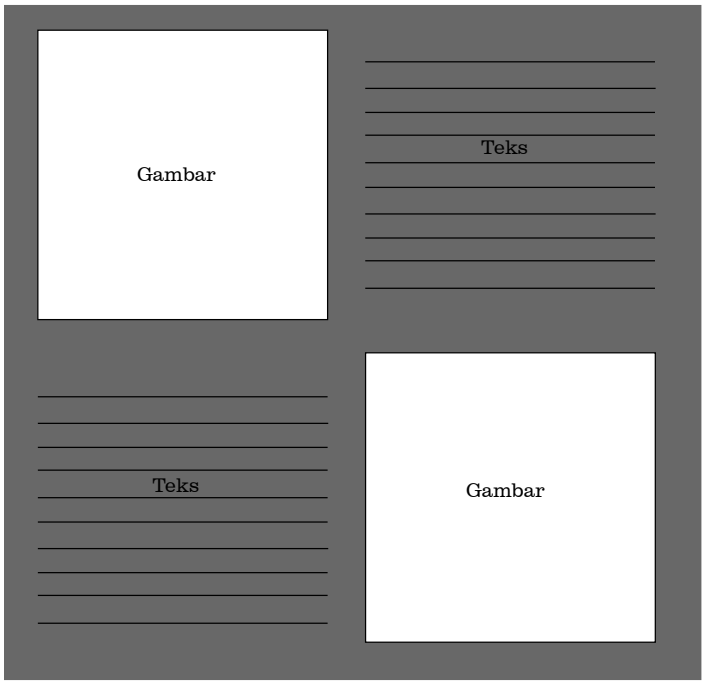
Berikut adalah *layout* yang digunakan dalam pembuatan perancangan ini;



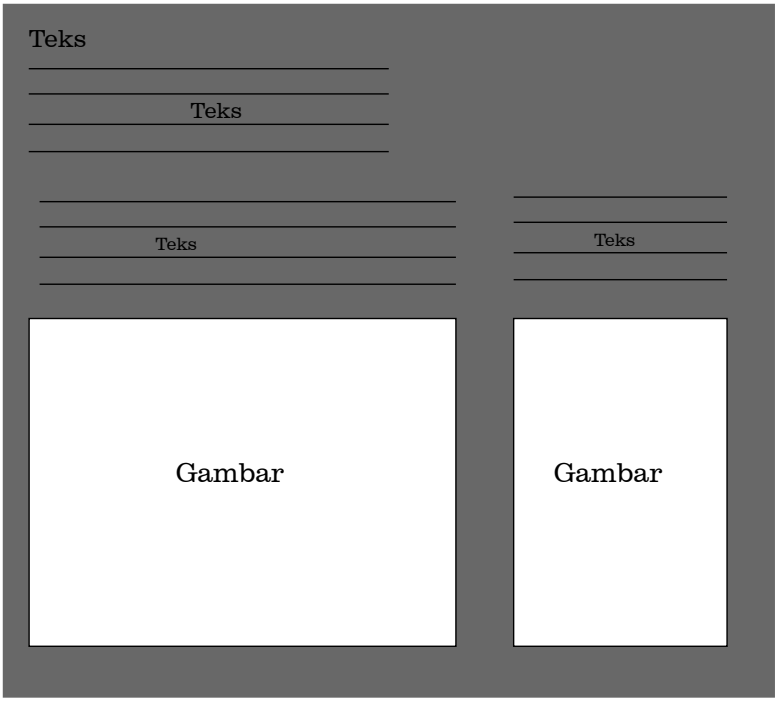
Gambar III.14 Tampilan *Layout (Sequence)* yang Dipakai
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.15 Tampilan *Layout (Emphasis)* yang Dipakai
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.16 Tampilan *Layout (Balance)* yang Dipakai
Sumber: Dokumen Pribadi



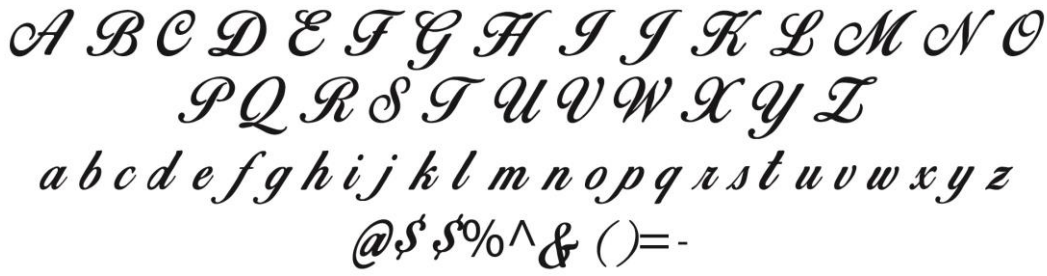
Gambar III.17 Tampilan *Layout (Unity)* yang Dipakai
Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.3 Tipografi

Menurut Sihombing (2001, h58) Tipografi merupakan perwakilan sebuah visual dari bentuk komunikasi yang bersifat verbal dan properti visual dan efektif (Aris Kurniawan, baris ke-3) dan menurut Dendi Sudiana (2001, h1) gambar adalah elemen grafis yang paling mudah dibaca namun melalui kata-kata yang terdiri dari huruf dapat memandu pemahaman pembaca pesan atau ide. (Aris Kurniawan, baris ke-5)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) huruf adalah tanda aksara dalam tata penulisan yang menjadi anggota abjad yang melambangkan bunyi bahasa. Font adalah bentuk, model dan ukuran huruf pada sebuah program atau *software* komputer. Berdasarkan pengertian tipografi diatas tipografi yang akan digunakan dalam perancangan media informasi ini menggunakan tipografi yang akan diterapkan pada judul buku referensi.

Font yang digunakan untuk judul buku referensi adalah "*birds of paradise"*



Gambar III.18 Font Judul yang digunakan
Sumber: Dokumen Pribadi

Font yang termasuk dalam jenis huruf serif ini dipilih karena dianggap cocok dengan makna judul yaitu masjid Agung Demak yang memiliki kesan megah namun tradisional.

Sedangkan font yang digunakan untuk *bodytext* adalah "Clarendon Lt Bt"

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 III.19 Font yang digunakan
Sumber: Dokumen Pribadi

Font yang termasuk dalam jenis huruf serif ini dipilih karena dianggap cocok dengan tema yang diusung dalam perancangan buku referensi ini yaitu tradisional. Font ini juga dipakai untuk salahsatu kalimat di dalam judul, Adapun penerapannya sebagai berikut:

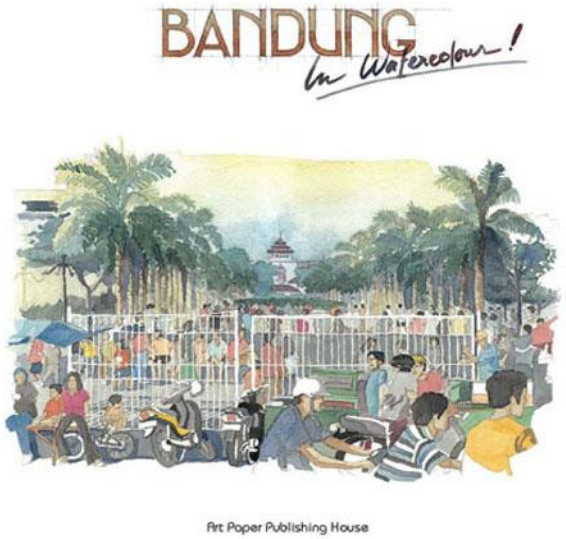


Gambar III.20 Judul dari buku referensi
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Balai Pustaka, 1996) ilustrasi dibagi menjadi dua yaitu ilustrasi audio dan ilustrasi visual. Ilustrasi visual adalah gambar dapat berupa foto atau lukisan yang membantu memperjelas isi buku, karangan dan lain sebagainya. Ilustrasi yang digunakan dalam buku referensi visual ini adalah ilustrasi gambar menggunakan teknik cat air dalam pengaplikasiannya. (ebta setiawan, baris pertama).

Ilustrasi menggunakan cat air ini yang di pilih karena memberikan warna baru terhadap objek yang ingin ditonjolkan. Berikut beberapa referensi yang didapat saat membuat gambar ilustrasi;



Gambar III.21 referensi gaya ilustrasi
Sumber: http://watercolorichsan.com/bandung-in-watercolor/ (16 mei 2017)



Gambar III.22 referensi gaya ilustrasi 2
Sumber: http://dropr.com/ahdiatfurqon/66791/bandung_watercolor/+?p=469056 (16 mei 2017)

III.3.5 Warna

Warna adalah hasil dari pantulan cahaya dari benda-benda yang ditangkap oleh mata manusia. Hal tersebut didapat dari pernyataan Sanyoto (2010:12) “warna merupakan pantulan cahaya dari sesuatu yang tampak yang disebut *pigmen* atau warna bahan yang lazimnya terdapat pada benda-benda. (Sinung, baris ke-3)

Warna yang digunakan dalam perancangan buku referensi ini adalah:



- Coklat #8d6527

CMYK : C: 36% M: 56% Y: 100% K: 22%

RGB : R: 141 B: 101 B:39

Warna coklat dipilih dari warna kayu dan kertas yang sudah usang. Warna coklat ini cocok dengan tema buku sejarah. Menurut Darmaprawira (2002:h.38) warna dapat mempengaruhi suasana hati manusia, warna coklat dapat memberikan rasa hangat, tenang, alami dan sentosa.



- Jingga #ffb649

CMYK : C: 0% M: 32% Y: 81% K: 0%

RGB : R: 255 B: 182 B:73

Warna jingga ini dipilih karena warna jingga dekat dengan warna coklat dan memiliki arti warna kerajaan (Rustan, 2013: h.73) warna jingga juga memberikan suasana hangat dan semangat muda yang sesuai dengan materi buku referensi ini yang menceritakan mengenai peninggalan kesultanan Demak.

- Putih gading # fcf2e0

CMYK : C: 1% M: 4% Y: 11% K: 0%

RGB : R: 252 B: 242 B:224

Warna gading dipilih sebagai warna netral dan memiliki warna yang dekat dengan coklat sehingga memiliki keharmonisan warna. Warna putih juga memiliki arti warna yaitu suci.