BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP MEDIA

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak Sasaran adalah sekelompok orang yang menjadi sasaran suatu kegiatan komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dalam suatu strategi perancangan, sehingga pesan yang disampaikan tersampaikan dengan tepat kepada khalayak sasaran.

Khlayak Sasaran dari perancangan media informasi mengenai lagu wajib nasional dilihat secara demografis, geografis, dan psikografis, agar strategi perancangan media informasi ini menjadi tepat sasaran. Adapun faktor-faktor untuk mencapai sasaran sebagai berikut :

- Demografis

  Target : Remaja

  Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

  Penentuan target sasaran untuk jenis kelamin tidak dibedakan karena target dari perancangan adalah seluruh bagian dari rakyat Indonesia perlu mengetahui lagu wajib nasional sebagai identitas dari negaranya sendiri.

  Usia : Target usia yaitu 13-15 tahun terletak pada posisi remaja awal.

  Dipilihnya usia tersebut dikarenakan pada usia tersebut proses perkembangan terjadi sangat pesat, kemampuan berfikir lebih cepat berkembang dan pada masa tersebut adalah masa dimana terjadinya proses pematangan fisik, maupun psikologis. Sehingga bukan hanya dapat menyanyikan lagu wajib nasional namun dapat mengerti dan memahami makna yang terkandung dalam lagu tersebut.

  Pendidikan : Pelajar Sekolah Menengah Pertama (SMP)

Untuk penentuan pendidikan berhubungan dengan faktor usia. Pada usia tersebut adalah para pelajar tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP).

Karena pada tingkat pendidikan sekolah menengah pertama adalah masa terjadinya pencarian identitas diri, yang sering menimbulkan masalah pada proses pencarian identitas diri remaja.

Status Sosial : Menengah dan menengah keatas

Kelas menengah di Indonesia katagori dengan rentang penghasilan antara 2,6 juta sampai dengan Rp. 6 Juta, Boston Consulting Grup (BCG) menyatakan, pada 2014 kelas menengah Indonesia berjumlah 74 juta orang.

Kelas menengah atas di Indonesia, terdiri dari orang-orang yang berpenghasilan diatas 6 juta, kelas menengah atas menempati posisi lebih tinggi dikantor dan secara financial lebih stabil dari orang lain. ini adalah orang orang yang melihat kenaikan yang cukup besar dalam pendapatan mereka karena pertumbuhan ekonomi yang pesat.

- Geografis

  Remaja yang menjadi khalayak sasaran dinegara Indonesia, baik dikota besar maupun pedesaan. Sehingga khalayak sasaran dapat mengetahui dan menambah pengetahuannya mengenai lagu wajib nasional diseluruh bagian wilayah Indonesia.

- Psikografis

  Pendapat para ahli mengenai psikologis perkembangan remaja, sebagai khalayak sasaran yaitu :

- Menurut Ericson masa remaja adalah masa terjadinya krisis identitas atau pencarian identitas diri. Karakteristik remaja yang sedang berproses untuk mencari identitas diri, sering menimbulkan masalah pada diri remaja.

  Salah satu cara untuk membentuk karakter adalah dengan cara memperkenalkan lagu-lagu wajib nasional, karena lagu-lagu tersebut sarat dengan nilai-nilai positif dan terdapat pesan moral didalamnya.

- B.F. Skinner (dalam Azwar 2005) menekankan pengaruh lingkungan dalam membentuk kepribadian seseorang, kepribadian tidak lain dari pada pola perilaku penguatan dari masyrakat untuk sikap dan perilaku tersebut

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat adalah penyampaian informasi mengenai lagu wajib nasional. Informasi yang akan disampaikan adalah kumpulan lagu wajib nasional berupa lirik, profil pencipta lagu wajib nasional selain itu terdapat ilustrasi gambar yang diambil dari sejarah lagu wajib nasional tersebut.

Untuk itu dibutuhkan sebuah solusi dengan membuat media sebagai alat penyampaian yang dapat diterima oleh khalayak sasaran, yaitu media informasi yang dapat menambah pengetahuan mengenai lagu wajib nasional. Mulai dari kumpulan lagu wajib nasional yang bisa dipedengarkan, maupun profil pencipta lagu tersebut dan sejarah yang disampaikan melalui ilustrasi. Sehingga khalayak sasaran bukan hanya bisa mendengarkan dan menyanyikan lagu wajib nasional, namun dapat juga mengetahui mengenai sejarah maupun tokoh pencipta lagu wajib nasional.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menginformasikan kembali mengenai lagu wajib nasional dengan lebih mendetail, diharapkan khalayak sasaran dapat menambah pengetahuan

mengenai lagu wajib nasional, menambah kecintaannya terhadap negara Indonesia. Selain dapat menyanyikan lagu tersebut dapat juga mengetahui tokoh pencipta lagu, maupun sejarah terciptanya lagu wajib nasional tersebut. Dengan begitu, khalayak sasaran dapat menambah pengetahuannya mengenai lagu wajib nasional.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual yang akan ditampilkan dalam perancangan media informasi yang akan menggambarkan suasana tempo dulu, mengenai peristiwa yang menggambarkan penciptaan lagu tersebut, sehingga menimbulkan nuansa nasionalisme.



Gambar III.1 Suasana Tempo dulu
Sumber: http://voiceplus.co.id/images/1386232431pratman_B.jpg
(Diakses pada 3/05/2017)

Selain kesan tempo dulu terdapat juga nuansa nasionalisme pada gambar yang tetap mengacu pada sejarah penciptaan lagu wajib nasional.



Gambar III.2 Nuansa Nasionalisme
Sumber: http://www.negarawanmuda.org/wp-content/uploads/2016/11/Pahlawan-Nasional_1900x2380.jpg (Diakses pada 3/05/2017)

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan komunikasi verbal yang digunakan adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, namun tidak terlalu formal, sehingga materi yang disampaikan tidak terkesan kaku dan agar mudah dipahami. Karena bahasa Indonesia merupakan bahasa yang umum digunakan (nasional) maka akan dimengerti oleh seluruh khalayak sasaran.

III.2.3 Mandatory

Pemberi mandat dalam perancangan ini berkaitan dengan penerbit buku, karena penyampaian pesan yang cukup banyak, sehingga membutuhkan media yang dapat menyampaikan pesan tersebut, maka media yang dibutuhkan adalah buku. Penerbit buku tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar III.3 Logo Gramedia
Sumber : http://www.custombagus.com/build/img/client/gramedia-205a185a63.png

Gramedia adalah perusahaan pendistribusian buku selain itu gramedia juga bergerak dibidang penerbitan buku, Gramedia merupakan *mandatory* dalam acara *event* (*launcing* buku).

Selain mandatory tersebut, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melakukan surat edaran yaitu untuk menyanyikan lagu Indonesia Raya disetiap pagi hari sebelum mulai Kegiatan Belajar Mengajar (KBM). Tidak hanya menyanyikan Indonesia Raya dalam surat edaran tersebut juga dihimbau untuk menyanyikan lagu wajib nasional setiap pulang sekolah.

Sesuai dengan psikologis khalayak sasaran yaitu mengenai masa pembentukan watak atau karakater yang mengacu pada Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 23 tahun 2015 tentang pembentukan budi pekerti.



Gambar III.4 Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan
Sumber : http://harianrakyatbengkulu.com/ver3/wp-content/uploads/2015/05/kemendiknas-logoxxx.png

Diharapkan kerjasama dengan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan bisa menjadi landasan yang kuat bagi masyarakat untuk dapat lebih

mengenal mengenai lagu wajib nasional sebagai identitas negara Indonesia.

III.2.4 Materi Pesan

Butir-butir pesan yang akan disampaikan sebagai berikut :

- Lagu wajib nasional terdiri dari biografi pencipta dan lirik. Lagu lagu wajib nasional, diantaranya :
    - Indonesia Raya ciptaan W.R Supratman
    - Ibu Kita Kartini ciptaan W.R Sumpratman
    - Bagimu Negeri ciptaan Kusbini
    - Hari Merdeka ciptaan Husein Mutahar
    - Syukur ciptaan Husein Mutahar
    - Halo-halo Bandung ciptaan Ismail Marzuki
    - Gugur Bunga ciptaan Ismail Marzuki
    - Bendera Merah Putih ciptaan Ibu Sud
    - Satu Nusa Satu Bangsa ciptaan Liberty Manik
    - Bangun Pemudi Pemuda ciptaan Alfred Simanjuntak
    - Andika Bhayangkari ciptaan Amir Pasaribu
    - Maju Tak Gentar ciptaan Cornel Simanjuntak
- Profil tokoh-tokoh pencipta lagu wajib nasional.
- Ilustrasi gambar yang dimbil dari sejarah diciptakannya lagu wajib nasional.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang baik dan benar namun tidak terlalu formal. Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional sehingga dapat dimengerti oleh masyarakat Indonesia. Perancangan ini bersifat menambah pengetahuan mengenai lagu wajib nasional.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan disampaikan adalah memunculkan tokoh-tokoh pencipta lagu wajib nasional, gambar tokoh tersebut dibuat secara realis. Yang mengacu pada gaya desain yaitu *Heroic Realism Style*.

Heroic Realism Style (1910-1940), karakteristiknya adalah mudah diidentifikasi, terlihat realistis dan kebanyakan menggambarkan tokoh, pahlawan atau simbol sebagai objek utamanya.

Ciri-ciri utama dari gaya desain *Heroic Realism Style* diantaranya :

- Menampilkan citra realistik
- Menonjolkan seorang tokoh sebagai objek utama
- Penggunaan font terlihat jelas dan tebal.



Gambar III.5 *Heroic Realism Style*
Sumber: http:// cdn.fishki.net/upload/post/201402/16/1244754/4e8061be1f8a.jpg
(Diakses pada 8/05/2017)

Untuk ilustrasi gambar digunakan *flat design*, menyampaikan kesan tempo dulu dan suasana nasionalisme. Mengacu dari sejarah terciptanya lagu-lagu wajib nasional, sehingga khalayak sasaran dapat lebih banyak mengetahui lagu wajib nasional mulai dari lagu-lagunya sampai sejarah lagu wajib nasional.

Selain khalayak sasaran bisa mengetahui mengenai sejarah maupun profil tokoh pencipta lagu wajib nasional, dirancang juga *video lyric* lagu wajib nasional, 12 lagu wajib nasional yang akan disampaikan.

Penelitian yang dilakukan Prof. Dr Hans Gunther Bastian, seseorang yang ahli pendidikan dalam bidang musik dikatakan bahwa mendidik sesorang melalui musik atau lagu akan mengaktifkan kedua otak manusia bersamaan. Sehingga akan lebih efektif karena melalui musik akan lebih mudah diterima oleh otak serta akan cenderung bertahan lebih lama dalam ingatan.

- *Copywriting*

  Dalam perancangan media informasi penulis memberi nama '*Lagu Monumental'* sebagai identitas atau *headline* yang akan dicantumkan pada cover. Lagu wajib nasional bersifat peringatan hari besar nasional yang sering dikumandangkan pada momen tertentu, meningkatkan kewibawaan penciptanya.

  Sedangkan untuk *subheadline* yaitu '*Kenali Identitasmu'* .Penggunaan *subheadline* tersebut bertujuan menambah pengetahuan mengenai lagu wajib nasional yang merupakan identitas negara Indonesia.

- ***Storyline***

  1. Periode Prakemerdekaan (1924-1945)
     - Indonesia Raya

       Ciptaan : Wage Rudolf Supratman

Jenis lagu : Mars

Diciptakan di Jakarta, pada saat membaca *majalah timbul* yang didalamnya terdapat sebuah tantangan untuk menciptakan lagu kebangsaan. Supratman tidak menyia-nyiakan tantangan tersebut, ia mulai mencoba menciptakan sebuah lagu. Akhirnya lahirlah lagu Indonesia Raya pada tahun 1924

- Ibu Kita Kartini

  Ciptaan : Wage Rudolf Supratman

  Jenis lagu : Percintaan

  Desember 1928 W.R Suprtman berkesempatan meliput jalannya Kongres Perempuan Indonesia, yang menginspirasi terciptanya lagu tersebut.

- Bagimu Negeri

  Ciptaan : Kusbini

  Jenis lagu : Himne

  Peringatan Pemerintah Jepang untuk menyanyikan lagu Indonesia Raya, maka sebagai pengganti sementara dipedengarkan lagu Padamu Negeri pada tahun 1942.

- Hari Merdeka

  Ciptaan : Husein Mutahar

  Jenis lagu : Mars

  Bertempat dikamar Hotel Garuda Yogyakarta bersama Hugeng, bersama-sama sedang mengawal Bung Karno.

- Syukur

  Ciptaan : Husein Mutahar

  Jenis lagu : Himne

Diciptakan tahun 1944, adalah sebuah puji syukur yang dipersiapkannya untuk menyambut Kemerdekaan Republik Indonesia.

2. Periode Revolusi Indonesia (1945-1949)

- Halo-Halo Bandung

  Ciptaan : Ismail Marzuki

  Jenis lagu : Mars

  Peristiwa pada tanggal 24 Maret 1946 dikenal dengan sebutan Bandung Lautan Api. Dan perisiwa tersebut menggugah Ismail Marzuki menciptakan lagu tersebut.

- Gugur Bunga

  Ciptaan : Ismail Marzuki

  Jenis lagu : Percintaan

  Terinspirasi dari pahlawan yang telah gugur dalam merebut dan mempertahankan kebenaran demi meraih kemerdekaan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

- Bendera Merah Putih

  Ciptaan : Ibu Sud

  Jenis lagu : Mars

  Lagu ini diciptakan pada masa revolusi 1945, memperlihatkan kegagahan bendera merah putih, pada waktu itu tidak ada seorangpun rakyat Indonesia mau menurunkannya walaupun dibawah ancaman bala tentara Jepang.

- Satu Nusa Satu Bangsa

  Ciptaan : Liberty Manik

  Jenis lagu : Himne

  Terinspirasi dari kehebatan semangat perjuangan rakyat mempertahankan kemerdekaan.

- Bangun Pemudi Pemuda

  Ciptaan : Alfred Simanjuntak

  Jenis lagu : Mars

  Obsesi kemerdekaan negeri dan membangun pemuda-pemudi Indonesia itu terus memenuhi benaknya hingga suatu kali saat sedang mandi Alfred terinspirasi menulis syair lagu itu. Kala itu dia seperti mendengar suara-suara melodi di telinganya. "Tuhan memberikan lagu ke kuping saya selagi lagi mandi. Saya cepat-cepat mandi, lalu saya tulis segera," kisahnya.

- Andika Bhayangkari

  Ciptaan : Amir Pasaribu

  Jenis lagu : Mars

  Andika Bhayangkari diperdengarkan pada detik-detik proklamasi 17 Agustus di Istana Negara.

- Maju Tak Gentar

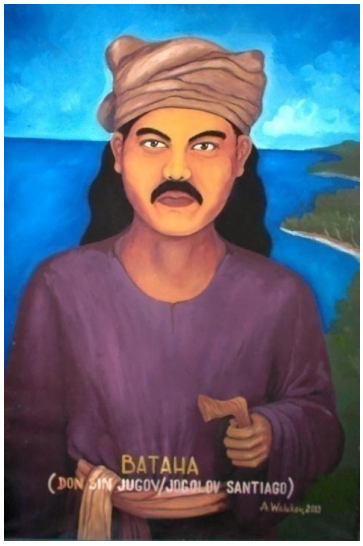
  Ciptaan : Cornel Simanjuntak

  Jenis lagu : Mars

  Tertembaknya paha cornel dan terpaksa dirawat di Rumah Sakit Pusat Jakarta. Lalu dipindahkan ke Karawang dan dipindahkan lagi ke Sanatorium Pakem Yogyakarta, dirumah sakit inilah Cornel menciptakan kedua lagu tersebut.

- Visualisasi

Dalam pembuatan ilustrasi tokoh pencipta lagu wajib nasional, teknik yang digunakan adalah teknik *painting* yang tetap merujuk pada gaya desain *heroic realism style* (1910-1940), karakteristiknya terlihat realistis dan kebanyakan menggambarkan tokoh, pahlawan atau simbol sebagai objek utamanya. Sehingga penyampaian kesan tempo dulu dapat tersampaikan. Beberapa referensi *painting* sebagai berikut :



Gambar III.6 Referensi visual *painting* 1
Sumber: http:// pahlawancente.com/wp-content/uploads/2013/09/071-241x300.jpg
(Diakses pada 17/05/2017)

Dalam perancangan visual untuk ilustrasi gambar mengenai penciptaan lagu wajib nasional, perancangan visual yang akan digunakan adalah *flat design,* sehingga penyampaian pesan akan lebih efektif jika disampaikan dalam bentuk ilustrasi. Ilustrasi sederhana seperti *flat design* mempermudah pemaparan pesan secara langsung. Beberapa referensi *flat design* sebagai berikut :



Gambar III.7 Referensi *Flat design* 1
Sumber:
http://cdns.klimg.cim/merdeka.com/i/w/news/2015/10/06/604875/670x/335/4-pemuda-paling-berpengaruh-selama-perang-kemerdekaan-indonesia.jpg
(Diakses pada 18/05/2017)



Gambar III.8 Referensi *flat design* 2
Sumber:
http://cdn.klimg.com/merdeka.com/resized/670x670/i/w/news/2014/02/28/329225/996x498/kunci-sukes-serangan-umum-1-maret-gorong-gorong.jpg
(Diakses pada 18/05/2017)

III.2.7 Strategi Media

Menurut Sadiman, dkk media adalah segala sesuatu yang digunakan sebagai penyalur pesan dan mengirim pesan kepada penerima pesan, sehingga dapat merangsang pikiran, perhatian, perasaan, dan juga minat serta perhatian dari siswa sedemikian rupa, sehingga dalam proses mengajar dapat berlangsung dengan efektif dan juga efesien sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam perancangan media informasi terdapat beberapa media yang digunakan yaitu berupa media utama dan media pendukung.

- Media Utama

Media utama yang digunakan adalah buku yang berisikan informasi lagu wajib nasional. Konten dalam buku dibagi menjadi beberapa bagian yaitu lirik, profil pencipta lagu, dan ilustrasi gambar berdasarkan dari sejarah diciptakannya lagu wajib nasional.

Pemilihan media buku ini karena selain buku dapat memuat konten yang lengkap, buku bersifat fleksibel dapat dibawa kemana saja, sehingga bisa dinikmati oleh para remaja.

- Media Pendukung

  Media pendukung dalam perancangan media informasi adalah dengan *launching* buku, dalam *launching* buku tersebut terdapat 2 media secara garis besar, media tersebut adalah :

  - Media Persuasi

    Media perusasi adalah media bersifat ajakan, media ini digunakan untuk promo *event* dan acara *launching* itu sendiri. Media tersebut adalah :

    - Poster acara : Berisikan tentang informasi acara *launching* buku yang akan diselenggarakan, poster ini ditempatkan pada mading (majalah dinding) sekolah menengah pertama. Selain itu poster dibuat digital untuk disebarkan melalui media sosial seperti *Instagram, Facebook* dan *Twitter*.
    - *X-banner :* Media ini berikan informasi tentang acara pada *event* yang akan diselenggarakan, *x-banner* digunakan sebagai media penanda lokasi *launching*.

  - Media *Reminding*

    Media *reminding* adalah media yang bertujuan mengingatkan kembali target audiens. Beberapa *merchandise* akan didapatkan dalam satu paket dengan buku '*Lagu Monumental'.* Media tersebut hanya didapatkan pada acara *launching* buku. Selain media pendukung tersebut, media pendukung lainnya yaitu sebagai berikut :

    - *Disc 'Lagu Monumental'* : Berisikan 12 lagu wajib nasional, disc sebagai reminding, selain target audiens bisa menambah pengetahuan lewat buku dapat juga mendengarkan lagu-lagu wajib nasional
    - Stiker dan Gantungan kunci : dibuat berupa 9 tokoh pencipta lagu wajib nasional
    - Kaos '*Lagu Monumental'* : kaos dengan lengan pendek, bahan ringan dan dingin berwana putih dengan typografi

'Lagu Monumental' dengan *subhedline 'Kenali Identiasmu'* yang terdapat dibelakang dan pada bagian depan terdapat 9 tokoh pencipta lagu wajib nasional..

- Topi *'Lagu Monumental' :* selain digunakan untuk pelindung dari panas, digunakan sebagai *remainding.*
- Tas 'lagu monumental' : berfungsi sebagai tempat penyimpan barang, yang ditunjukkan sebagai media *reminding* bagi para remaja.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Distribusi dilakukan dalam beberapa tahap selama kurun waktu 3 bulan, yakni bulan Agustus, September, Oktober, tahun 2017. Berdasarkan pertimbangan pada bulan Agustus dan Oktober terdapat hari besar kenegaraan, dengan *event launching* diselenggarakan pada tanggal 28 Oktober 2017 bersamaan dengan hari sumpah pemuda. Maka strategi distribusi penyebaran media adalah sebagai berikut :

Tabel III.1 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media
Sumber : Pribadi, 2017

Media	Distribusi
Media Utama : Buku *'Lagu Monumental'*	Buku lagu monumental ini dapat dibeli ditoko buku dan pada acara *launching* buku pada tanggal 28 Oktober (Hari Sumpah Pemuda). Dengan *event* diadakan disalah satu sekolah SMP Negeri di Bandung.
Media Pendukung : Poster	Poster dikeluarkan untuk promosi *event Launching* buku *'lagu monumental'* terdapat poster digital maupun cetak untuk disebar. Untuk poster digital penyebaran poster dilakukan pada media sosial diantaranya: *Instagram, Facebook, Twitter.* Dan untuk poster cetak disebarkan ke seluruh

	SMP dikota Bandung.
X-banner	X-banner dikeluarkan ketika *event launching* Buku *'Lagu Monumental'* diselenggarakan sebagai media yang memberikan informasi mengenai *event* yang diselenggarakan, dan digunakan sebagai media penanda lokasi *launching.*
Disc 'Lagu Monumental' dan *Sticker*	Berisikan 12 lagu wajib nasional disc sebagai merchandise, yang dikeluarkan bersamaan dengan media utama, karena dibuat satu *packaging* dengan buku sebagai media utama, dan disertakan juga beberapa *sticker* sebagai media *reminding*
Gantungan Kunci '9 tokoh'	Merchandise akan diberikan setelah membeli buku 'Lagu Monumental' baik di toko buku maupun pada *event launching* buku.
T-shirt, topi, dan tas	Merchandise akan diberikan setelah menjawab pertanyaan dengan benar dalam acara *launching*, sebagai media *reminding* dalam *event* tersebut.

III.3 Konsep Visual

Unttuk mendapatkan hasil visual yang kosisten, dinamis dan tepat sasaran, maka dibuatlah konsep visual mengacu pada tujuan perancangan, konsep visual yang baik sangat dibutuhkan agar informasi yang akan disampaikan pada buku '*Lagu Monumental'* ini dapat tersampaikan dan dimengerti oleh target audiens.

Konsep visual pada buku kumpulan lagu wajib nasional ini menggunakan gaya visual yang menampilkan ilustrasi gambar menegenai sejarah diciptakannya lagu wajib nasional, selain itu menampilkan 9 tokoh pencipta lagu tersebut. Disertai dengan kesan tempo dulu dan tidak meninggalkan suasan nasionalisme.

III.3.1 Format Desain

Buku kumpulan lagu wajib nasional ini akan dibuat dengan ukuran kertas 19,5 cm x 23,4 cm, bagian sampul buku menggunakan *softcover*, laminasi *glosy* dan menggunakan kertas *art paper* pada bagian *cover* . Pada konten atau isi buku menggunakan layout yang berbeda namun memiliki keserasian yang sama dari awal hingga akhir, baik dari tipografi maupun warna.



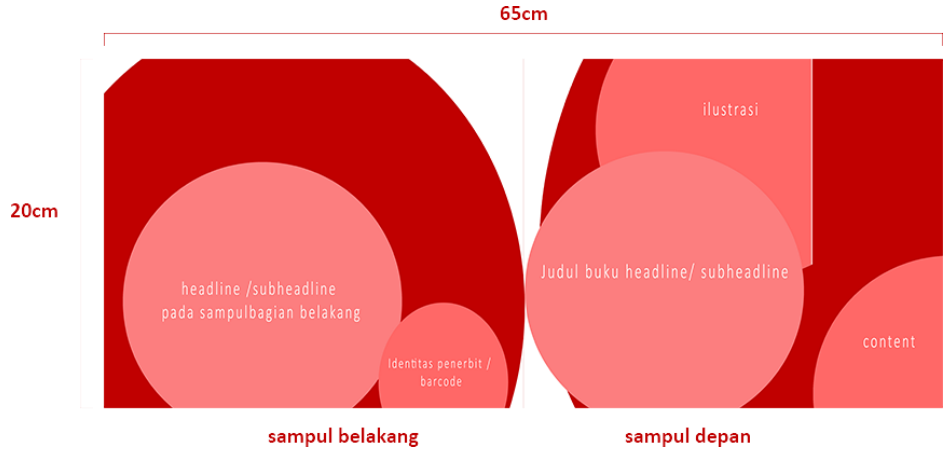
Gambar III.9 Contoh format desain media utama
Sumber: Pribadi (2017)

III.3.2 Tata Letak *(Layout)*

(Anggraini S, Lia & Nathalia, Kirana, 2013) *Layout* adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik, *layout* juga disebut manajemen bentuk dan bidang .(h.74)

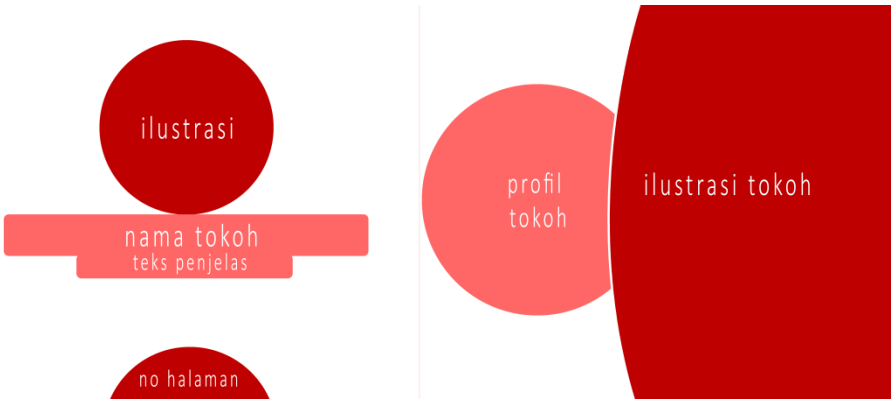
Tata letak (*layout)* dan gambar ilustrasi diseusaikan dengan *body text* dan ilustrasi, namun pada setiap halaman tata letak *body text* dan ilustrasi akan berubah disesuaikan dengan isi pesan yang akan disampaikan.

Tata letak pada sampul lebih ditonjolkan tipografi, yaitu terdapat *headline* dan *subheadline* sebagai teks judul, dan terdapat judul-judul lagu wajib nasional yang akan disampaikan.



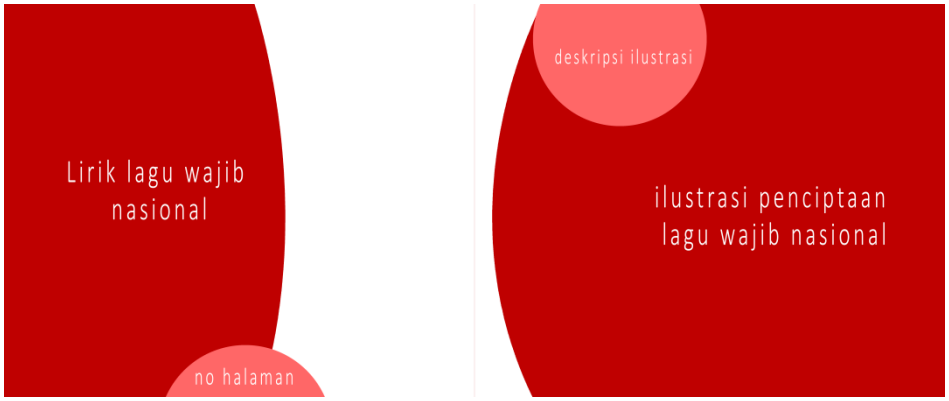
Gambar III.10 *Layout* sampul depan dan belakang
Sumber: Pribadi (2017)

Layout untuk masing-masing halaman dalam buku adalah sebagai berikut :



Gambar III.11 *Layout* bagian biografi tokoh
Sumber: Pribadi (2017)

Pada gambar diatas adalah *layout* bagian pengenalan tokoh, terdapat ilustrasi tokoh pencipta lagu wajib nasional, selain itu terdapat teks berisi profil dari tokoh pencipta lagu nasional tersebut. Terdapat 9 tokoh monumental pencipta lagu wajib nasional.



Gambar III.12 *Layout* bagian peristiwa lagu
Sumber: Pribadi (2017)

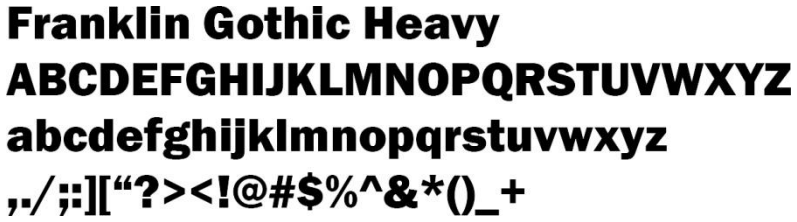
Semua *layout* ditampilkan dengan *full* ilustrasi dan teks sedikit, sebagai pendukung atau penjelas dari ilustrasi, berdampingan dengan lirik lagu wajib nasional. Dan untuk ukuran sesuai dengan format yaitu 20 cm x 24 cm.

III.3.3 Tipografi

(Adi Kusrianto, 2007) Tipografi didefiisikan sebagai proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, "menyusun" meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merancangnya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. (h.190)

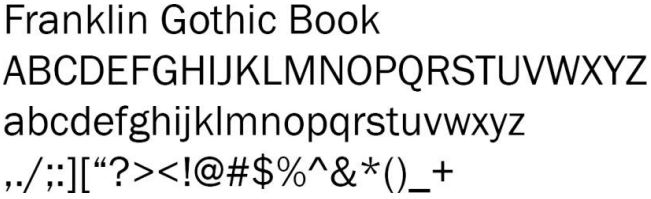
Selain definisi tersebut, menurut Roy Brewer (1971) pengertian tipografi memiliki pengertian yang sangat luas yang mencakup penyusunan dan bentuk halaman, atau setiap barang cetak, tipografi dapat juga diartikan pemilihan, penataan dan berbagai hal yang berhubungan dengan pengaturan baris-baris serta susunan huruf *(typeset).*

Tipograpi yang digunakan disesuaikan dengan khalayak sasaran. Penggunaan tipografi tidak lebih dari 4 jenis *font* karena penggunaan *font* yang terlalu banyak akan membuat tulisan pada buku ini akan tidak memiliki keselarasan. Tipografi yang digunakan yaitu :



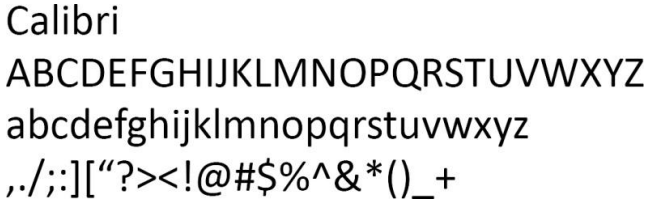
Gambar III.13 *Font 1*
Sumber: Pribadi (2017)

Font tersebut dipilih karena *font* terlihat formal dan memiliki kesan penegasan, suatu informasi yang wajib diketahui. *Font* tersebut digunakan untuk kebutuhan judul.



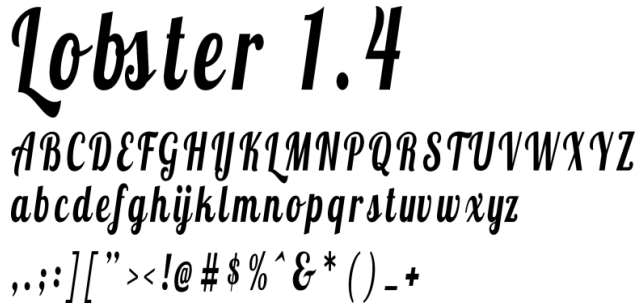
Gambar III.14 *Font 2*
Sumber: Pribadi (2017)

Font tersebut dipilih karena *font* terlihat formal, *Font* tersebut digunakan untuk mendukung kebutuhan judul.



Gambar III.15 *Font 3*
Sumber: Pribadi (2017)

Font Calibri digunakan untuk *body text.* Pemilihan *font* ini adalah Calibri merupakan *font sans serif* yang memiliki ciri sederhana dan tingkat keterbacaan yang baik.



Gambar III.16 *Font 4*
Sumber: Pribadi (2017)

Font tersebut dipilih karena font yang tidak terlalu formal dan terkesan seperti bendera berkibar, tulisan tersebut memberikan kesan tempo dulu. Font tersebut digunakan untuk kebutuhan judul pada salah satu lagu wajib nasional.

III.3.4 Ilustrasi

(Adi Kusrianto 2007) Ilustrasi adalah gambar yang dipergunakan menerangkan atau mengisi sesuatu, ilustrasi memberikan gambaran tokoh atau karakter dalam cerita. Seni gambar yang dimanfaatkan untuk member penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. (h.140)

Dalam perancangan buku dibuat ilustrasi tokoh pencipta lagu wajib nasional yang mengacu pada gaya *heroic realism Style*, karakteristiknya adalah mudah diidentifikasi, terlihat realistis dan kebanyakan menggambarkan tokoh, pahlawan atau simbol sebagai objek utamanya. Desain ilustrasi mengadopsi foto yang sudah ada, ilustrasi tersebut diantaranya :





(a) (b)

Gambar III.17 Ilustrasi Amir Pasaribu
Sumber (a): http://id.m.wikipedia.org/wiki/Amir_Pasaribu#/media/Berkas%3AAmir_pasaribu%2C_Pekan_Buku_indonesia _1954%2C_p195.jpg (Diakses pada 30/04/2017)
Sumber (b): Pribadi, 2017.





(a) (b)

Gambar III.18 Ilustrasi Husein Mutahar
Sumber (a): http://3.bp.blogspot.com/-kBeymfpy9Lo/VpTx46RkLpI/AAAAAAAAAtM/eUCnocA7H3s/s1600/H%2BMutahar%2BPencipta%2BLagu%2BMerdeka.jpg (Diakses pada 30/04/2017)
Sumber (b): Pribadi, 2017.

Selain ilustrasi tokoh pencipta lagu wajib nasional terdapat juga ilustrasi gambar mengenai penciptaan lagu wajib nasional, perancangan visual yang akan digunakan adalah *flat design*, sehingga penyampaian pesan

akan lebih efektif jika disampaikan dalam bentuk ilustrasi. Ilustrasi sederhana seperti *flat design* mempermudah pemaparan pesan secara langsung. Beberapa ilustrasi gambar yaitu sebagai berikut :



Gambar III.19 Ilustrasi lagu Ibu kita Kartini
Sumber: Pribadi (2017)

Ilustrasi diatas menceritakan terciptanya lagu Ibu Kita Kartini yang diciptakan oleh Wage Rudolf Supratman yang pada saat tersebut berkesempatan meliput jalannya Kongres Perempuan Indonesia yang diketuai oleh R.A Kartini, pada Desember 1928 yang menginspirasi terciptanya lagu Ibu kita Kartini



Gambar III.20 Ilustrasi lagu Maju tak Gentar
Sumber: Pribadi (2017)

Ilustrasi diatas menceritakan terciptanya lagu Maju tak gentar yang diciptakan oleh Cornel Simanjuntak, pada saat tersebut sedang dirawat di Sanatorium Pakem Yogyakarta karena telah tertembaknya paha Cornel Simanjuntak. Dirumah sakit itulah cornel menciptakan lagu Maju tak gentar.

III.3.5 Warna

Warna adalah salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian target audien, selain itu warna dapat membantu menambah nilai keterbacaan. Apabila penggunaan warna digunakan dengan tepat, warna dapat menciptakan teks maupun gambar akan lebih jelas dan mudah dimengerti oleh target audien (Rakhmat Supriyono, 2010, h.70).

Jenis warna yang banyak digunakan yaitu warna natural seperti putih, hitam, abu-abu, coklat dan warna tersier. Sehingga kesan vintage, tempo dulu dapat tersampaiakan dalam perancangan buku tersebut. Warna yang digunakan pada media utama disesuaikan dengan pendekatan visual yang merujuk pada vintage, kesan tempo dulu dan terdapat juga nuansa nasionalisme pada gambar sehingga penggunaan warna harus sesuai.



Gambar III.21 Warna yang dipakai
Sumber: Pribadi (2017)