BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Strategi perancangan terdiri dari 2 kata yaitu strategi dan perancangan. Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI (2008: 1337) adalah “rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus”, sedangkan perancangan menurut KBBI (2008: 1258) adalah perihal merancang, yang arti dari kata merancang sendiri adalah mengatur segala sesuatu lebih dahulu. Berdasarkan penjelasan dari 2 kata tersebut maka strategi perancangan dapat diartikan sebagai suatu cara untuk menentukan metoda yang akan diambil untuk mencapai suatu tujuan.

Sama halnya dengan strategi perancangan, konsep desain terdiri dari 2 kata yaitu konsep dan desain. Berdasarkan KBBI (2008: 802) konsep adalah suatu ide sedangkan desain adalah kerangka bentuk. Sehingga dapat disimpukan bahwa konsep desain adalah kerangka bentuk suatu ide. Pada bab ini akan diuraikan khalayak sasaran, strategi perancangan dan konsep visual.

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah sekelompok masyarakat yang menjadi tujuan, KBBI (2008: 765: 1369), tujuan itu sendiri adalah media informasi yang akan dibuat oleh perancang. Khalayak sasaran terdiri dari beberapa segmen-segmen, yaitu demografis, geografis, dan psikografis, dan prilaku (Philip Kotler dan Gray Armstrong, 2011). Berikut adalah pembagian variabel-variabel dari segmen-segmen yang disebutkan di atas:

a. Khalayak Sasaran Demografis

   Khalayak sasaran demografis ini terdiri dari variabel kependudukan diantaranya adalah usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapat, ras dan agama. Pada perancangan ini maka akan ditentukan beberapa segmentasi demograsi yaitu:

1. Usia: 38-50 tahun.

   Usia tersebut yang dipilih karena usia tersebut adalah target pasar yang cocok, pada umur tersebut orang-orang masih mendengarkan musik-musik tradisonal seperti musik yang dibawakan oleh Nahum Situmorang. Selain itu juga pada orang-orang pada usia tersebut masih sering untuk mengikuti acara-acara adat seperti pesta pernikahan, yang selalu menghadirkan musik pada kegiatan acara.

   Hal tersebut juga berdasarkan survei yang dilakukan oleh perancang, yang menunjukan bahwa orang yang mengenal Nahum Situmorang umumnya memiliki usia antara 38-50 tahun.

2. Suku/ras : Batak Toba.

   Batak Toba adalah nama suatu suku/ras yang berasal dari Sumatera Utara. Hal tersebut menjadi pilihan perancang dikarenakan Nahum Situmorang adalah seorang komponis yang berasal dari suku Batak yang banyak menghasikan lagu-lagu menggunakan bahasa daerah suku/ras Batak Toba, sehingga penikmat lagu-lagu Nahum Situmorang pada umumnya adalah orang yang berasal dari suku/ras Batak Toba.

b. Khalayak Sasaran Geografis

   Khalayak Sasaran ini dibagi menjadi beberapa variabel unit geografis, diantaranya hal-hal yang meliputi wilayah seperti negara, kota, desa, dan lain-lainnya. Perancangan ini ditunjukan kepada orang-orang suku Batak yang tinggal di kota-kota besar seperti Medan, Jakarta, Bandung, dan lain-lainnya. Hal tersebut dikarenakan orang-orang yang tinggal di kota-kota besar memiliki keinginginan yang lebih besar akan suatu informasi dan juga daya beli orang-orang yang tinggal di daerah kota-kota besar lebih besar dibandingan yang tinggal di daerah desa.

c. Khalayak Sasaran Psikografis

Khalayak Sasaran Psikografis terdiri dari beberapa variabel yang berdasarkan psikologis seseorang. Variabel-variabel tersebut yaitu kelas sosial, personalitas, dan gaya hidup. Perancangan ini ditunjukan kepada masyarakat yang memiliki ketertarikan kepada musik dan budaya, terutama musik daerah Batak Toba ciptaan Nahum Situmorang.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi Perancangan adalah suatu cara yang dipakai untuk mengambi langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan. Langkah-langkah tersebut diantaranya menentukan tujuan komunikasi, pendekatan komunikasi, *mandatory*, materi pesan, gaya bahasa, strategi kreatif, strategi media, strategi distribusi dan waktu penyebaran media.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi bahkan perilaku (Riant Nugroho, 2004, 72). Pada perancangan ini tujuan komunikasi yang ingin berupa pemahaman tentang siapa itu Nahum Situmorang, perancangan ini memberikan informasi tentang Nahum Situmorang.

Pada perancangan ini, yang ingin dicapai perancang adalah agar masyarakat yang berasal dari suku Batak Toba mengetahui dan juga mengenal akan sosok Nahum Situmorang sebagai komponis Batak yang telah mencipatakan banyak lagu-lagu Batak.

Masyarakat yang berasal dari suku Batak Toba juga diharapan tidak hanya mengenal lagu-lagu ciptaan Nahum Situmorang saja, tetapi juga mengenal sosoknya yang telah menginspirasi banyak musisi Batak yang lainnya dalam berkarya dan juga sosoknya yang telah memajukan suku Batak terutama dalam bidang musik.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi (Pendekatan Visual dan Verbal)

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah melalui pendekatan visual dan pendekatan verbal.

a. Pendekatan Visual

Pada buku Semiotika Komunikasi Visual, Tinaburko (2009, 23) berpendapat "Komunikasi visual merupakan konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan kedalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas ilustrasi (gambar), tipografi, warna, komposisi, dan *layout*".

Pada perancangan ini maka yang digunakan perancang menggunakan illustrasi berupa *photography*, dengan penambahan elemen-elemen visual khas Batak. Penambahan elemen-elemen tersebut digunakan untuk memperkuat kesan Batak pada media yang akan dirancang nanti, karena khalayak sasaran yang akan dituju adalah orang-orang yang berasal dari suku Batak, selain itu juga perancangan ini membahas tentang Nahum Situmorang sebagai seseorang maestro musik Batak.

b. Pendekatan Verbal

Pendekatan Verbal merupakan sebuah komunikasi verbal yang digunakan pada perancangan ini. Komunikasi verbal memiliki pengertian yaitu suatu simbol atau pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. Simbol atau pesan tersebut dapat dimengerti oleh suatu komunitas, pengertian lebih sempitnya yaitu bahasa (Mulyana, 2002, 6). Bahasa yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan bahasa yang formal dikarenakan target pasar yang dituju adalah orang yang berusia antara 38-50 tahun. Orang pada usia tersebut lebih mengerti kepada bahasa yang formal dibandingkan bahasa keseharian, karena bahasa keseharian tiap daerah berbeda-beda.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory adalah suatu lembaga, orang, atau kelompok yang mengambil peranan dalam suatu perancangan. Perancangan ini memiliki beberapa *mandatory* yang masing-masing memiliki tugasnya masing-masing. *Mandatory* tersebut adalah:

a. Dinas Kebudayaan dan Parawisata Sumatera Utara

   Mandatory ini bertugas sebagai penyedia tempat dan transportasi untuk keperluan distribusi dan promosi. *Mandatory* ini juga mempunyai peranan penting dalam medistribusikan dan mempromosikan perancangan.



Gambar III.1 Logo Dinas Kebudayaan dan Parawisata Sumut
Sumber: https://cakranews.wordpress.com/2012/07/
(Diakses pada 05/12/2017)

b. Yayasan Pewaris Nahum Situmorang

Mandatory ini bertugas untuk memberikan data-data yang dibutuhkan dalam menyusun perancangan. *Mandatory* ini juga mempunyai kekuatan yang penuh dalam perancangan ini, dikarenakan hak cipta atas nama Nahum Situmorang dipegang oleh Yayasan Pewaris Nahum Situmorang.

c. Musika

Mandatory ini bertugas untuk mengatur segala urusan cetak-mencetak dalam perancangan ini. Hal tersebut dikarenakan Musika merupakan salah satu penerbit yang telah menerbitkan buku yang membahas tentang Nahum Situmorang

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan adalah konten-konten yang akan disampaikan pada sebuah perancangan. Materi pesan pada perancangan ini adalah

1. Profil Nahum Situmorang
2. Lagu-lagu Nahum Situmorang
3. Pencapaian yang telah dicapai oleh Nahum Situmorang
4. Situs-situs peninggalan Nahum Situmorang

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya Bahasa adalah cara dalam menyampaikan kata-kata kepada pembaca. Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan bahasa yang lugas dan jelas, dikarenakan khalayak sasaran yang dituju merupakan orang yang berusia 38-50 tahun.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi Kreatif adalah cara yang ingin dilakukan dalam menyampaikan pesan kepada konsumen. Strategi kreatif meliputi *copywritting,* dan *storyline.*

a. Copywritting

Menurut Frank Jefkins pada Agustrijanto (2011, 27) "*Copwriting* adalah suatu karya tulisan dalam bentuk karangan-karangan iklan yang dibuat semenarik mungkin". *Copwriting* pada perancangan memilki suatu tulisan yang dapat menarik perhatian orang, sehingga orang tersebut akan melihat lalu membaca tulisan tersebut. *Headline* yang digunakan pada perancangan ini adalah "Mengenang Masa Emas Nahum Situmorang". Pada *headline* tersebut terdapat kata mengenang yang dapat diartikan bahwa perancangan ini ditunjukan kepada orang yang mengetahui dan mengenal nama Nahum Situmorang sebagai komponis asal Sumatera Utara. Emas yang terdapat pada *headline* tersebut dapat diartikan sebagai masa kejayaan.

b. Storyline

Storyline atau alur cerita adalalah rangkaian peristiwa atau kejadian yang terjadi. Menurut Youlia Indrawaty (2013, 5) *Storyline* adalah suatu panduan kerja yang berupa informasi dalam membuat suatu perancangan. *Storyline* pada perancangan ini tersusun atas :

1. *Cover* depan

   Cover depan pada perancangan ini menampilkan illustrasi dari potret Nahum Situmorang dengan *Copywritting* yang bertuliskan mengenang masa emas Nahum Situmorang. Pada *cover* depan juga terdapat nama desainer, penerbit Musika, dan juga Yayasan Pewaris Nahum Situmorang.
2. Daftar isi

   Daftar isi pada perancang ini menampilkan nomor-nomor halaman, untuk memudahkan pembaca dalam mencari bab yang akan dibaca.
3. Isi halaman

   Isi Halaman pada perancangan ini dibagi 2 bagian yaitu bagian pertama adalah bagian pengenalan singkat tentang Nahum Situmorang, sedangakan bagian kedua adalah beberapa lagu-lagu ciptaan Nahum Situmorang beserta lirik dan irama dari lagu tersebut.

4. Cover belakang

   Cover belakang menampilkan *copywritting* perancangan ini, beserta nama desainer, penerbit Musika, dan Yayasan Nahum Situmorang. Pada *cover* belakang juga terdapat penjelasan singkat tentang materi pesan yang akan disampaikan pada perancangan ini, selain itu juga pada *cover* belakang terdapat *barcode* sebagai sistem pada bagian penjualan.

III.2.7 Strategi Media

Strategi adalah "rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran (KBBI, 2008: 1337), sedangkan menurut KBBI (2008: 931) media adalah perantara. Berdasarkan arti dari kedua kata tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi media adalah usaha yang dilakukan perancang untuk mencapai tujuan yang akan dicapai melalui suatu perantara. Pada perancangan ini media yang dipakai terbagi atas dua macam, yaitu media utama dan media pendukung.

a. Media Utama

   Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah media informasi dalam bentuk buku. Buku adalah suatu lembaran kertas yang dijilid, berisi tulisan, atau bahkan kosong (KBBI, 2008, 230). Dalam perancangan ini buku yang akan digunakan adalah buku profil. Buku profil tersebut berisi sejarah singkat dari Nahum Situmorang, lagu-lagu ciptaan yang telah diciptakan Nahum, dan juga foto-foto yang berhubungan dengan Nahum Situmorang, seperti tempat dan lokasi makam, kampung halaman, dan lain-lain.

   Perancang memilih buku dikarenakan khalayak sasaran yang dituju perancang adalah orang yang berasal dari suku Batak dengan usia 38-50 tahun. Buku merupakan media yang cocok karena hal-hal yang sering dilakukan di usia tersebut adalah melakukan aktivitas dengan membaca, selain itu juga buku memiliki dimensi yang kecil dan mudah untuk dibawa dan digunakan. Buku merupakan media yang baik untuk menyebarkan suatu informasi yang absah, karena keabsahan informasi dalam buku jarang dipertanyakan.

b. Media Pendukung

Media pendukung dalam perancangan ini bertujuan untuk membawa khalayak sasaran ke media utama dan juga sebagai sarana promosi. Media pendukung yang digunakan dalam perancangan ini

a. Poster

Poster adalah suatu rancangan yang terdiri dari kombinasi visual seperti tulisan, warna, dan juga mengandung sebuah informasi atau sebuah pesan yang ingin disampaikan dengan menarik perhatian orang yang melihat (Sudjana dan Rivai, 2007, 51). Poster dalam perancangan ini digunakan untuk memberitahu kepada khalayak sasaran tentang keberadaan media utama. Poster dipilih sebagai media pendukung karena, poster dapat dilihat oleh semua orang, termasuk khalayak sasaran yang dituju oleh perancang, yang adalah orang yang berusia 38-50 tahun.

b. X-Banner

X-Banner adalah suatu media yang serupa dengan poster yang diletakan pada penyangga yang berbentuk X. Media ini biasanya lebih besar daripada poster dengan memiliki ukuran 60 x 160 cm, 80 x 180 cm, dan 80 x 200 cm. Penggunaan media ini serupa dengan poster dengan tujuan untuk menginformasikan keberadaan dari media utama. Media ini juga dipilih dikarenakan merupakan media yang cocok dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran tentang keberadaan media utama.

c. Sticker

Sticker adalah suatu media visual yang dapat ditempelkan yang di dalamnya beirisi informasi yang ingin disampaikan. *Sticker* digunakan sebagai *gimmick.* Pengertian dari *gimmick* sendiri adalah media yang diberikan secara gratis tanpa harus membelinya dengan uang. *Sticker* digunakan sebagai *gimmick* karena harga yang relatif murah dan juga dapat ditempelkan dimana saja. *Sticker* juga mempunyai cakupan yang luas untuk semua orang tidak terbatas pada satu daerah saja tetapi di segala daerah.

d. Kalender Dinding

Kalender adalah media yang berisikan suatu periode dalam satu tahun. pada perancangan ini kalender digunakan sebagai *merchandise*, dan juga sebagai media promosi terhadap media utama. Kalender digunakan karena orang yang berasal dari suku Batak pada umumnya menggunakan kalender sebagai pengingat akan suatu acara adat yang akan berlangsung.

e. Mug

Mug adalah peralatan dapur yang digunakan sebagai wadah dari air minum. *Mug* digunakan sebagai *merchandise*, dan juga sebagai promosi terhadap media utama. *Mug* digunakan pada perancangan ini karena khalayak sasaran merupakan masyarakat yang berasal dari suku Batak. Masyarakat tersebut mempunyai rasa persaudaraan yang besar, sehingga dapat kita jumpai perkumpulan-perkumpulan yang berasal dari suku Batak yang menghadiri rumah-rumah sauradaranya untuk mengadakan suatu kegiatan. *Mug* ini dapat digunakan sebagai promosi untuk orang yang melihatnya pada acara-acara tersebut.

f. Tumbler

Tumbler adalah tempat air minum yang terbuat dari plastik atau kaca. *Tumbler* digunakan sebagai *merchandise*, sama halnya dengan mug, tumbler digunakan untuk mempromosikan media utama. Tumbler selalu digunakan oleh orang-orang yang sering berpergian untuk bekerja atau melakukan hal aktivitas luar yang lainnya, sehingga dapat mempromosikan media utama kepada khalayak sasaran yang belum memiliki media utama, bahkan juga kepada khalayak umum.

g. Tote bag

Tote bag adalah tas jinjing yang di kedua sisinya terdapat tali yang sejajar sebagai pegangan. *Tote bag* juga dikenal dengan istilah *goody bag*. Bahan dari *tote bag* bervariasi yaitu terbuat dari kanvas, *spundbond*, *blacu*, dan *drill*. Media *tote bag* digunakan sebagai *merchandise* pada perancangan

ini, dikarenakan khalayak sasaran yang dituju sering menggunakan *tote bag* saat berpergian. Biasanya *tote bag* ini digunakan untuk tempat menyimpan buku-buku yang dibawa saat berpergian, atau juga payung dan barang yang lainnya.

h. Kaos

Kaos merupakan jenis pakaian, biasanya digunakan oleh orang-orang saat keadaan tidak formal. Kaos atau biasa disebut dengan *T-shirt*, tidak memiliki kancing, kerah, ataupung saku. Bagian leher kaos pada umumnya berbentuk bundar. Pada perancangan ini kaos digunakan sebagai media pendukung untuk mempromosikan media utama. Pada perancangan ini kaos dipilih karena sama seperti dengan *sticker*, kaos mempunyai cakupan yang luas. Orang-orang akan melihat kaos pada perancangan ini, jika ada orang yang sedang memakainya.

i. Pembatas buku

Pembatas buku biasanya berupa kertas yang berbentuk persegi panjang, digunakan sebagai pembatas halaman yang telah dibaca oleh pembaca, dengan maksud dari pembaca tesebut agar dapat menemukan halaman yang telah dibaca sebelumnnya. Pada perancangan ini pembatas buku digunakan sebagai *merchandise*. Pembatas buku digunakan pada perancangan ini karena sesuai dengan media yang perancang rancang yaitu sebuah buku, sehingga akan saling melengkapi antara media utama yang berupa buku dan juga media pelengkap yang berupa pembatas buku.

j. Notebook

Notebook berupa buku kecil yang digunakan sebagai pengingat atau untuk mencatat hal-hal yang penting. *Notebook* pada umumnya berukuran A5 (14,8 cm x 21 cm), meskipun ada *notebook* yang berukuran lebih besar ataupun lebih kecil dari ukuran A5. Sama seperti pembatas buku, *notebook* digunakan sebagai *merchandise* dan sebagai pengingat tentang keberadaan media utama.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dan waktu penyebaran media adalah upaya yang dilakukan untuk membagikan media utama dan media pendukung berdasarkan waktu, tempat, cara media tersebut dibagikan, beserta alasannya. Distribusi dilakukan dengan bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Parawisata Sumatera Utara sebagai *mandatory* yang betugas untuk mendistribusikan dan mempromosikan perancangan ini. Penyebaran media utama dan pendukung dilakukan dalam waktu 3 bulan.

Tabel III.1 Tabel Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

Media Utama	September				Oktober				November			
Buku												
Media Pendukung												
Poster 1												
X-banner 1												
Poster 2												
X-banner 2												
Pembatas buku												
Totebag												
Sticker												
Notebook												
Mug												
Tumbler												
Kaos												
Kalender												

Media utama didistribusikan pada bulan Oktober, untuk memperingati bulan meninggalnya Nahum Situmorang dan dilakukan di toko-toko buku yang telah disediakan oleh Dinas Kebudayaan dan Parawisata Sumatera Utara. Media utama didistribusikan selama 2 bulan 3 minggu. 1 minggu sebelum media utama terbit, khalayak sasaran akan diberitahu tentang keberadaan media utama melalu media pendukung yaitu poster dan x-banner. Pendistribusian poster dan x-banner dibagi menjadi 2 tahap yaitu sebelum media utama terbit dan saat media utama terbit.

Poster 1 dan *x-banner 1* didistribusikan sebelum media utama terbit untuk memberitahu kepada khalayak sasaran bahwa media utama akan terbit. *Poster 2 dan x-banner 2* didistribusikan saat media utama telah terbit dan akan terus didistribusikan selama media utama masih didistribusikan.

Pada saat media utama telah terbit akan dibagikan *gimmick* berupa *sticker* kepada orang-orang yang hadir selama *launching* media utama. Pada hari pertama launching orang-orang yang membeli media utama akan diberikan *merchandise* berupa *totebag*, pembatas buku, dan *sticker*. Hal tersebut bertujuan untuk menarik khalayak sasaran yang lainnya yang masih belum membeli media utama. Pembagian *merchandise* tersebut akan dilakukan selama 1 bulan.

Pada minggu pertama di bulan Oktober saat launching pertama dilakukan, pembagian *sticker* akan dihentikan, dan diganti dengan pembagian *merchandise* berupa *notebook,* dan hanya akan dibagikan kepada 20 orang yang beruntung yang dipilih secara acak. Pemberian *merchandise* tersebut akan diberikan oleh karyawan toko buku yang sedang melayani transaksi pembelian media utama di kasir. Pemberian *merchandise* tersebut dilakukan selama 1 bulan.

Pada awal bulan November dan sampai minggu kedua di bulan November, *merchandise* yang dibagikan akan ditambah dengan *mug* dan *tumbler*. Khalayak sasaran yang telah membeli media utama akan diberikan pilihan untuk memilih *merchandise* yang telah ditentukan yaitu *notebook, mug,* atau *tumbler*.

Saat pemberian *notebook, mug,* atau *tumbler* berakhir, akan digantikan dengan pemberian *merchandise* berupa kaos dan kalender. Hal tersebut dilakukan karena berdekatan dengan pergantian tahun. Orang-orang akan membutuhkan kalender yang baru, selain itu juga orang-orang akan berkunjung ke rumah saudara-saudara untuk mengikuti acara tahun baru, dengan kemungkinan memakai kaos *merchandise* tersebut. Pembagian kaos dan kalender tersebut dilakukan secara acak, sama seperti cara pembagian *merchandise notebook, mug,* dan *tumbler*. Pembagian tersebut juga dilakukan hanya kepada 10 orang yang beruntung saja.

III.3 Konsep Visual

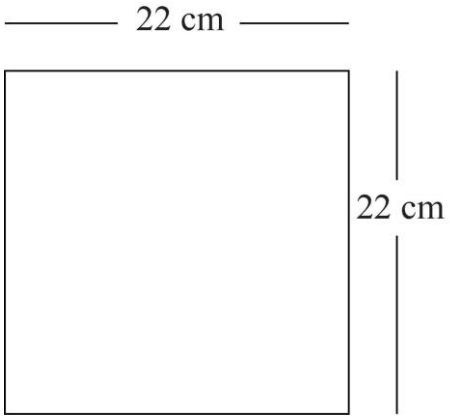
Konsep visual terdiri dari 2 kata yaitu konsep dan visual, sehingga dapat diartikan menurut KBBI (2008, 802, 1609) konsep adalah ide yang telah diaplikasikan ke dalam media sehingga dapat dilihat oleh indera penglihatan. Konsep visual dalam perancangan ini meliputi format desain, tata letak (*layout*), tipografi, ilustrasi, dan warna.

III.3.1 Format Desain

Format desain adalah bentuk atau ukuran dari suatu desain, pengertian desain dalam perancang ini adalah berupa media utama dan media pendukung.

a. Media Utama

   Media utama dalam perancangan ini berupa buku profil dari Nahum Situmorang. Format desain yang digunakan dalam perancangan ini adalah buku dengan ukuran kustum (22 x 22 cm)



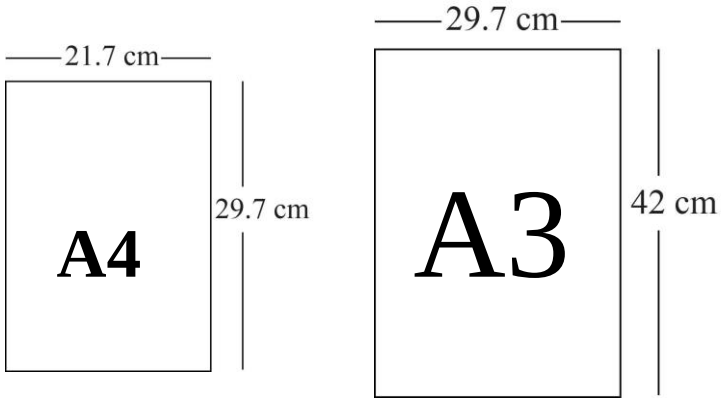
Gambar III.2 Format Media Utama
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

b. Media Pendukung

   Media pendukung pada perancangan ini berupa poster, x-banner, pembatas buku, *tote bag*, *mug*, *tumbler*, *note book*, *sticker*, kaos, dan kalender. Berikut format desain yang digunakan pada media pendukung tersebut :

a. Poster

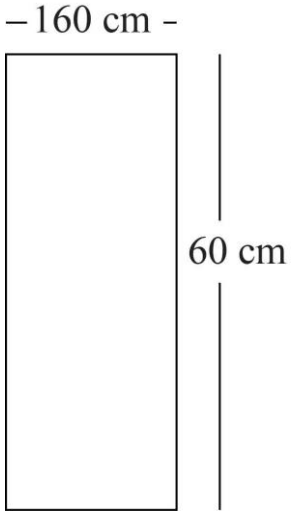
Pada perancangan ini menggunakan 2 ukuran poster yang berbeda yaitu ukuran A4 (21x29.7 cm) dan ukuran A3 (29.7x42 cm) dengan posisi *potrait.*



Gambar III.3 Format Media Pendukung I
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

b. *X-Banner*

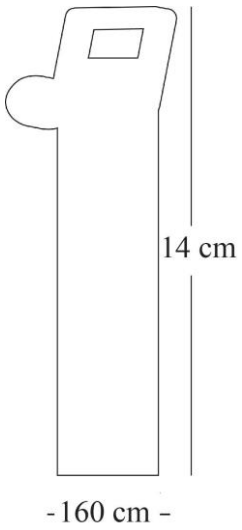
X-banner pada perancangan ini ada 2 dengan menggunakan ukuran yang sama yaitu 160 x 60 cm dengan posisi *potrait.*



Gambar III.4 Format Media Pendukung II
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

c. Pembatas Buku

Pembatas buku pada perancangan ini menggunakan ukuran kustom disesuaikan dengan media utama yaitu 14 x 5 cm dengan posisi *potrait*



Gambar III.5 Format Media Pendukung III
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

d. *Sticker*

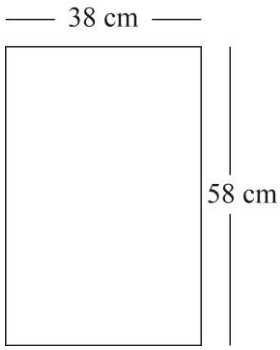
Format desain yang digunakan pada perancangan ini memili 2 ukuran yaitu lingkaran dengan diameter 8 cm dan *cutting sticker* ukuran 3.5 x 10 cm



Gambar III.6 Format Media Pendukung IV
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

e. Kalender

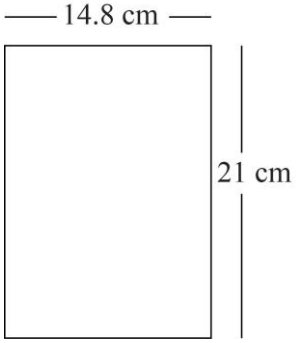
Kalender pada perancangan ini menggunakan format desain dengan ukuran 38x58 cm posisi *potrait*.



Gambar III.7 Format Media Pendukung V
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

f. *Notebook*

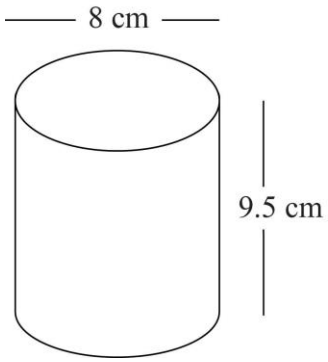
Notebook pada perancangan ini menggunakan ukuran A5 yaitu 14,8 x 21 cm posisi *potrait*.



Gambar III.8 Format Media Pendukung VI
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

g. *Mug*

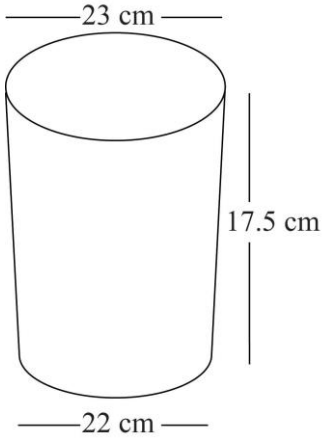
Mug pada perancangan ini memiliki tinggi 9.5 cm dan diameter 8 cm



Gambar III.9 Format Media Pendukung VII
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

h. *Tumbler*

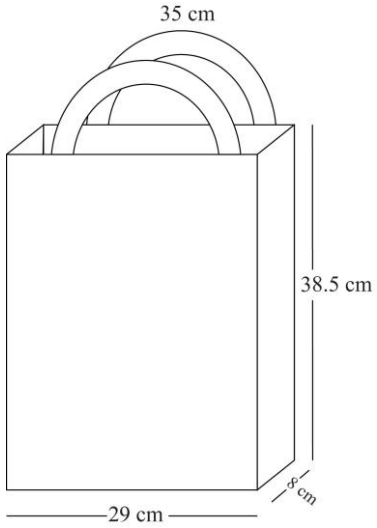
Tumbler pada perancangan ini memili bentuk silinder yang ukurannya diameternya mengecil ke bawah. Tinggi dari media ini yaitu 17.5 cm dengan diameter atas 23 cm dan diameter bawah 22 cm



Gambar III.10 Format Media Pendukung VIII
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

i. *Totebag*

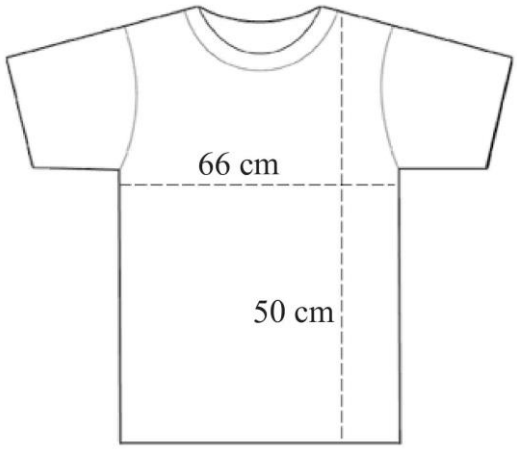
Totebag pada perancangan ini memili bentuk kubus dengan panjang alas 29 cm, lebar alas 8 cm dan tinggi 38.5 cm, sedangkan ukuran tali yang terdapat di kedua sisi media ini memiliki panjang 35 cm.



Gambar III.11 Format Media Pendukung IX
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

j. Kaos

Kaos pada perancangan ini menggunakan ukuran M yaitu dengan panjang 66 cm dan lebar 50 cm.



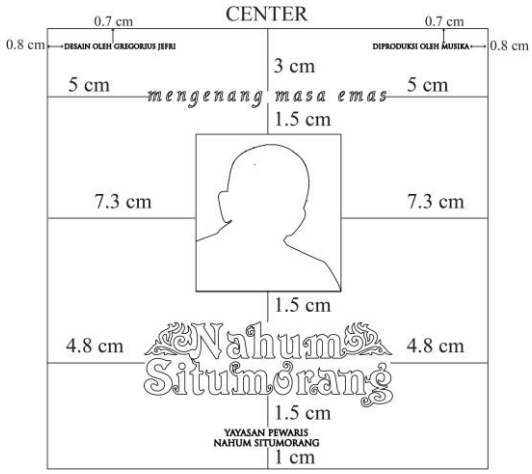
Gambar III.12 Format Media Pendukung X
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

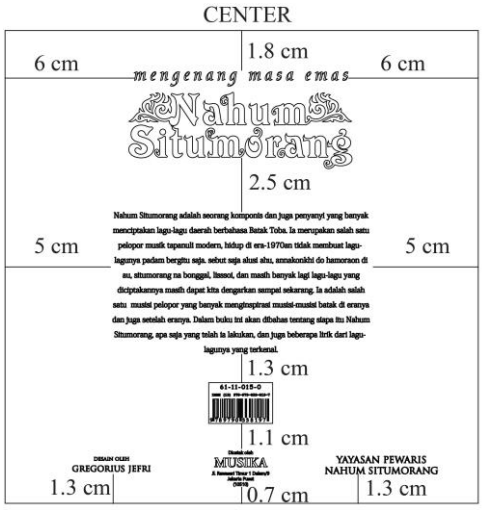
Tata letak adalah cara pengambilan posisi konten-konten pada bidang kertas, yang dimaksud dalam perancangan ini adalah buku profil tentang Nahum Situmorang. Tata letak pada perancangan ini meliputi *margin*, *grid*, dan *size*

a. Media Utama

Pada media utama *layout* yang dipakai pada bagian halaman adalah *layout* tengah dengan *margin* pada sisi kanan lebih besar dibandingkan sisi sebelah kiri, sehingga bagian pada halaman 1 dan halaman 2 memiliki jarak yang dekat dibandingkan bagian luarnya, dan juga menggunakan *copy heavy layout* yang terkonsentrasi pada *copy writting* / *layout* nya didominasi oleh teks. Berikut adalah beberapa *layout* yang ada pada media utama dalam perancangan ini.

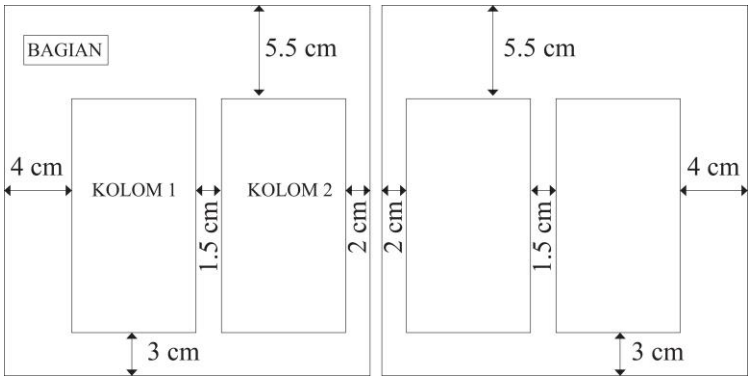


Gambar III.13 Format *Layout Cover* Depan
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)



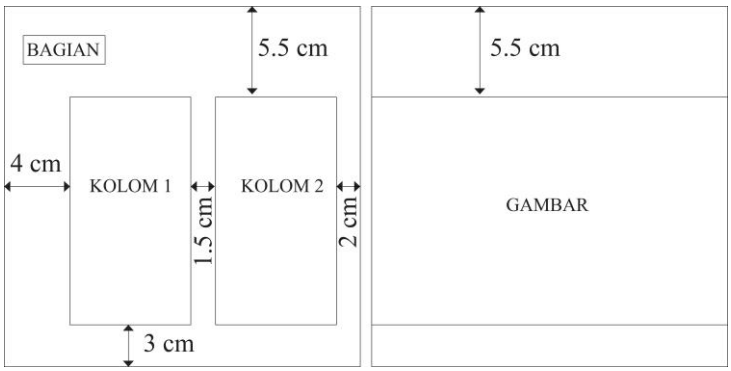
Gambar III.14 Format *Layout Cover* Belakang
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

Format *layout* yang terdapat pada *cover* depan dan belakang adalah format *center* dengan seluruh elemen yang ada pada *cover* tersebut di posisikan di tengah buku. Selain itu juga pada bagian *cover*, *layout* yang digunakan menggunakan *copy-heavy layout*, yang terkonsentrasi pada *copywritting* dan juga didominasi oleh teks.



Gambar III.15 Format *Layout* 1
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

Format *layout* 1 digunakan pada banyak halaman yang terdapat dalam media utama perancangan ini, dengan jarak *margin* bagian dalam pada halaman lebih kecil dibandingkan jarak *margin* bagian luar pada halaman. Hal tersebut bertujuan untuk membuat bagian tengah buku menjadi titik *center* pada 2 halaman yaitu halaman kiri dan halaman kanan yang terdapat pada media utama ini. Format *layout* ini digunakan pada semua halaman yang terdapat pada bagian lagu-lagu ciptaan Nahum Situmorang.



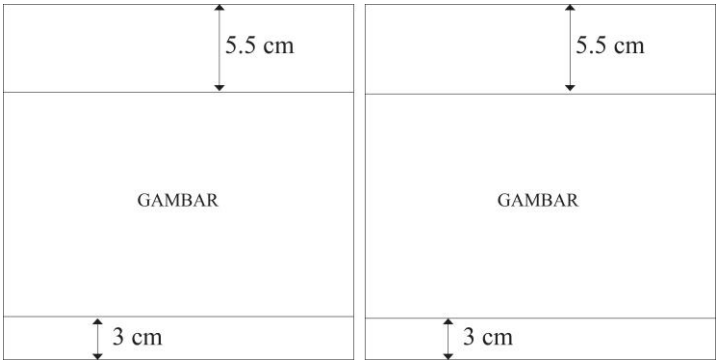
Gambar III.16 Format *Layout* 2
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

Format *layout* 2 digunakan pada beberapa halaman yang halaman kanannya merupakan sebuah gambar, dengan gambar tersebut memiliki *margin* atas yang sama dengan halaman sebelumnya yaitu 5.5 cm, dan *margin* bawah 3 cm, sedangkan *margin* kiri dan kanan tidak digunakan pada halaman yang memuat gambar.



Gambar III.17 Format *Layout* 3
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

Format *layout* 3 digunakan pada beberapa halaman yang halaman kiri dan kanannya merupakan sebuah gambar. Gambar dibuat memenuhi halaman.



Gambar III.18 Format *Layout* 4
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

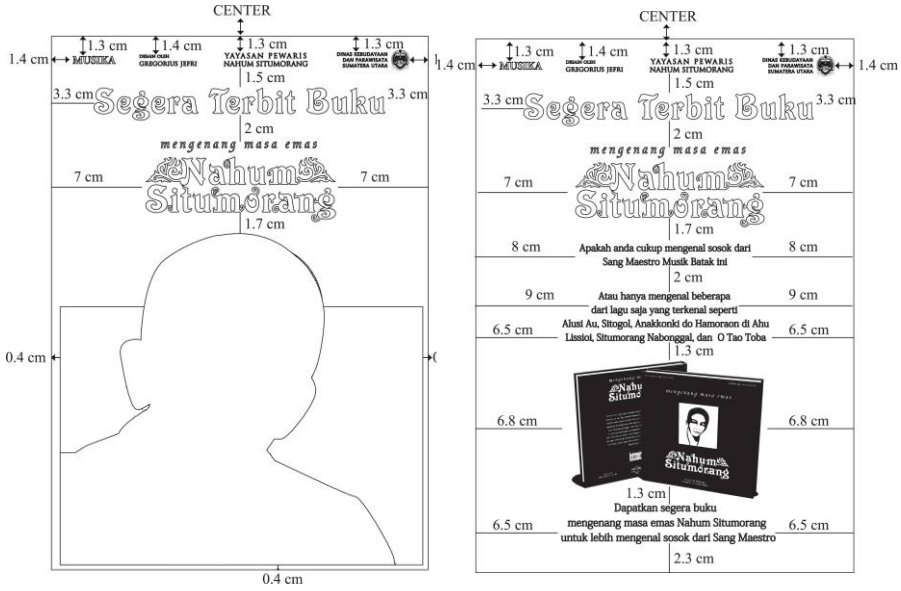
Format *layout* 4 digunakan pada beberapa halaman yang halaman kiri dan kanannya merupakan sebuah gambar. Gambar dengan *margin* atas 5.5 cm dan *margin* bawah 3 cm, sedangkan margin kanan dan kiri tidak digunakan pada halaman ini.

b. Media Pendukung

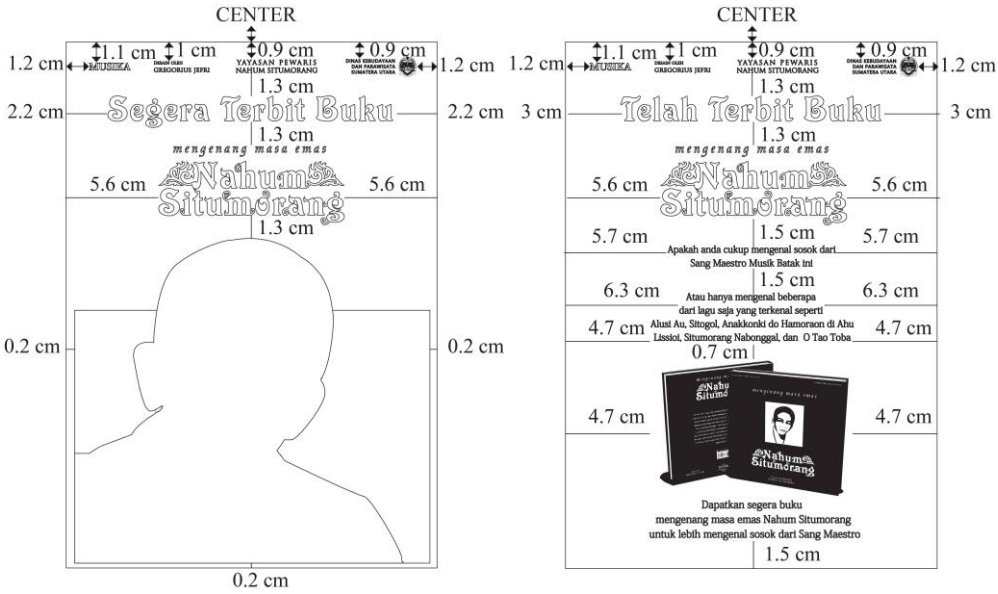
Media pendukungMedia pendukung pada perancangan ini menggunakan *layout center*,dengan seluruh elemen berupa gambar visual dan juga teks diletaan di tengah pada masing-masing media.

a. Poster

Pada perancangan ini menggunakan 2 ukuran poster yang berbeda yaitu ukuran A4 (21x29.7 cm) dan ukuran A3 (29.7x42 cm) dengan posisi *potrait*. *Layout* yang digunakan sebagai berikut :



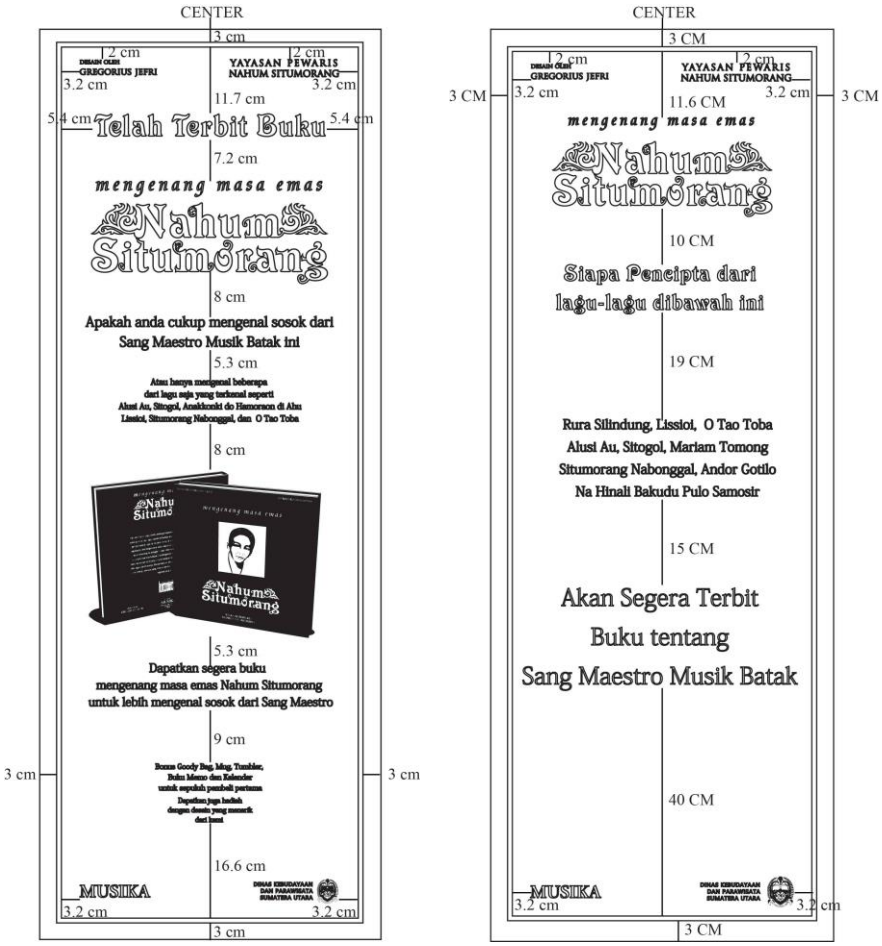
Gambar III.19 Format *Layout* Poster A3
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)



Gambar III.20 Format *Layout* Poster A4
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

b. *X-Banner*

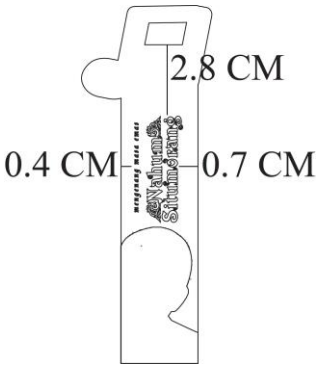
Pada perancangan terdapat 2 *x-banner* dengan desain yang berbeda, berikut adalah *layout* pada masing-masing *x-banner*



Gambar III.21 Format *Layout X-banner*
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

c. Pembatas buku

Pembatas buku pada perancangan ini menggunakan gambar illustrasi *potrait* dari Nahum Situmorang yang diletakan di sudut kiri bawah dengan posisi *potrait*, dan juga tulisan Nahum Situmorang yang diletakan dengan posisi *landscape.*



Gambar III.22 Format *Layout* Pembatas Buku
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

d. *Sticker*

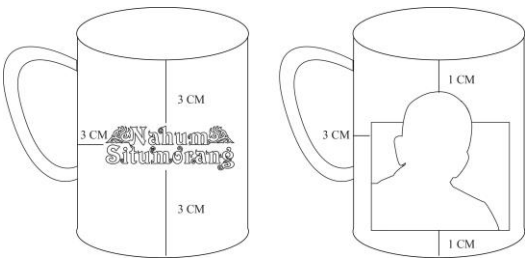
Sticker pada perancangan ini memiliki 2 macam yaitu *sticker chromo* dan *cutting sticker*, berikut *layout sticker* berbahan *chromo*



Gambar III.23 Format *Layout Sticker*
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

e. *Mug*

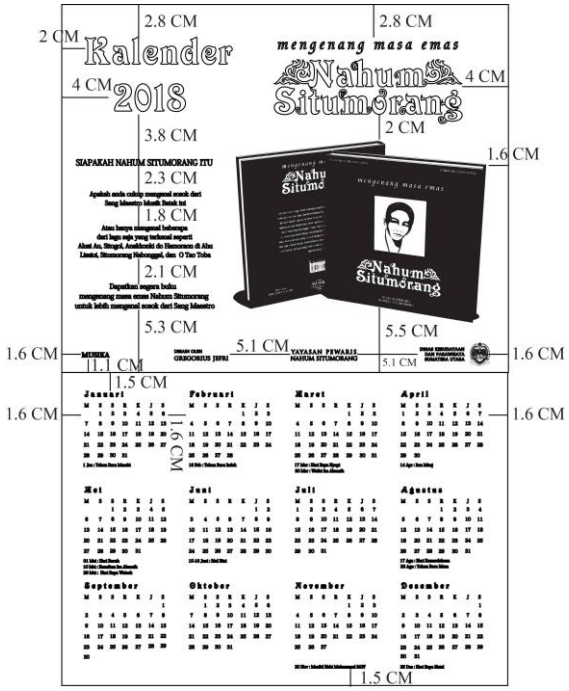
Mug pada perancangan ini memiliki 2 sisi gambar, yang diletakan secara *center*, berikut adalah *layout mug* pada perancangan ini:



Gambar III.24 Format *Layout Mug*
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

f. Kalender

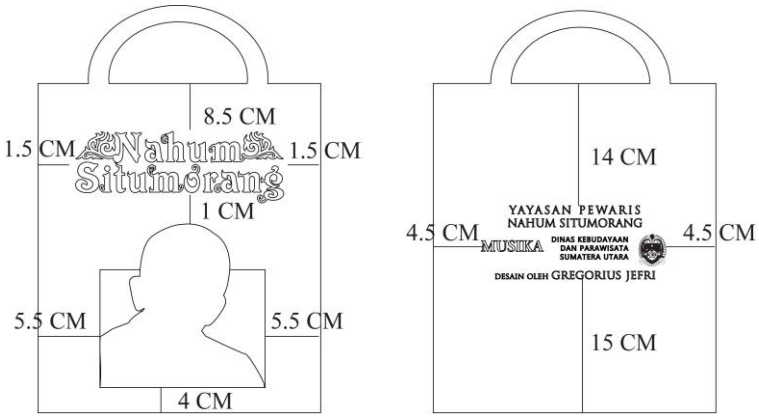
Kalender pada perancangan ini menggunakan *layout* sebagai berikut



Gambar III.25 Format *Layout* Kalender
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

g. *Totebag*

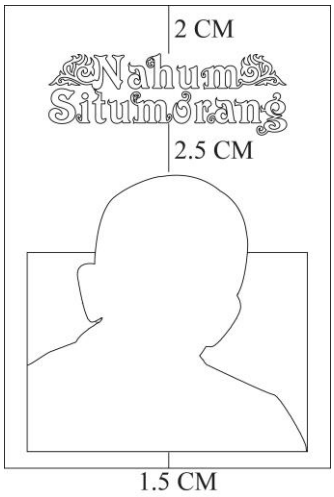
Totebag pada perancangan ini menggunakan *layout center*, yaitu dengan menempatkan gambar atau teks pada bagian tengah media, berikut adalah *layout* pada media *totebag*



Gambar III.26 Format *Layout Totebag*
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

h. *Notebook*

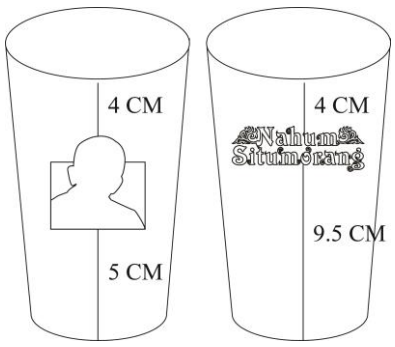
Notebook pada perancangan sama dengan *layout* yang ada pada media *totebag*, yaitu memakai *layout center*, dengan menempatkan gambar dan teks pada bagian tengah media.



Gambar III.27 Format *Layout Notebook*
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

i. *Tumbler*

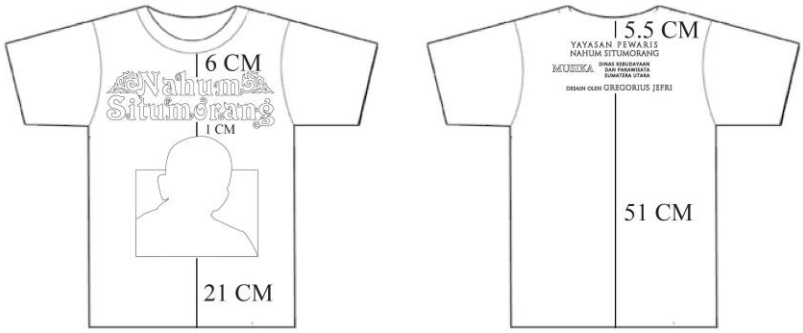
Tumbler pada perancangan ini menggunakan *layout* sebagai berikut



Gambar III.28 Format *Layout Tumbler*
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

j. Kaos

Kaos pada perancangan ini menggunakan *layout center* yaitu dengan menempatkan gambar dan teks pada bagian tengah media. Berikut adalah *layout* yang ada pada media kaos



Gambar III.29 Format *Layout* Kaos
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

III.3.3 Tipografi

Berdasarkan Sihombing (2001: 58) Tipografi merupakan salah satu representesi visual dari sebuah komunikasi verbal yang pokok dan efektif Tipografi yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

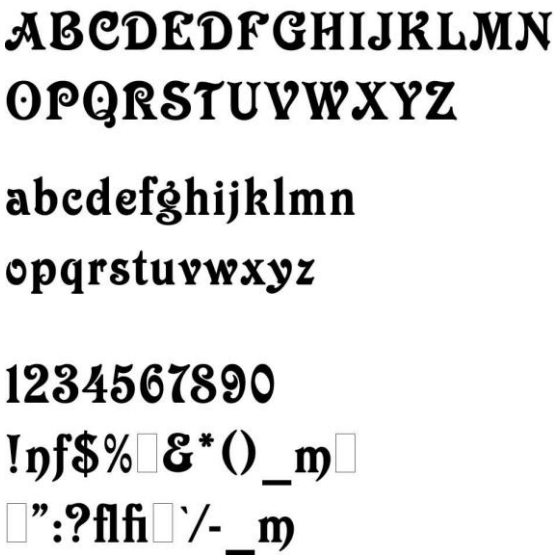
a. Victorian LET

   Font ini digunakan untuk menambahkan kesan Batak pada perancangan ini, dikarenakan font ini menyerupai Gorga, yaitu lukisan yang ada pada rumah tradisional Batak Toba.



Gambar III.30 Gorga
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

Font ini merupakan jenis ornamen atau dekoratif, dan ornamen pada font ini menyerupai ornamen gorga yang ujungnya seperti daun. Menurut Kusrianto (2004: 43) font dekoratif tidak cocok digunakan selain pada headline dikarenakan memiliki bentuk yang rumit sehingga membuat penggunaanya terbatas



Gambar III.31 *Font* Victorian Let

Desainer	:	Tidak diketahui
Asal	:	Tidak diketahui
Kategori	:	*Ornament fonts*
Gaya	:	*Plain*
Lisensi	:	Gratis untuk penggunaan pribadi
Akses	:	https://www.fontsmarket.com/font-details/victorian-let-plain:1.0

b. Custom font

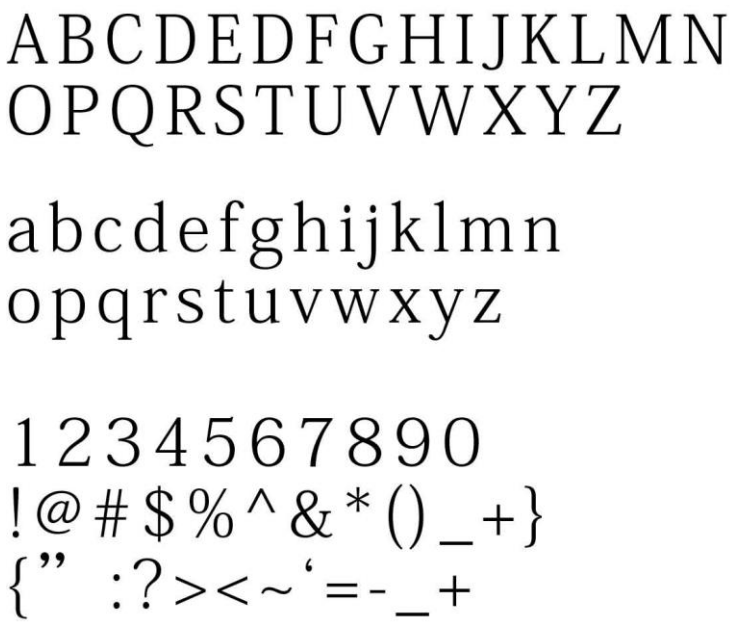
Font ini terdapat pada *headline copywritting* perancangan, dengan mengambil bentuk dasar dari font Victorian Let dengan dirubah agar kesan Batak yang didapat lebih besar.



Gambar III.32 *Font Custom*
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

c. Adobe Fangson Std R

Font ini digunakan sebagai isi dari konten. Dengan keterbacaan yang sangat jelas font ini sangat cocok untuk perancangan ini, selain itu juga font ini terkesan rapi namun tidak terlalu kaku.

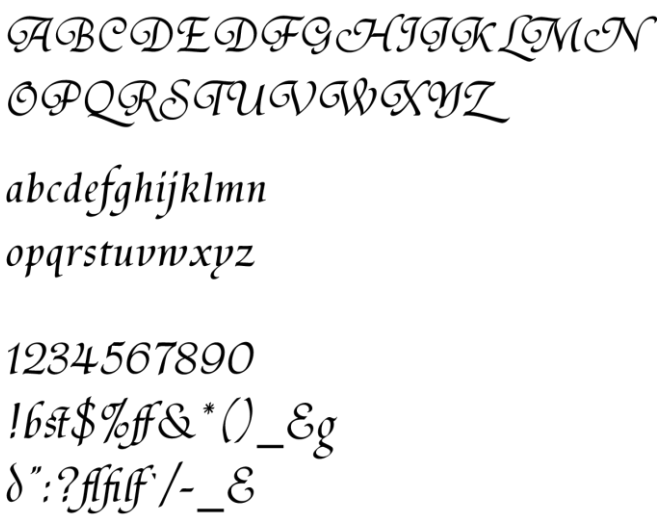


Gambar III.33 Font Adobe Fangson Std R

Desainer	:	Adobe Originals
Asal	:	United States of America
Keluarga	:	Fang Song
Gaya	:	*Regular Fonts*
Lisensi	:	Trademark of Beijing ZhingYi Electronics CO.,China Gratis untuk penggunaan pribadi
Akses	:	https://www.fontsmarket.com/font-details/adobe-fangsong-std-r

d. Tiranti Solit Let Plan

Font ini digunakan sebagai judul bab yang terdapat pada bagian *footer* dari perancangan. Font ini menyesuaikan dengan font Victorian Let.



Gambar III.34 Font Tiranti Solit Let Plan

Desainer	:	Tidak Diketahui
Asal	:	United States of America
Keluarga	:	Tiranti Solid Let
Kategori	:	*Ornament fonts*
Gaya	:	*Plain*
Lisensi	:	Esselte Letraset Ltd., 1990 Gratis untuk penggunaan pribadi
Akses	:	https://www.fontsmarket.com/font-details/tiranti-solid-let-plain:1.0

III.3.4 Ilustrasi

Illustrasi adalah suatu seni gambar yang menjelaskan atau memberikan pesan secara visual (Pujriyanto, 2015, 40). Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah berupa fotografi. Fotografi yang akan dimasukan ke dalam media perancangan adalah fotografi tempat-tempat yang berhubungan dengan Nahum Situmorang seperti makam Nahum Situmorang, beserta kedua orangtua Nahum,

rumah yang pernah didiami oleh Nahum Situmorang, dan juga acara adat pesta pernikahan Batak Toba yang sedang membawakan lagu Nahum Situmorang.



Gambar III.35 Illustrasi I
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

Illustrasi ini menggambarkan tentang makam Nahum Situmorang dimana yang dibahas pada bab ini adalah tentang hari-hari menjelang meninggalnya Nahum Situmorang sebagai seorang komponis asal Batak yang telah banyak berkarya dalam memajukan masyarakat Batak itu sendiri.



Gambar III.36 Illustrasi II
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

Illustrasi ini menggambarkan tentang nama jalan Nahum Situmorang yang berada di kabupaten Samosir, tepatnya di tempat strategis saat orang-orang berkumpul untuk melakukan aktivitas di pasar mingguan yang selalu buka di hari Jumat.

III.3.5 Warna

Warna merupakan elemen visual yang ada pada desain, yang dapat menyampaikan pesan yang berupa identitas dan citra, dapat digunakan sebagai penarik perhatian, dan juga mempengaruhi suasana hati (Anggraini S. dan Nathalia, 2014: 37). Pada perancangan ini warna lebih digunakan sebagai suatu identitas. Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah kombinasi dari warna merah, putih, dan hitam. Warna tersebut merupakan warna tradisional dari suku Batak Toba. Warna tersebut dapat kita temui di Gorga dan juga bendera tradisional suku Batak memiliki warna merah, hitam, dan putih. Warna kuning melambangkan masa emas yang terdapat pada *headline copywritting* dari perancangan ini



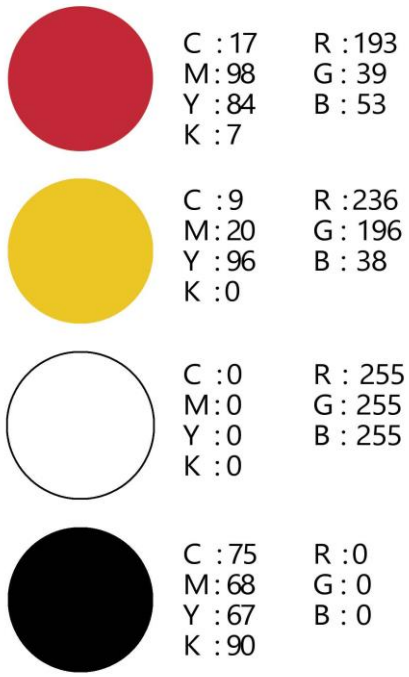
Gambar III.37 Bendera Tradisional Batak
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)

perancangan ini menggunakan 2 unsur atau sistem warna yaitu CMYK dan RGB. CMYK atau disebut dengan warna proses memiliki 3 warna dasar, yaitu *Cyan, Magenta, Yellow,* dan *Black*. Warna CMYK digunakan dalam proses cetak. RGB

disebut dengan warna pencahayaan yang biasa digunakan pada media elektronik seperti televisi, dan monitor. RGB memiliki 3 warna yaitu *Red, Green,* dan *Blue*. 3 warna tersebut dikombinasikan dan menciptakan warna putih, oleh karena itu warna RGB selalu lebih terang dibandingkan dengan CMYK. Kelemahan dari RGB adalah warna yang dihasilkan akan mengikuti kapasitas monitor yang dimiliki saat melihat warna tersebut.

Untuk kepentingan desain CMYK digunakan untuk mendesain sesuatu yang hasil akhirnya adalah berupa media cetak, sedangkan untuk warna RGB digunakan untuk hasil akhirnya adalah media layar monitor.

Berikut adalah palet warna yang digunakan pada perancangan ini :



Gambar III.38 Palet Warna
Sumber: Dokumen Pribadi (8 Agustus 2017)