BAB III

STRATEGI PERANCANGAN

Dalam melakukan perancangan media informasi buku ini dibutuhkan strategi perancangan, yang bertujuan untuk membantu menyusun sebuah strategi atau cara menyampaikan sebuah komunikasi dan informasi dalam media agar terlihat baik dan tersampaikan kepada *audiens.* Berikut tahapan strategi perancangan media;

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah sebuah target atau sasaran dalam sebuah kegiatan, dalam hal ini kegiatan mengkomunikasikan atau menginformasikan rumah tradisional Limas, mempelajari atau menganalisa tentang persepsi seseorang yang berkaitan dengan latar belakang, persepsi, sikap dan perilakunya merupakan salah satu cara untuk mencapai sebuah tujuan dalam berkomunikasi. Menurut Loudon dan Della (1993) yang dikutip oleh Kertamukti (2015) prilaku konsumen adalah sebuah proses yang terhubung dalam pengambilan keputusan, penilaian, mendapatkan, dan menggunakan atau mengabaikan barang dan jasa.

Setiap individu mempunyai sebuah karakteristik atau warna kepribadian tersendiri tiap-tiap individunya, memahami konsep pemikiran, latar belakang mereka. Dan faktor yang dapat mempengaruhinya merupakan salah satu cara untuk mencapai sebuah tujuan tersebut. Adapun cara untuk menentukannya dengan melihat tipe karakteristik target sasaran yaitu Geografis, Demografis dan Psikografis.

III.1.1 Segmentasi

A. Demografis

- Usia : Dewasa, 25 – 35 Tahun

Pemilihan tahap usia dewasa sendiri dikarenakan pada masa dewasa merupakan masa dimana sesorang menyesuaikan diri terhadap lingkungan kehidupan baru dan haparan atau pencapaian sosial yang baru, serta memainkan peran baru seperti bekeluarga, mengembangkan sikap dan nilai-nilai (Jahja, 2011). Dalam hal ini usia dewasa dapat menjadi sebuah perwakilan dalam membawa sebuah perubahan terhadap perubahan masalah sosial yang berkaitan dengan rumah Limas yang terabaikan akibat perubahan modernisasi dilingkungan masyarakat maksudnya

dalam hal ini di usia tahap dewasa tahap dimana memulai sebuah kehidupan berkeluarga yang nantinya informasi yang disajikan diharapkan dapat diterapkan sendiri pada keluarga mereka, baik itu nilai-nilai yang ada maupun ketika ingin membangun sebuah hunian rumah.

- Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Strategi perancangan media nantinya ditargetkan untuk semua kalangan. hal ini dikarenakan informasi yang diberikan nantinya memuat informasi yang bersifat umum untuk semua orang baik itu laki-laki maupun perempuan..

- Status sosial : menengah ke atas

Pemilihan status sosial menengah ke atas dikarenakan orang-orang yang memiliki status sosial seperti ini memiliki peluang dalam menerapkan informasi yang diterima. Seperti penerapan dalam pembangunan rumah atau membantu perawatan dan pelestarian rumah limas yang ada saat ini melalui sebuah investasi.

- Pendidikan : SMA dan Perguruan Tinggi

Orang-orang yang memiliki status sosial menengah keatas biasanya memiliki pendidikan yang cukup tinggi dan memiliki minat akan informasi serta untuk mendukung proses keilmuan baik itu bahan studi maupun penelitian.

B. Geografis

Target wilayah perancangan ini dikhusukan untuk wilayah Sumatera Selatan untuk memberikan informasi dan pengetahuan mengenai rumah Limas, yang merupakan rumah tradisional atau budaya lokal yang perlu untuk diinformasikan kepada masyarakatnya. Agar dapat memahami dan menjaga nilai yang ada dan juga diperuntuhkan untuk semua wilayah diluar Sumatera Selatan bagi yang membutuhkan informasi mengenai rumah limas.

C. Psikografis

1. Gaya Hidup

Memiliki gaya hidup modern yang mana, masyarakat ingin lebih memilih sesuatu yang baru, simple, dan praktis karena adanya perubahan lingkungan dan teknologi yang mengakibatkan kebudayaan lama ditinggalkan termasuk dalam pembangunan sebuah rumah atau bangunan.

2. Kepribadian

Memiliki pemikiran peduli akan lingkungan dan budaya serta memiliki keingintahuan tentang sejarah dan budaya. Serta memiliki hubungan sosial yang tinggi karena saat ini masyarakat lebih individualis dan tidak memperdulikan lingkungan sekitar.

III.1.2 *Costumer Insight*

Costumer insight adalah sebuah cara untuk melihat atau memahami sebuah emosi *audiens* dengan melihat aktifitas, kebiasaan, atau pola piker *audiens* itu sendiri. nantinya bertujuan untuk lebih memahami a*udiens* agar media informasi buku ini dapat diterima dengan baik. Adapun *Costumer Insight* yang ingin dibangun, yaitu; Masyarakat yang memiliki kehidupan modern, tetapi memiliki minat dan peduli kelestarian kebudayaan, terutama kelestarian Rumah Limas.

III.1.3 *Costumer Journey*

Costumer Journey adalah skema kegiatan yang sering dilakukan oleh target *audiens* sehari-hari untuk menentukan strategi media yang sesuai dengan *audiens.* Dalam hal ini kegiatan yang dilihat merupakan masyarakat Palembang yang memiliki status menengah keatas, yang biasanya bekerja sebagai wirausaha atau pekerja kantoran.

Waktu	Kegiatan	Tempat	*Point of Contact*
05.00 WIB	Bangun Tidur	Kamar tidur	Handphone, Jam dinding, bantal, Kasur, Lemari, tempat tidur,
05.30 WIB	Mandi	Kamar mandi	Sikat gigi, sabun, pasta gigi, wadah perlengkapan mandi, gayung, handuk
06.15 WIB	Sarapan / Ngopi	Ruang makan	Meja, kursi, Piring, gelas / mug, alat makan, Makanan (Pempek), botol cuka
06. 30 WIB	Bersiap beraktifitas	Ruang kamar	Meja, kursi, tas, lemari, baju, celana, tempat tidur

07.00 / 08.00 WIB	Berangkat beraktifitas (kantoran / wirausaha)	Jalanan umum	Mobil, motor, kendaraan umum, lampu jalan, halte, billboard, poster, spanduk.
08.00 / 08.30 WIB	Aktifitas / kerja	Ruang kerja / Meja kerja	Meja, kursi, handphone, tas, jam, perlengkapan nulis, buku catatan, mading, kalender.
12.15 WIB	Isoma (istirahat, sholat, makan)	Warung makan	Meja, kursi, makanan, poster, jam, handphone, stiker.
13.30 WIB	Kembali beraktifitas (kantoran / wirausaha)	Ruang kerja / Meja kerja	Meja, kursi, handphone, tas, jam, perlengkapan nulis, buku catatan, mading, kalender.
16.00 WIB	Selesai Beraktifitas /Pulang	Jalanan umum	Mobil, motor, kendaraan umum, lampu jalan, halte, billboard, poster, spanduk.
17. 00 WIB	Beristirahat / bersantai	Ruang tamu / Ruang depan	TV, kursi / sofa, meja, handphone, kalender, gelas / mug, jam,
17. 30	Mandi	Kamar mandi	Sikat gigi, sabun, pasta gigi, gayung, handuk, wadah perlengkapan mandi
18.15 WIB	Sholat	Ruang depan / kamar	Perlengkapan sholat, jam, kalender, meja, kursi
19.00 WIB	Bersantai/ mengisi waktu luang	Ruang depan / ruang tamu	TV, kursi / sofa, meja, bantal, handphone, kalender, jam, Handphone
22.00	Tidur	Ruang kamar	Jam dinding, bantal, Kasur, Lemari, tempat tidur

Tabel. III.1 Skema Kegiatan Target Audiens

Dari skema kegiatan diatas dapat dilihat bahwa aktifitas target sasaran memiliki kesibukan layaknya pekerja kantoran atau wirahusaha pada umumnya. Tetapi target sasaran banyak menghabiskan waktu mereka didalam ruangan seperti ditempat kerja maupun dirumah yang mana dapat dijadikan sebuah *point of contact* untuk strategi media.

III.2 Strategi Perancangan

Sebelum melakukan proses perancangan media, dibutuhkan sebuah perencanaan atau menyusun sebuah strategi perancangan yang bertujuan untuk menggali dan menyusun sebuah gagasan kreatif, ide, konsep, ataupun cara pendekatan kepada target sasaran dalam mengkomunikasikan informasi. Nantinya akan diaplikasikan kedalam sebuah peracangan media yang nantinya diharapkan dapat mencapai tujuan sebagaimana diharapkan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan yaitu untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat khususnya masyarakat lokal, mengenai rumah Limas yang memiliki nilai-nilai didalamnya yang dapat dipelajari dan dipahami. Serta untuk menjaga keutuhan nilai tersebut agar tidak hilang atau berubah karena kurangnya informasi mengenai hal tersebut.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam perancangan ini pendekatan komunikasi yang dilakukan menggunakan pendekatan verbal dan visual, agar nantinya informasi yang disajikan dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens.

III.2.2.1 Pendekatan Verbal

Tujuan dari perancangan ini sendiri untuk memberikan sebuah informasi kepada masyarakat Palembang mengenai rumah limas melalui media buku informasi. Dalam hal ini pendekatan verbal sangat berpengaruh dalam penyampaian informasi yang disajikan, oleh sebab itu pendekatan verbal yang dilakukan nantinya menggunakan 95 % bahasa Indonesia dan 5 % bahasa daerah. Penggunaan bahasa Indonesia sendiri karena merupakan bahasa Nasional yang setiap orang diberbagai

daerah mampu memahami dan mengerti Bahasa Indonesia serta penggunaan bahasa daerah yaitu Sumatera Selatan digunakaan untuk penggunaan kalimat atau bahasa daerah.

III.2.2.2 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang digunakan yaitu fotografi, yang mana nantinya dalam media perancangan terdapat foto-foto mengenai struktur bangunan rumah Limas baik itu secara *eksterior* maupun *interior*. Sebagai visualisasi dari narasi atau gambaran mengenai informasi yang disajikan, yang bertujuan agar nantinya pembaca dapat menikmati dan memahami sajian informasi yang ada didalam buku.

III.2.3 *Mandatory*

Buku ini nantinya bersifat profit dan diperuntukan untuk umum, yang nantinya akan disebarkan kepada toko buku ataupun perpustakaan buku. Dalam hal ini perancang akan bekerjasama kepada toko buku Karisma Palembang sebagai pihak terkait untuk mendukung proses produksi pembuatan buku ini. Toko buku ini berada dipusat kota Palembang yang berlokasi dipusat perbelanjaan Palembang, yaitu Palembang Trade Centre, Jalan R. Sukamto, 8 Ilir, Ilir Tim. II, Kota Palembang. Toko ini juga memiliki aneka ragam kategori buku dan lengkap sehingga sering ramai dikunjungi oleh masyarakat sekitar apalagi lokasinya yang berada dipusat perbelanjaan sehingga mudah untuk ditemukan.

- Logo Toko Buku Karisma Palembang

Gambar III.1 Gambar logo toko buku karisma
Sumber: https://tbkarisma.files.wordpress.com
(diakses pada 1 juli 2018)

Selain toko Buku Karisma perancang juga bekerjasama kepada pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, sebagai pihak kedua untuk memberikan dukungan izin dalam pembuatan buku yang menyangkut budaya Palembang.

- Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Palembang



Gambar III.2 Gambar Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Palembang

Sumber: http://2.bp.blogspot.com

(diakses pada 1 juli 2018)

III.2.4 Materi Pesan

Dalam buku informasi ini materi konten yang akan disajikan, yaitu;

- Informasi sekilas mengenai kota Palembang sebagai pendahuluan atau materi pengantar dalam buku, berupa pengenalan sejarah, budaya, maupun kehidupan masyarakatnya dijaman dahulu. Materi ini akan berkaitan dengan sejarah maupun nilai yang ada pada rumah limas
- Pengenalan mengenai rumah Limas, dalam hal ini materi pesan yang ingin disampaikan merupakan informasi dasar tentang rumah limas. Yaitu materi mengenai sejarah rumah, adat pembangunan, bagian struktur bangunan baik itu bagian luar maupun dalam rumah Limas, serta nilai-nilai yang terkandung didalamnya
- Kulturasi rumah limas, dalam hal ini, materi pesan yang akan disajikan terkait kulturasi atau budaya yang terkandung didalam rumah limas, dalam hal ini materi akan memuat dua budaya kebudayaan asing yang memiliki hubungan sejarah dengan Palembang sendiri serta kultrurasi budaya rumah Limas atau rumah lama yang ada disana.

III.2.5 Strategi Kreatif

Dalam proses perancangan dibutuhkan sebuah strategi kreatif yang bertujuan untuk membentuk sebuah pesan yang menarik perhatian target sasaran agar informasi atau tujuan utama perancangan dapat tersampaikan dan target sasaran memiliki minat

untuk mendapatkan informasi tersebut. Dengan menggali dan menyusun gagasan kreatif dan pesan utama, dalam hal ini perancangan yang dilakukan memiliki tujuan ingin menginformasikan sebuah khasanah budaya rumah Limas dengan memberikan sebuah aksen identitas kearifan lokal yaitu dengan merancang buku informasi yang didalamnya. Selain memuat informasi-informasi dan visual berupa foto sebagai narasi, terdapat juga ornamen berupa ukiran motif hias yang ada didalam rumah limas yang diaplikasikan pada *cover* dan *layout* buku.

III.2.5.1 Visualisasi

Selain informasi secara verbal, visualisasi yang ada juga terdapat foto-foto yang menjadi narasi dengan menunjukkan visual bentuk sturuktur rumah limas baik secara eksterior maupun interior dan beberapa ilustrasi visual lainnya seperti ornamen-ornamen yang diambil dari motif hias yang ada didalam rumah Limas. Serta pemilihan warna yang memberikan unsur lokal seperti warna emas yang sering digunakan dalam kesenian maupun budaya Palembang termasuk didalam rumah limas ukiran atau *furniture* rumah dicat berwarna emas.

III.2.5.2 Gaya Visual

Dalam rancangan visual yang dilakukan menggunakan visual fotografi arsitektur, seperti yang dikatakan Sugiarto (2006) foto arsitektur bukan sekedar foto sebuah bangunan melainkan juga bangunan yang berhubungan erat dengan lingkungan sekitar dengan mengkomunikasikan sebuah gambaran jelas dan tepat mengenai bangunan tersebut. Dalam foto Arsitektur ini memperhatikan komposisi foto atau tatahan objek didalam *frame* untuk menghasilkan sebuah dimensi atau nilai estetika foto dengan memainkan sudut pengambilan gambar (*angle*), kedalaman (*leading line*), pencahayaan, *framing*, dan memainkan *pattern*. Foto Arsitektur ini akan mengacu pada dua aspek objek foto yaitu foto *eksterior* yang bertujuan untuk memotret bagian keseluruhan luar bangunan dan foto *Interior* yang mengambil ruangan bagian dalam rumah, yang bertujuan untuk memberikan gambaran bentuk ruangan dan ragam hias yang ada didalamnya dengan mengikuti narasi materi pesan.



Gambar III.3 Contoh visual foto
Sumber: https://www.arsitag.com.jpg
(diakses pada 5 Agustus 2018)

III.2.5.3 *Copywriting*

Copywriting merupakan sebuah cara atau atau strategi dalam menulis atau menyusun kata dengan gaya bahasa yang dapat menarik perhatian sasaran. *Copywriting* biasnya digunakan dalam periklanan atau untuk mempromosikan jasa atau barang, dalam hal ini untuk mendukung kelancaran penyebaran media utama yang berupa buku maka dibutuhkan pemilihan kalimat yang bagus dan menarik.

- Judul "Khasanah Rumah Limas Palembang"

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), Khasanah mengandung arti sebuah kekayaan, kumpulan benda atau kebendaharaan. Pemilihan kalimat Khasanah sendiri bertujuan untuk mempersentasikan kekayaan nilai-nilai dan budaya yang ada didalam rumah Limas.

- "Kolaborasi Nilai Budaya"

Pemilihan kalimat ini sendiri dikarenakan rumah Limas memiliki selain memiliki nilai-nilai kearifan lokal. Rumah limas juga memiliki nilai-nilai lainnya yang berkolaborasi didalamnya berdasarkan sejarah kota Palembang yang panjang sehingga ada beberapa nilai-nilai yang bertambah.

III.2.6 Strategi Media

Strategi media merupakan sebuah tahapan dimana menentukan sebuah pilihan media yang tepat untuk mendukung proses komunikasi yang mampu mencapai target sasaran, penyampaian pesan, dan mampu berkomunikasi dengan target sasaran. Dalam hal ini pemilihan media yang dirancang mengacu pada efektifitas penyampaian informasi dan pesan kepada masyarakat. Adapun media yang digunakan sebagai berikut;

III.2.6.1 Media Utama

Media utama dalam perancangan ini menggunakan media cetak buku yang memuat informasi mengenai rumah Limas, buku merupakan kumpulan lembar halaman yang tersusun menjadi satu yang merukapan sebuah media penghubung antara suatu infotmasi dalam bentuk sebuah tullisan. Ada beberapa ragam jenis buku yang diklasifikasi berdasarkan dari kebutuhan masyarakat pembaca (*market signal*) dan ilmu dan pembelajaran (*scientific vision*).

Menurut Arifin & Kusrianto (2009) berikut adalah beberapa jenis buku yaitu;

1. Buku pelajaran, yaitu buku yang dapat digunakan dalam aktifitas belajar mengajar, buku disusun sesuai kebutuhan belajar dengan prinsip semua buku dapat digunakan sebagai bahan kajian pembelajaran.
2. Buku bacaan, yaitu buku sering digunakan sebagai bahan untuk bacaan saja, seperti legenda,cerita, novel, dan lainnya
3. Buku sumber atau referensi, yaitu buku yang dapat dijadikan sebagai media rujukan, refrensi dan sumber kajian ilmu tertentu biasanya berisi sebuah kajian ilmu.
4. Buku monograf, yaitu tulisan ilmiah dalam bentuk buku yang substansi pembahasannya hanya pada satu hal saja dalam suatu bidang ilmu.

Pemilihan media buku ini sendiri karena media buku dapat digunakan sebagai media dokumentasi sebuah informasi sebagai arsip informasi, yang dapat menjadi sebuah media rujukan atau referensi untuk keperluan pihak yang membutuhkan. Serta untuk menambah pustaka buku mengenai rumah Limas yang dapat dengan mudah untuk disalurkan kepada masyarakat.

III.2.6.2 Media Pendukung

Media pendukung bertujuan untuk mendukung penyebaran atau memberikan informasi mengenai media utama kepada target sasaran. Adapun media pendukung tersebut, yaitu;

1. Media Promosi

- *X- Banner*

  Media pendukung *X-Banner* digunakan sebagai media informasi dan promosi mengenai media utama buku, yang berisikan informasi mengenai buku tersebut.

- Poster

  Poster dapat digunakan sebagai media promosi atau iklan yang berisi gambar dan tulisan yang bertujuan sebagai ajakan kepada *audiens* untuk mendapatkan informasi mengenai media utama. Poster biasanya ditempel didinding atau fasilitas publik, dan nantinya juga poster berbentuk digital yang biasanya media penyebarannya melalui media sosial Intagram dan Facebook karena saat ini media sosial mampu menjangkau masyarakat yang sering menghabiskan waktu mereka disosial media.

- *Flyer*

  Flyer dapat digunakan untuk mempromosikan media utama dengan memberikan informasi menarik mengenai media utama seperti adanya potongan harga atau hadiah menarik (*merchandise*).

2. Media Pengingat

- Kalender Duduk

  Kalender digunakan sebagai media pengingat, penggunan kalender sendiri dikarenakan dekat dengan aktifitas audiens yang berada didalam ruangan, baik itu kantor atau rumah yang biasanya ada sebuah kalender. Karender ini sendiri berbentuk kalender duduk dengan memuat visual foto rumah limas pada setiap bulannya.

- Buku catatan (notebook)

  Pemilihan media ini sendiri dikarenakan dapat membantu audiens yang sering melakukan aktifitas kerja yang berkaitan dengan tulis menulis atau mencatat,

- Mug

  Mug digunakan sebagai *merchandise* sebagai media pengingat, penggunaan mug sendiri dipilih karena dapat digunakan oleh target sasaran yang sering didalam ruangan baik itu di kantor maupun dirumah yang dapat digunakan sendiri maupun ketika ada tamu yang datang
- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci juga dijadikan sebagai *merchandise* sebagai media pengingat, yang mana gantungan kunci dibuat berbentuk rumah limas agar terlihat menarik dan terbuat dari bahan yang mirip seperti kayu
- Kaos

  Kaos dapat digunakan sebagai *merchandise* dan dapat menjadi media promosi berjalan, dengan menggunakan desain kaos yang semenarik mungkin.
- Bantal

  Pemilihan media ini sendiri digunakan karena memiliki kedekatan dalam kegiatan sehari-hari target sasaran yang mana dapat berfungsi ketia target dirumah atau ditempat kerja pada saat melakukan aktifitas istirahat.

III.2.6.2 Strategi Pemasaran dan distiribusi

Strategi perancangan buku ini akan dilaksanakan pada saat Asian Games yang dilakukan pada periode waktu bulan Agustus s/d September 2018. Hal ini dikarenakan Asian Games sendiri berlokasi di Palembang sebagai tuan rumah dan merupakan sebuah kesempatan perancang dalam mempromosikan dan memperkenalkan budaya rumah Limas. Nantinya proses pendistribusian akan dimulai dengan penyebaran media poster baik itu cetak maupun digital yang nantinya akan berisikan informasi mengenai kegiatan yang berhubungan dengan pendistribusian buku dan tahap pendistribusian akan berangkhir pada saat penutupan Asian Game pada bulan September yang merupakan puncak acara berada di minggu kedua bulan September.

Media	Waktu ASIAN GAMES 2018								Tempat
	Agustus				September				
	1	2	3	4	1	2	3	4	
Banner Poster									Media sosial Instagram & Facebook Halte Mading Jakabaring
Flyer Poster Banner Kaos									Masjid Agung Palembang Square Stadion Jakabaring Benteng Kuto Besak
Media Utama Note book G. Kunci Kalender									Toko buku Stadion Jakabaring Car free Day
Mug Media Utama Kalender G. Kunci									Stadion Jakabaring Toko buku

Tabel. III.2 Skema strategi pemasaran dan pendistribusian

Pada tahap proses pendistribusian media ini, selain mendistisribusikannya pada Karisma Toko Buku sebagai *partner* sekaligus penerbit buku, buku ini juga akan disebarkan dilokasi atau waktu tertentu disaat banyaknya target sasaran seperti acara *event*, pada saat *Car free day*, ataupun dilokasi yang ramai dijumpai masyarakat Palembang seperti di Banteng Kuto Besak, dengan membuka booth stand, hal ini dilakukan untuk menjangkau target sasaran yang lebih luas.

III.3 Konsep Visual

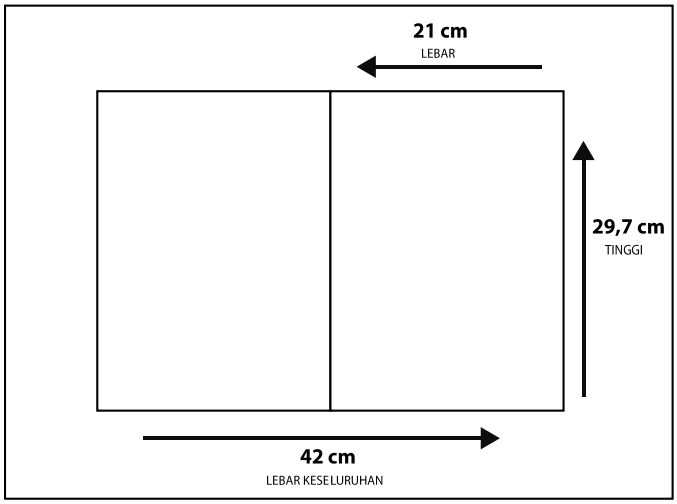
Konsep visual pada perancangan media utama yaitu dengan membuat desain buku yang menarik dengan tampilan buku dengan memberikan unsur kearifan lokal. Dengan memberikan ornamen hias yang diambil dari bentuk motif ukir yang ada

pada rumah Limas dengan penyajian informasi secara *verbal* dan *visual* berupa foto yang menjadi narasi *visual*.

III.3.1 Format Desain

Media yang digunakan merupakan buku Informasi dengan format buku, yaitu;

- Format buku Berbentuk *Portrait* dengan ukuran A4 (21x29,7 cm) dengan ukuran keseluruhan 42x 29,7 cm.
- Penggunaan jenis kertas yaitu *art paper* 150 gram.
- Pada bagian sampul menggunakan teknik jilid *Softcover* dengan cetak *foil* untuk menimbulkan *effect* emas pada elemen gambar *cover*.



Gambar III.4 Ukuran buku

Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

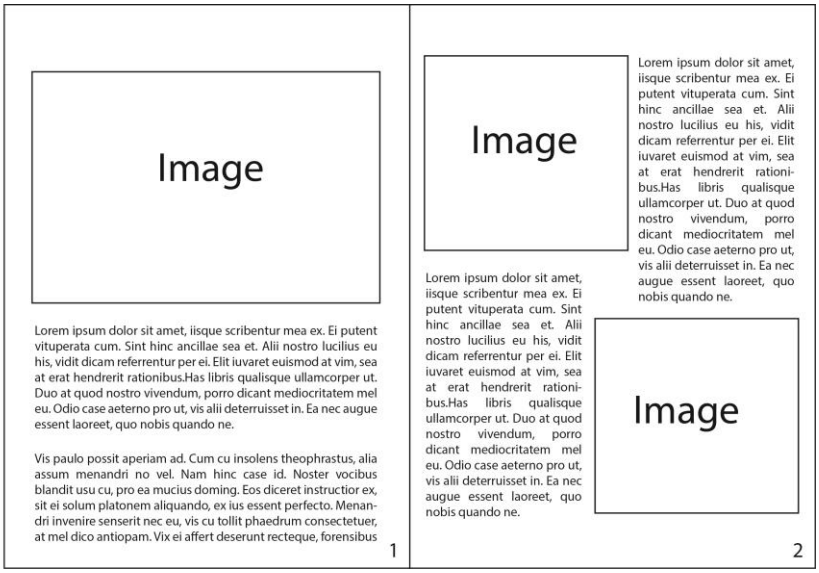
III.3.2 Tata Letak

Menurut Rustan (2014) *Layout* dapat dijabarkan sebagai tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media untuk mendukung konsep atau pesan. Adapun prinsip dasar *layout* yaitu;

1. *Sequence* (urutan) yaitu, urutan perhatian atau urutan arah baca, yang mana mengurutkan dari yang harus dibaca pertama sampai yang dibaca belakangan, hal ini untuk membantu pembaca mempermudah menangkap pesan.

2. *Emphasis* (penekanan) yaitu, memberikan sebuah penekanan tertentu dengan memainkan ukuran, warna, bentuk (*style*) ataupun posisi yang menarik perhatian.
3. *Balance* (keseimbangan) yaitu mengatur keseimbangan dengan cara mengatur pembagian berat yang merata pada suatu bidang *layout*, ada dua macam keseimbangan layout, kesembangan simetris (*symmetrical balance*) dan keseimbangan tidak simetris (*informal balance*).
4. *Unity* (kesatuan) yaitu, menciptakan kesatuan dan keselarasan elemen-elemen desain secara keseluruhan.

Konsep tata letak pada halaman buku dirancang simple dengan memperhatikan alur baca yang baik, serta memperhatikan tata letak gambar dan huruf dengan menggunakan dua kolom untuk membuat konten tersusun rapi dan bagus untuk dibaca, dengan menambahkan ornamen berupa motif hias sebagai penambah unsur nilai budayanya.



Gambar III.5 Ilustrasi *layout emphasis* dan *balance*

Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

III.3.3 Typografi

Dalam ilmu bahasa t*ypografi* adalah ilmu yang belajar tentang penyusunan kata-kata dalam bentuk dan urutan yang tepat, seperti huruf membentuk kata, kata membentuk kalimat yang terdiri dari subjek, predikat, objek. Sedangkan Menurut Kusrianto (2010) tifografi adalah seni dan teknik dalam merancang atau menata aksara yang berkaitan dengan menyusun sebuah publikasi visual baik cetak maupun non-cetak.

III.3.3.1 Judul (*Cover*)

Font untuk judul dari buku menggunakan *typeface* Perpetua berjenis serif, penggunaan font ini sendiri karena memiliki cocok untuk mewakili sebuah nilai traditional dan juga pada judul juga menggunakan font Blenda Script. Font Perpetua ini dibuat oleh Monotype, font ini memiliki biaya lisensi untuk penggunaan komersil dihitung perperusahaan atau jumlah pekerjaan untuk pemakaian font. Tetapi untuk dalam bidang akademis font ini dibebaskan asalkan tidak untuk disebarluaskan.

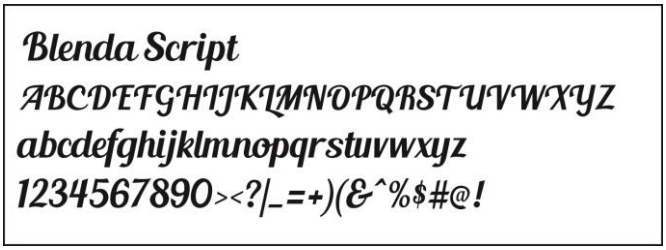


Gambar III.6 Font pertetua

Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

III.3.3.2 *Headline*

Font Blenda Script berjenis script digunakan sebagai *typeface* untuk bagian headline, karena mewakili unsur nilai yang ada didalamnya seperti motif hias dan tekesan elegan. Walaupun memiliki bentuk script font ini sendiri memilik keterebacaan yang cukup jelas jika dijadkan headline. Font ini dibuat oleh Seniors Studio dengan Lisensi gratis untuk pemakaian pribadi untuk akademis maupun komersil.

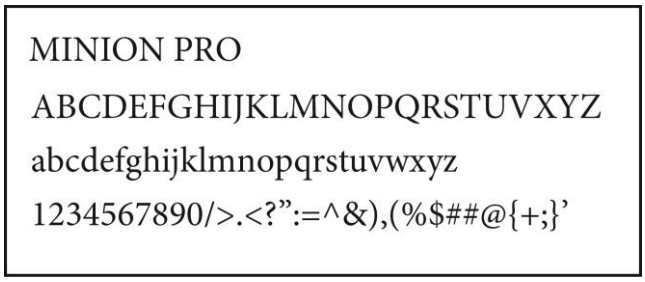


Gambar III.7 Font untuk *headline*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.3.2 *Bodytext*

Pada *bodytext* pengguaan font yang digunakan yaitu font Minion pro, berjenis serif, pemilihan huruf ini sendiri ingin menampilkan kesan *vintage* karena huruf yang mirip seperti huruf mesin ketik jaman dahulu. selain itu font ini juga cocok dijadikan sebagai pada *bodytext* yang megutamakan nilai keterbacaan font ini dibuat oleh Adobe Corporate, yang berlisensi penggunaan bebas biaya untuk kepentingan akademis maupun komersil.



Gambar III.8 Font minion pro

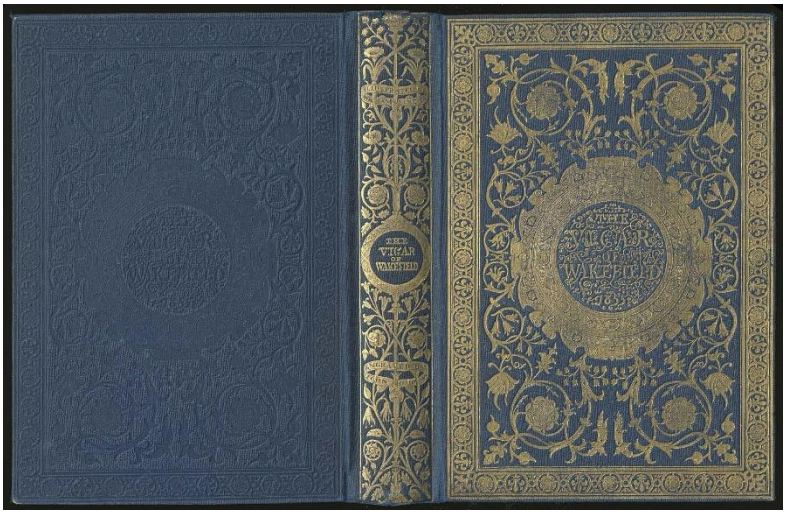
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Menurut KBBI Ilustrasi adalah gambaran yang digunakan untuk memvisualkan sebuah narasi atau tulisan untuk memperjelas isi buku atau karangan. Dapat berupa gambar, foto, desain. Pada buku ini menggunakan ilustrasi pada cover menggunakan gambar berupa ornamen dekoratif dan foto sebagai narasi materi buku.

III.3.4.1 Ilustrasi *Cover*

Pada *Cover* buku ilustrasi yang digunakan berupa penggunaan ornamen hias dekoratif yang diambil dari motif hias yang ada pada rumah Limas. Penggunaan ornamen dekoratif ini sendiri ingin menampilkan kesan kearifan lokal dengan bentuk ornamen berupa tumbuhan. Ornamen pada *cover* buku terinspirasi dari bentuk *heritage cover book*, hal ini untuk menambahkan sebuah kesan sebuah kebudayaan.



Gambar III.9 Contoh referensi *cover* buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.4.2 Ilustrasi Foto

Pada perancangan buku ilustrasi yang digunakan berupa foto dengan menggunakan gaya foto arsitektur dengan mengikuti *storyline* materi pesan. Foto merupakan sebuah media dalam beriklan mengenai produk atau jasa yang memiliki tujuan untuk menyampaikan sebuah pesan, dalam foto juga harus produktif, komunikatif dan menghasilkan respon (Fitriah, 2018).

Sedangkan arsitektur merupakan objek foto yang mengandung aspek sejarah atau wisata. Foto arsitektur pada dasarnya mencakup dua bagian yaitu arsitektur luar *(eksterior)* dan arsitektur bagian dalam *(interior)* dengan memainkan berbagai sudut pandang, keunikan dan detail sebuah bangunan dapat memberikan sebuah kesan pada foto (Sugiarto, 2016). Dengan memperhatikan komposisi atau teknik dalam fotografi lainnya yang nantinya diharapkan foto yang dihasilkan dapat

menjadi sebuah narasi visual dalam buku. Pada foto nantinya juga mengikuti *storyline* sesuai dengan materi pesan yang akan disusun empat bagian yang saling berhubungan yaitu menceritakan Palembang dan kehidupan masyarakat pesisir sungai, menceritakan tentang rumah limas dan struktur bangunan yang dibuat mengadaptasi alam dan nilai-niali lainnya, motif hias rumah Limas, dan sebuah kolaborasi budaya yang terkandung didalamnya.



Gambar III.10 Referensi foto salah satu bagian didalam rumah (*interior*)
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018).



Gambar III. 11 Referensi foto arsitektur bagian luar (*eksterior*)
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Dalam pengambilan foto diatas teknik pengambilan gambar menggunakan teknik *Rules of Third* untuk mengatur atau membagi *frame* foto agar komposisi objek foto

agar terlihat seimbang (balance). Dengan pengambilan foto lebar (*wide*) untuk menampilkan keseluruhan ruang terlihat luas, serta menentukan angle shoot untuk menimbulkan sebuah effect. Pada kedua foto ini angle yang digunakan low angle yang dapat menimbulkan kesan megah dan lebih dominan.

III.3.5 Warna

III.3.5.1 Warna Emas

Emas
#fdd600
R:3253 G:214 B:0
C:1% M:13% Y:100% K:0%

Pemilihan warna emas sendiri mengikuti dari warna identitas dari Palembang dimasa lalu, yang dimana warna ini banyak diaplikasikan didalam budaya yang ada dikota Palembang. Salah satunya rumah Limas yang digunakan pada ornamen-ornamen penghias didalam rumah, yang memilki makna sebuah keagungan dan kesejahteraan

III.3.5.2 Warna Hijau Lumut



Hijau Lumut
#224932
R:34 G:73 B:50
C:81% M:45% Y:81% K:48%

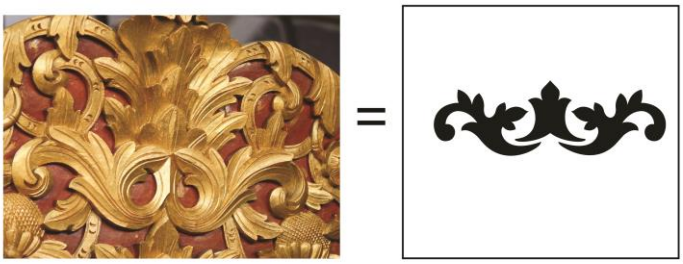
Pemilihan warna hijau lumut bertujuan untuk memberikan unsur identitas rumah Limas, yang mengandung konsep keharmonisan dengan alam serta membangun sebuah makna kenyamanan.

III.3.6 Studi Visual

III.3.6.1 Ornamen Pendukung

Untuk menambahkan nilai identitas lokal media utama, penulis menambahkan beberapa unsur ornamen atau motif hias dari rumah limas yang di buat ulang dan

disederhanakan dalam bentuk *vector* dengan menggunakan teknik *tracing*. Ornamen pendukung ini nantinya akan dimasukan kedalam buku seperti pada bagian *cover* dan halaman, motif hias yang dipilih merupakan motif hias tumbuhan yang menjadi ciri khas dari motif hias Palembang. Berikut beberapa contoh ukiran motif hias yang digunakan.



Gambar III.12 Motif ukir tumbuhan

Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.13 Motif ukir kelopak bunga

Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III. 14 Motif ukir tumbuhan dua

Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)