BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

Pada bab ini akan mengurai khalayak sasaran, strategi perancangan, konsep visual sebagai sebuah landasan dalam membuat karya desain prosedur keselamtan penelusuran gua dengan media buku foto. Khalayak sasaran merupakan salah satu hal yang penting dalam proses perancangan suatu karya. Sebelum menentukan media apa yang akan digunakan untuk menginformasikan suatu pesan, perlu dilihat seperti apa khalayak yang akan menjadi sasaran perancangan, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh sasaran yang diinginkan.

3.1 Khalayak Sasaran

- **Demografis**
  - Sasaran : Remaja Akhir
  - Usia : 18 – 21 tahun
  - Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
  - Pendidikan : Perguruan Tinggi
  - Pekerjaan : Pelajar Mahasiswa

  Menurut Kartono (1990), kategori remaja akhir mempunyai rentang usia 18 hingga 21 tahun. Remaja akhir dipilih karena pada masa awal mengikuti pendidikan cendrung keingintahuan terhadap hal-hal baru sangat tinggi sehingga diharapkan pesan yang disampaikan dapat diterima secara baik.

- **Geografis**

  Khalayak yang menjadi sasaran perancangan informasi ini ialah remaja akhir yang berdomisili di Jawa Barat. Hal ini dikarenakan khalayak yang berada pada wilayah geografis tersebut memiliki potensi yang sangat bagus, sebab Jawa Barat sendiri memiliki kawasan karst yang besar maka akan lebih mudah untuk diberikan informasi yang diinginkan.

- **Psikografis**

  Menurut Sumarwan (2001), psikografis adalah suatu alat untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Remaja akhir akan cenderung

mencari tahu lebih lanjut mengenai informasi yang diterimanya agar informasi dapat dimengerti secara utuh, juga untuk mengetahui kebenaran informasi tersebut.

Pada masa remaja akhir ini, kondisi emosional seorang remaja sudah cenderung mantap dan stabil. Seorang remaja sudah bisa mengenal dirinya dan ingin hidup dengan pola hidup yang digariskan sendiri dengan keberanian (Kartono,1990). Seorang remaja memulai untuk memahami arah hidupnya dan menyadari tujuan hidupnya.

- ***Consumer Insight***

  Consumer insight adalah proses mencari info secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya (Maulana, 2009). Khalayak sasaran menuturkan keinginanya buku panduan langkah demi langkah sebelum melakukan penelusuran gua dengan cara materi yang di sampaikan sangat mudah dipahami dengan jelas dan tidak membosankan, buku penelusuran gua ditampilkan dalam bentuk buku foto atau ilustrasi dibandingkan jika hanya berbentuk teks atau tulisan saja.

- ***Consumer Journey***

  Diperlukan perencanaan yang baik agar penyampaian ide yang sudah ditampilkan dalam bentuk media dapat menjangkau sasaran yang tepat. Untuk itulah dibutuhkan daftar aktifitas dari khalayak sasaran yang dapat memberikan gambaran mengenai waktu yang digunakan khalayak sasaran untuk mengakses media tersebut dari mulai bangun tidur hingga tidur kembali.

  Tabel digunakan untuk menjelaskan poin-poin media yang disentuh dan dilihat oleh khalayak sasaran.

Tabel 3.1 Tabel *Consumer Insight*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

No.	**Waktu**	**Kegiatan**	**Lokasi**	***Point Of Contact***
1	05.00 WIB	Bangun Tidur	Kamar	Handphone
2	06.00 WIB	Mandi	Kamar mandi	Alat mandi
3	06.30 WIB	Bersiap menuju kampus	Kamar, Ruang Keluarga	**Poster, Stiker**
4	06.45 WIB	Berangkat ke kampus	Jalan, Kendaraan pribadi	**Gantungan kunci, poster**, Baliho, *Billboard*
5	07.00 WIB	Masuk kelas	Kampus	**Buku,** Handphone
6	10.00 WIB	Istirahat	Kantin	Handphone/ Internet, **Poster, tempat minum, T-shirt, *Patch***
7	11.00 WIB	Masuk Kelas	Kampus	**Buku, Note,** Handphone
8	15.00 WIB	Istirahat	Kantin	Handphone/ Internet, Poster, **Tempat minum, T-shirt, *Patch***
9	17.00 WIB	Pulang dari kampus	Jalan, Kendaraan pribadi	**Gantungan kunci, Tempat minum**, Baliho, **Stiker**, *Billboard*
10	18.00 WIB	Sampai di rumah	Kamar	Laptop, **Mouse pad**,Handphone, Internet, **Stiker**
11	18.30 WIB	Istirahat	Ruang keluarga, Kamar	Laptop, **Mouse pad**,Handphone, Internet, **Stiker**

3.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan tahap selanjutnya setelah menentukan khalayak sasaran dan agar informasi dapat diberikan secara efektif dan efisien. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus, sedangkan perancangan adalah proses atau perbuatan merancang. Dengan kata lain, strategi perancangan merupakan suatu rencana dalam membuat suatu rancangan yang akan disampaikan untuk memenuhi suatu sasaran khusus.

Pada perancangan informasi mengenai prosedur keselamatan penelusuran gua ini, digunakan buku foto sebagai media utamanya. Buku foto ini dibagi menjadi beberapa bagian, dari mulai pengenalan alat, persiapan perjalanan, hingga prosedur penelusuran gua. Perancangan ini mengambil berbagai shoot foto menarik dari ornament – ornament yang ada di dalam gua. Dengan buku foto dan ilustrasi ini, diharapkan khalayak mendapatkan informasi mengenai prosedur penelusuran gua.

Menurut Kusrini (2007), informasi merupakan data yang sudah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi orang yang menggunakannya. Hasil pengolahan data tersebut memiliki manfaat dalam pengambilan keputusan atau manfaat untuk mendukung sumber informasi. Informasi dapat disampaikan secara langsung kepada khalayak maupun melalui sebuah media yang berfungsi untuk membantu terjadinya proses komunikasi tersebut.

3.2.1 Tujuan Komunikasi

Komunikasi bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku (Nugroho,2004). Jadi komunikasi adalah upaya untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak. Tujuan komunikasi yang ingin dicapai dalam perancangan ini antara lain:

- Mengetahui tentang prosedur keselamatan penelusuran gua.
- Menyampaikan bertapa pentingnya memahami prosedur keselamatan sebelum memasuki gua.

3.2.2 Pendekatan Komunikasi

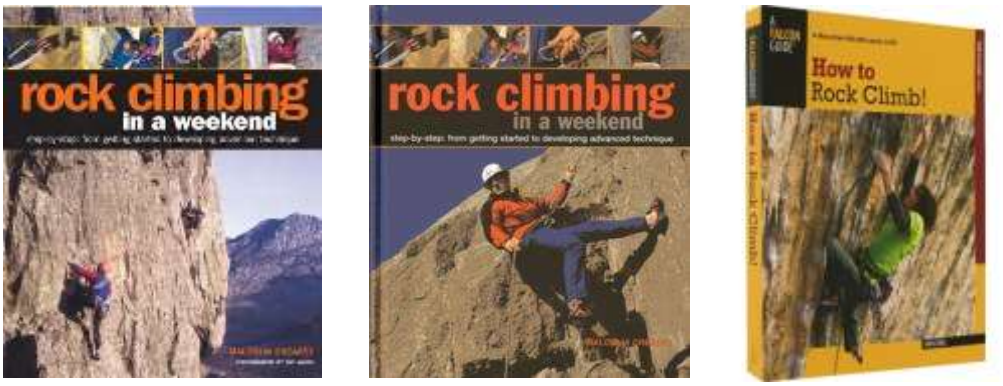
Menurut Effendy (2006), komunikasi ialah proses untuk penyampaian pesan kepada seseorang untuk memberi tahu atau informasi, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui sebuah media. Pendekatan komunikasi akan dilakukan melalui pendekatan verbal, dan visual.

- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan verbal yang digunakan dalam perancangan ini hanya menggunakan bahasa Indonesia, dengan bahasa yang cenderung baku, sesuai dengan bahasa yang sering digunakan oleh masyarakat. Informasi yang disampaikan berupa teks, dan foto agar tidak membosankan dan mudah untuk dipahami.

- **Pendekatan Visual**

  Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menampilkan sebuah buku foto. Fotografi sendiri berasal dari kata foto dan grafi yang masing-masing kata tersebut memiliki arti sebagai berikut: foto berarti cahaya dan grafi artinya menulis jadi arti fotografi secara adalah menulis dengan bantuan cahaya, atau lebih dikenal dengan menggambar dengan bantuan cahaya atau merekam gambar melalui media kamera dengan bantuan cahaya. *(*Amir Hamzah Sulaeman, 1981).



Gambar 3.1 E-Book Rock Climbing step-by-step
Sumber:https://www.backcountry.com/national-book-network-how-to-rockclimb-5th-edition

3.2.3 *Mandatory*

Mandatory dari perancangan informasi prosedur keselamatan penelusuran gua ini adalah Himpunan Kegiatan Speleologi Indonesia (HIKESPI). HIKESPI merupakan organisai tertua di Indonesia yang berkecimpung di kawasan gua atau speleology, Pendiri HIKESPI adalah Dr. Robby KT. Ko pada tahun 1983, beliau merupakan dokter spesialis kulit dan kelamin. Kecintaan terhadap alam tidak diragukan lagi, perjuangan untuk melestarikan kawasan gua di indonesia sangat panjang dan penuh dengan lika – liku dan hingga akhirnya beliau diakui oleh dunia khususnya indonesia sendiri sebagai bapak speleology.



Gambar 3.2 Logo Himpunan Kegiatan Speleologi Indonesia (HIKESPI)
Sumber: https://wiwipratiwimk.files.wordpress.com/2013/11/diktat-kdkl-pdf.pdf

3.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan adalah informasi mengenai prosedur keselamatan gua tentang pengenalan alat tahap – tahap mempersiapakan perjalanan, betapa pentingnya sebelum melakukan penelusuran gua memahami betul mengenai prosedur keselamatan agar terhindar dari bahaya dan dapat meminimalisir bahaya subjektiv dan objektif.

3.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak dan pembaca (Tarigan,1985). Pemilihan gaya bahasa yang efektif akan mempermudah penyampaian pesan yang akan diterima oleh khalayak sasaran. Gaya bahasa yang terdapat dalam media ini beberapa menggunakan majas personifikasi, yaitu gaya bahasa yang memberikan karakteristik atau sifat-sifat manusia kepada benda yang

tidak hidup, seolah benda tersebut bernyawa dan mempunyai sifat seperti manusia.

3.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai prosedur keselamatan penelusuran gua ini dengan menggunakan judul "Menelusuri Lorong Gelap, Panduan Dasar Penelusuran Gua". Judul tersebut dipilih dengan mengadaptasi dari kegiatan tersebut mengenai penelusuran gua. Dipilihnya judul diatas agar informasi mengenai kaitan prosedur keselamatan sebagai fokus permasalahan dapat tergambarkan sejak awal, mengingat tidak banyak dari khalayak sasaran yang mengetahui tentang prosedur keselamatan. Strategi kreatif yang akan ditampilkanpun pada buku ini adalah lebih mengutamakan tampilan gambar pada foto, baik dari sudut pengambilan gambar indoor maupun oudoor dengan menampilkan berbagai ornament – ornament gua sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Pengambilan foto akan dilakukan secara spontanitas atau tanpa adanya rekayasa menggunakan kamera digital yang dipasangkan dengan berbagai lensa, seperti lensa tele, lensa wide, dan lensa kit. Hal ini dikarenakan untuk menjangkau foto dari berbagai macam jarak fokus, pengambilan foto dilakukan saat berkegiatan didalam gua. kemudian foto ini menampilkan beberapa visual sesuai apa yang terjadi saat melakukan pemotretan. Setelah foto didapatkan, lalu foto diedit kedalam media komputer dengan menggunakan software *Adobe Photosop dan Adobe Lightroom 5* untuk mempertajam hasil gambar seperti warna, cahaya, dan kesan dalam foto yang akan di sampaikan kepada pembaca. Terdapat juga beberapa media pendukung untuk mendapatkan perhatian khalayak sasaran.

- ***Copywriting***

Menurut kamus Oxford, *copywriting* adalah penulisan teks yang bertujuan untuk membuat iklan ataupun pemasaran. *Copy* adalah konten yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran pada iklan yang pada akhirnya dapat khalayak untuk melakukan tindakan tertentu. *Headline* berguna sebagai Judul dari media informasi yang akan dibuat. Judul sangat berperan penting sebagai hal yang paling pertama dilihat dari sebuah media. Judul juga menjadi bagian dari *copywriting* agar target audiens dapat tertarik melanjutkan untuk mencari tahu dari pesan yang

disampaikan. Berdasarkan kesesuaian dari strategi kreatif, judul yang telah ditentukan adalah “Menelusuri Lorong Gelap, Panduan Dasar Penelusuran Gua”.

- ***Storyline***

  Storyline dari mulai pengenalan alat, persiapan perjalanan, hingga prosedur penelusuran gua. Agar rentetan materi dalam pennelusuran gua dapat disampaikan dengan secara baik dan lengkap.

- ***Storyboard***

  Setelah menentukan *storyline,* maka langkah selanjutnya adalah menggambarkan *layout* ke dalam buku gambar yang akan menjadi acuan sebelum menjadi bentuk visual akhir. Setiap adegan dalam *storyline* diubah menjadi satu atau lebih bentuk visual *storyboard,* sesuai dengan peristiwa yang sedang berlangsung.

3.2.7 Strategi Media

Berdasarkan karakteristik khalayak sasaran, analisa *consumer insight,* dan *consumer journney,* maka langkah selanjutnya adalah menentukan strategi media agar dapat mancapai sasaran yang diinginkan. Strategi media dimulai dengan menentukan media apa yang akan digunakan sebagai media utama, lalu dilanjutkan dengan memilih beberapa media pendukung. Media pendukung harus sesuai dengan berbagai aspek dari khalayak sasaran yang telah ditentukan sebelumnya.

- **Media Utama**

  Menurut KBBI, buku adalah lembar kertas yang berjilid yang berisi tulisan atau kosong. Selain itu media buku lebih efektif karena tidak membutuhkan media lain sebagai perantara, dan buku merupakan gudang ilmu yang dikenal oleh masyarakat luas dari berbagai kalangan. Dalam perancangan ini media utama yang akan dipakai adalah buku foto yang berisi informasi tentang prosedur keselamatan penelusuran gua. Pengemasan informasi tidak hanya menggunakan satu media saja, ada media pendukung yang menjadi pelengkap untuk memperkenalkan buku kepada masyarakat.

- **Media Pendukung**
  - Poster

    Poster berperan dalam tahapan *attention* karena fungsinya untuk menarik perhatian dari khalayak sasaran yang dituju. Kontennya terdiri atas gambaran mengenai visual ornament gua dan sedikit informasi yang terkait dengan buku foto tersebut. Jenis poster yang digunakan berupa poster cetak dan poster digital.

  - *X-Banner*

    X- Banner akan diletakkan dalam berbagai acara yang berfungsi untuk menarik perhatian khalayak sasaran untuk menjadi sebuah tanda keberadaan buku foto tentang prosedur keselamatan penelusuran gua. *X-Banner* juga akan berisi informasi mengenai situs resmi dan berbagai tautan untuk melihat buku foto tersebut.

  - *Patch / Enamel*

    Patch, emblem, atau juga enamel dapat digunakan sebagai aksesoris tambahan yang ditempel pada pakaian seperti jaket, tas, topi, dll. Bentuk patch nya adalah logo, dan foto gua dari buku prosedur keselamatan penelusuran gua.

  - Gantungan kunci akrilik

    Gantungan kunci diperoleh ketika persediaan buku masih tersedia. Media ini dapat digunakan pada barang yang berada didekat khalayak sasaran, seperti kunci lemari, tas, kunci rumah dan masih banyak lagi.

  - *Sticker*

    Sticker yang dipilih berjenis *vinyl* dan mempunyai beberapa varian bentuk, gambar, dan ukuran. Stiker inipun berfungsi sebagai media promosi yang akan ditempelkan dibeberapa tempat umum sekaligus sebagai merchandise gratis.

- Pembatas Buku

  Khalayak sasaran dari buku foto penelusuran gua ini adalah mahasiswa sehingga buku menjadi media yang tidak bisa lepas dari keseharian. Jadi pembatas buku dapat menjadi media pengingat yang baik. Pembatas buku ini berisi ilustrasi gua.

- *Tote Bag*

  Tote bag sangat berguna dalam keseharian mahasiswa sebagai khalayak sasaran buku foto ini. Terdapat foto Gua dan tyipografi di satu sisi *tote bag*.

- *Mouse Pad*

  Mouse pad berfungsi sebagai alas dari *mouse*, sebuah bagian dari perangkat komputer atau laptop. Seringnya khalayak sasaran dalam memakai komputer atau laptop dapat menjadikan *mouse pad* sebagai media pengingat yang efektif.

- *Botol Minum*

  Botol Minum berfungsi sebagai tempat untuk menyimpan air, sebuah bagian dari media pendukung yang di gunakan khalayak sehari hari.

- *T-Shirt*

  T-Shirt merupakan barang primer yang hampir setiap hari digunakan oleh khalayak sasaran. Setiap orang yang melihat akan tertuju pada kutipan judul buku yang berada di belakang *T-shirt*. Sedangkan bagian depan terdapat logo dari buku foto prosedur keselamatan penelusuran gua.

3.2.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi diperlukan dalam menjangkau khalayak sasaran melalui beberapa tahap yang akan dilaksanakan pada 20 Agustus 2018 sampai 30 Agustus 2018 kepada para pencinta alam di Kota Bandung. Penyebaran media utama dan pendukung kepada khalayak sasaran menggunakan metode AISAS sebagai

metode yang paling efektif dan banyak digunakan oleh media informasi atau kampanye lain.

Tabel 3.2 Tabel Distribusi Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Media	Waktu	Jalur Distribusi
Poster Digital (*Attention*)	1 Agustus 2018	Media Sosial
Poster Digital (*Interest*)	1 Agustus 2018	Media Sosial
Poster Cetak (*Interest*)	3 Agustus 2018	Lingkungan pencinta alam di Kota Bandung
Flyer Digital (*Search*)	1 Agustus 2018	Media Sosial
Flyer Cetak (*Search*)	3 Agustus 2018	Pencinta Alam di Kota Bandung
X-Banner (*Action*)	20 Agustus 2018	Acara pameran buku Foto
Banner (*Action*)	20 Agustus 2018	Acara pameran buku Foto
Merchandise (*Share*)	20 Agustus 2018	Acara pameran buku Foto

Metode AISAS dimulai dengan tahap *Attention* (Perhatian), *Interest* (Ketertarikan), *Search* (Pencarian), lalu ke tahap *Action* (Tindakan), dan terakhir tahap *Share* (Pembagian). Berikut adalah pembagain tahapan AISAS tersebut.

- *Attention*

  Pada tahap *attention*, khalayak sasaran disuguhkan poster digital berbagai macam foto tentang prosedur keselamatan penelusuran gua yang akan

diunggah ke berbagai media sosial. Dengan poster ini diharapkan khalayak sasaran menjadi penasaran akan prosedur keselamatan.

- *Interest*

  Pada tahap ini, media berupa poster digital dan cetak disebar dalam bentuk digital dan cetak ke berbagai pencinta alam yang ada di kota bandung dan media sosial. Informasi yang terdapat dalam media sudah lebih detail dibandingkan poster yang diunggah pada tahap *attention.*

- *Search*

  Agar informasi mengenai buku foto tentang prosedur keselamatan penelusuran gua yang berjudul "menelusuri lorong gelap, panduan dasar penelusuran gua" ini dapat diakses secara lengkap oleh khalayak sasaran, maka diperlukan sebuah informasi lebih lanjut berupa poster digital maupun cetak. Isi poster dalam tahap *search* ini menginformasikan mengenai etika penelusuran gua.

- *Action*

  Dalam tahap ini Ada sebuah *x-banner* yang menandakan acara pameran buku foto yang dilanjutkan oleh diskusi mengenai prosedur penelusuran gua. Terdapat pula *booth* yang berisikan berbagai *merchandise* yang dapat dibeli maupun gratis pada acara tersebut.

- *Share*

  Seusai menghadiri acara diskusi mengenai prosedur keselamatan, para pengunjung diminta untuk membagikan tautan *link* media sosial dari buku ini agar masyarakat dapat pula membaca buku tersebut secara gratis. Selain itu, pengunjung bisa mendapatkan berbagai *merchandise* gratis seperti *sticker* dan pembatas buku. Dijual pula beberapa *merchandise* lain seperti *totebag*, *t-shirt*, dan *patch*. Berbagai *merchandise* yang disediakan ini diharapkan dapat membuat khalayak ingat akan buku foto tersebut.

3.3 Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan buku foto ini adalah dengan menampilkan foto. Disertai dengan beberapa tipografi untuk menginformasikan tempat dimana yang sedang terjadi. foto dibuat menjadi beberapa lapisan yang berbeda warna untuk menambah detail foto tersebut. Sedangkan pemilihan warna yang berbeda untuk setiap lapisan layout dalam setiap foto mengambil dari tempat yang sebenarnya. Dari segi warna pun terinspirasi dari foto tersebut, namun dengan berbagai penyesuaian dari pendekatan komunikasi yang telah ditentukan sebelumnya.



Gambar 3.3 Contoh foto
Sumber: Dokumen pribadi

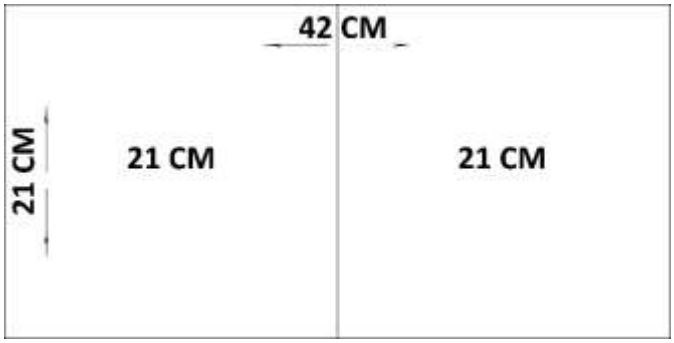
Jenis aliran foto dalam perancangan ini ialah aliran *still life photography*, s*till life photography* sendiri adalah menggambarkan subjek / benda mati, dan biasanya mengekspose sekelompok benda-benda yang saling berhubungan seperti menceritakan sesuatu Menurut R. Amien Nugroho (2011, h.115). Jenis fotografi ini, fotografer dapat mengatur posisi objek atau sekelompok objek, latar belakangnya dan mengatur pencahayaannya dengan bebas. *Still life* pun berfungsi sebagai alat untuk mengekspresikan emosional dari seorang fotografer. Dan bukan hannya s*till life photography* akan tetapi di gabungkan juga dengan adanya fotografi *Landscape Photography* , fotografi *Landscape Photography* adalah memfokuskan lensa kamera kepada objek pemandangan alam seperti pantai ataupun gunung.

3.3.1 Format Desain

Buku foto tentang prosedur keselamatan penelusuran gua ini berukuran 21 x 21 cm. ukuran disesuaikan dengan khalayak sasaran agar lebih praktis dan tidak terlalu besar dan kecil. Tujuanya agar dapat dibawa dengan mudah tanpa menghabiskan banyak ruang.

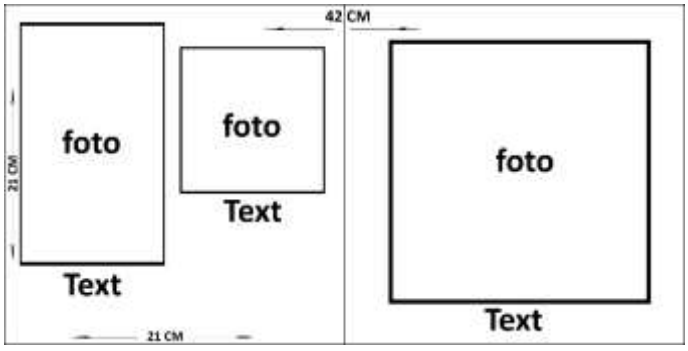
3.3.2 Tata Letak *(Layout)*

Layout dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep pesan yang dibawanya (Rustan,2008). Penentuan tata letak yang tepat dari suatu desain akan mempermudah khalayak dalam melihat informasi didalamnya dan juga memperindah desain tersebut.



Gambar 3.4 *Layout* buku apabila dibuka

Sumber: dokumen pribadi



Gambar 3.5 *Layout* isi buku

Sumber: dokumen pribadi

Layout pada diatas menunjukan dalam buku foto ini dimulai dari buku tampak di buka dan isi dalam buku, Lalu setelah itu turun ke ilustrasi dengan tipografi latar tempat sebagai informasi.

3.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan salah satu hal terpenting dalam perancangan suatu desain. Melalui tipografi dapat membantu visual dalam memberikan informasi mengenai setiap verbal yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Sihombing (2001), Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif.



Gambar 3.6 *Font Nexa Bold*
Sumber: https://www.fontfabric.com/nexa-free-font/

Font Nexa Bold digunakan dalam setiap kata didalam buku tersebut, dan pada logo buku foto prosedur keselamatan gua ini. Penempatan *font* ini dapat berubah sesuai dengan *layout* yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan *font* seperti ini membuat kesan kuat , elegan dan tegas.



Gambar 3.7 *Font Nexa Light*
Sumber: https://www.fontfabric.com/nexa-free-font/

Font Nexa Light menjadi satu satunya *font* yang berjenis *Light* dan digunakan dalam media utama sebagai pemberi keterangan tempat terjadinya peristiwa. Selain itu *font* ini digunakan didalam berbagai media pendukung sebagai *body text*

yang juga memberikan banyak keterangan pendukung. *Font Nexa* sendiri di kenali oleh font pabrik dan di publikasikan secara geratis oleh font pabrik.

3.3.4 Ilustrasi

Menurut Kusmiyati (1999), ilustrasi gambar adalah gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan. Ilustrasi merupakan elemen paling penting sebagai daya tarik utama dari perancangan buku foto ini. Dengan ilustrasi dapat tergambar secara jelas bagaimana gambaran terjadinya setiap adegan atau proses yang terjadi.



Gambar 3.8 Foto Gua
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar 3.9 Foto untuk cover depan
Sumber: Dokumen pribadi

Kayus Mulia, 2010 menjelaskan “Fotografi adalah perkembangan nalar manusia yang primitif yaitu keinginan untuk bercerita atau berkomunikasi.” Di *cover* depan ini terdapat foto orang setengah badan dengan menggunakan alat SRT *(Singel Roupe Technic)* dan akan di tambahkan dengan judul buku, pengambilan gambar ini dengan teknik foto produk atau iklan, Produk menurut Kotler dan Amstrong (1996:274) adalah “*A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption and that might satisfy a want or need”.* Artinya produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Jadi bagaimana menyampaikan pesan dalam gambar agar membuat konsumen tertarik dengan produk yang di tawarkan. Foto di atas menceritakan tentang barang yang dikenalkan kepada khalayak sasaran agar khalayak sasaran mengerti mengenai produk tersebut dan kegunaan produk tersebut untuk mencegah atau mengurangi tingkat kecelakaan, keselamatan dalam berkegiatan penelusuran gua ini.



Gambar 3.10 Foto SRT *(Singel Roupe Technic)*
Sumber: Dokumen pribadi

Foto diatas adalah foto orang sedang melakukan SRT *(Singel Roupe Technic)* teknik menuruni gua *vertical*, foto tersebut masuk kedalam genre foto *Sport*, menurut Soelarko (1984) foto olahraga atau *sport photography* adalah genre fotografi yang mencakup semua olahraga. Pada prakteknya, fotografer profesional menjadikan *sport photography* sebagai foto jurnalistik sedangkan yang amatir hanya memotret anak-anak bermain sepak bola. Fotografi olahraga membuat banyak kesempatan untuk menangkap citra dramatis yang hidup dari sebuah momen olahraga yang akan dinikmati seumur hidup, serta pola warna hidup yang menarik, dan kesempatan menebak yang unik selain menghasilkan sebuah foto beku dari kegiatan olahraga. Prinsip dari fotografi itu sendiri adalah memokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkap cahaya, karena Tanpa cahaya, tidak ada foto yang bisa dibuat. Berbagai ilustrasi visual diatas tidak hanya digunakan dalam perancangan media utama, melainkan juga dalam beberapa media pendukung seperti totebag, poster, stiker, dan lain sebagainya. Terdapatnya kesamaan ilustrasi yang digunakan bertujuan agar khalayak sasaran dapat ingat terhadap media utama saat melihat ilustrasi media pendukung tersebut.

3.3.5 Warna

Menurut Prawira (1989), warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur–unsur visual yang lain. Warna berperan penting dalam menambah keindahan sebuah desain sekaligus mewakili suasana yang ingin disampaikan kepada khalayak yang melihat. Pada perancangan media buku foto prosedur penelusuran gua, warna biru mendominasi dengan berbagai varian turunannya.



Gambar 3.11 Warna yang digunakan dalam buku foto

Sumber: dokumen pribadi

Warna orange tua dipilih karena memberikan kesan memiliki arti yang sering dikaitkan dengan kegembiraan, kebahagiaan, kehangatan, panas, sinar matahari, antusias, kreativitas, sukses, penyemangat, kesehatan, stimulasi, lucu, menyenangkan, keseimbangan, ekspresi dan kekaguman. dalam pembuatan buku foto ini. Berbagai turunan lebih cerah dari warna utama pun dipilih agar kesan diatas dapat tersampaikan namun tetap seirama. Selain warna-warna diatas, terdapat pula warna pendukung seperti biru,coklat, picth dan warna turunan lainya untuk dipakai sebagai warna pendukung, tipografi dan lain sebagainya keterangan buku tersebut.