BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Sebelum melakukan suatu perancangan sebuah media komunikasi, baiknya menentukan dahulu khalayak sasaran yang akan menerima rancangan tersebut dan seperti apa cara yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada target. Agar pesan tersampaikan dengan efektif dan efisien.

Menurut Sholihah (2013) khalayak sasaran lebih menunjuk pada sekumpulan orang dalam jumlah besar (bahkan tidak teratas) yang terbentuk sebagai akibat atau hasil dari kegiatan komunikasi yang dilakukan, tersebar secara luas, banyak di antaranya tidak saling mengenal satu dengan yang lainnya, dan heterogen dalam hal ciri-ciri sosial, ekonomi, dan demografinya.

III.1.1 Segmentasi

- **Demografis**

- Sasaran : Remaja
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : 17-23 Tahun
- Pendidikan : SMA, Mahasiswa, *Fresh Graduate*
- Agama : Semua Agama
- Kelas sosial : Menengah ke bawah dan menengah ke atas
- Target Primer : Pendengar Musik dan Musisi
- Target Sekunder : Remaja di Indonesia

Pemilihan khalayak sasaran untuk perancangan ini adalah remaja berusia 17-23 tahun. Karena pada usia tersebut remaja mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi dan mempunyai tingkat kreatifitas yang tinggi, terlebih dibidang musik.

- **Geografis**

Dari segi Geografis, khalayak sasaran perancangan ini ditujukan kepada seluruh pendengar musik dan musisi remaja di Indonesia dengan dikhususkan di kota

Bandung Provinsi Jawa Barat. Karena penelitian serta perancangan media komunikasi ini dilakukan di kota Bandung.

- **Psikografis**

Segmentasi psikografis menurut Suyanto (2005) adalah pengelompokkan pasar dalam variabel gaya hidup, nilai, dan kepribadian. Minat terhadap suatu produk dipengaruhi oleh gaya hidup, sehingga barang yang dibeli oleh orang – orang tersebut menunjukkan gaya hidupnya.

Dari segi Psikografis, perancangan ini ditujukan kepada seluruh remaja umur 17-23 tahun yang menyukai segala hal dalam bidang musik mulai dari nada, tempo, lirik, dan berbagai aliran musik.

III.1.2 *Consumer Journey*

Consumer Journey merupakan sebuah presentasi visual yang menggambarkan hubungan serta interaksi antara pelanggan dengan organisasi atau brand tertentu (Sarah, 2016).

Berikut ini adalah *Consumer Journey* dari target khalayak yang ditentukan, yaitu pendengar musik dan musisi remaja usia 17-23 tahun yang biasanya berstatus pelajar dan mahasiswa.

Tabel III.1 *Consumer Journey Remaja*
Sumber: Data Pribadi

Suasana	Kegiatan	Tempat	Point Of Contact
Pagi	Bangun tidur, mandi, berpakaian, sarapan, berangkat menuju sekolah atau kampus dengan kendaraan.	Kamar tidur, ruang makan, jalan raya.	Buku catatan, gelas, botol air minum, poster, billboard, gantungan kunci.

Siang	Belajar atau kuliah, Istirahat dan makan siang, bermain gawai, berkumpul bersama teman-teman.	Sekolah atau kampus, kantin.	Buku catatan, tempat makan, sticker, poster, iklan sosial media, baju, topi.
Sore	Bermain bersama teman-teman, jalan-jalan, bermain gawai.	Kantin, cafe, jalan raya.	Stiker, poster, totebag, case handphone, vandalism.
Malam	Pulang kerumah, makan malam, bermain gawai, mendengarkan musik, bermain alat musik, belajar atau mengerjakan tugas, tidur.	Jalan raya, ruang makan, kamar tidur, studio musik.	Poster, billboard, mug, iklan sosial media, case handphone, kalender, kaset musik, kalender

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa khalayak sasaran sering berada di area luar ruangan dan didalam ruangan sehingga media-media yang dirancang pun sesuai dengan *consumer journey* pada tabel diatas.

III.1.3 *Consumer Insight*

Consumer Insight adalah kemampuan produsen dalam memahami kebutuhan konsumennya, demikian dapat diharapkan akan tercipta suatu hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen (Warni, 2016). *Consumer Insight* dalam perancangan media informasi karya musik Guruh Soekarno Putra ini ialah sebagai berikut:

- Menyukai musik Indonesia.
- Mengetahui hal-hal seputar musisi Indonesia.
- Mengetahui karya-karya musik dari Guruh Soekarno Putra.
- Mengetahui arti dari setiap karya musik Guruh Soekarno Putra.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi Perancangan dibagi menjadi dua suku kata yaitu strategi dan perancangan, Strategi sendiri adalah cara yang ditetapkan untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan perancangan adalah suatu aktivitas pembuatan dengan proses merubah sesuatu yang ada menjadi sesuatu yang lebih baik dan efisien.

Strategi perancangan dalam pembuatan konsep perancangan media informasi karya musik Guruh Soekarno Putra ini, digunakan agar pesan yang disampaikan kepada para pendengar musik dan musisi remaja dapat dimengerti dengan baik dan efektif, berdasarkan analisa dan riset yang dilakukan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya (Sukendar, 2017: h.7). Tujuan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan media informasi karya musik Guruh Soekarno Putra ialah agar karya-karya musik yang diciptakan oleh Guruh Soekarno Putra dapat dikenal dan juga dikenang oleh para pendengar musik dan para musisi remaja.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dilakukan dengan dua cara yaitu dengan cara pendekatan verbal dan pendekatan visual. Secara verbal adalah dengan berbentuk teks dan secara visual dengan berbentuk *layout*, warna, dan ilustrasi.

III.2.2.1 Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tertulis. Komunikasi ini sering dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran dan gagasan. Menyampaikan fakta, data dan informasi serta menjelaskannya (Hardjana, 2003: h.22).

Komunikasi verbal yang digunakan pada perancangan informasi karya musik Guruh Soekarno Putra ini adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan formal. Menggunakan kosakata yang mudah untuk dipahami oleh para pendengar musik dan musisi remaja sebagai khalayak sasaran.

III.2.2.2 Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah media komunikasi yang ditangkap, dilihat dan dipahami oleh indra penglihatan. Misalnya surat, surat kabar, faksimili, majalah, buku, buletin, dan sejenisnya (Asriel, Armiati, Frista, 2016: h.77).



Gambar III.1 Visual Ilustrasi
Sumber: http://www.aisleone.net/2011/02/01/studio-beige/
(Diakses pada : 26 Mei 2018)

Komunikasi visual yang digunakan pada perancangan informasi karya musik Guruh Soekarno Putra ini adalah menggunakan ilustrasi dari setiap album karya musik Guruh Soekarno Putra. Gaya ilustrasinya sendiri dirancang dengan konsep yang klasik dan minimalis, menyesuaikan dengan karya-karya dari Guruh Soekarno Putra yang terkesan klasik dan minimalis.



Gambar III.2 Visual Ilustrasi 02
Sumber: https://codesignmag.com/graphic-design/graphic-design-ideas-layout-by-lucas-d-machado-on-behance/
(Diakses pada : 26 Mei 2018)



Gambar III.3 Visual Ilustrasi 03
Sumber: https://codesignmag.com/graphic-design/graphic-design-ideas-layout-by-lucas-d-machado-on-behance/
(Diakses pada : 26 Mei 2018)

III.2.3 *Mandatory*

Mandotory adalah pihak yang diberikan mandat, perintah atau kewenangan (Syamsuri, 2010: h.244). Pada perancangan informasi karya musik Guruh Soekarno Putra ini bekerja sama dengan PT. Gramedia Pustaka Utama yang berperan sebagai penerbit.

Gambar III.4 Gramedia Pustaka Utama
Sumber: https://octacintabuku.wordpress.com/2013/02/02/syarat-dan-cara-kirim-ke-penerbit-gramedia-pustaka-utama/logo-gm/
(Diakses pada : 26 Mei 2018)

Selain *mandatory* tersebut toko musik Omuniuum juga berperan sebagai tempat distribusi buku perancangan informasi karya musik Guruh Soekarno Putra. Karena toko musik Omuniuum merupakan toko musik yang terkenal dikalangan para pendengar musik dan musisi remaja di kota Bandung.

Gambar III.5 Omuniuum
Sumber: Data Pribadi

III.2.4 Materi Pesan

Pesan merupakan suatu ungkapan, kata, atau informasi yang diberikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat berupa verbal, non-verbal maupun kombinasi diantara keduanya (Rangkuti, 2009: h.85). Pesan utama atau isi dari informasi yang disampaikan dalam perancangan informasi karya musik Guruh Soekarno Putra ini adalah menjelaskan profil Guruh Soekarno Putra dan apa saja karya-karya musik populer yang diciptakan oleh Guruh Soekarno Putra dan bagaimana karya Guruh Soekarno Putra itu diciptakan pada masa keemasan Guruh Soekarno Putra, serta bagaimana memberi inspirasi bagi para pendengar musik dan musisi remaja untuk lebih berkarya dalam bidang musik dengan lebih baik lagi dengan tetap menjaga kebudayaan indonesia dalam setiap karya musiknya.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah penggunaan kata-kata dari beragam bahasa untuk memperindah suatu karya. Gaya bahasa yang dipakai adalah gaya bahasa yang lugas dan biasanya digunakan sehari-hari dikalangan remaja. Menggunakan bahasa Indonesia yang singkat, padat, dan jelas kepada inti pesan dan lirik dari karya musik Guruh Soekarno Putra. Hal ini agar khalayak sasaran dapat memahami dan mengartikannya dengan baik. Sehingga pesan yang tersampaikan dalam perancangan ini mudah diterima.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah cara yang dilakukan dalam suatu perancangan agar informasi dalam karya dapat tersampaikan dengan baik dan terlihat menarik. Dalam perancangan media informasi karya musik Guruh Soekarno Putra ini strategi kreatif yang dilakukan ialah khalayak sasaran dapat membaca sekaligus mendengarkan karya-karya dari Guruh Soekarno Putra, selain itu juga dapat mengerti makna dan arti dari karya-karya Guruh Soekarno Putra. Strategi kreatif dalam perancangan ini meliputi *Copywritting, Storyline, Storyboard* dan Visualisasi:

- *Copywritting*

  Dengan penulisan judul berupa “Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra”, dapat diartikan bahwa dalam informasi ini berisikan segala karya-karya musik dan profil dari Guruh Soekarno Putra.

  Dalam mempromosikan media informasi ini *copywritting* yang digunakan adalah “Sensasi membaca sekaligus mendengarkan dari buku Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra!!” karena dalam media informasi ini khalayak sasaran dapat membaca sekaligus bisa mendengarkan langsung karya-karya musik dari Guruh Soekarno Putra.

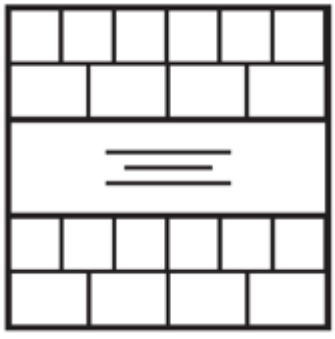
- *Storyline*

  Storyline berisi tentang konten apa saja yang berada dalam perancangan media informasi karya musik Guruh Soekarno Putra. Konten dalam perancangan media informasi ini meliputi:

  1. Profil Guruh Soekarno Putra.
  2. Foto album karya Guruh Soekarno Putra.
  3. Lirik-lirik dari karya Guruh Soekarno Putra.
  4. Makna serta arti dari setiap karya Guruh Soekarno Putra.
  5. Penyanyi-penyanyi yang menyanyikan lagu Guruh Soekarno Putra.

- *Storyboard*

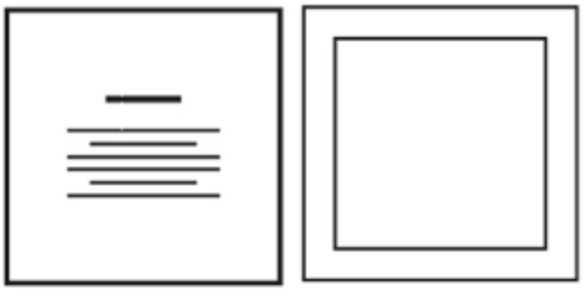
  Storyboard berisi tentang visual dari perancangan media informasi yang dikerjakan meliputi :



Gambar III.6 *Cover*
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.7 Kata Pengantar
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.8 Profil Guruh Soekarno Putra
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.9 Lirik, makna, dan penyanyi
Sumber: Data Pribadi

- Visualisasi

  Dalam perancangan informasi karya musik Guruh Soekarno Putra ini terdapat beberapa halaman berisikan tentang profil, illustrasi album dan juga teks lirik dari karya Guruh Soekarno Putra dengan menggunakan bahan Aster 230gr untuk sampulnya dan Aster 230gr untuk isi dari media informasi tersebut.

III.2.7 Strategi Media

Dengan pemilihan media buku sebgai media utama, disertai beberapa media pendukung, dan tentang strategi pendistribusian agar mendapatkan target pasar yang luas bagi media utama.

III.2.7.1 Media Utama

Media utama yaitu dalam bentuk buku informasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) "buku adalah lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong." Didalam buku informasi ini berisikan profil Guruh Soekarno Putra, Album karya musik dari Guruh Soekarno Putra, serta lirik dan makna dari karya-karya Guruh Soekarno Putra. Didalam buku informasi ini berisikan *QR Barcode* yang bisa di *scan* langsung dan terhubung ke salah satu *platform* musik sehingga bisa langsung mendengarkan karya dari Guruh Soekarno Putra.

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung disini berguna untuk memberitahu eksistensi buku tersebut, ataupun sebagai penarik minat para pendengar musik dan musisi remaja untuk membeli dan membaca media utama. Media pendukung pada perancangan ini dipilih sesuai data dari *Consumer Journey*, media tersebut adalah:

a. Media Informasi

- Poster Promosi dan *Artwork*

  Poster merupakan suatu penyampaian informasi yang berisi gambar dan teks dalam ukuran kertas besar maupun kecil. Pengaplikasian poster sendiri bisa ditempel di dinding atau di tempat datar lainnya dengan maksud

mencuri perhatian mata secara kuat. Poster promosi berguna untuk mempromosikan karya dan poster *artwork* berguna untuk hiasan dinding.

- Konten Poster Instagram

  Instagram merupakan salah satu media sosial yang berfungsi sebagai informasi dan promosi yang memiliki fitur berupa menampilkan beberapa foto maupun video yang kini banyak digunakan diberbagai belahan dunia. Jangkauan media tersebut sangat luas sehingga Instagram banyak digunakan sebagai media informasi yang baik. Dalam hal ini poster dalam instagram bertujuan untuk memberikan informasi tempat dimana bisa membeli buku "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra".

- *X-Banner*

  X-Banner adalah media menyampaikan informasi dengan menggunakan banner dan penyangga berdiri berbentuk X. *X-Banner* digunakan di depan toko distributor tempat penjualan buku " Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra".

b. *Merchandise*

- *T-Shirt*

  T-shirt merupakan jenis pakaian yang menutupi sebagian tangan dan tidak memiliki saku, kerah maupun kancing. *T-shirt* merupakan media yang sering digunakan sebagai identitas diri dari si pemakai itu sendiri. Dalam hal ini *T-Shirt* dijadikan sebagai *merchandise* saat membeli buku "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra"..

- Buku catatan

  Buku catatan merupakan sekumpulan kertas kosong untuk menuliskan catatan kejadian sehari-hari. Buku catatan ini berfungsi sebagai *merchandise*.

- Kalender

  Kalender merupakan alat penghitung waktu, hari, bulan, dan tahun. Selain fungsi tersebut, kalender biasa digunakan oleh beberapa produsen untuk menginformasikan identitas diri. Kalender berfungsi sebagai *merchandise*.

- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci adalah gantungan kecil yang dikaitkan pada lubang kunci, biasanya gantungan kunci terbuat dari logam, plastik, bahkan karet. Gantungan kunci berfungsi sebagai *merchandise* pada saat membeli buku "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra".

- *Goodie Bag*

  Goodie Bag ialah tas barang dan berfungsi sebagai pembungkus barang. Bahan dari *Goodie Bag* bervariasi mulai dari kanvas, spunbond, dan blacu. *Goodie Bag* disini digunakan sebagai *merchandise* pada saat membeli buku "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra".

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Untuk lebih memudahkan penyebaran distribusi, wilayah penyebaran meliputi toko-toko kaset dan musik yang berada di Indonesia khususnya di kota Bandung. Wilayah penyebaran tersebut sebagian besar adalah tempat dimana khalayak sasaran bisa mencari dan membeli buku informasi ini. Karena audiens yang disasar adalah para pendengar musik dan musisi remaja pada kisaran umur 17-23 tahun. Berikut ini adalah tabel dari strategi distribusi dan penyebaran:

Tabel III.2 Distribusi Waktu
Sumber: Data Pribadi

No.	Media	2018											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des
1.	Buku Informasi												

2.	**Poster Promosi dan *Artwork***												
3.	**Konten Poster Instagram**												
4.	***X-Banner***												
5.	***T-Shirt***												
6.	**Buku Catatan**												
7.	**Kalender**												
8.	**Gantungan Kunci**												
9.	***Goodie Bag***												

Tabel III.3 Distribusi Cara mendapatkan dan Tempat
Sumber: Data Pribadi

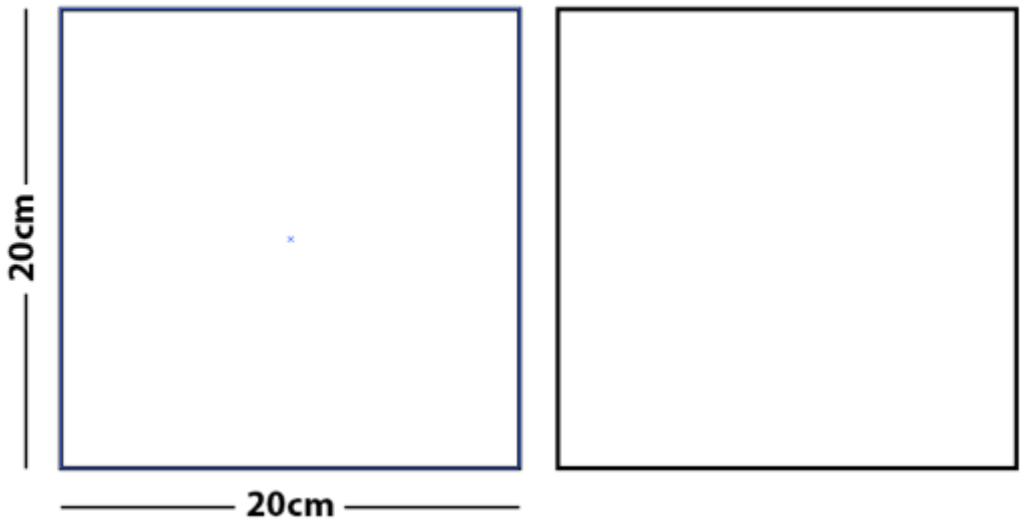
No.	Media	Cara Distribusi	Tempat
1.	Buku Informasi	Dijual di toko buku	Toko Buku
2.	Poster Promosi dan *Artwork*	Dtitempatkan di pintu masuk toko buku	Pintu masuk toko Buku
3.	Konten Poster Instagram	Ditempatkan di Instagram sebagai promosi	Instagram Toko Buku
4.	Poster Sampul Buku	Ditempatkan di Instagram sebagai promosi	Instagram Toko Buku
5.	*X-Banner*	Dtitempatkan di pintu masuk toko buku	Pintu masuk toko Buku
6.	*T-Shirt*	Didapatkan jika membeli buku Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra	Toko Buku
7.	Buku Catatan	Didapatkan jika membeli buku Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra	Toko Buku
8.	Kalender	Didapatkan jika membeli buku Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra	Toko Buku
9.	Gantungan Kunci	Didapatkan jika membeli buku Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra	Toko Buku
10.	*Goodie Bag*	Didapatkan jika membeli buku Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra	Toko Buku

III.3 Konsep Visual

Konsep dari buku informasi ini yaitu menampilkan beberapa foto dan ilustrasi dari Guruh Soekarno Putra dan juga makna dari karya musik Guruh Soekarno Putra. Buku informasi ini didesain sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian dan pesan yang terkandung dalam buku informasi ini dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran.

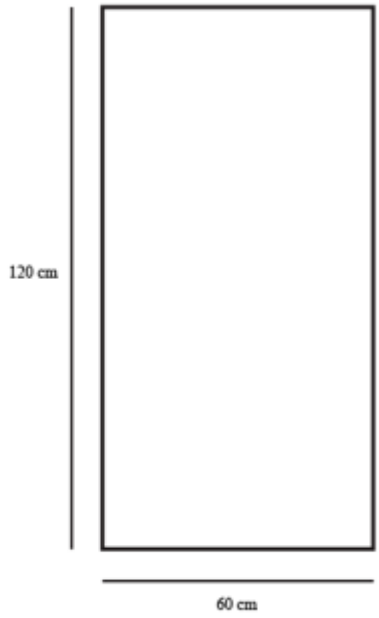
III.3.1 Format Desain

Buku informasi yang berjudul "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra" dibuat dengan format PDF *square* berukuran 20cm x 20cm pada kertas Aster 230gr dengan *raster effect high* 300dpi dan *color mode* menggunakan CMYK.



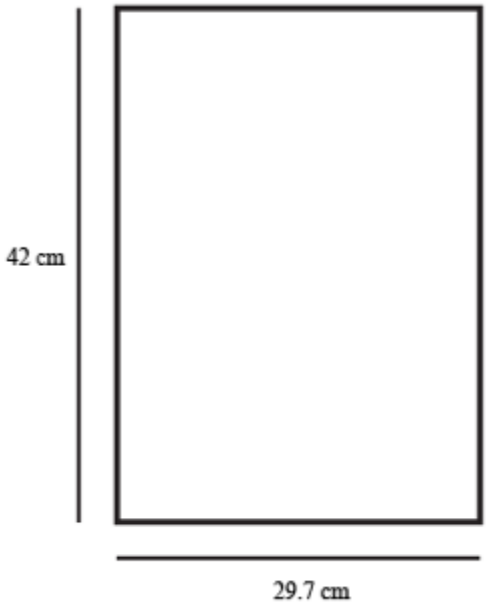
Gambar III.10 Ukuran Kertas
Sumber: Data Pribadi

X-Banner promosi dari buku "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra" dibuat dengan format PDF berukuran 120cm x 60cm dengan *raster effect high* 300dpi dan *color mode* menggunakan CMYK.



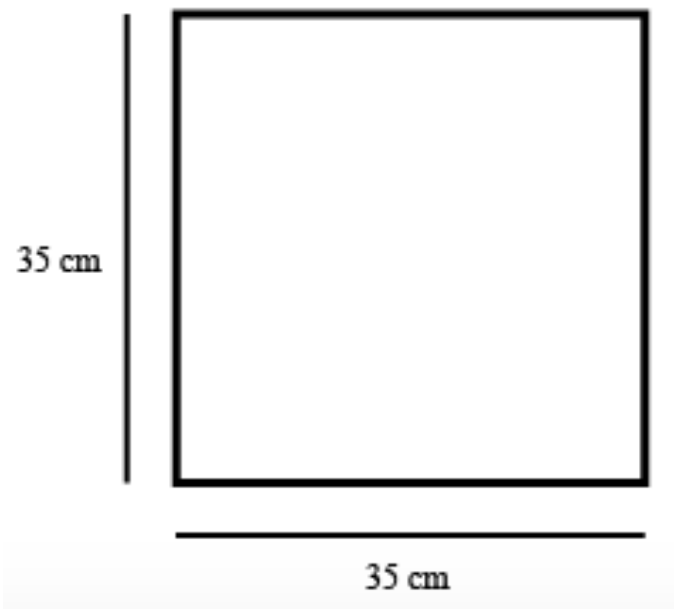
Gambar III.11 Ukuran *X-Banner*
Sumber: Data Pribadi

Untuk poster promosi dan poster *artwork* dari buku "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra" dibuat dengan format PDF berukuran 42cm x 29.7cm menggunakan kertas *art paper* 200gr dengan *raster effect high* 300dpi dan *color mode* menggunakan CMYK.



Gambar III.12 Ukuran Poster
Sumber: Data Pribadi

Untuk poster insatgram dari buku "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra" dibuat dengan format JPG berukuran 35cm x 35cm dengan *raster effect high* 300dpi dan *color mode* menggunakan RGB.



Gambar III.13 Ukuran Poster Instagram
Sumber: Data Pribadi

III.3.2 Tata Letak (*Layout)*

Tata letak atau *layout* adalah usaha untuk menyusun, menata atau memadukan unsur komunikasi grafis berupa teks, gambar, tabel menjadi media komunikasi yang komunikatif, estetik, dan menarik (Hendratman, 2017: h.239).

Dalam buku informasi "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra" berisikan foto, ilustrasi, dan teks. Foto dan ilustrasi di tempatkan dalam komposisi yang seimbang dengan teks yang berisikan materi pada dua halaman penuh dengan *background* yang terkesan klasik. Kolom dalam buku informasi "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra" berisikan 1 sampai 2 kolom setiap halamannya dan arah baca teks dalam buku yaitu dari kiri ke kanan.



Gambar III.14 Tata Letak
Sumber: Data Pribadi

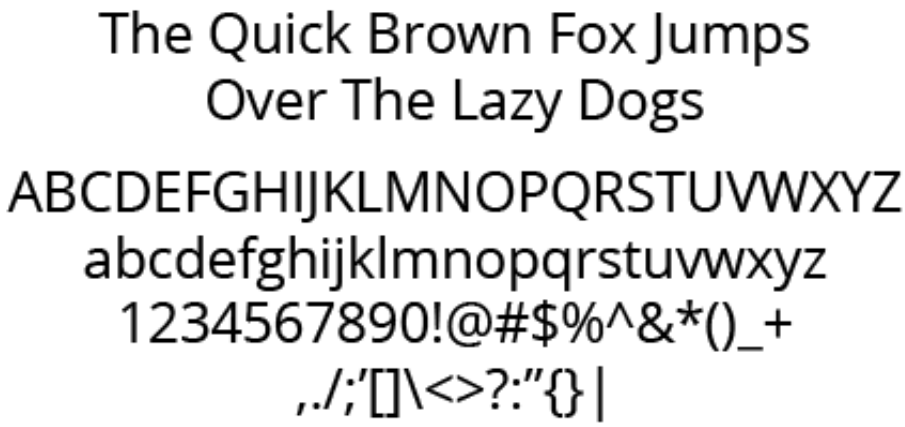
III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah teknik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun media publikasi visual yang baik dalam bidang cetak maupun non-cetak (Kusrianto, 2010: h.1). Ada 2 jenis *font* yang digunakan dalam buku informasi Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra. *font* yang digunakan untuk judul buku, *headline* dan *subheadline* menggunakan *font* Playfair Display (Serif) berlisensi gratis dan dirancang oleh Claus Eggers Sorensen dengan ukuran 48pt untuk judul buku dan *headline*, lalu ukuran 20pt untuk *subheadline.* Pada keseluruhan teks isi dalam buku menggunakan *font* Open Sans (Sans Serif) berlisensi gratis dan dirancang oleh Steve Matteson dengan ukuran 10pt.



Gambar III.15 Playfair Display *Font*
Sumber: Data Pribadi

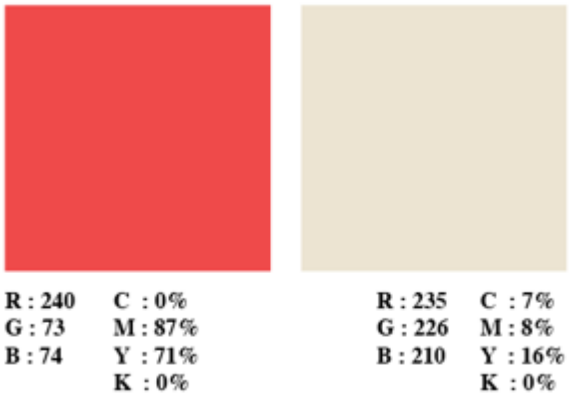
font Playfair Display digunakan karena terkesan elegan dan klasik, *font* Playfair Display merupakan jenis serif. Sedangkan *font* Open Sans digunakan karena keterbacaan dari *font* sangat jelas dan memiliki banyak *font family*. *font* Open Sans ini merupakan jenis sans serif.



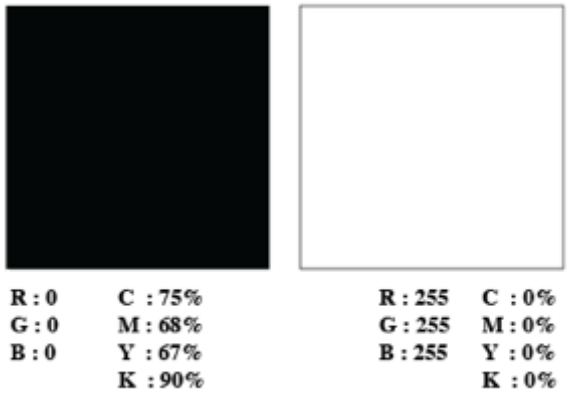
Gambar III.16 Open Sans *Font*
Sumber: Data Pribadi

III.3.4 Warna

Warna adalah suatu komponen desain yang membentuk keindahan sekaligus menumbulkan persepsi psikologis, sugesti, dan suasana tertentu (Hendratman, 2017: h.161). Visualisasi warna dalam buku informasi Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra menggunakan warna merah dan coklat muda dengan saturasi rendah agar terlihat kusam dan klasik. Menyesuaikan dengan Guruh Soekarno Putra dan karyanya yang terkesan klasik.



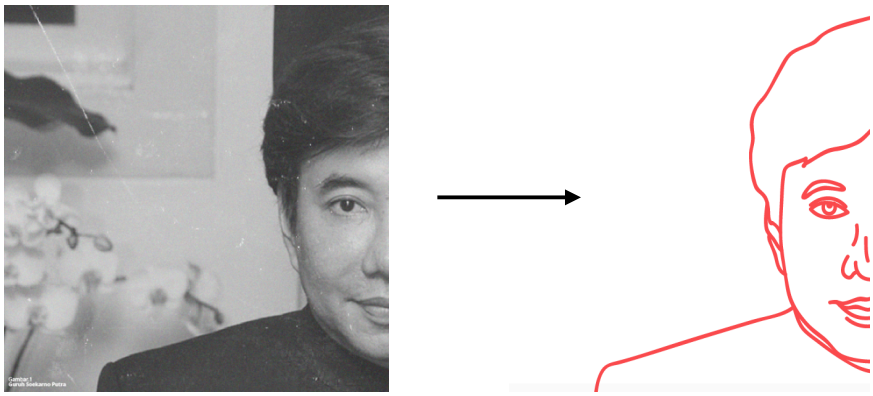
Gambar III.17 Warna 1
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.18 Warna 2
Sumber: Data Pribadi

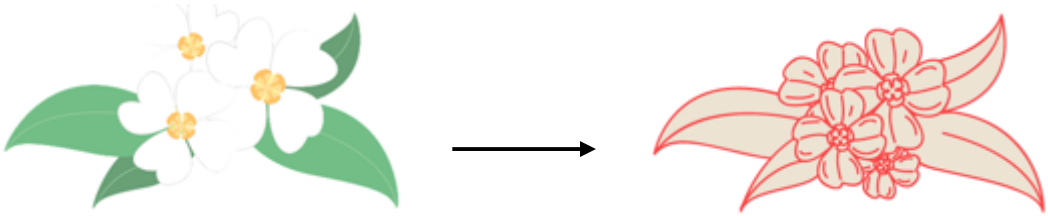
III.3.5 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan elemen gambar yang dapat menjelaskan sebuah teks atau naskah untuk dapat menyampaikan pesan berupa visual gambar sehingga khalayak sasaran dapat dengan mudah mengingat suatu konten atau materi. Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang di manfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual (Kusrianto, 2007: h.140).

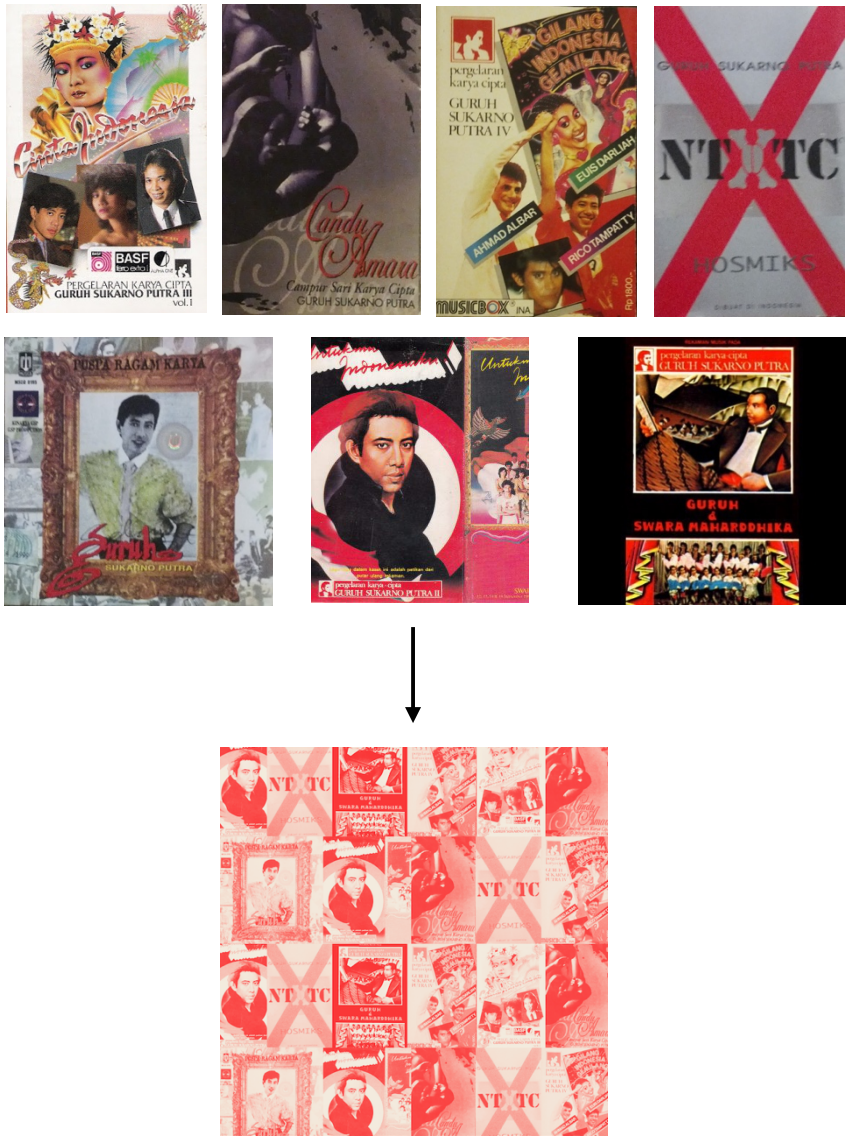


Gambar III.19 Ilustrasi Guruh Soekarno Putra
Sumber: Data Pribadi

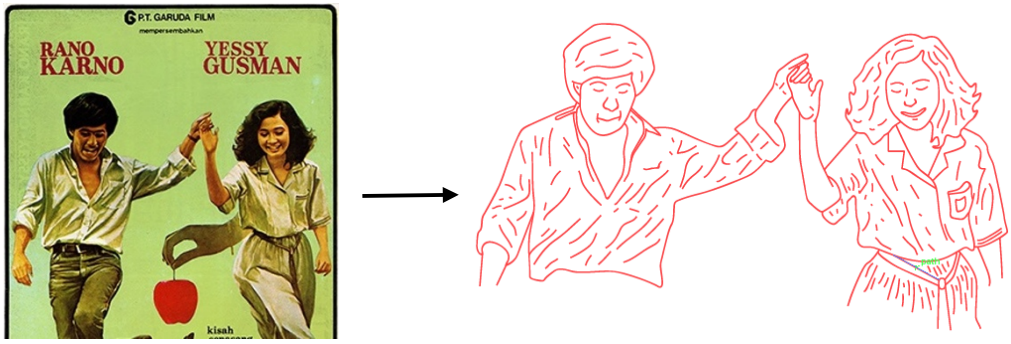
Ilustrasi yang digunakan pada perancangan buku "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra" sangat minimalis dengan menggunakan *outline* yang membentuk suatu ilustrasi gambar. Ilustrasi utama pada buku "Ragam Musik Populer Guruh Soekarno Putra" merupakan ilustrasi dari lirik musik karya Guruh Soekarno putra. Selain ilustrasi lirik ada juga ilustrasi sebagai elemen grafis pendukung pada setiap halamannya.



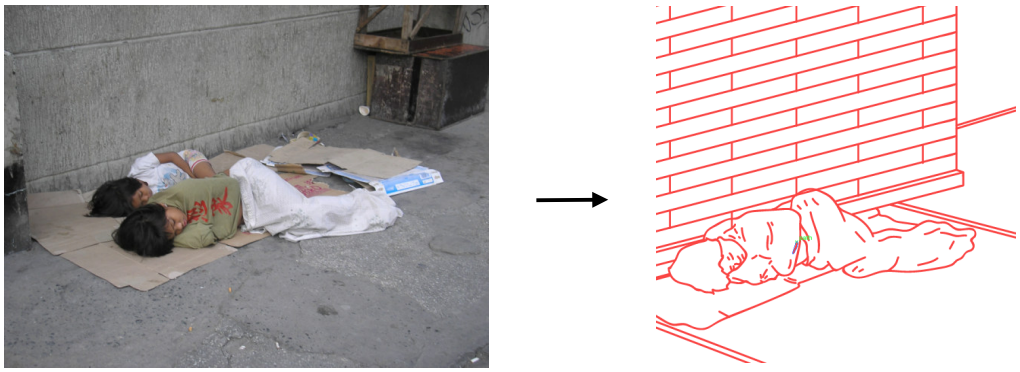
Gambar III.20 Ilustrasi Melati
Sumber: Data Pribadi



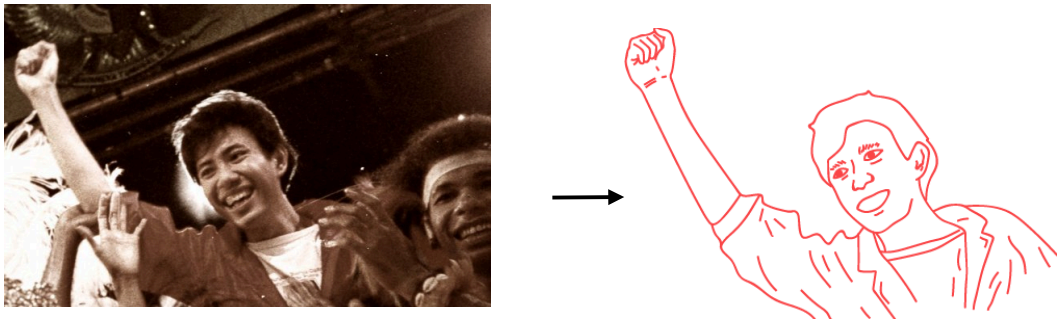
Gambar III.21 *Pattern Cover* Album
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.22 Ilustrasi Lirik Galih dan Ratna
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.23 Ilustrasi Lirik Anak Jalanan
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.24 Ilustrasi Lirik Hai Pemuda
Sumber: Data Pribadi