BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khayalak sasaran terbagi menjadi tiga yaitu secara demografis, geografis dan psikografis, agar perancangan media informasi mengenai golok hias Ciwidey dapat tersampaikan dengan tepat kepada khayalak sasaran, maka diantaranya sebagai berikut:

1. Demografis

- Usia : 30-40 tahun

  Dipilihnya usia antara 30-40 tahun karena golok yang merupakan senjata tajam maka diperlukan tingkat kemampuan dalam pola berpikir yang sudah matang karena resiko dalam memiliki golok hias yang tidak kecil.

- Jenis kelamin : Laki-laki

  Penentuan jenis kelamin difokuskan kepada satu saja yaitu kepada laki-laki, karena biasanya laki-laki yang lebih banyak menggunakan/memiliki golok hias sebagai alat untuk bekerja maupun dijadikan hiasan.

- Status Ekonomi : Menengah keatas

  Target audiens mengenai buku informasi mengenai golok hias Ciwidey adalah kalangan menengah keatas, karena dengan status ekonomi mulai dari menengah keatas biasanya kebutuhan primer dan sekunder nya telah terpenuhi.

- Pekerjaan : Karyawan, Wiraswasta, Pegawai Negeri Sipil

  Pekerjaan juga mempengaruhi status ekonomi keluarga karena pekerjaan dari target audiens sudah menyangkut dari kalangan menengah keatas.

  Berdasarkan status ekonomi dan juga pekerjaan dari khalayak sasaran yang sudah ditentukan, media utama akan ditujukan kepada kolektor maupun masyarakat biasa karena kolektor merupakan orang yang senang mengoleksi

suatu barang supaya kolektor dan masyarakat biasa dapat mendapat ilmu tambahan melalui media utama yang dibuat.

2. Geografis

Geografis yang dipilih dalam perancangan media informasi melalui buku tentang golok hias Ciwidey ditujukan kepada masyarakat yang berada wilayah Jawa Barat.

3. Psikografis

Menurut Santi Lisnawati (2015) dalam artikelnya mengatakan usia 40 tahun ada pada masa dewasa yang memiliki kematangan dalam berpikir serta dapat melakukan perenungan dalam melakukan sesuatu. Sehingga setiap apa yang dia punya akan selalu dipikirkan kegunaan dari apa yang dia punya.

4. Consumer Insight

Consumer Insight menurut Amalia E. Maulana (2010) "proses mencari tahu secara lebih mendalam dan *holistic*, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi lainnya." (h.25). Jadi *consumer insight* berguna untuk memahami atau untuk mengetahui pandangan dari khalayak sasaran seperti dari pola pikir, keinginan dan suasana hati. Target audiens yang telah ditetapkan di usia 30-40 tahun merupakan usia yang sudah memiliki kematangan dalam berpikir.

5. Consumer Journey

Consumer Journey merupakan daftar kegiatan yang biasa dilakukan oleh khalayak sasaran dalam kehidupan sehari-hari dan untuk mengetahui benda dan tempat apa saja yang biasa dijumpai oleh khalayak sasaran.

Tabel III.1 *Consumer Journey*

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Waktu	**Kegiatan**	**Tempat**	**Point of Contact**
04.30	Bangun tidur	Kamar tidur	Kasur, bantal, selimut, guling, lemari.
04.45	Sholat	Kamar tidur	Alat sholat, kasur, lemari.
05.30	Mandi	Kamar mandi	Air, gayung, handuk, perlengkapan mandi.
06.00	Siap-siap berangkat kerja	Kamar tidur	Kasur, lemari, celana, baju.
06.30	Sarapan	Ruang makan	Meja, kursi, sendok, garpu, piring, gelas, makanan.
07.00	Berangkat Kerja	Jalan	Mobil, motor, spanduk, spanduk, poster.
07.30	Beraktivitas	Tempat Kerja	Kursi, meja, komputer, laptop, alat tulis, *handphone.*
12.00	Istirahat makan siang dan sholat	Rumah makan	Meja, kursi, alat makan, alat sholat, *handphone.*
13.00	Kembali beraktivitas	Tempat kerja	Kursi, meja, komputer, laptop, alat tulis, *handphone.*
16.00	Selesai beraktivitas dan pulang ke rumah	Jalan	Mobil, motor, spanduk, *billboard*, poster.
17.00	Tiba di rumah	Ruang keluarga	TV, meja, sofa, lemari, buku, alat sholat, iklan, *handphone*

17.30	Mandi	Kamar mandi	Air, gayung, handuk, perlengkapan mandi.
18.00	Sholat	Kamar tidur	Alat sholat, kasur, lemari.
19.00	Makan malam	Ruang makan	Meja, kursi, sendok, garpu, piring, gelas, makanan.
19.30	Sholat	Kamar tidur	Alat sholat, kasur, lemari.
19.45	Bersantai	Ruang keluarga	TV, meja, sofa, lemari, buku, majalah, iklan, *handphone*, cemilan, kopi.
21.00	Tidur	Kamar tidur	Kasur, bantal, selimut, guling, lemari.

III.2 Strategi Perancangan

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan yang ingin dicapai dalam memberikan sebuah informasi mengenai golok hias Ciwidey secara lebih detail, target sasaran diharapkan dapat lebih mengetahui dan menambah pengetahuan mengenai golok hias. Informasi mengenai golok hias dimulai dengan pengertian golok secara umum terlebih dahulu, kemudian dengan pengenalan golok hias Ciwidey mulai dari sejarahnya hingga lokasi pembuatan golok hias, jenis-jenis golok hias yang berasal dari Ciwidey, serta makna dari setiap ukiran yang terdapat pada golok hias Ciwidey.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Untuk menyampaikan sebuah informasi yang dapat diterima oleh khalayak sasaran maka dibutuhkan komunikasi yang dapat tersampaikan dengan baik, tepat dan mudah dimengerti. Berikut pendekatan komunikasi secara visual dan verbal:

1. **Pendekatan Visual**

   Pendekatan visual yang akan digunakan pada perancangan buku informasi golok hias Ciwidey dilakukan dengan menggunakan fotografi yang akan ditampilkan supaya target sasaran dapat lebih tertarik pada golok hias Ciwidey karena yang ditampilkan merupakan bukti yang asli melalui sebuah foto, sehingga informasi yang diterima oleh target sasaran dapat diterima dengan mudah.

2. **Pendekatan Verbal**

   Pendekatan verbal yang akan digunakan dalam perancangan informasi ini menggunakan Bahasa Indonesia tetapi tidak formal dan sedikit tambahan menggunakan Bahasa Sunda, karena target sasaran yang merupakan orang Indonesia yang berasal dari Bandung dan sekitarnya.

III.2.3 Mandatory

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), mandatory merupakan orang atau pemerintah yang mendapatkan amanat, pemangku amanat, mandataris bersifat perintah atau penugasan wajib. Mandatory dari buku informasi Golok Hias Ciwidey adalah Balai Pustaka. Balai Pustaka dipilih karena Balai Pustaka merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penerbitan buku dan juga mandatory dalam acara peluncuran buku.



Gambar III.1 Logo Balai Pustaka

Sumber : https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/02/08/ol1pdq328-balai-pustaka-luncurkan-logo-satu-abad (diakses 2018)

Selain mandatory balai pustaka, kerjasama dilakukan dengan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata dalam melaksanakan acara peluncuran buku. Diharapkan kerjasama yang dilakukan dengan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata dapat membuat masyarakat untuk lebih ingin mengetahui tentang golok hias dari Ciwidey.



Gambar III.2 Logo Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata
Sumber : http://kumpulangambarlogo.blogspot.com/2011/12/logo-kementerian-kebudayaan-dan.html (diakses 2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan media informasi sebagai berikut:

1. Golok
   - Pengertian Golok.
   - Bagian-bagian Golok.
2. Pengenalan Golok Hias Ciwidey
   - Sejarah Golok Hias Ciwidey.
   - Kampung Pandai Besi.
   - Akses menuju Kampung Pandai Besi.
3. Jenis-jenis Golok Hias Ciwidey, diantaranya :
   - Golok Sintung Bening.
   - Golok Paut Nyere.

- Golok Jagal.
- Golok Jonggol.

4. Makna Ukiran pada Golok Hias Ciwidey, diantaranya :
    - Golok Sintung Bening ukiran harimau.
    - Golok Sintung Bening ukiran burung ekek.
    - Golok Sintung Bening ukiran ikan koki.
    - Golok Paut Nyere ukiran naga.
    - Golok Jagal ukiran harimau.
    - Golok Jonggol ukiran kuda.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam media utama yaitu menggunakan majas metafora. Menurut Nanangri (2018) dalam artikelnya majas metafora ialah dua hal yang berbeda yang mengungkapkan perbandingan analogis sebagai bentuk kiasan untuk mengungkapkan sesuatu. Majas metafora yang digunakan dalam media utama yaitu untuk menjelaskan pada ungkapan makna hewan yang dijadikan ukiran pada golok hias Ciwidey.

III.2.6 Strategi Kreatif

Untuk mencapai tujuan yang ingin didapat serta mendukung perancangan yang sebelumnya telah direncanakan, maka diperlukan strategi kreatif. Pada strategi kreatif perancangan informasi Golok Hias Ciwidey menggunakan teknik fotografi dalam penyampaian informasi kepada khalayak sasaran. Penggunaan teknik fotografi dalam penyampaian informasi Golok Hias Ciwidey diharapkan dapat membuat khalayak sasaran lebih tertarik untuk lebih mengetahui Golok Hias Ciwidey karena visual yang disajikan merupakan bukti asli dalam sebuah foto. Strategi kreatif yang digunakan meliputi hal berikut:

1. Copywriting

Penggunaan *copywriting* dalam perancangan informasi Golok Hias Ciwidey sebagai berikut:

- *Headline:* Golok Hias Ciwidey

  Penggunaan *headline* Golok Hias Ciwidey supaya lebih menegaskan bahwa buku tersebut berisi tentang segala informasi dari Golok Hias Ciwidey yang akan diletakkan pada bagian sampul buku dan merupakan judul dari buku.
- *Subheadline:* ‘Bukan Sembarang Golok’

  Untuk *subheadline* yaitu ‘Bukan Sembarang Golok’. Penggunaan *subheadline* tersebut bertujuan supaya pembaca lebih penasaran lagi seperti apa Golok Hias Ciwidey yang dimaksud.

2. **Konten Buku**

Konten buku akan berisi tentang penjelasan mengenai golok hias Ciwidey. Berikut adalah konten buku untuk mendukung buku informasi:

- Golok

  Pada bagian golok, berisi penjelasan golok secara umum dan penjelasan mengenai bagian-bagian yang terdapat pada golok.
- Pengenalan Golok Hias Ciwidey

  Pada bagian pengenalan Golok Hias Ciwidey berisi tentang sejarah mengenai golok hias, lokasi Kampung Pandai Besi sebagai tempat pembuatan golok hias serta akses menuju Kampung Pandai Besi
- Jenis-Jenis Golok Hias Ciwidey

  Berisi tentang berbagai macam jenis golok yang dihasilkan dari daerah Ciwidey.
- Golok Sintung Bening

  Berisi penjelasan mengenai golok sintung bening beserta kegunaannya.
- Golok Paut Nyere

  Berisi penjelasan mengenai golok paut nyere beserta kegunaannya.
- Golok Jagal

  Berisi penjelasan mengenai golok jagal beserta kegunaannya.
- Golok Jonggol

  Berisi penjelasan mengenai golok jonggol beserta kegunaannya.
- Makna dari setiap ukiran

Berisi penjelasan mengenai makna-makna ukiran pada setiap bagian dari golok hias.

3. Visualisasi

Visualisasi dari perancangan buku informasi mengenai golok hias Ciwidey ialah menggunakan teknik fotografi supaya informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pembaca. Berikut beberapa referensi foto yang akan digunakan:



Gambar III.3 Referensi foto senjata

Sumber: http://myarmoury.com/talk/viewtopic.14965.html (diakses 2018)

Referensi tersebut diambil untuk mengambil foto golok yang nantinya akan digunakan pada buku informasi yang akan dibuat. Dengan teknik foto menggunakan pencahayaan yang baik dengan diletakkan di latar putih agar detail ukiran pada golok dapat terlihat dengan jelas, selanjutnya akan mudah dilakukan proses *cropping* pada foto untuk kebutuhan pada buku.



Gambar III.4 Referensi *vector* untuk golok

Sumber: https://www.deviantart.com/austin673/art/Erza-Scarlet-s-Sword-Vector-417671776 (diakses 2018)

Untuk ilustrasi gambar pada perancangan visual pada golok menggunakan teknik *vector* sehingga masih dapat tersampaikan terhadap target audiens. Pada gambar diatas merupakan salah satu referensi yang akan digunakan untuk ilustrasi pada golok.

III. 2.7 Strategi Media

Dalam perancangan informasi mengenai Golok Hias Ciwidey, strategi perancangan media yang akan digunakan terbagi menjadi dua, yaitu:

1. **Media Utama**

   Media utama yang akan digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi adalah buku informasi yang berisi konten mengenai Golok Hias Ciwidey seperti pengenalan golok, jenis-jenis golok, arti makna di setiap ukiran, dan penjelasan lainnya mengenai Golok Hias Ciwidey. Buku ini dikemas dengan tata letak yang baik, penggunaan foto yang jelas agar menarik minat dari audiens agar mau membacanya. Penggunaan buku dalam penyampaian informasi karena buku bisa dibawa kemana saja dengan mudah ataupun bisa dibaca saat waktu luang dan buku dapat memuat konten yang lengkap.

2. **Media Pendukung**

   Untuk menunjang media utama, maka peran media pendukung diperlukan untuk memperkenalkan ataupun sebagai media pengingat dan bertujuan untuk menarik minat target audiens. Media pendukung juga berperan dalam mempromosikan media utama terhadap target audiens. Media pendukung yang akan digunakan sebagai berikut:

   - Tahap Informasi
     - *X-Banner*

       X-Banner merupakan media yang memberikan informasi tentang acara yang diselenggarakan pada saat melakukan penjualan media utama. *X-Banner* akan ditempatkan pada *stand* buku Golok Hias Ciwidey yang dijual.

- Poster

  Poster biasanya digunakan untuk mengajak sesuatu atau untuk beriklan yang biasanya ditempel di dinding maupun tempat yang bisa dilihat dengan mudah oleh orang lain. Poster akan ditempel di daerah Alun-Alun Bandung, penempelan poster di daerah tersebut supaya dapat menarik minat masyarakat kota Bandung untuk menghadiri acara peluncuran buku dan supaya tertarik untuk datang ataupun untuk membelinya. Poster berisikan informasi mengenai acara peluncuran buku Golok Hias Ciwidey, serta poster mengenai buku Golok Hias Ciwidey.

- Spanduk

  Spanduk merupakan sebuah media yang berisi informasi mengenai acara yang akan datang. Penggunaan spanduk pada peluncuran buku Golok Hias Ciwidey akan ditempatkan di daerah Alun-Alun Bandung karena daerah tersebut biasanya banyak orang-orang yang datang, sehingga dalam proses penyampaian informasi akan lebih mudah dilihat oleh banyak orang dan bisa menarik minat orang-orang untuk datang.

- Sosial media Facebook, Twitter dan Instagram

  Facebook, Twitter dan Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak dipergunakan karena sebagian besar target audiens yaitu orang tua, Media sosial dipilih karena media sosial merupakan salah satu media yang penyebaran informasi dapat tersebar dengan cepat.

- Tahap Pengingat

  Media yang akan digunakan pada tahap pengingat biasanya media yang dekat dengan target audiens dan bertujuan untuk mengingatkan kembali terhadap media utama. Media pada tahap pengingat biasanya didapat sebagai *souvenir,* hadiah maupun barang yang dijual pada saat peluncuran buku. Berikut media-media yang akan dipergunakan:

- Kaos

  Kaos dijadikan sebagai hadiah pada saat pembelian buku Golok Hias Ciwidey. Kaos yang diberi berupa kaos dengan lengan pendek yang menggunakan bahan yang ringan dan berwarna putih, serta pada bagian depan kaos yang menggunakan logo dari buku Golok Hias Ciwidey dan pada bagian belakang kaos terdapat siluet dari jenis golok hias. Kaos diberikan sebagai hadiah untuk 10 orang pembeli pertama buku Golok Hias Ciwidey.

- *Tote Bag*

  Tote bag dijadikan sebagai hadiah apabila membeli buku Golok Hias Ciwidey supaya buku yang telah dibeli dapat dimasukan kedalam *tote bag*.

- Stiker

  Stiker diberikan sebagai hadiah setelah membeli buku yang dijual dan stiker juga dibagikan kepada pengunjung yang datang ke peluncuran buku selama persediaan masih ada. Stiker yang dibuat berupa logo buku golok hias serta bentuk dari setiap golok hias.

- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci diberikan sebagai bagian dari hadiah setelah membeli buku selama persediaan masih ada. Gantungan kunci yang diberikan berbentuk setiap jenis golok hias dan logo dari buku golok hias.

- Pin

  Pin merupakan salah satu hadiah yang didapatkan setelah membeli buku selama persediaan masih ada.

- Pembatas Buku

  Pembatas buku merupakan media yang ada kaitannya dengan buku. Pembatas buku biasanya digunakan sebagai pengingat apabila orang yang

sedang membaca buku berhenti membaca sehingga bisa tahu halaman berapa yang terakhir dibaca. Pembatas buku ada disetiap buku yang sudah dicetak.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian akan dilakukan selama 3 bulan, yaitu pada bulan April, Mei, Juni 2019. Pendistriusian awal dilakukan pada bulan April karena berkaitan dengan ulang tahun Kabupaten Bandung, dengan acara peluncuran buku yang akan dilakukan pada tanggal 21 April 2019 atau pada minggu ketiga bulan April dengan memberikan berbagai *merchandise* menarik setiap pembelian buku pada saat peluncuran buku. Pada minggu pertama dan kedua bulan April akan dilakukan promosi menggunakan poster, spanduk dan juga sosial media. Distribusi selanjutnya ialah dengan ditempatkannya buku pada toko-toko yang menjual buku dengan tambahan hadiah setelah membeli buku berupa *tote bag* dan juga gantungan kunci.

Tabel III.2 Tabel Distribusi Media

Sumber: Dokumen Pribadi

No.	Media	April				Mei				Juni			
Minggu ke		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Media Utama													
1.	Buku												
Media Informasi													
1.	Poster Buku												
2.	Poster Peluncuran Buku												
3.	Spanduk												
4.	*X-Banner*												
5.	Sosial Media												
	Facebook												
	Twitter												
	Instagram												

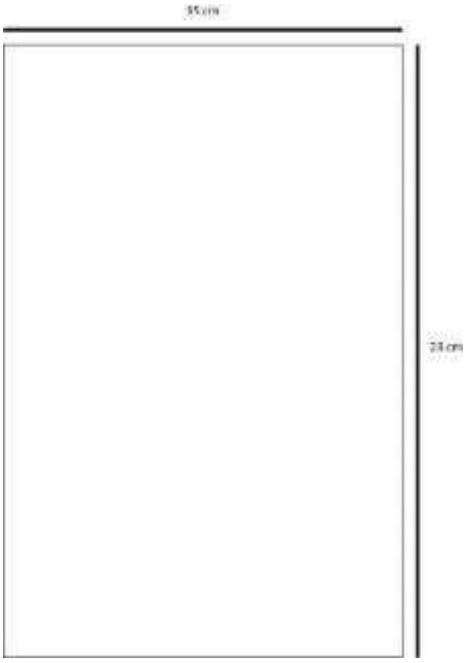
Media Pengingat													
1.	Kaos												
2.	*Totebag*												
3.	Stiker												
4.	Gantungan Kunci												
5.	Pin												
6.	Pembatas Buku												

III.3 Konsep Visual

Konsep visual pada buku ini adalah dengan membuat sebuah perancangan buku informasi mengenai golok hias Ciwidey. Konsep visual yang akan ditampilkan ialah berupa foto serta dengan menggunakan sedikit ilustrasi *vector* pada buku. Dalam buku informasi golok hias Ciwidey foto yang digunakan ialah foto dari jenis-jenis goloknya hingga foto kampung pandai besi dan ilustrasi *vector* yang dibuat ialah dengan membuat *vector* dari golok sehingga tidak cepat bosan.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang akan digunakan saat mendesain buku informasi mengenai Golok Hias Ciwidey adalah ukuran standar buku. Buku Golok Hias Ciwidey dibuat dengan ukuran 15cm x 23cm (vertikal) menggunakan *art paper* 150gram pada bagian isi. Pada bagian *cover* buku menggunakan teknik jilid *softcover* dengan menggunakan laminasi *glossy.*



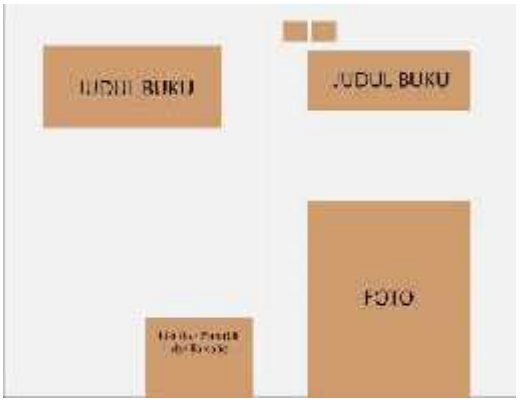
Gambar III.5 Format desain

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak *(Layout)*

Untuk membuat sebuah buku yang baik, maka diperlukan tata letak *(layout)* yang baik juga. Menurut Rustam pada bukunya *layout* merupakan penempatan elemen visual pada suatu bidang dalam media untuk menyampaikan pesan.

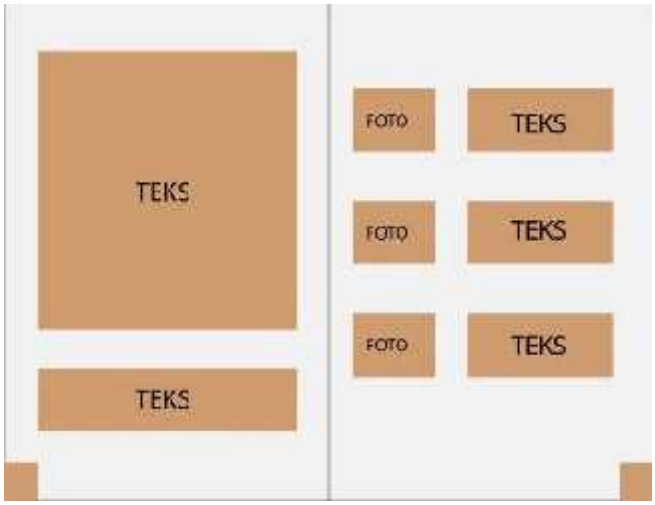
Layout yang digunakan pada media utama menggunakan jenis *layout* Picture Window Layout. Menurut Marissa Putri (2017) dalam artikelnya ciri utama pada Picture Window Layout ialah menggunakan tampilan gambar yang besar atau secara *close up* lalu diikuti dengan *headline* dan juga teks. *Layout* tersebut hampir digunakan di setiap halaman dari media utama, karena kebanyakan menggunakan gambar yang ditampilkan.



Gambar III.6 *Layout cover* depan dan belakang

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

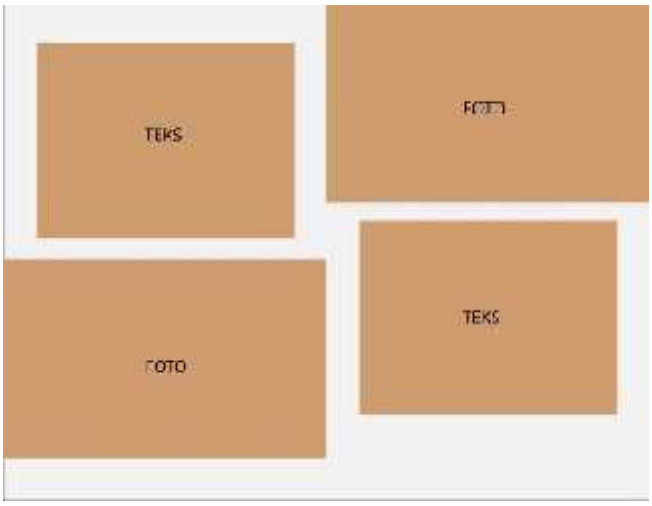
Pada gambar diatas merupakan *layout* dari bagian *cover* depan dan belakang buku, terdapat beberapa foto golok di bagian depan *cover* dibawah dari judul buku serta logo dari mandatory dibagian pojok kiri atas *cover* depan. Untuk bagian belakang *cover*, terdapat judul buku di bagian atas *cover* serta pada bagian kanan bawah terdapat identitas dari penerbit serta *barcode*.



Gambar III.7 *Layout* bab golok

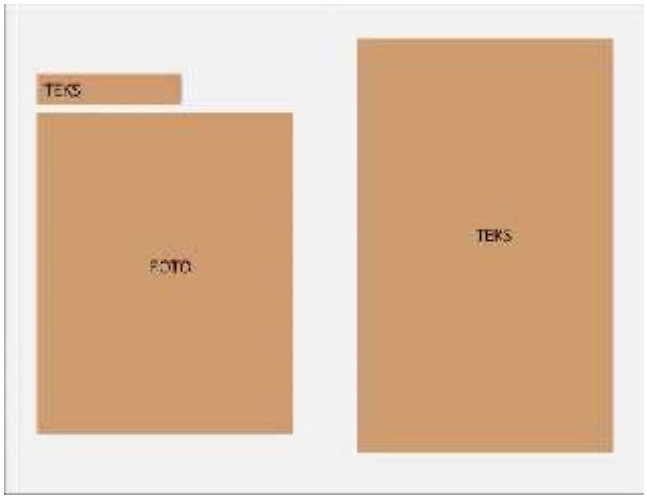
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pada gambar diatas adalah *layout* dari bab 1 pada buku golok hias, yaitu bab tentang golok. Teks berisi mengenai sejarah tentang golok. Serta terdapat 3 foto yang menunjukan bagian – bagian dari golok beserta teks nya yang berada pada pinggir foto sebagai penjelasan.



Gambar III.8 *Layout* bab pengenalan golok hias
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

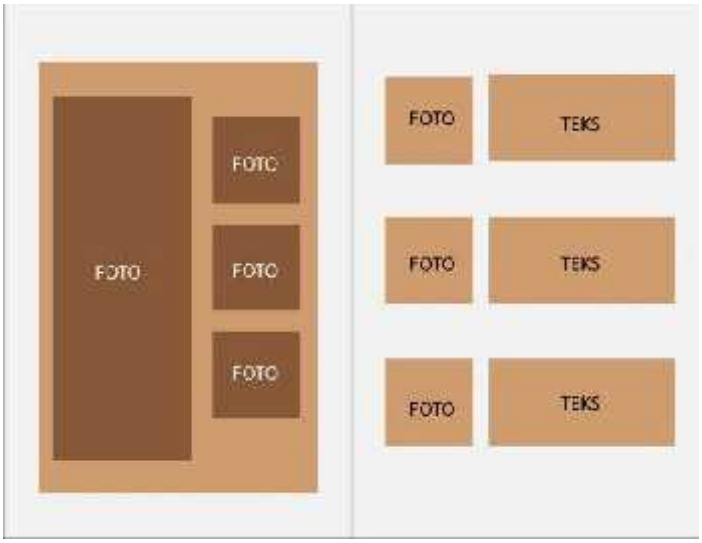
Pada gambar diatas adalah *layout* dari bab tentang pengenalan golok hias. Pada *layout* tersebut berisikan teks dan foto mengenai sejarah golok hias dan tentang Kampung Pandai Besi. Foto lebih ditonjolkan pada bagian bab tersebut dengan teks pada bagian atas dan bawah dari foto sebagai penjelasannya, sehingga memacu pada jenis *layout* yang digunakan.



Gambar III.9 *Layout* bab jenis – jenis golok hias
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pada gambar diatas merupakan bagian dari *layout* bab jenis – jenis golok hias. Foto dari golok lebih ditonjolkan pada halaman sebelah kiri supaya target audiens dapat

lebih mengetahui jenis golok apa yang dimaksud dengan teks jenis golok yang berada di kiri atas dari foto. Pada halaman sebelah kanan, lebih difokuskan dengan penjelasan mengenai goloknya sehingga pada halaman sebelah kanan hanya berisi teks saja.



Gambar III.10 *Layout* bab makna ukiran golok hias
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

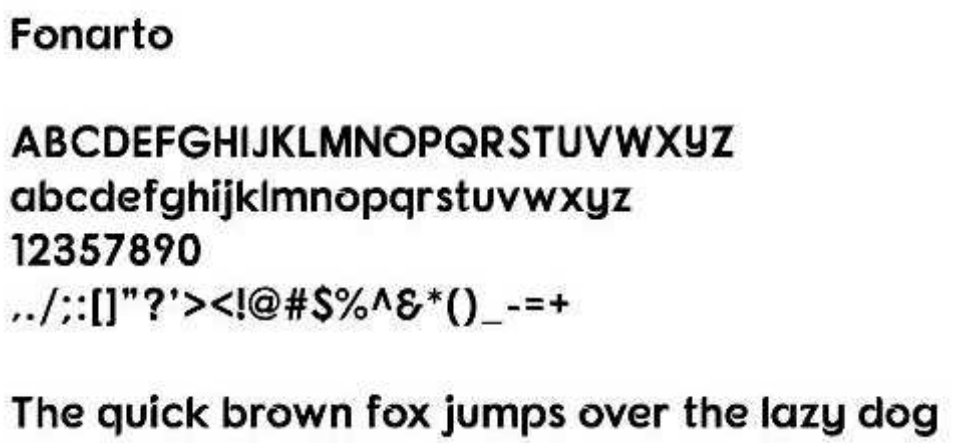
Gambar diatas merupakan *layout* dari bab makna ukiran pada golok hias. Penggunaan foto pada halaman sebelah kiri lebih ditonjolkan dengan beberapa foto kecil pada samping kanannya. Pada halaman sebelah kanan terdapat beberapa foto dengan penjelasannya yang berada di sebelah pinggir foto.

III.3.3 Tipografi

Menurut Hendi dalam bukunya *typography* merupakan ilmu tentang penempatan dan penataan huruf supaya pembaca bisa mendapat kesan dan mendapat informasi secara maksimal.

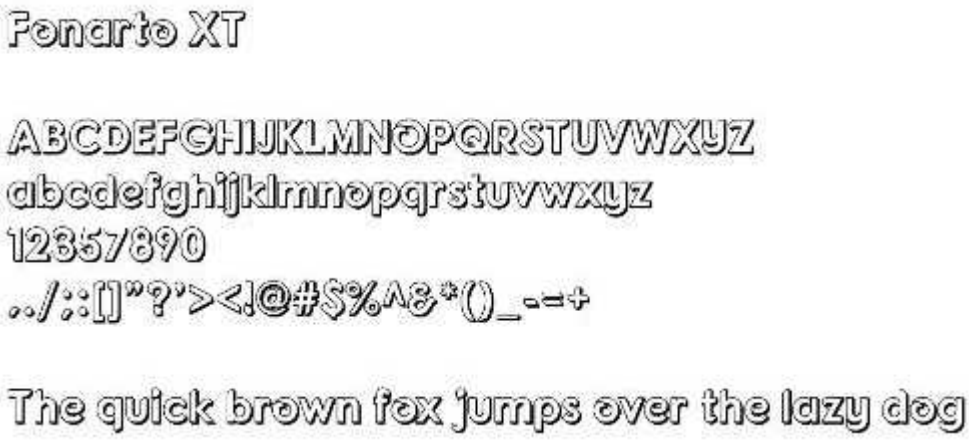
Jadi tipografi merupakan salah satu aspek desain yang penting dalam sebuah buku ataupun dalam desain yang lain.

Tipografi yang digunakan pada buku informasi Golok Hias Ciwidey menggunakan 4 jenis *font*. Tipografi yang digunakan pada buku Golok Hias Ciwidey adalah:



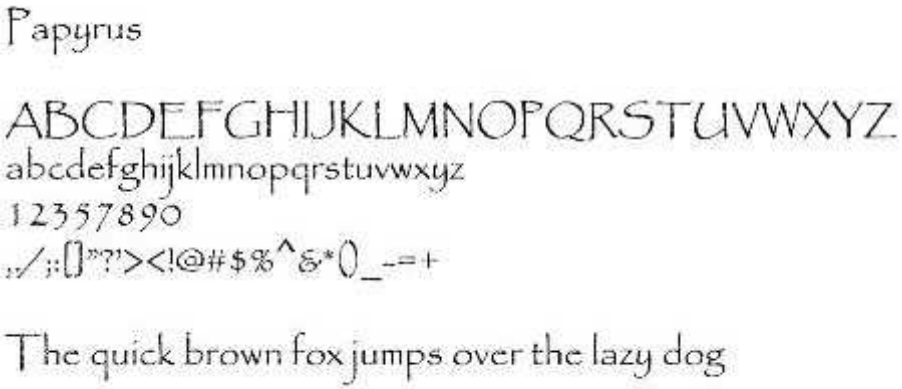
Gambar III.11 *Font* yang digunakan
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Font tersebut digunakan untuk judul dari buku golok hias, *font* tersebut digunakan karena pada ujung dari *font* tersebut memiliki ujung seperti pada golok sehingga cocok sebagai *font* untuk judul buku dan agar kesan goloknya lebih terasa.



Gambar III.12 *Font* yang digunakan
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Font tersebut digunakan pada nama-nama jenis golok hias supaya terlihat lebih menarik dan kesan dari goloknya bisa dapat karena ujung dari *font* yang seperti golok.



Gambar III.13 *Font* yang digunakan
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Font Papyrus digunakan pada bagian *subheadline* dari buku golok hias dengan *subheadline* sebagai berikut “Bukan Sembarang Golok”.



Gambar III.14 *Font* yang digunakan
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Font tersebut merupakan jenis *font sans serif*, menurut Lia pada bukunya *sans serif* merupakan jenis huruf yang tidak memiliki ketebalan yang sama dan tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya. *Font* Futura LT BT digunakan pada bagian isi dari buku golok hias, sehingga akan lebih mudah terbaca.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan buku informasi Golok Hias Ciwidey ialah menggunakan fotografi dan ilustrasi *vector.* Agar jenis golok serta detail pada ukiran golok hias dapat tersampaikan dengan jelas dan mudah dipahami ialah dengan menggunakan teknik fotografi. Teknik ilustrasi *vector* digunakan supaya target audiens tidak merasa bosan dan mendapatkan sesuatu yang berbeda selain dari foto.



Gambar III.15 visual foto golok hias
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.16 Detail foto pada ukiran golok hias
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Dengan menggunakan teknik fotografi pada golok hias, maka dapat mengetahui golok hias secara lebih jelas dan detail. Penggunaan teknik fotografi juga supaya target audiens dapat mengetahui bentuk dan ciri golok hias secara asli. Penggunaan ilustrasi *vector* pada perancangan buku dilakukan untuk menambah kesan lain pada buku sehingga target audiens yang membaca buku tidak cepat merasa bosan.



Gambar III.17 Ilustrasi *vector* golok

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.5 Warna

Warna merupakan salah satu hal penting dalam konsep visual dan warna dapat menjadi salah satu penarik perhatian target audiens. Warna yang digunakan mengacu pada warna golok, yaitu coklat dan abu – abu. Sehingga kesan golok pada buku informasi Golok Hias Ciwidey dapat terasa karena penggunaan warna yang sesuai.



Gambar III.18 Warna yang digunakan

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Berikut merupakan warna – warna yang digunakan pada buku, maupun media pendukung lainnya. Sehingga setiap media memiliki warna – warna yang seragam dan tidak ada warna lain selain warna diatas.