

3. KONSEP DESAIN

3.1. Tinjauan tentang Gambar

3.1.1. Tinjauan tentang Unsur Gambar

- **Garis (*Line*)**

Pengertian garis menurut Lillian Gareth adalah sekumpulan titik yang bila dideretkan maka dimensi panjangnya akan tampak menonjol dan sosoknya disebut dengan garis. Sedangkan menurut Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto, garis adalah suatu hasil goresan nyata dan batas limit suatu benda, ruang, rangkaian masa dan warna. Terbentuknya garis merupakan gerakan dari suatu titik yang membekaskan jejaknya sehingga terbentuk suatu goresan. Untuk menimbulkan bekas, biasa mempergunakan pensil, pena, kuas dan lain-lain. Di dalam seni rupa, garis memiliki fungsi yang penting, sehingga diibaratkan sebagai jantung dari seni rupa.

Garis sering pula disebut dengan kontur, sebuah kata yang samar dan jarang dipergunakan. Pentingnya garis sebagai elemen seni rupa, sudah terlihat sejak dahulu kala. Nenek moyang manusia jaman dahulu, menggunakan garis sebagai media ekspresi seni rupa di gua-gua. Mereka menggunakan garis untuk membentuk obyek-obyek ritual mereka. Sebagai contoh adalah lukisan di dinding gua Lascaux di Prancis, Leang-leang di Sulawesi, Altamira di Spanyol dan sebagainya. Selain berupa lukisan, nenek moyang manusia juga menggunakan garis sebagai media komunikasi, seperti huruf paku peninggalan bangsa Phoenicia (abad 12 - 10 SM) yang berupa goresan-goresan. Disamping potensi garis sebagai pembentuk kontur, garis merupakan elemen untuk mengungkapkan gerak dan bentuk. Baik bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi. Suasana dalam garis Dalam hubungannya sebagai elemen seni rupa, garis memiliki kemampuan untuk mengungkapkan suasana.

Suasana yang tercipta dari sebuah garis terjadi karena proses stimulasi dari bentuk-bentuk sederhana yang sering dilihat di sekitar, yang terwakili dari bentuk garis tersebut. Contoh adalah bila melihat garis berbentuk 'S', atau yang sering disebut '*line of beauty*' maka akan merasakan sesuatu yang lembut, halus dan gemulai. Perasaan ini terjadi karena ingatan mengasosiasikannya dengan

bentuk-bentuk yang dominan dengan bentuk lengkung seperti penari atau gerak ombak di laut.

Beberapa jenis garis beserta suasana yang ditimbulkannya seperti, garis lurus mengesankan kekuatan, arah dan perlawanan. Garis lengkung mengesankan keanggunan, gerakan, pertumbuhan. Beberapa jenis garis beserta dampak yang ditimbulkannya antara lain :

- Horizontal : Memberi sugesti ketenangan atau hal yang tak bergerak.
- Vertikal : Stabilitas, kekuatan atau kemegahan.
- Diagonal : Tidak stabil, sesuatu yang bergerak atau dinamika.
- Lengkung S : *Grace*, keanggunan.
- Zig-zag : Bergairah, semangat, dinamika atau gerak cepat.
- *Bending up right* : Sedih, lesu atau kedukaan.
- *Diminishing Perspective* : Adanya jarak, kejauhan, kerinduan dan sebagainya.
- *Concentric Arcs* : Perluasan, gerakan mengembang, kegembiraan dsb.
- *Pyramide* : Stabil, megah, kuat atau kekuatan yang masif.
- *Conflicting Diagonal* : Peperangan, konflik, kebencian dan kebingungan.
- Spiral : Kelahiran atau generative forces.
- *Rhythmic horizontals* : Malas, ketenangan yang menyenangkan.
- *Upward Swirls* : Semangat menyala, berkobar-kobar, hasrat yang tumbuh.
- *Upward Spray* : Pertumbuhan, spontanitas, idealisme.
- *Inverted Perspective* : Keluasan tak terbatas, kebebasan mutlak, pelebaran tak terhalang.
- *Water Fall* : Air terjun, penurunan yang berirama, gaya berat.
- *Rounded Archs* : Lengkung bulat mengesankan kekokohan.
- *Rhythmic Curves* : Lemah gemulai, keriangangan.
- *Gothic Archs* : Kepercayaan dan religius.
 - *Radiation Lines* : Pemusatan, peletupan atau letusan
 - Garis sesuai fungsinya yang khas, yang mampu membentuk simbol yang memiliki pengertian khusus, sangat menunjang penggunaannya sebagai elemen simbol. Penggunaan garis sebagai elemen simbol, pertama kali

diperkenalkan oleh Otto Neurath (1882 - 1945) seorang pengajar dan ilmuwan sosial, yang menamakan simbol tersebut sebagai *Isotype*. Kemudian bahasa *Isotype* ini berkembang dan menjadi salah satu bahasa gambar yang mampu mewakili berbagai bentuk komunikasi .

- Kualitas Terang Gelap (*Value*)

Value dapat disebut juga sebagai *tone*, nada atau nuansa. *Value* adalah dimensi mengenai terang gelap atau tua muda warna, yang disebut juga dengan istilah *brightness* atau terang (warna). *Value* merupakan nilai gelap terang untuk memperoleh kedalaman karena pengaruh cahaya. *Value* dapat pula disebut sebagai suatu gejala cahaya yang menyebabkan perbedaan pancaran warna suatu obyek. *Value* adalah alat untuk mengukur derajat keterangan suatu warna, yaitu seberapa terang atau gelapnya suatu warna jika dibandingkan dengan skala *value* atau tingkatan *value* seperti *tint*, *tone* dan *shade*

Adapun cara untuk mengubah *value* ke dalam warna-warna bahan/pigmen, yaitu sebagai berikut :

- Untuk memperterang warna, dapat menambahkan pigmen putih (untuk teknik cat poster/plakat), atau dengan menambahkan air (untuk teknik cat air).
- Untuk mempergelap warna, dapat menambahkan warna hitam (untuk teknik cat poster/plakat, cat minyak), atau dengan menambahkan pigmen warnanya sendiri, atau dengan ditambah pigmen hitam dengan presentase yang sangat sedikit (untuk teknik cat air)

Value akan memperjelas dan memperkaya garis, sehingga bentuk 3 dimensi menjadi lebih hidup, tempat dan hubungan antar bentuk dapat ditemukan, dan membentuk pola untuk menggambarkan tekstur objek serta memberikan kesan dramatis. Derajat perubahan *value* tergantung pada kontras antara bayangan dengan cahaya, dan juga dari sumber cahaya yang menimpa objek.

- Bentuk dan Ruang (*Shape* dan *Space*)

Bentuk mampu menghadirkan suasana berbeda, layaknya bentuk imajinatif, geometrik, dan sebagainya. Bentuk merupakan sebuah presentasi abstrak sebuah garis imajinasi yang menggambarkan sebuah obyek di dalam

hubungannya dengan latar belakang (*background*), dan karakter tiga dimensi yang terbentuk. Sedangkan ruang merupakan aspek negatif dari sebuah bentuk. Ruang dapat dikenali dengan adanya gelap terang cahaya, sehingga objek menjadi bentuk yang terpisah dari suatu ruang.

- Pola (*Pattern*)

Merupakan bentuk dekoratif yang bersifat datar dan tidak memiliki value atau kualitas gelap terang, sehingga tampak seperti siluet (*silhouette*) yang meminimalkan volume objek.

- Tekstur (*Texture*)

Tekstur merupakan kualitas permukaan benda yang dapat dirasakan, baik kasar maupun halus, keras maupun lembut, dan termasuk dalam elemen desain yang bersifat ekspresif serta emosional. Selain itu, juga menggambarkan ciri khas pelukis

Tekstur dapat dihasilkan dan memiliki bentuk dengan berbagai macam variasi kuat lemah warna atau arsiran yang dapat diperoleh melalui percobaan dengan menggunakan alat-alat yang ada di sekitar dan dapat digunakan secara kreatif.

- Warna (*Colors*)

Warna dapat didefinisikan secara obyektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subyektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan.

- Klasifikasi Warna berdasarkan Spektrum Warna

- a. Warna Primer

Warna primer atau warna dasar terdiri dari tiga warna, yaitu merah, kuning dan biru. Warna-warna tersebut merupakan warna-warna yang tidak dapat dicapai atau didapatkan melalui pencampuran warna-warna lainnya, karena merupakan warna yang paling dasar. Sedangkan warna-warna lainnya merupakan warna turunan atau pencampuran (kombinasi) dari ketiga warna tersebut.

b. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan hasil dari pencampuran atau kombinasi dari warna-warna primer, dimana dalam lingkaran warna, warna-warna sekunder merupakan lawan dari warna-warna primer.

c. Warna Tertier

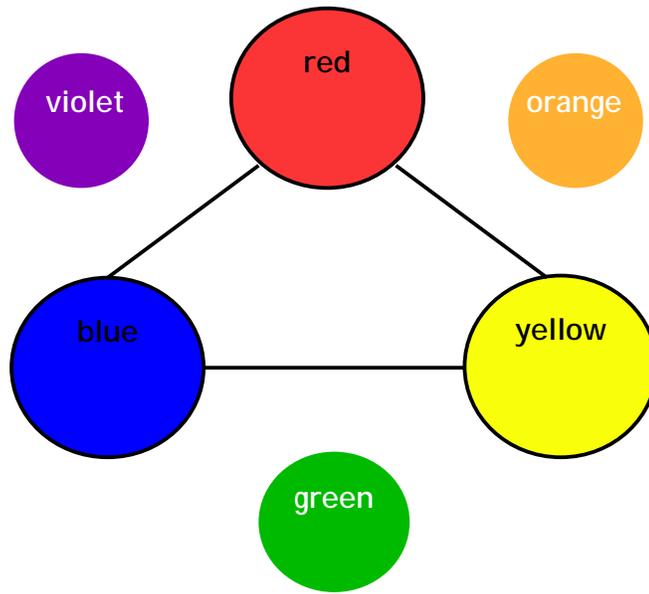
Warna tertier merupakan warna-warna yang berada di antara berbagai warna-warna yang ada, dan merupakan turunan atau pencampuran dari berbagai warna sekunder. Warna tertier biasanya disebutkan lebih dari satu warna, misalnya kuning kecoklatan, hijau kekuningan dan sebagainya.

d. Warna Komplementer

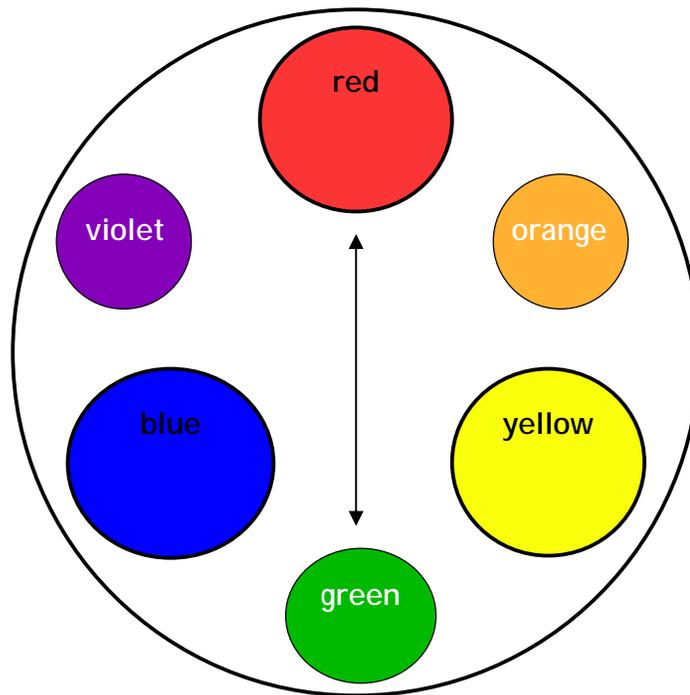
Warna komplementer merupakan warna-warna yang saling berlawanan secara kontras dalam lingkaran warna dan bila keduanya tercampur, maka akan dihasilkan warna abu-abu netral. Misalnya warna hijau dengan merah, warna biru dengan oranye dan sebagainya. Warna komplementer dapat menetralkan intensitas warna yang terlalu kuat.

e. Warna Analogus

Warna analogus merupakan warna yang mempergunakan gelap terang dan intensitas dari warna yang terdekat, misalnya kuning kehijauan dan kuning oranye (didominasi oleh warna kuning) dan sebagainya. Meskipun lebih berwarna daripada *monochromatic*, namun warna analogus menciptakan keharmonisan dan suasana hati yang tenang karena hubungan yang dekat dengan warna-warna yang dipakai.



Gambar 3.1.1.6.1. Gambar Diagram Warna Primer dan Sekunder
 Sumber: *DKV II* (2006, p. 3)



Gambar 3.1.1.6.2. Gambar Diagram Warna Komplementer
 Sumber: *DKV II* (2006, p. 16)

- Klasifikasi Warna berdasarkan Gambar/Illustrasi

- a. Warna *Monochromatic*

Warna *monochromatic* merupakan warna yang menambahkan atau mengurangi intensitas dari satu warna saja. Gambar yang hanya memiliki satu warna (*monochrome*), warna dan kedalamannya tergambarkan pada kualitas gelap terang warna, dimana gambar tersebut tidak mempresentasikan kenyataan atau realitas yang ada. Namun mengidentifikasi sebuah keseimbangan antara cahaya dan bayangan dari objek. Gambar *monochrome* memberikan kesan kelonggaran dan kebebasan bagi pengamatnya untuk memiliki imajinasi tentang objek gambar, serta partisipasi di dalam memahami objek.

- b. Warna *Polychromatic/Optical Color*

Warna *polychromatic/optical color* merupakan warna yang menggunakan banyak kandungan warna yang dicampurkan, tidak semata-mata menambah intensitas dan kuat lemah seperti halnya *monochromatic*. *Polychromatic* membuat objek menjadi lebih realis dan ekspresif, dikarenakan pencampuran warna didasarkan pada warna-warna yang sesungguhnya dilihat pada kehidupan nyata sehari-hari.

- Klasifikasi Warna berdasarkan Sensasinya

- a. Warna-Warna Panas (*Hot*)

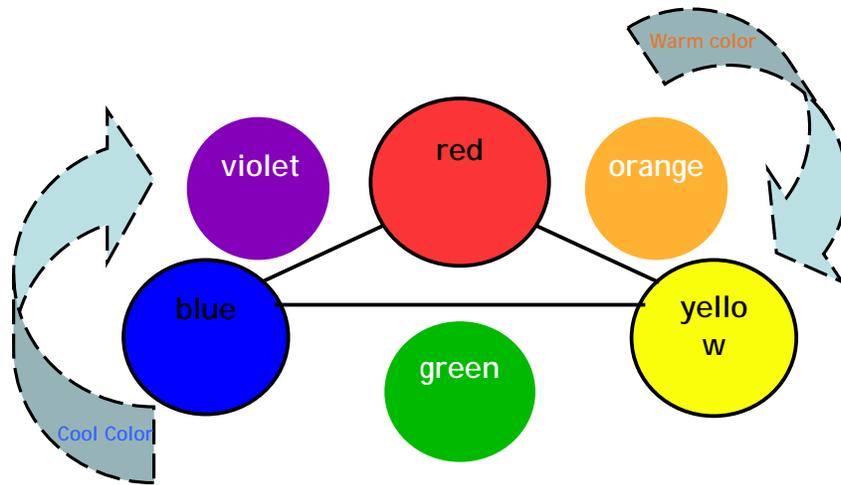
Warna-warna panas terdiri dari warna merah, kuning, dan percampuran warna-warna di antaranya.

- b. Warna-Warna Dingin (*Cold*)

Warna-warna dingin terdiri dari warna biru, hijau, dan percampuran warna-warna di antaranya.

- c. Warna-Warna Netral (*Neutral*)

Warna-warna netral terdiri dari warna putih, abu-abu, dan hitam.



Gambar 3.1.1.6.3. Gambar Diagram Sensasi Warna

Sumber: *DKV II* (2006, p. 7)

- Klasifikasi Warna berdasarkan Karakteristiknya
 - a. Warna Positif (Aktif)

Yang termasuk dalam warna positif adalah warna kuning, merah, oranye. Warna ini memberikan kesan sifat dan karakter yang aktif
 - b. Warna Negatif (Pasif)

Yang termasuk dalam warna negatif adalah warna biru, biru kemerahan dan merah kebiruan. Warna-warna ini cenderung mengidentifikasi kege;isahan, kepatuhan, kegairahan, pemikiran yang lemah lembut.

- Klasifikasi Warna berdasarkan Kualitasnya
 - a. *Hue*

Hue merupakan kualitas yang membedakan antara warna yang satu dengan warna yang lainnya atau keunikan dari masing-masing warna, dan mengacu pada warna-warna dalam lingkaran warna, misalnya merah, biru, kuning, hijau dan sebagainya.
 - b. *Chroma*

Chroma merupakan kekuatan dan kelemahan warna yang mengacu pada intensitas warna, misalnya warna kuning memiliki intensitas warna yang kuat bila dibandingkan dengan warna ungu.

c. *Value*

Value merupakan gelap terang warna yang dapat dilakukan dengan penambahan warna hitam yang menghasilkan warna lebih gelap, dan penambahan warna putih untuk menghasilkan warna yang lebih muda/terang. *Value* warna dapat dibedakan menjadi *tint* yang merupakan warna dengan *value* tinggi atau warna-warna yang dianggap lebih ringan/terang karena penambahan warna putih, dan *shade* yang merupakan warna dengan *value* rendah atau warna-warna yang dianggap lebih gelap/berat karena penambahan warna hitam.

- Klasifikasi Warna berdasarkan Maknanya

Selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata warna memiliki makna dan mampu mempengaruhi perilaku seseorang, mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda. Potensi karakter warna yang memiliki warna dan mampu memberikan kesan pada seseorang, antara lain :

a. Hitam

Sebagai warna yang tertua (gelap) dengan sendirinya menjadi lambang untuk sifat gulita dan kegelapan (juga dalam hal emosi).

b. Putih

Sebagai warna yang paling terang, melambangkan cahaya, dan sebagainya.

c. Abu-abu

Merupakan warna yang paling netral dengan tidak adanya sifat atau kehidupan spesifik.

d. Merah

Bersifat menakutkan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif dan vital (hidup).

e. Kuning

Dengan sinarnya yang bersifat kurang dalam, merupakan wakil dari hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum dan mengesankan sesuatu.

f. Biru

Sebagai warna yang menimbulkan kesan dalamnya sesuatu, sifat yang tak terhingga dan transenden, disamping itu memiliki sifat tantangan.

g. Hijau

Mempunyai sifat keseimbangan dan selaras, membangkitkan ketenangan dan tempat mengumpulkan daya-daya baru.

3.1.2. Tinjauan Unsur Komposisi

- Layout
 - Sejarah *Layout* Secara Umum ke Khusus

Dimulai dari 25.000 tahun SM, dimana para pemburu yang hidupnya berpindah-pindah di jaman Paleolitikum sampai Neolitikum melukisi dinding gua dengan objek-objek binatang, peristiwa perburuan dan bentuk-bentuk lain. Kemudian kurang lebih 1.500 tahun SM, bangsa Mesir mulai mengenal sistem tulisan *Hieroglyph* dan menggunakan papirus sebagai kertasnya. Sementara itu di Cina, masyarakatnya mengembangkan sistem tulisan yang menggunakan lebih dari 40.000 karakter. Orang-orang terpelajar dari Phoenicia (sekitar Syria, Yordania, Israel, Palestina dan Lebanon) melakukan invasi yang luar biasa, menciptakan sistem tulisan yang awalnya menggunakan lebih dari 500 karakter menjadi hanya 22 karakter saja. Sistem tulisan ini disebut *Cuneiform*. Bangsa Yunani mulai mengadopsi sistem *Cuneiform* sekitar tahun 800-900 SM. Karakter dalam tulisan Yunani selanjutnya digunakan oleh orang-orang Romawi dengan beberapa penyesuaian untuk menuliskan literatur mitologi, filsafat dan kepercayaan mereka.

Di abad pertengahan hanya sedikit yang bisa dibaca, selain masih banyak orang yang buta huruf. Di Eropa hanya ada kurang dari 50.000 literatur dan hanya para biarawan dan segelintir orang yang sangat kaya mampu memilikinya. Pada pertengahan abad ke-12, setelah 600 tahun invasi, migrasi dan hubungan dagang dengan Cina, orang-orang Eropa mulai mengenal cara pembuatan kertas yang lebih murah. Pabrik kertas pertama didirikan di Fabriano, Italia pada tahun 1276. Lalu di Troyer, Perancis pada tahun 1345.

Peristiwa paling bersejarah adalah pada tahun 1450, saat seorang penemu berkebangsaan Jerman bernama Johann G. Gutenberg mengembangkan suatu sistem percetakan, *moveable type*, yang dapat memproduksi ribuan hasil cetakan di atas kertas dalam waktu yang sangat singkat.

Dalam kurun waktu 13 tahun setelahnya, teknologi percetakan telah menyebar ke seluruh Eropa. Muncullah *Broadsides*-selembar kertas yang dicetak pada salah satu sisinya, menjadi surat kabar yang pertama. Dari situlah mulai digunakan *layout* di dalam penyusunannya.

- o Perkembangan *Layout*

Layout atau tata letak adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang, sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini dapat juga disebut sebagai manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan, sehingga suatu proses yang biasa untuk menghasilkan sebuah buku atau segala sesuatu yang berbahan cetak. Terdapat 3 kriteria dasar untuk suatu *layout* yang baik, yaitu jika pengaturannya berhasil, terorganisir dan mampu menarik khalayak. Suatu *layout* juga harus menonjol dari sekelilingnya untuk menjalankan perannya sebagai penarik perhatian

Sekitar tahun 1970-an hingga tahun 1990, proses membuat *layout* masih menggunakan teknik kertas *graf* dimana dalam mengatur huruf masih menggunakan istilah *paste up*. Komputer pada waktu itu hanya boleh mencetak huruf-huruf yang tidak sempurna susunannya, karena belum terdapat *software* yang boleh mengatur huruf. Hingga pada akhirnya sekitar tahun 1990-an ditemukan sebuah *software* yang boleh digunakan untuk membuat *layout* seperti Adobe Pagemakerk, Quark Express, dan sebagainya

Layout yang baik akan mampu menyajikan sejumlah informasi dalam cara yang praktis dan estetis bagi yang melihatnya. Tidak ada aturan khusus dalam menyusun tata letak halaman selain bahwa informasi tetap poin utama yang penting untuk disajikan

Untuk menciptakan *layout* yang baik, seringkali diperlukan garis maya yang biasanya dikenal dengan *grid*. *Grid* merupakan alat bantu untuk menata tipografi dan gambar, dan dipakai di semua aspek desain terutama pada bagian editorial atau isi. *Grid* harus cukup fleksibel untuk berbagai perubahan seperti perubahan layout dan tulisan, dan cukup fungsional untuk pemotongan kertas pasca cetak serta penjilidan akhir. *Grid* membagi bidang kerja ke dalam beberapa unit yang memberikan gambaran struktur dimana elemen desain akan ditempatkan. Dalam hal ini, *grid* berfungsi untuk membantu menyatukan semua elemen desain

o Jenis *Layout*

Dalam pembuatan sebuah buku, diperlukan sebuah *layout* untuk dapat menghasilkan susunan yang memudahkan dalam penyampaian suatu informasi sekaligus dapat menarik minat baca serta keindahan dari buku itu sendiri. Terdapat beberapa jenis *layout* yang dipakai dalam penyusunan sebuah buku, antara lain :

- a. *Layout* dimana antara gambar dengan teks terpisah antara halaman yang satu dengan halaman yang lain.
- b. *Layout* dimana dalam satu halaman terdapat satu gambar dengan satu tulisan.
- c. *Layout* dimana dalam satu halaman terdapat satu gambar dan satu tulisan namun bidang teks terpecah secara vertikal.
- d. *Layout* dimana dalam satu halaman terdapat banyak gambar dengan banyak tulisan namun tetap dalam kondisi teratur.
- e. *Layout* dimana dalam dua halaman terdapat satu bidang gambar dengan satu tulisan.
- f. *Layout* dimana dalam dua halaman terdapat satu bidang gambar dengan tulisan berkolom-kolom.
- g. *Layout* dimana gambar digunakan sebagai border, sedangkan tulisan berada di tengah atau di dalam border.

3.1.3. Tinjauan Fotografi

- Tinjauan Fotografi berdasarkan Bidang Kajian
 - a. Fotografi Dokumenter yaitu jenis kegiatan memotret suatu kejadian atau peristiwa yang akan diabadikan, merupakan suatu dokumentasi untuk disimpan informasinya. Dalam hal ini, yang diutamakan adalah unsur informatif, bukan nilai esthetisnya.
 - b. Fotografi Piktoral lebih mengacu kepada fotografi yang mengutamakan segi estetis dari suatu obyek sehingga memiliki kesan tertentu. Obyek yang difoto harus memiliki bentuk dan komposisi sedemikian rupa sehingga muncul nilai esthetisnya ketika difoto.

- Tinjauan Fotografi berdasarkan Sifat dan Fungsi

Fotografi berdasarkan sifatnya memiliki unsur realistik, apa yang ditampilkan tidak akan berubah dari objek aslinya, atau sama persis dengan keadaan aslinya, bukan merupakan hasil rekayasa. Sebagai ilustrasi, fotografi mampu menampilkan gambar yang nilainya tidak dapat dilakukan oleh gambar ilustrasi lainnya. Fotografi dapat menjadi mata lain dari manusia untuk merekam suatu kejadian tertentu di tempat yang pada hasil akhirnya dapat dirasakan oleh manusia lainnya.

- Tinjauan Fotografi berdasarkan Teknik

a. *Blurring*

Teknik untuk memotret benda dalam keadaan bergerak dengan hasil gambar yang mengalami percepatan gerak, sehingga menimbulkan efek gambar terlihat buram (*blur*) pada bagian yang bergerak.

b. *Panning*

Teknik ini hampir sama dengan teknik di atas. Perbedaannya hanya pada obyek utama tidak buram, tetapi backgroundnya menjadi buram. Biasanya digunakan untuk memberi kesan bergerak cepat.

c. *Depth of Field (DoF)*

Dibagi menjadi 2 macam yaitu DoF sempit dan DoF luas. Teknik DoF ini memanfaatkan pengaturan bukaan diafragma yang berpengaruh pada

background. DoF empit akan gambar macro, yaitu fokus pada benda yang dekat, dan latar belakangnya akan terlihat tidak fokus. Sedangkan pada DoF luas baik obyek yang dekat maupun yang jauh akan sama-sama terlihat jelas.

d. *Freezing*

Merupakan teknik pengambilan gambar obyek yang pada waktu itu bergerak cepat. Pada hal ini pengaturan *shutter speed* sangat berpengaruh besar pada hasil akhirnya, dibantu dengan teknik pencahayaan yang tepat.

3.2. Konsep Kreatif Perancangan Buku

3.2.1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran atau target audience ditetapkan dari awal, sebelum pembuatan sebuah buku, dengan maksud agar perancangan dapat dihasilkan sesuai dengan tujuan utama. Khalayak sasaran dapat dibagi menjadi beberapa bagian, antara lain :

- Demografis

Secara demografis, *target audience* yaitu :

Jenis kelamin : Pria dan wanita.

Usia : 18-40 tahun.

Pendidikan : Minimal Sekolah Menengah Atas (SMA).

Strata ekonomi sosial : Menengah hingga menengah ke atas.

- Geografis

Pria dan Wanita : baik yang bertempat tinggal di Malang maupun luar Malang.

- *Behavioral*

Pria dan Wanita yang suka dengan makanan, suka dengan budaya dan yang suka berbelanja untuk oleh-oleh dan mencari informasi melalui buku.

- Psikografis

Khalayak Sasaran dari buku ini adalah bagi orang yang suka ke toko buku dan tertarik dengan makanan dan ingin mencoba sesuatu yang baru yang belum pernah dicoba sebelumnya.

3.2.2. Tujuan Kreatif

Diharapkan buku ini bisa menimbulkan keinginan untuk mencoba hasil olahan tempe Khas dari Bu Noer, dan membuat orang ingin membeli produk-produk yang sudah dihasilkan dari Bu Noer juga mengingat dan mengetahui ciri khas dari Kota Malang.

3.2.3. Strategi Kreatif

Dalam menentukan strategi kreatif dari perancangan buku panduan ragam olahan Tempe khas Bu Noer di kota Malang ini sebelumnya harus mengetahui tentang karakter dari *target audience*, setelah mengetahui dari

karakteristik dari *target audience* barulah membuat strategi kreatif dengan tujuan perancangan buku pengenalan tersebut dapat berfungsi dan efektif bagi *target audience*. Dalam perancangan pengenalan ini berbagai usaha kreatif digunakan antara lain:

- Strategi visual

Data visual berupa fotografi, sebagai elemen utama penyusun buku ini. Digunakan foto yang menarik. Seperti foto close-up dari makanan sehingga terlihat nikmat dan menarik untuk dicoba dan dicicipi, Sehingga tidak hanya sekedar memfoto seperti pada foto-foto buku lainnya, tetapi foto diolah sedemikian rupa dan diharapkan dapat memperjelas pesan yang disampaikan, dan menunjang buku secara keseluruhan agar tampak menarik serta tidak membosankan untuk dibaca.

- Strategi verbal

Gaya bahasa yang digunakan yaitu gaya bahasa langsung menuju sasaran yaitu dengan tulisan yang langsung menuju sasaran informasi yang ingin disampaikan, dan tidak bertele-tele sehingga pembaca tidak bingung dan bosan melihat bacaan

- Layout

Layout disusun secara terstruktur dengan gaya layout yang sederhana sehingga tidak membingungkan pembaca ketika melihat dan membaca buku ini dan lebih terfokus dan memudahkan dalam melihat dan membaca.

3.3. Konsep Rancangan Buku

3.3.1. Judul Rancangan Buku

- Judul Utama Buku

Judul utama perancangan buku ini Ragam Olahan Tempe Khas Bu Noer Kota Malang

- Sub-Sub Judul Buku

- Pendahuluan : Kota Malang

Ciri Khas Kota Malang

- Profil : UKM Bu Noer

- Ragam Olahan : Keripik Tempe Aneka Buah

Keripik Tempe Aneka Daun

Keripik Tempe Aneka Bumbu

Brownies Tempe

Cake Bekatul

Pie Temple

Roti Juwawut

Kue Arema

Crispy Fruit Chocolate

- o Sekilas Tentang Penulis

3.3.2. Tema Rancangan

Tema dari perancangan buku ini adalah buku mengenai tempe adalah salah satu ciri khas kota malang dan ragam olahan Tempe yang dibuat Bu Noer di kota Malang

3.3.3. Maksud dan Tujuan

Buku ini memiliki beberapa tujuan utama yaitu untuk mempromosikan Bu Noer sendiri sebagai pengolah tempe, dan juga melestarikan budaya Indonesia khususnya Tempe dari Malang sebagai salah satu ciri khas Kota Malang..

3.3.4. Bentuk Penyajian dan Variasi Tampilan

- Bentuk Penyajian

Penyajian akhir buku panduan ini adalah menggunakan *Hard cover*, dengan menggunakan foto sebagai dukungan visualisasi yang menarik. Buku menggunakan jenis kertas *Art Papper* 260 gr untuk halaman sampul dengan laminasi *doff*, dimaksudkan untuk menambah sisi elegan dari buku panduan ini sendiri, dan untuk bagian dalam menggunakan kertas *Ice Gold* yang lebih tipis 150gr, dimaksudkan menonjolkan hasil gambar dengan tipe kertas yang memiliki tekstur dan warna yang mengkilap. Untuk Setiap pembelian buku, akan mendapatkan pembatas buku. 50 pembeli pertama akan mendapatkan bonus stiker, pin, dan pembelian minimal 2 pcs akan mendapatkan bonus kalender.

3.3.5. Jumlah Seri

Buku ini hanya terdiri dari satu seri saja.

3.3.6. Ukuran dan Jumlah Halaman

Ukuran Buku : 20x20

Jumlah Halaman : 56 halaman

3.3.7. Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan adalah *simplicity*. Dengan tujuan agar buku mudah dilihat dan simpel, walaupun terlihat sederhana namun tetap menonjolkan estetika dengan menggunakan foto *close up* sebagai penunjang dalam media buku ini

3.3.8. Typografi

Typografi yang digunakan dalam buku panduan ini menggunakan jenis font *Franklin Gorhic Medium* digunakan untuk *headline* sedangkan font *Arial* digunakan untuk *body text*. Pemilihan huruf disesuaikan dengan isi dan karakteristik dari *target audience* dan berfungsi pula untuk penunjang karya serta *layout*. Contoh typografi sebagai berikut :

- *Levinim MT* untuk *Head text*

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

- *Microsoft Yahei* untuk *Head text*

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

- *Arial* untuk *Body text*

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

3.3.9. Jenis Layout

Layout yang digunakan adalah banyak dengan menggunakan *Coloumn Grid* sehingga dapat memudahkan dalam melayout buku dan memudahkan pembaca dalam membaca dan melihat.

3.3.10. Teknik Cetak

Untuk teknik cetak menggunakan teknik *offset*, dan dengan menggunakan CMYK sebagai warna utama. Sedangkan pada cover buku dijilid menggunakan *hard cover* dan dengan menggunakan laminasi *dof* sehingga memberikan gambaran bahwa buku panduan ini dikemas secara maksimal, memiliki bobot akan tetapi tidak meninggalkan sisi elegan dari sebuah buku tentang ragam olahan Tempe Bu Noer di Kota Malang.

3.3.11. Penerbit

Penerbit yang digunakan adalah PT Malang Intermedia Pers, yang berada di jalan Arjuno no 23 Malang. Hal ini dikarenakan PT Malang Intermedia Pers juga mencetak koran harian, sehingga dapat dikatakan berpengalaman dalam mencetak buku, dan juga terdapat di kota Malang, yang memudahkan untuk menjangkau pasar baik di kota Malang maupun di luar kota Malang.

3.4. Konsep Perancangan Media

Dalam perancangan ini, buku adalah media paling utama. Selain buku adalah media yang populer alasan memilih buku sebagai media utama karena buku adalah salah satu media yang efisien dalam menyampaikan pesan, berbeda dengan media yang lain seperti koran, majalah yang umurnya relatif pendek. Buku juga memiliki kekuatan untuk mengubah pola pikir *target audiencenya*, perancangan ini diharapkan memberikan sebuah panduan tentang ragam olahan tempe kepada masyarakat. Beberapa media pendukung lainnya antara lain:

- **Poster**
Ditempatkan di dalam ruangan yang penempelannya berada di dinding atau di tempat-tempat toko buku. Tujuannya adalah untuk memberi tahu kepada *target audience* bahwa buku pengenalan ini sudah terbit, sehingga *target audience* menjadi tertarik untuk membeli dan membaca buku pengenalan ini.
- **Pembatas Buku**
Pembatas buku merupakan sebuah media pendukung yang bisa dikatakan efisien dan menarik dalam melakukan promosi sebuah produk komersial, selain dapat digunakan untuk semua kalangan, pembatas buku juga dapat dipakai sebagai pengingat dari adanya produk buku tersebut.
- **Pin**
Pin juga media pendukung yang bisa digunakan juga menggunakan penyampaian pesan dengan gambar ringkas sehingga mempermudah *target audience* dalam memahami maksud pesan komersial.
- **X-banner**
X-banner adalah sebuah poster berdiri yang besar dengan format vertikal. *X-banner* sendiri merupakan media pendukung yang efektif, karena ukurannya yang besar *x-banner* memiliki sudut pandang paling jelas dibanding dengan media pendukung lainnya.
- **Kalender**
Kalender adalah media pendukung yang bisa digunakan sebagai pengingat tanggal dan waktu cocok untuk digunakan sebagai *merchandises*

3.4.1. Tujuan Media

Media promosi sangat diperlukan dalam mendukung dan pendistribusian dalam sebuah perancangan buku, sehingga dipilih beberapa media promosi yang dapat memperkenalkan dan menarik minat *target audience* untuk membeli buku panduan ragam olahan tempe Khas Bu Noer di kota Malang

3.4.2. Strategi Media

Strategi media yang dirancang dalam mendukung tujuan promosi adalah :

- Memberikan informasi kepada masyarakat atau *target audience* bahwa ada peluncuran buku baru tentang ragam olahan tempe Khas Bu Noer di Kota Malang dengan media Poster dan brosur.
- Menarik perhatian dan minat baca kepada *target audience* dengan media stiker, pembatas buku, pin, kalender duduk, dan *x-banner*.

3.5. Konsep Marketing

Guna mencapai tujuan pemasaran, maka strategi 4P yang dikembangkan oleh Philip Kotler perlu diterapkan melalui konsep dasar pemasaran pada, yaitu *Product, Place, Price, Promotion*.

3.5.1. Product

Kelebihan dari buku ini yakni mempunyai ulasan lengkap mengenai ragam olahan dari tempe khas Bu Noer Selain itu juga menggunakan foto yang baik, yang dapat menarik orang untuk membeli.

3.5.2. Place

Buku perancangan ragam olahan tempe khas Bu Noer didistribusikan di kota-kota besar di Indonesia sehingga melalui toko-toko dikota besar dapat mengedarkan buku ke masing-masing kota yang bersangkutan.

3.5.3. Price

Harga dari buku panduan ragam olahan tempe khas Bu Noer ini diberikan harga dan disesuaikan kualitas *print out* selain *full colour* dan dengan *Hard cover*.

3.5.4. Promotion

Perancangan buku panduan ini juga menggunakan media promosi dalam menyampaikan pesan ke masyarakat atau *target audience* yaitu menggunakan media pendukung poster, *x-banner*, pembatas buku dan pin

3.6 Biaya Produksi

Perincian biaya produksi:

Isi buku

1000 buku

Kertas *ice Gold* 150 gsm:

50 rim x Rp. 550.000,00 = Rp. 27.500.000,00

Biaya Cetak: 1000 x 56x 100 = Rp. 5.600.000,00

Biaya Jilid: 1000 x Rp. 2.000,00 = Rp. 2.000.000,00

Biaya Cover

Kertas *art Paper* 260 gsm:

6 rim x Rp. 530.000,00 = Rp. 3.180.000,00

Biaya cetak: 1000 cover x 750,00 = Rp. 750.000,00

TOTAL = Rp. 39.030.000,00

Poster Promosi

Kertas *ice gold* 150 gsm:

2 rim x Rp. 550.000,00 = Rp. 1.100.000,00

Biaya cetak: 1000 x Rp. 1.200,00 = Rp. 1.200.000,00

TOTAL = Rp. 2.300.000,00

X-banner

Kertas *Glossy paper* 250 gsm:

50 x @Rp. 50.000,00 = Rp. 2.500.000,00

Pin

Kertas *art paper* 120 gsm:

1000 x @Rp. 1.200,00 = Rp. 1.200.000,00

Pembatas Buku

Kertas *art paper* 230 gsm:

1000 x @Rp.300,00 = Rp. 300.000,00

Kalender

Kertas *art paper* 120 gsm:

50 x @Rp. 20.000 = Rp. 1.000.000,00

TOTAL = Rp 4.000.000,00

Harga Buku = Biaya Produksi + media promosi
= Rp. (39.030.000+ 6.300.000) :1000 buku
= Rp. 45.330,00 + Rp(4670,00 (laba)
= Rp. 50.000,00 / buku