

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Tinjauan Tentang Desain

3.1.1. Tinjauan Tentang Unsur Desain

3.1.1.1. Gaya Desain

Dalam desain, terdapat beberapa gaya yang memiliki ciri khasnya masing-masing. Gaya desain ini masih banyak digunakan digunakan oleh para desainer sebagai panduan dalam membuat suatu karya. Berikut ini merupakan gaya desain dalam desain grafis tersebut:

- 1). *Early Modern*. Revolusi Industri di Inggris ketika prinsip kerja mesin uap disempurnakan oleh James Watt 1769. Pada Pameran internasional I 1851 (Jaman Ratu Victoria) di London timbul reaksi menolak kehadiran mesin karena dianggap menciptakan dehumanisasi. Muncul gerakan romantik yang berdasarkan pada perasaan serta kemuliaan dari hak individu mengungkapkan pikiran dalam karya. Filsuf Hegel mengatakan bahwa seni dapat menyembuhkan keresahan manusia akibat tekanan alam atau lingkungannya. Gerakan romantik yang paling menonjol adalah *Art and Craft Movement* dan *Art Nouveau* sebagai reaksi modernism (“Pengantar Gaya Desain” par.5-9).



Gambar 3.1. Gaya *Early Modern*

Sumber : <http://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/>

- 2). *Art and Craft Movement*. Gerakan yang berusaha menghidupkan kembali ketrampilan tangan manusia dalam seni dan kriya sebagai penolakan industri yang menggunakan mesin. John Ruskin dan William Morris 1888 mendirikan bengkel untuk memproduksi logam, furnitur, tekstil, barang cetakan dengan gaya *Gothic* dan oriental yang menghasilkan barang indah, mengutamakan kepuasan seniman dalam berkarya serta harga terjangkau. Namun kenyataannya yang menjangkau hanyalah kaum kaya di Inggris saja (“Pengantar Gaya Desain” par.10-11).



Gambar 3.2. Gaya *Art and Craft*

Sumber : <http://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/>

- 3). *Art Nouveau*. *Art Nouveau* berarti ‘seni baru’. *Art Nouveau* adalah aliran seni yang memiliki gaya dekoratif tumbuhan (flora) yang meliuk-liuk. Muncul di Eropa dan Amerika 1890 hingga 1914. Masih merupakan reaksi terhadap industrialisasi dan gaya mesin yang dianggap menghilangkan sifat manusiawi dalam produksi barang kebutuhan manusia, sehingga seringkali malah tampil berlebihan dan menekankan sifat emosional. Nama *Art Nouveau* mula-mula dipakai pada sebuah toko di Paris 1895 oleh Siegfried Bing. Aliran *Art Nouveau* di Eropa menggunakan beberapa nama:
- Jugendstil (*youth style*) di Jerman dari majalah Die Jugend
 - Vienna Secession di Austria
 - Stile Liberty di Italia
 - Modernista di Spanyol
 - Glasgow School di Inggris

Tokoh *Art Nouveau* :

- Charles Rennie Mackintosh (Inggris)
- Henry Van de Velde (Austria)
- Antoni Gaudi (Spanyol)

Gaya *Art Nouveau* mula-mula sebagai karya seni populer yang dapat dinikmati orang kebanyakan, namun kenyataannya lebih banyak diterapkan pada seni dan barang untuk konsumsi orang kaya. Gaya *Art Nouveau* juga mendapat pengaruh dari seni rupa Jepang. Hal ini tampak pada lukisan Gunung Fuji oleh Katsushika Hokusai (1760-1849) (“Pengantar Gaya Desain” par.13-19). *Art Nouveau* pada umumnya bentuknya lebih sederhana jika dibandingkan dengan *Art and Craft*.



Gambar 3.3. Gaya *Art Nouveau*

Sumber : <http://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/>

- 4). *Ekspresionism*. Berasal dari kata ekspresi/spontan. Dimulai 1900-1906 ketika Van Gogh dengan warna-warni yang berani, Gaugin dengan distorsi orang besar dan gemuk dan Paul Cezanne dengan kebebasan pada karyanya. Pelopor Ekspresionisme adalah Eduard Munch (1863-1944) dari Norwegia dengan karya berjudul ‘The Scream’. Arti harafiah Ekspresionisme adalah ‘binatang buas’. Ekspresionisme menjadi aliran *avant-garde* pertama abad

20. Tema utama berkisar masalah kematian, kesakitan, dan dorongan seksual. Sejalan dengan teori psikoanalisa Sigmund Freud (perilaku dewasa adalah dorongan bawah sadar pengalaman yg terbentuk dari masa kecilnya). *Ekspresionism* diperlihatkan juga oleh seniman-seniman golongan Fauvisme dengan cirinya mengandalkan kebebasan warna, dengan mendobrak aturan-aturan alam yang ada, seperti pada lukisan Henry Matisse. Kebebasan ekspresionisme dari sisi bentuk tampak pada Kubisme, yang diusung oleh Pablo Picasso dengan menghilangkan sudut pandang perspektif satu titik hilang, diganti dengan berbagai sudut pandang. Kubisme dan Picasso mencari definisi sendiri menentang konsep-konsep awam yg ada, misalnya wanita cantik, di gambarkan Picasso justeru jauh dari cantik. ‘Kebebasan’ pada Ekspresionisme makin menjadi dengan munculnya Dadaisme yang menolak semua hukum-hukum, keindahan, yang didalamnya termasuk bentuk dan warna, sebagai protes nilai-nilai yang runyam karena Perang Dunia I (“Pengantar Gaya Desain” par.21-29).



Gambar 3.4. Gaya Ekspresionisme

Sumber : <http://bloggers.com/topics/membaca+fiksi>

- 5). *Futurism*. Aliran seni di Italia yang didirikan oleh Filippo Marinetti. Gerakan ini diinspirasi dari kehidupan yang berubah karena penemuan mesin yang menghasilkan unsur gerak dan kecepatan yang sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia di awal abad ke-20. Tipografi dalam futurisme berkembang menjadi media ekspresi dalam desain, bukan makna

tapi juga bentuknya, divisualkan dengan puisi yang memakai bentuk-bentuk tipografi sebagai ungkapan perasaan yang mendukung karya puisi tersebut (“Pengantar Gaya Desain” par.30-31).



Gambar 3.5. Gaya Futurisme

Sumber : <http://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/>

- 6). *Konstruktivism*. Tokohnya El Lisstzky yg mengatakan *konstruktivism* adalah pelopor *avant garde* seni di Rusia. Seni harus dinikmati semua kelas secara merata. Konstruktivisme adalah seni resmi untuk pemerintahan Bolshevik di Rusia. Berkembang tahun 1914-1920, merupakan pengaruh Kubisme yang berkembang di Rusia. Estetika *konstruktivism* berkaitan dengan bentuk/bidang geometris kinetik sebagai cerminan jaman modern yang dikuasai mesin. Awalnya hanya mengeksplorasi bentuk geometris saja, namun karena pesan menjadi kurang efektif dan efisien maka dipakailah sosok dan figur manusia, sehingga dikenal dengan istilah *Social Realism*. *Konstruktivism* banyak mempengaruhi desain grafis ketika seniman-seniman aliran ini mengajar di sekolah Bauhaus, Republik Weimar (sekarang Jerman). El Lissitzky banyak bereksperimen dengan fotogram

(memotret tanpa kamera, namun dengan kertas foto dan cahaya di kamar gelap). Karya yang terkenal adalah 'Beat The White With the Red Wedge' oleh Lissitzky yang kemudian dipakai oleh Lenin sebagai poster propaganda Revolusi Bolshevik (Pengantar Gaya Desain, par.32-36).



Gambar 3.6. Gaya Konstruktivisme

Sumber : <http://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/>

7). *De Stijl*. Nama majalah seni Belanda (1917-1931). Tokohnya Piet Mondrian. Ciri *De Stijl*:

- Tidak representasional
- Tidak ilustratif ataupun naratif
- Menggunakan bentuk-bentuk geometris, dengan konstruksi yang sangat teknis
- Merupakan perkembangan dari aliran konstruktivisme

Mondrian awalnya dipengaruhi oleh kubisme Picasso, namun ia menghilangkan berbagai garis lengkung dan hanya menyisakan garis vertikal dan horisontal. Gaya ini disebut *Neo Plastisism*. *Neo Plastisism* adalah bagian dari *De Stijl* yang menekankan kelenturan bidang dengan memanfaatkan garis vertikal-horisontal dan warna biru-merah-kuning-hitam-putih. Karyanya yang terkenal adalah *Compasition with Red, Yellow, Blue and Black Composition* (1921) ("Pengantar Gaya Desain" par.37-40).



Gambar 3.7. Gaya *De Stijl*

Sumber : <http://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/>

- 8). *Art Deco*. Berasal dari Paris Exposition des Art Decoratifs et Industries 1925 di Perancis. *Art Deco* tidak dianggap sebagai aliran, namun hanya gaya atau kecenderungan dalam desain. *Art Deco* dipengaruhi oleh *Kubism* dan *Fauvism* serta gaya Mesir dan Indian Aztec. Gaya ini banyak diaplikasikan pada desain grafis, arsitektur, produk industri, furnitur. *Art Deco* banyak menggunakan bahan-bahan mahal, dan sedikit ornamen hias. Ornamen yang digunakan lebih beraturan dan menggunakan garis-garis lurus atau persegi (rectilinear). *Art Deco* banyak menggunakan gradasi warna yang halus, efek kilau atau lengkungan logam. *Art Deco* tak selalu berhubungan dengan kemewahan, namun menggunakan bahan sederhana untuk menampilkan kesan mewah (“Pengantar Gaya Desain” par.61-64).



Gambar 3.8. Gaya *Art Deco*

Sumber : <http://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/>

9). *Dada*. Aliran seni anti estetis dan anti art yang berkembang di Swiss. Cenderung absurd dan nihilis. Dada berarti ‘kuda kayu mainan’ oleh Hugo Ball, Tristan Tzara dipakai sebagai sikap protes terhadap perang dunia pertama yang bikin manusia menderita. Mereka bilang bencana perang disebabkan oleh sikap pengagungan berlebih terhadap logika dan rasionalisme. Sehingga harus diatasi dengan cara *chaos*, anarki politik, emosi alamiah, intuisi dan sikap irrasional (“Pengantar Gaya Desain” par.86).



Gambar 3.9. Gaya *Dadaisme*

Sumber : <http://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/>

10). *Pop Art*. Muncul karena protes terhadap *international style* dan fungsionalisme yang menggugat desain yang punya nilai estetika selamanya sementara barang yang diproduksi memakai pendekatan relatif. Menurut mereka estetika barang konsumtif harus berangkat dari budaya populer. Kata populer berasal dari Yunani yang artinya ‘populis’ (rakyat). Aliran ini mendukung media massa yang populer seperti koran, iklan, televisi, komik, supermarket. *Pop Art* marak di Amerika dan Inggris dengan tokohnya Andy Warhol, Roy Lichtenstein dan di Inggris David Hockney

Sifat Pop dari seni mereka tampak pada:

- Penggunaan model selebritis (Marilyn Monroe, Elvis Presley)
- Penggunaan elemen visual: dot/titik raster berasal dari teknik cetak, balon kata pada komik. Contohnya pada *Drowning Girl* (1963) dan *Whaam!* (1963) oleh Roy Lichtenstein.
- Teknik reproduksi *Pop Art* menghalalkan peng-gandaan secara manual (silk-screen) ataupun mekanis (fotokopi)

Pop Art sering juga disebut sebagai *popular culture* yang disebut ‘budaya rendah’ karena lebih mengedepankan hiburan, komersial dan selera masyarakat awam yang tak perlu intelektual tinggi. Hal ini berlawanan dengan konsep *high culture* yang kelas atas, berintelektual tinggi dan berpemikiran idealis (“Pengantar Gaya Desain” par.88-91).



Gambar 3.10. Gaya *Pop Art*

Sumber : <http://kacamatapanda.wordpress.com/author/kacamatapanda/page/24/>

- 11). *New Simplicity (Neo Modern)*. Merupakan gaya yang ‘berlawanan’ dengan gaya dekonstruksi. Cirinya meminimalisasi layer bidang teks dan gambar pada desain sehingga visualisasi tampak polos dan sederhana. Bedanya dengan gaya Swiss International terletak pada konsep personalitas (subjektifitasnya). Memakai warna pastel, sederhana bentuk, miskin ornamen tapi sangat memikat. Bentuk sederhana dipakai untuk memudahkan produksi pencetakan dan kecepatan navigasi pada internet (“Pengantar Gaya Desain” par.124).



Gambar 3.11. Gaya *New Simplicity*

Sumber : <http://dcaiga.blogspot.com/2010/11/simplicity-and-boldness-paul-rand.html>

3.1.1.2. Warna (*Colors*)

Adalah kualitas dari mutu cahaya yang dipantulkan oleh suatu objek ke mata manusia sehingga dapat membangkitkan perasaan manusia (Dendi 1985). Warna di lain pihak merupakan elemen yang bercahaya dari suatu objek yang memiliki berbagai kualitas yang memberikan kesan volume dari objek (Wilco 33). Warna dihasilkan dari gelombang cahaya sejenis radiasi elektromagnetik yang terukur dengan satuan micron. Warna – warna yang dapat dilihat dengan kemampuan mata manusia antara 400 – 700 mikron namun ada juga warna – warna yang tidak terjangkau untuk dilihat karena panjang gelombangnya diluar

jangkauan manusia. Warna pada umumnya digunakan untuk menghidupkan emosi dan suasana yang terdapat di dalam satu kesatuan ilustrasi.

a). Klasifikasi Warna Berdasarkan Sensasinya

- Warna panas

Merupakan warna-warna terang dengan *value* medium atau cenderung gelap, namun memiliki intensitas yang tinggi. Warna-warna ini, misalnya, mengingatkan kita pada bara api dan juga matahari. Contoh warna panas adalah merah, oranye dan kuning (Brainard 72).

- Warna dingin

Berlawanan dengan warna panas, warna dingin mengingatkan kita pada es, salju atau hari-hari yang suram. Biasanya warna dingin diasosiasikan juga dengan warna-warna yang suram, mulai dari warna hijau hingga warna ungu, yang *value*-nya tinggi, namun memiliki intensitas yang medium hingga rendah (Brainard 73).

- Warna netral

Merupakan warna yang terletak di antara warna panas dan warna dingin, di tengah-tengah lingkaran warna. Secara singkat, warna netral adalah pencampuran antara warna panas dengan warna dingin atau penurunan intensitas sebuah warna sehingga menghasilkan warna yang tidak menyerupai kedua warna induknya. Misalnya, warna oranye dicampur dengan warna biru sehingga tidak lagi nampak sebagai warna oranye maupun biru, itulah warna netral. Contoh warna netral adalah abu-abu, hitam, putih, *khaki*, *beige*, dan sebagainya (Brainard 72).



Gambar 3.12. Warna Panas, Warna Dingin dan Warna Netral

Whelan (1997,18)

b). Klasifikasi Warna Berdasarkan Karakteristiknya

- *Hue*

Hue merupakan keunikan karakteristik dari sebuah warna, misalnya pada lingkaran warna, setiap warna yang berbeda memiliki *hue* yang berbeda juga (Goodman 50). *Hue* adalah warna yang belum diubah dari keadaan aslinya, dan bersifat *original* (Brainard 66).

- *Value*

Setiap warna dan setiap *hue* memiliki rentangan tingkat kecerahan dan kegelapan, misalnya terdapat warna hijau muda dan hijau tua. Tingkat kecerahan dan kegelapan tersebut adalah *value* (Goodman 50). *Value* berkaitan dengan seberapa tinggi intensitas cahaya yang kita lihat dalam sebuah warna (Brainard 67).

- *Chroma*

Definisi dari *chroma* adalah 'kemurnian' dari sebuah warna, dapat juga berarti kekuatan dan kelemahan warna, yang mengacu kepada intensitas warna, misalnya warna kuning memiliki intensitas yang kuat, sedangkan warna ungu memiliki intensitas yang kurang kuat (Goodman 51).

c). Klasifikasi Warna Berdasarkan Maknanya

Tanpa kita sadari, setiap orang memiliki pengalaman tertentu dalam mengasosiasikan suatu warna. Setiap orang mengapresiasi makna yang berbeda mengenai warna-warna yang ada. Misalnya, seseorang yang memiliki pengalaman trauma dengan darah akan mengasosiasikan warna merah dengan darah dan kesakitan, sedangkan orang lain mengasosiasikan warna merah dengan sekuntum mawar merah yang pernah diberikan oleh kekasihnya. Berikut ini adalah makna umum dari beberapa warna:

- Warna biru

Warna biru positif melambangkan kebenaran, kesan kontemplatif, kedamaian, intelegensi tinggi dan kesan meditatif. Sedangkan warna biru negatif melambangkan kesan emosional, egosentrisme dan racun.

Biru selalu dihubungkan dengan langit dan air, bagai kehidupan dan kekuatan. Banyak orang beranggapan bahwa biru adalah warna yang dapat memberikan inspirasi, dan biasanya warna tersebut cocok untuk

situs *web*, kemasan produk atau kartu identitas perusahaan dan untuk hal-hal penting lainnya. Banyak bank dan institusi keuangan menggunakan warna biru sebagai latar belakang dalam iklan maupun logonya. Biru juga memberikan ketenangan dan merupakan pilihan paling tepat untuk area yang membutuhkan konsentrasi atau suasana meditasi. Untuk alasan ini, saat ini banyak tembok kamar operasi di rumah sakit-rumah sakit menggunakan warna biru. Biru adalah warna langit, juga warna laut. Warna ini selalu mengasosiasikan kita terhadap air dan sesuatu yang bersifat dingin. Air juga mengingatkan kita akan suasana berlibur yang santai. Karena itulah, biru adalah warna yang paling sering digunakan untuk hal-hal yang memerlukan ketenangan dan waktu-waktu di mana kita menginginkan untuk berhenti sejenak dan beristirahat. Biru tua melambangkan kepercayaan, kebijaksanaan dan kematangan berpikir dalam mengambil keputusan, sedangkan biru muda yang keabu-abuan kerap dipakai untuk hal-hal yang melibatkan teknologi tinggi, seperti benda-benda digital dan barang elektronik serta logo perusahaan yang berteknologi tinggi.

- Warna kuning

Warna kuning positif melambangkan kesan segar, cepat, jujur, adil, tajam dan cerdas. Sedangkan warna kuning negatif melambangkan kesan sinis, kritis, murah/tidak eksklusif.

Kuning merupakan sebuah warna yang cocok dipakai untuk penjualan atau dalam pameran karena lebih menarik mata dibandingkan dengan warna lain. Kuning adalah warna matahari, sumber energi dan sumber cahaya alam di bumi. Cerahnya bias sinar matahari pagi dengan latar langit yang biru adalah suasana yang terekam dalam ingatan kita ketika mengasosiasikan warna ini. Sebagai salah satu warna primer, kuning adalah warna dengan efek yang kuat, sehingga secara psikologis warna ini sangat efektif diterapkan pada hal-hal yang membutuhkan motivasi dan meningkatkan *mood*. Dalam psikologi warna, kuning dikaitkan dengan kecerdasan, ide baru serta kepercayaan terhadap potensi diri. Warna ini adalah warna yang sangat positif sehingga dapat dipakai

untuk menghilangkan keragu-raguan, melambangkan kejujuran, mengeliminasi pemikiran negatif dan memberi semangat. Kuning juga sangat membantu orang dalam menghadapi rasa takut dan depresi. Karena itu, warna ini banyak digunakan dalam ruang-ruang pemulihan rumah sakit atau pusat rehabilitasi.

- Warna merah

Warna merah positif melambangkan hidup, kesan cerah, gairah, kekuatan dan kepemimpinan. Sedangkan warna merah negatif melambangkan kesan panas, bahaya, emosi yang meledak, agresif dan brutal.

Bendera Indonesia berwarna merah dan putih, merah berarti berani dan putih berarti suci. Demikianlah para pemimpin bangsa kita dahulu mengasosiasikan warna merah pada bendera negara kita sebagai lambang keberanian. Merah memang identik dengan rona buah apel, kelopak mawar, warna darah dan panasnya nyala api, sehingga dapat diasosiasikan dengan sesuatu yang membangkitkan selera, kegairahan, emosi dan semangat yang membara. Merah banyak digunakan sebagai lambang keberanian, kekuatan, sensualitas dan bahaya. Merah sangat ekspresif dan dinamis dalam merepresentasikan cinta dan kehidupan. Dalam lingkaran warna, merah adalah warna yang paling panas dan memiliki gelombang warna paling panjang sehingga warna inilah yang paling cepat tertangkap mata. Oleh sebab itu, merah biasanya merupakan warna pertama yang dikenali oleh anak-anak sekaligus menjadi warna yang paling menarik bagi mereka.

- Warna hijau

Warna hijau positif melambangkan sensitivitas, stabilitas, kesan formal, toleransi, keharmonisan dan keberuntungan. Sedangkan warna hijau negatif melambangkan kepahitan.

Warna hijau adalah warna yang langsung dapat diasosiasikan dengan pemandangan alam. Hijaunya pepohonan yang teduh, segarnya rumput dan sawah adalah sebagian besar imajinasi yang pada umumnya tercipta saat kita mengingat warna hijau. Asosiasi kita terhadap warna bukan

hanya secara visual, tetapi juga melibatkan indra yang lain, terutama indra penciuman dan perasa. Ketika kita memvisualisasikan warna hijau, seketika itu juga kita membayangkan segarnya udara pagi dan sejuknya hawa pegunungan. Oleh karena itu, hijau sangat tepat untuk merefleksikan kesegaran dan relaksasi. Hijau muda yang cerah (yang mengandung banyak kuning) akan berkesan segar, ringan dan menyenangkan. Sedangkan hijau tua (yang mengandung banyak biru) berkesan sejuk, cenderung dingin. Hijau tua ini juga identik dengan keberuntungan dan kesejahteraan.

- Warna hitam

Warna hitam positif melambangkan kekuatan, kreativitas, kesan magis, idealis dan fokus. Sedangkan warna hitam negatif melambangkan kesan terlalu kuat, superior, merusak dan menekan.

Hitam dapat menggambarkan keheningan, kematangan berpikir dan kedalaman akal yang menghasilkan karya, terutama karya-karya yang bernilai seni. Tak heran jika para seniman seperti pelukis, penyair dan pelakon teater menggemari warna ini. Demikian juga mereka yang berkecimpung di dunia desain seperti para arsitek desainer dan fotografer. Bagi para penggemar mode, warna hitam adalah warna yang abadi, selalu terlihat modern. Hitam juga sangat digemari karena dapat menampilkan kesan elegan dan mewah.

- Warna putih

Warna putih positif melambangkan kesan jujur, bersih, polos dan higienis. Sedangkan warna putih negatif melambangkan kesan monoton dan kaku.

Putih adalah warna yang melambangkan kesucian, karena itulah, warna putih sering digunakan untuk acara-acara yang bersifat sakral seperti pernikahan atau acara ibadah keagamaan. Secara psikologis, putih melambangkan kejujuran, ketulusan dan keikhlasan. Warna ini juga mengasosiasikan rasa bersih, higienis atau klinis. Putih membuat suatu produk terlihat jernih dan bersih. Untuk produk bayi atau produk yang berhubungan dengan kebersihan pribadi dan kesehatan, putih

merupakan pesan yang bagus untuk ditampilkan karena mengasosiasikan rasa higienis. Penggunaan warna putih cenderung seperti tanpa warna, sehingga setiap warna yang berada di atas putih menjadi warna yang menonjol karena putih berperan sebagai latar belakangnya. Putih juga sering kita asosiasikan sebagai sesuatu yang dingin, seperti salju.

- Warna ungu

Warna ungu positif melambangkan kesan artistik, personal, mistis dan spiritual. Sedangkan warna ungu negatif melambangkan kesan angkuh, sombong dan diktator.

Ungu dapat mempunyai banyak arti, dari kesan sederhana sampai agung, tergantung banyaknya penggunaan warna ini sebagai latar belakang yang digunakan. Ungu merupakan warna yang unik karena karakternya berubah-ubah begitu drastis tergantung intensitas yang dimilikinya. Warna ungu tua dengan intensitas penuh berkarakter misterius, mistis, dalam dan angkuh. Sebaliknya, warna ungu muda pastel justru memiliki karakter yang lembut, ringan dan menyenangkan. Biasanya, warna ini digemari oleh mereka yang berjiwa unik seperti paranormal, desainer, *entertainer* dan mereka yang memiliki kemampuan artistik yang tinggi. Dalam lingkaran warna, ungu merupakan kombinasi dua warna yang dengan karakter yang berseberangan: merah yang berani, dinamis, dominan dan panas, dengan biru yang tenang, statis, dan dingin. Tidak mengherankan jika dominasi salah satu warna tadi akan memengaruhi kesan warna ungu yang dihasilkan. Warna ungu yang lebih didominasi warna merah adalah warna yang kuat dan mencerminkan kemuliaan, keagungan dan kemewahan, sehingga warna ini banyak dipakai dalam simbol kerajaan, sedangkan warna ungu yang lebih didominasi warna biru memiliki karakter yang hikmat, yang banyak dipakai untuk melambangkan duka cita, keagamaan, atau sesuatu yang sakral.

- Warna oranye

Warna oranye positif melambangkan kesan muda, kreatif, dinamis, persahabatan dan keakraban. Sedangkan warna oranye negatif melambangkan kesan dominan dan arogan.

Oranye bukanlah warna yang serius dan umumnya lebih disukai oleh orang-orang yang berkepribadian ekstrovert. Dalam lingkaran warna, oranye berada di tengah-tengah di antara warna merah dan kuning. Oranye merupakan warna yang paling hangat karena memiliki energi dua warna: merah yang panas dan kuning yang hangat lembut. Warna ini menebarkan energi, menghangatkan hati, sekaligus memancarkan keceriaan. Dalam kehidupan sehari-hari, warna oranye juga diasosiasikan dengan kehangatan alam, khususnya warna khas sore hari saat matahari terbenam di iklim tropis. Dari sisi psikologi, oranye merupakan lambang persahabatan. Warna ini dapat memecahkan kekakuan dan menciptakan rasa akrab. Pada otak manusia, oranye mampu merangsang kreativitas dan daya cipta, sehingga cocok diaplikasikan untuk ruang kerja bagi mereka yang berprofesi di dalam dunia desain dan seni.

- Warna cokelat

Warna cokelat dihubungkan dengan kesederhanaan yang abadi. Cokelat sangat identik dengan warna tanah dan warna kayu, sehingga penggunaan warna cokelat memberi perasaan dekat dengan lingkungan alam, seperti halnya hijau. Namun, berbeda dengan hijau yang sejuk, cokelat lebih memiliki karakter yang hangat. Karena itulah, paduan warna kecokelatan sering dipilih sebagai warna utama dalam rumah. Cokelat juga merupakan salah satu warna netral sehingga warna ini dapat dengan mudah diterapkan untuk seluruh ruangan, terutama melalui material kayu dan material alami lainnya. Warna kecokelatan juga identik dengan produk daur ulang yang cenderung tidak cerah, tidak bersih dan tidak steril. Namun, kekhasan kelusuan warna inilah yang justru menjadi daya tariknya. Cokelat juga merupakan warna yang

mencerminkan tradisi dan segala sesuatu yang berbau kebudayaan (Dameria 30-50).

Dalam seni rupa, warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di permukaan benda. Misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi tepat dan disinari cahaya putih sempurna dapat menghasilkan sensasi mirip warna merah.

Komposisi warna harus direncanakan dengan matang, sebab komposisi warna menentukan tampilan keseluruhan dari pesan yang ingin disampaikan. Ada beberapa komposisi warna antara lain:

- 1). *Achromatic*, merupakan komposisi tanpa warna.
- 2). *Monochromatic*, merupakan dasar dari komposisi, terdiri dari satu warna.



Gambar 3.13. Warna *Monochromatic*

Sumber:

http://njowo.multiply.com/journal/item/288/Colors_bukan_kolor_celana_hlo?&item_id=288&view:replies=reverse

- 3). *Analogus*, komposisi warna – warna senada. Menggunakan paling sedikit tiga warna yang berdekatan untuk mengatur komposisi.



Gambar 3.14. Warna *Analogus*

Sumber:

http://njowo.multiply.com/journal/item/288/Colors_bukan_kolor_celana_hlo?&item_id=288&view:replies=reverse

- 4). *Complementary*, sebuah komposisi yang terpusat pada warna yang berlawanan dalam diagram warna.



Gambar 3.15. Warna *Complementary*

Sumber:

http://njowo.multiply.com/journal/item/288/Colors_bukan_kolor_celana_hlo?&item_id=288&view:replies=reverse

- 5). *Clash*, merupakan komposisi yang menggunakan warna yang saling bertabrakan dalam diagram warna.
- 6). *Neutral*, komposisi warna – warna yang berpusat pada warna - warna yang telah dinetralisir dengan sedikit menambahkan warna hitam atau yang berlawanan dengan warna dasar sehingga menghasilkan warna yang berkesan natural.
- 7). *Primary*, merupakan komposisi dari warna – warna primer.
- 8). *Secondary*, komposisi dari warna – warna sekunder.

9). *Tertiary Triad*, tiga komposisi dari warna – warna primer dan sekunder.



Gambar 3.16. Warna *Tertiary Triad*

Sumber:

http://njowo.multiply.com/journal/item/288/Colors_bukan_kolor_celana_hlo?&item_id=288&view:replies=reverse

3.1.2. Tinjauan Unsur Komposisi

3.1.2.1. Penataan *Layout*

Layout sebuah desain adalah sejenis ‘pemetaan’ bagi para pengamatnya. *Layout* yang baik dapat mengarahkan dan membimbing pengamatnya. Oleh karena itu, sebuah *layout* harus menyediakan arah yang spesifik. *Layout* yang spesifik haruslah sangat jelas dalam menyajikan informasi-informasi yang paling penting, beserta urutannya. Hal ini disebut *visual hierarchy*, yang tetap berlaku bahkan pada karya-karya desain kontemporer yang tampak kacau secara visual. Tujuannya adalah untuk mengarahkan pengamat pada pesan yang ingin dikomunikasikan (Goodman 54).

Elemen-elemen dalam *visual hierarchy* harus memiliki perbedaan, sehingga ada elemen yang paling menonjol, mengarahkan pada elemen selanjutnya, dan seterusnya. Kendati demikian, hal ini tidak mengurangi kepentingan dari masing-masing elemen. Saat elemen-elemen visual menciptakan hierarki yang solid namun masih ‘bekerja’ bersama-sama, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan:

a. *Visual contrast*

Yang menyebabkan sebuah desain kontras secara visual antara lain adalah: ukuran, *value*, ketebalan, *white space*, posisi, figur, tekstur dan warna.

Visual contrast ini menyebabkan kemenarikan secara visual bagi para pengamatnya.

b. Keseimbangan simetris dan asimetris

Sebuah *layout* yang simetris menampilkan keseimbangan melalui pengaturan elemen-elemen grafis yang tertata rapi, seperti dicerminkan, dan digunakan untuk menimbulkan kesan grafis yang tenang. Sementara itu, *layout* yang asimetris menampilkan keseimbangan melalui cara yang lebih tidak terprediksi dan lebih dinamis.

c. Irama visual

Untuk menciptakan irama visual dalam sebuah *layout*, kita dapat melakukan hal-hal seperti: mengubah ukuran salah satu elemen grafis menjadi sangat besar atau sangat kecil, mengeliminasi elemen-elemen yang mudah ditebak, menempatkan sebuah elemen pada posisi yang ganjil atau tidak biasa, dan sebagainya.

d. Kedalaman visual

Tiga cara untuk menciptakan desain yang memiliki kedalaman secara visual adalah penggunaan skala yang bervariasi, *layering*, dan teknik *foreground background* yang saling terkait. Penggunaan warna dan kontras yang bervariasi juga dapat berperan dalam menciptakan kedalaman visual.

e. Penekanan visual

Dalam sebuah desain, terdapat beberapa area (*space*) yang berada di luar area desain aktual. Contohnya adalah penempatan gambar dengan skala besar sehingga keluar dari area *bleed*, penempatan tulisan yang nyaris memotong sisi halaman, dan sebagainya. Penekanan visual ini menunjukkan adanya kesan dinamis dalam sebuah desain, dan tanpa adanya penekanan visual, sebuah desain tidak akan tampak menarik.

Dalam mendesain sebuah *layout*, terdapat faktor yang esensial yaitu *white space*. *White space* dapat berarti banyak hal, namun tidak dapat dianggap sebagai bidang kosong yang tidak digunakan, sebab *white space* dapat mengarahkan pandangan pengamat pada hal yang ada dalam sebuah desain dengan memberikan area ‘diam’ di sekeliling hal tersebut. *White space*, yang juga

disebut sebagai *open space*, membuat sebuah desain tampak lebih teratur, terencana dengan baik, juga lebih indah (Goodman 58).

Faktor dalam *layout* yang tidak kalah pentingnya dari faktor-faktor lain adalah *grid*. *Grid* adalah garis imajinatif yang membatasi elemen-elemen grafis dalam sebuah desain sehingga dapat tercipta keteraturan. Namun, *grid* bukan hanya identik dengan keteraturan yang kaku, tetapi juga terkait dengan kreativitas dalam melanggar aturan-aturan yang ada karena *grid* tidak membatasi kreativitas dalam proses desain *layout*. Fungsi *grid* adalah untuk menyelesaikan permasalahan *layout* dan untuk memberikan sisi menarik dalam sebuah sistem desain (Goodman 86). Berikut ini adalah beberapa hal yang terkait dengan komposisi:

a. Komposisi secara umum (vertikal-horisontal)

Bentuk yang paling umum dalam komposisi adalah bidang gambar berbentuk persegi empat panjang dimana terdapat dua sisi panjang dan dua sisi pendek, baik mendatar maupun tegak. Namun subjek dari gambar tersebut umumnya menentukan bentuk dari bidang yang dikehendaki, misalnya untuk penggambaran pemandangan alam/*landscape* umumnya digunakan bidang berbentuk datar dan memanjang atau horisontal, sedangkan pada lukisan potret digunakan bidang vertikal atau persegi panjang yang berada dalam posisi tegak. Hal ini disebabkan karena gambar potret yang berdiri membutuhkan persegi panjang yang tegak dan tinggi, sedangkan beberapa pemandangan alam/*landscape* yang lebar dapat menjadi semakin dramatis pada bidang yang lebar.

Pada gambar potret, posisi yang umum adalah tampak depan atau badan agak menyamping namun wajah menghadap ke depan. Tipe penggambaran ini banyak ditemukan pada lukisan klasik dan kuno. Pada beberapa lukisan potret, penggambaran wajahnya agak menyimpang ke kiri atau ke kanan dari garis tengah namun tetap memberi kesan frontal. Komposisi demikian terkesan aman karena tidak mengambil risiko di dalam mengatur tata letak.

b. Perkembangan komposisi

Dalam era postmodern, aturan tidak lagi merupakan sesuatu yang baku, begitu pula pada pengaturan komposisi *layout*. Komposisi tersebut banyak yang dilanggar untuk mendapatkan bentuk yang lebih menarik. Komposisi yang beraneka ragam terjadi sejak ditemukannya kamera sehingga orang mulai berani untuk melakukan manipulasi komposisi. Hal ini dapat dilakukan dengan permainan *grid* atau garis bantu sehingga objek dapat berada pada tempat yang unik dan menarik namun tetap seimbang. Sekarang banyak dijumpai penggambaran objek yang terpotong, tersudut ke bagian kiri atau kanan dan sebagainya. Umumnya pengaturan komposisi tersebut tetap menggunakan elemen-elemen untuk menjaga keseimbangan gambar seperti bayangan, subjek pembantu, latar belakang, pewarnaan, gradasi, dan sebagainya (Raynes 90).

c. Warna dalam komposisi

Kuat lemahnya warna juga sangat berpengaruh di dalam komposisi yang menarik. Warna-warna netral serta area yang bertekstur datar cenderung mengurangi berat dari sebuah komposisi. Sebuah area bidang yang sangat luas dapat diseimbangkan dengan area yang sempit dengan menggunakan warna yang berintensitas kuat dan berkontras tinggi. Misalnya *background* yang gelap dan polos mempunyai efek mengkonsentrasikan perhatian secara frontal pada wajah atau objek yang dilukis. Kesan komposisi seperti ini bersifat formal dan tradisional.

Bagaimanapun juga, warna *background* tidak selalu disajikan secara polos, melainkan tetap dapat diberikan detail, namun proporsinya tidak boleh melebihi figur utama sehingga pusat perhatian masih tertuju pada subjek utama. Penggambaran *background* yang detail dapat dilakukan untuk menggambarkan kondisi atau suasana yang ada di sekitar objek. Kendati demikian, untuk tidak menimbulkan kesan yang terlalu berat, umumnya diberikan ruang negatif (warna pucat/saturasi rendah) pada gambar. Pembuatan *background* yang detail juga dapat menonjolkan ketertarikan terhadap subjek utama, misalnya dengan penggunaan elemen pembantu

seperti bunga, detail motif pakaian, topi dan sebagainya justru membuat objek utama semakin realistis dan dapat menambah kesan dramatis.

Selain itu, perlu diingat bahwa peranan sebuah warna dalam komposisi selalu berkaitan dengan warna lain yang ada di sekitarnya, sebab efek warna dapat bervariasi sesuai dengan warna lain yang ada di sekitarnya. Tidak hanya itu, efek sebuah warna dalam komposisi juga bergantung pada kualitas dan kuantitas dari warna itu sendiri (Itten 91).

3.1.2.2. Tinjauan Teori Tata Cahaya

Pencahayaan di dalam gambar berkaitan dengan aspek kualitas terang gelap (*value*), karena aspek cahaya menentukan kualitas gradasi suatu objek. Dengan tekanan gelap terang maka dapat dicapai bentuk tiga dimensi.

Terdapat berbagai jenis pencahayaan di dalam membuat gambar ilustrasi, antara lain adalah:

a. Cahaya natural (*outdoor*)

Penggambaran subjek yang tertimpa cahaya langsung dari matahari memiliki kesulitan tersendiri karena dipengaruhi oleh banyak musim. Warna dan arah dari cahaya serta daerah bayangan yang terjadi secara konstan juga mengalami perubahan sejalan dengan waktu. Hal ini menyebabkan saat terjadi perubahan cahaya, pola cahaya yang menimpa subjek dan juga bayangannya mengalami perubahan. Namun demikian, penggambaran subjek yang tertimpa cahaya langsung ini terkesan menarik dan menimbulkan suasana tertentu.

b. Cahaya membaur (*indoor*)

Pencahayaan dalam ruang dianggap ideal karena cahaya tidak langsung mengenai objek (dari atas), sehingga pewarnaan yang diakibatkan oleh cahaya tersebut menjadi halus dan membaur serta tidak mudah mengalami perubahan. Pencahayaan seperti ini tidak memiliki bayangan yang bertepian kontras seperti halnya dengan cahaya natural, sehingga gambar tidak terlalu kuat dan menonjol. Pencahayaan menjadi tampak merata dan mendominasi secara mayoritas dalam sebuah lukisan atau gambar. Namun demikian, jika subjek menerima cahaya langsung dari atas, maka hampir tidak ada

bayangan dan penggambaran menjadi datar. Oleh karena itu, pewarnaan jenis ini menggunakan berbagai macam penekanan, baik terang maupun gelap. Umumnya penggunaan cahaya seperti ini akan semakin menonjol dan baik apabila digunakan pada wajah yang berwarna pucat serta rambut yang berwarna hitam, karena selain pewarnaan wajah menjadi tidak gelap, garis wajah juga dapat semakin menonjol oleh karena rambut hitam yang ada di sekitarnya.

c. Cahaya latar belakang (*background light/against daylight*)

Teknik ini menggunakan pencahayaan di belakang model serta menggunakan pantulan cahaya untuk membuat objek tampak menonjol. Tampilan pencahayaan yang gemerlap dari teknik ini disebabkan dari kombinasi warna yang halus dengan pinggiran subjek yang terang atau banyak terkena pantulan cahaya dari belakang. Pencahayaan seperti ini banyak ditemui melalui pantulan cahaya matahari, yang memiliki banyak cahaya, yang dipantulkan pada bagian belakang subjek sehingga figur subjek semakin menonjol. Misalnya objek yang berada di depan jendela yang memantulkan cahaya matahari. Namun demikian, penggambaran menjadi terkesan menyilaukan dan menjadi sulit untuk mengamati bagian depan objek secara nyaman karena detail yang suram dan kurang mendapat cahaya dibandingkan dengan daerah pinggiran objek. Oleh karena itu, keberadaan reflektor sangat diperlukan untuk mengimbangi pencahayaan yang kontras tersebut. Dengan pantulan cahaya tersebut, subjek akan memiliki kandungan warna hangat dan dingin pada saat yang sama.

d. Cahaya buatan (*artificial light*)

Cahaya buatan bersumber dari cahaya lain selain matahari, seperti pencahayaan lampu, baik lampu tunggal maupun laser, yang biasanya digunakan saat pertunjukan konser musik. Keuntungan dari pencahayaan lampu elektrik yaitu cahaya yang disorotkan tidak terlalu berlainan arah dan juga refleksinya tampak kuat dan tegas. Namun kekurangannya, pencahayaan ini menghasilkan cahaya yang keras dan bayangan yang solid dan kontras sehingga menghilangkan detail serta karakteristik objek. Namun demikian, untuk memperoleh cahaya yang lebih lembut dan natural, cahaya buatan

dapat dipantulkan pada dinding yang berwarna terang atau langit-langit di atas subjek gambar. Penggunaan lampu yang semakin besar akan membuat cahaya semakin lembut, misalnya dengan penggunaan *soft box* atau payung reflektor pada teknik fotografi (Mendelowitz, and Wakeham 84).

3.1.3. Tinjauan Gambar Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata latin *Illustrare* yang berarti menerangi atau menghias, berarti pengiring, pendukung, selain penghias guna membantu proses pemahaman terhadap suatu objek. Karena itu kata ilustrasi dapat dipakai dalam banyak bidang.

Ilustrasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai definisi sebagai berikut:

- 1). Gambar (foto, lukisan) untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya.
- 2). Gambar, desain/diagram untuk penghias (halaman sampul dan sebagainya).
- 3). Keterangan (penjelasan) tambahan berupa contoh, bandingan dan sebagainya untuk memperjelas paparan.

Ilustrasi adalah bagian dari kehidupan kita sehari-hari, bahkan sudah menjadi sejenis tren. Bagaimanapun juga, masih sering terjadi perdebatan yang kontroversial mengenai ilustrasi, yang mempertanyakan apakah ilustrasi adalah sebetulnya disiplin seni, pekerjaan tangan yang didasari *skill*, atau hanya servis komersial yang tidak berhubungan sama sekali dengan seni (Mareis 2).

3.1.3.1. Tinjauan Gambar Ilustrasi Berdasarkan Bidang Kajian

Berdasarkan bidang kajian, gambar ilustrasi dapat dibedakan menjadi::

- 1). Ilustrasi Editorial. Adalah jenis ilustrasi yang dapat dilihat pada buku bacaan anak dan orang dewasa, buku olah raga, kartun dan karikatur, dan lain sebagainya. Untuk ilustrasi buku anak, tema yang banyak diangkat adalah tema fantasi sehingga ilustrasi sangat membantu untuk mengembangkan cerita. Sedangkan untuk ilustrasi pada majalah atau surat kabar berfungsi untuk mengkomunikasikan artikel dalam bentuk gambar

maupun fotografi. Ilustrasi juga digunakan pada sampul depan sebuah buku untuk menarik minat para calon pembaca.

- 2). Ilustrasi Periklanan. Adalah ilustrasi yang digunakan untuk keperluan komersial, promosi dan pemasaran. Ilustrasi ini bertujuan untuk mempengaruhi ketertarikan konsumen. Yang termasuk dalam ilustrasi periklanan adalah:
 - a. Ilustrasi Fashion. Ilustrasi ini berupa gambar atau dapat juga fotografi yang menampilkan apapun yang berhubungan dengan fashion.
 - b. Ilustrasi Produk. Ilustrasi ini bertujuan untuk merepresentasikan produk dengan semenarik mungkin untuk ditawarkan kepada konsumen.
 - c. Ilustrasi Pariwisata. Ilustrasi ini menggambarkan pemandangan alam, arsitektur dan figur – figur tertentu dari daerah yang dipromosikan.
- 3). Ilustrasi Medis. Adalah ilustrasi yang berkaitan dengan bidang kedokteran sehingga ilustrator harus memiliki kemampuan kedokteran yang cukup untuk dapat bisa membuat ilustrasi yang akurat.
- 4). Ilustrasi Ilmiah. Adalah ilustrasi yang bertujuan untuk menggambarkan material – material tertentu yang membutuhkan ketepatan, kejelasan dan kerapian, misalnya bangunan dan arsitektur bentuk – bentuk konstruksi geometri lainnya.

3.1.3.2. Tinjauan Gambar Ilustrasi Berdasarkan Sifat dan Fungsi

Gambar ilustrasi dalam penggunaannya memiliki sifat-sifat dan fungsi-fungsi yang berbeda. Berdasarkan sifat dan fungsinya, gambar ilustrasi dapat dibedakan menjadi:

- a. Gambar ilustrasi yang bertujuan untuk menjelaskan gambar yang dilihat, baik berupa sketsa kasar yang berupa garis-garis yang cepat maupun gambar yang detail. Contohnya sketsa cepat atau bahkan foto realisme (mirip dengan foto karena dengan detail yang akurat).
- b. Gambar ilustrasi yang memvisualkan apa yang diimajinasikan, yaitu menggambarkan objek atau keadaan yang tidak ada dalam kenyataan. Visualisasinya dapat berupa penggambaran yang mewakili sesuatu, bahkan

dalam bentuk abstrak. Contohnya gaya surealisme (Salvador Dali) yang memberikan penggambaran seperti fantasi dan mimpi.

- c. Gambar ilustrasi yang memvisualisasikan ide dan konsep, misalnya dalam bentuk simbolisasi. Gambar ilustrasi jenis ini tidak sekedar mempermasalahkan teknik dan kemampuan, namun menuntut kedalaman isi yang digambarkan. Tipe penggambaran ini menghadirkan sudut pandang, perasaan dan emosi, interpretasi dan ekspresi orang yang menggambarinya.
- d. Gambar ilustrasi yang berfungsi untuk menghias atau berfungsi secara dekoratif, yang mengisi komposisi atau bidang yang ada sehingga memberikan daya tarik besar dan memenuhi kepuasan estetis pengamatnya.
- e. Gambar ilustrasi yang berfungsi menjelaskan atau berfungsi sebagai jembatan di dalam pemahaman terhadap bahasa verbal. Biasanya ilustrasi dan verbalisasi berdampingan, saling mendukung serta mengarahkan pembaca sesuai dengan keinginan penulis. Ilustrasi dapat memperluas cerita dan mempermudah pemahaman atas sesuatu yang abstrak (Mendelowitz, and Wakeham 6).

3.2. Konsep Kreatif Perancangan

3.2.1. Khalayak Sasaran

Buku ini dirancang berdasarkan atas karakteristik dari *target audiencenya*. Ini bertujuan agar tujuan dari perancangan buku ini dapat tercapai. Adapun *target audiencenya* adalah sebagai berikut:

a. Target Audience Primer

- Demografis:

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Usia : 18-50 tahun

Pendidikan : Minimal SMA

Profesi : Mahasiswa, pegawai, pengusaha, kolektor buku, ibu rumah tangga,

Status sosial : Menengah keatas.

Kewarganegaraan : WNI (Warga Negara Indonesia)

- Geografis
 Wilayah : Pulau Jawa
 Karakteristik : Perkotaan
- Psikografis
 Target Audience dari buku ini yaitu masyarakat yang memiliki kertertarikan mengenai teh dan ingin tahu lebih banyak tentang keunikan teh. Selain itu juga para penikmat setia teh maupun semua orang yang pernah mengonsumsi teh.
- Behaviorial
 Kebiasaan dari *target audience* buku ini yaitu orang yang mengonsumsi teh secara rutin, menggemari teh, mengikuti gaya hidup, penyuka buku foto, penyuka alam perkebunan, hobi memasak, menghargai alam, suka mengobrol dan bertukar pikiran, memiliki pengetahuan tentang teh, memiliki kemauan untuk menambah wawasan akan sesuatu yang baru.

b. *Target Audience* Sekunder

- Demografis:
 Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
 Usia : 51-65 tahun
 Pendidikan : SMP, SMA, S1, dan S2.
 Profesi : Pensiunan, pengusaha, pegawai.
 Status sosial : Menengah atas dan atas.
 Kewarganegaraan : WNI (Warga Negara Indonesia) dan WNA (Warga Negara Asing)
- Geografis
 Wilayah : Indonesia
 Karakteristik : Perkotaan
- Psikografis
 Target Audience dari buku ini yaitu masyarakat yang memiliki kertertarikan mengenai teh dan ingin mencari referensi mengenai teh.
- Behaviorial
 Kebiasaan dari *target audience* buku ini yaitu orang yang mengonsumsi teh secara rutin, gemar membaca, suka menghabiskan waktu dengan

membaca, orang yang memiliki perhatian lebih akan penyakit, dan hobi memasak.

3.2.2. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari dibuatnya buku esai fotografi ini yaitu untuk menghasilkan suatu buku esai fotografi yang menarik yang dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru kepada khalayak masyarakat akan keunikan teh, mulai dari budayanya, mengenai tanaman teh itu sendiri, manfaat-manfaat yang terkandung dalam teh, variasi-variasi penyajian teh, dan juga teh sebagai gaya hidup yang dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari.

3.2.3. Strategi Kreatif

Buku di pasaran yang membahas tentang teh memang ada tetapi hanya mengambil topik-topik tertentu saja, seperti manfaat teh saja, resep-resep teh saja, sejarah teh saja, dan lain-lain. Selain itu, buku yang ada hanya membahas teh melalui tulisan-tulisan yang kadang membuat pembacanya bosan.

Sedangkan buku ini menampilkan secara keseluruhan mengenai teh mulai sejarah, manfaat teh, resep-resep teh, dan lain-lain yang dikemas dengan foto sehingga pembaca tidak bosan dalam membaca buku ini.

Buku ini juga mengajak para pembacanya untuk mengetahui keunikan-keunikan teh di Pulau Jawa melalui media foto. Fotografi menjadi teknik utama dalam pembuatan buku ini, karena fotografi bersifat:

1. Informatif
2. Faktual (Sesuai dengan fakta)
3. Relevan (Sesuai perkembangan jaman)
4. *Appealing* (Menarik)
5. *Emotional* (Memiliki dampak emosional)
6. *Intimate* (Bersifat personal) (Kobre 198)

Atau dengan kata lain foto harus memenuhi rasa ingin tahu dan kebutuhan informasi. Selain itu foto dapat memberi gambaran visual yang baik kepada pembaca sehingga pembaca lebih memiliki pandangan secara visual mengenai topik teh yang ditampilkan,

Setiap halaman pada buku ini dilayout dengan layout simplicity dengan maksud supaya pembaca dapat nyaman melihat foto dan tulisan yang ditampilkan. Bahasa penuturan dalam buku ini menggunakan Bahasa Indonesia dengan gaya bahasa naratif informatif sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami akan apa yang disampaikan.

3.3 Konsep Rancangan Buku

3.3.1 Judul Rancangan Buku

3.3.1.1. Judul Utama Buku

Judul dari perancangan buku esai fotografi tentang teh ini yaitu “Teh: Keunikan dan Manfaatnya untuk Kesehatan”

3.3.1.2. Sub-Sub Judul Buku

- Kisah Secangkir Teh
- Teh di Indonesia
- Pesona Tanaman Teh
- Jenis-jenis Teh
- Tradisi Penyajian Teh
- Keajaiban Sepucuk Daun Teh
- Kegunaan Lain dari Teh
- Teh dan Wanita
- Variasi Unik Minuman Teh

3.3.2. Tema Rancangan

Tema besar dari rancangan dari buku ini yaitu mengangkat semua hal tentang teh khususnya di Pulau Jawa, meliputi sejarah teh, tanaman teh itu sendiri, jenis-jenis teh, manfaat teh, tradisi penyajian teh, teh sebagai gaya hidup para wanita, dan resep-resep variasi minuman teh.

3.3.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari perancangan buku esai fotografi ini yaitu untuk menghasilkan suatu buku esai fotografi yang menarik bagi target *audience*

sehingga dapat memperkenalkan keunikan teh dan manfaat-manfaatnya baik dari segi informasi maupun gambaran visual dalam buku ini. Serta dapat menambah minat masyarakat untuk semakin gemar mengonsumsi teh karena manfaatnya bagi kesehatan dan juga melestarikan budaya teh khas Indonesia itu sendiri.

3.3.4. Bentuk Penyajian dan Variabel Tampilan

Bentuk penyajian buku ini yaitu dengan menggunakan tampilan layout bergaya *simplicity* yang menggabungkan antara foto dan teks. Warna yang digunakan menggunakan warna dominan putih dan warna coklat dan hijau sebagai pendukung. Warna ini dipilih karena putih dapat menunjukkan kesan modern dan dapat membuat tulisan dan foto yang ditampilkan tampak lebih jelas. Sedangkan warna hijau dan coklat dipilih untuk menunjukkan kesan natural. Untuk penyajian akhir buku ini, teknik cetak yang digunakan yaitu teknik cetak *offset* yang menggunakan printer dengan warna CMYK pada kertas *art paper*. Sedangkan teknik jilidnya yaitu teknik jilid *soft cover*. Teknik *soft cover* dipilih untuk menekan biaya produksi buku ini sehingga harganya tidak terlalu tinggi dan dapat dijangkau kalangan menengah.

3.3.5. Jumlah Seri

Buku esai fotografi tentang teh ini hanya dibuat dalam satu seri saja dengan menggunakan Bahasa Indonesia.

3.3.6. Ukuran dan Jumlah Halaman

Ukuran yang dipakai dalam rancangan buku esai fotografi ini yaitu 20x20 cm dengan jumlah halaman diperkirakan terdiri dari 120 halaman. Ukuran buku ini dipilih karena dalam proses pencetakan tidak menghabiskan banyak kertas terbuang. Sehingga biaya dalam memproduksi buku ini dapat ditekan. Selain itu ukuran 20 x 20 cm lebih pas karena nyaman untuk dibaca serta fleksibel dalam meletakkan pengaturan *layout*nya.

3.4. Konsep Dasar Gaya Desain

Perancangan buku esai fotografi tentang teh ini menggunakan gaya desain *simplicity*. Gaya ini ditunjukkan dalam desain layoutnya yang menunjukkan kesan simpel. Gaya *simplicity* dipilih agar foto yang ditampilkan tampak lebih jelas dan menjadi *point of interest* yang ditunjang dengan teks pendukungnya.

3.5. Konsep Warna & Layout

Buku esai fotografi ini dirancang dengan menggunakan warna layout putih agar dapat tampak simpel dan lebih menonjolkan foto yang ditampilkan. Layout yang digunakan dalam buku ini terdiri atas foto yang dominan dengan diikuti teks yang berisi informasi, sehingga pembacanya dapat nyaman menikmati foto yang ditampilkan sekaligus memperoleh informasi yang cukup bermanfaat. Peletakan layoutnya dibantu oleh *grid*. Dalam *grid layout* ini, tiap gambar disusun seolah-olah berada dalam skala *grid*. Tujuannya agar terlihat simpel, rapi, dan mempermudah pembacanya dalam membaca buku ini.

1.6. Teknik Pengerjaan

Pertama-tama dilakukan proses pencarian beberapa tempat untuk dilakukan pemotretan seperti tempat angkringan, kebun teh, dan tempat-tempat lain yang menjual teh poci yang unik. Setelah itu dilakukan proses pemotretan di berbagai tempat tersebut dan juga pemotretan berbagai jenis resep-resep teh. Setelah semua proses pemotretan dilakukan, baru dilakukan proses penataan layout buku dan pencetakan.

3.7. Konsep Font

3.7.1. Font Judul

Pembuatan buku esai fotografi tentang teh ini menggunakan beberapa jenis font. Untuk bagian judul pada cover digunakan font berjenis *script* untuk menunjukkan kesan mewah dan modern. Kelebihan dari font ini memiliki kekuatan dinamis. Dalam hal ini font yang digunakan yaitu *Scriptina*.

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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , " ! ? () @ # \$ % ^ & * _ + =

Gambar 3.17. Huruf Jenis *Scriptina*

Sedangkan untuk halaman judul dan sub bab menggunakan font *Optimus Princeps*. Font ini dipilih karena memiliki kesan simple namun tingkat keterbacaannya juga tinggi.

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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , " ! ? () @ # \$ % " & * _ + =

Gambar 3.18. Huruf Jenis *Optimus Princeps*

3.7.2. Font Isi Buku

Untuk bagian teks isi pada buku, menggunakan jenis *font* yang berkarakter modern dan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi sehingga pembaca dapat nyaman dan tidak lelah saat membaca buku ini. Jenis *font* yang digunakan yaitu *Georgia*.

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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , " ! ? () @ # \$ % ^ & * _ + =

Gambar 3.19. Huruf Jenis *Georgia*

Sedangkan untuk judul topik bahasan pada setiap halaman menggunakan jenis font *Perpetua Titling*. Jenis font ini dapat menampilkan kesan elegan dan juga selaras dengan jenis font *Georgia* yang digunakan untuk teks isi buku.

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , “ ! ? () @ # \$ % ^ & * _ + =

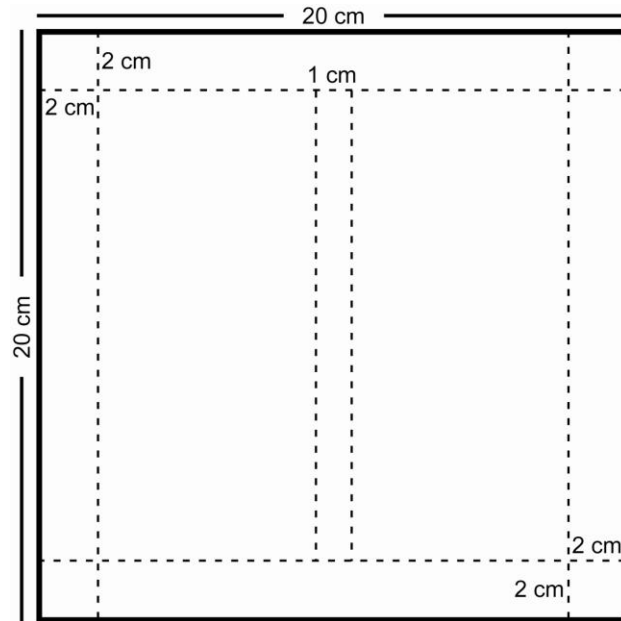
Gambar 3.20. Huruf Jenis *Perpetua Titling*

3.8. *Grid System*

Faktor dalam *layout* yang tidak kalah pentingnya dari faktor-faktor lain adalah *grid*. *Grid* adalah garis imajinatif yang membatasi elemen-elemen grafis dalam sebuah desain sehingga dapat tercipta keteraturan. Namun, *grid* bukan hanya identik dengan keteraturan yang kaku, tetapi juga terkait dengan kreativitas dalam melanggar aturan-aturan yang ada karena *grid* tidak membatasi kreativitas dalam proses desain *layout*. Fungsi *grid* adalah untuk menyelesaikan permasalahan *layout* dan untuk memberikan sisi menarik dalam sebuah sistem desain (Goodman 86).

Perancangan layout buku esai fotografi ini menggunakan bantuan *grid* agar *layout* yang ditampilkan terlihat rapi dan teratur. Ini membuat pembacanya merasa nyaman saat melihat foto dan membaca informasi yang ditampilkan.

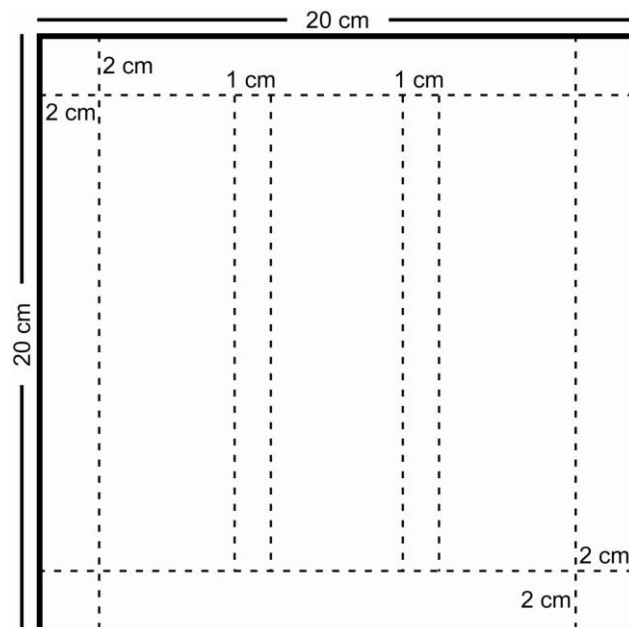
Untuk *grid* yang digunakan yaitu pertama menggunakan *grid layout* dengan 2 kolom. *Grid* ini dipilih agar dapat lebih menunjukkan keindahan foto yang ditampilkan sehingga foto menjadi fokus utama pada layout yang menggunakan *grid* 2 kolom ini.



Gambar 3.21. *Grid System 2 Kolom*

Sumber: Dokumen Pribadi

Yang kedua, pada *layout* lainnya menggunakan *grid* dengan 3 kolom. *Grid* ini dipilih untuk dapat lebih memfokuskan pembaca pada teks informasi yang ditampilkan dengan foto sebagai pendukungnya. *Grid layout* ini digunakan untuk halaman yang menampilkan lebih banyak teks daripada foto.



Gambar 3.22. *Grid System 3 Kolom*

Sumber: Dokumen Pribadi

3.9. *Budgeting*

Berikut ini adalah biaya yang diperlukan untuk memproduksi buku esai fotografi ini, beserta biaya pembuatan *merchandise*-nya.

Tabel 3.1 Tabel Biaya Pembuatan Buku

Jenis media	keterangan		
Buku	Jumlah Cetak	5000 buah	
	Dimensi Terbuka	40 x 20 cm	
	Dimensi Tertutup	20 x 20 cm	
	Kertas	Art Paper	
	Gramatur	150 gsm	
	Teknik Cetak	Offset separasi 4 warna bolak-balik	
	Finishing	Laminasi Doff (hanya untuk cover)	
	Teknik Jilid	Softcover + Jilid Jahit + lem	
	Biaya		
	Film	Rp 80 x 19 x 22 x 100	Rp. 3.344.000
	Kertas	Isi 44 rim x Rp. 1.500.000	Rp. 66.000.000
		Cover 6 rim x Rp. 1.500.000	Rp. 9.000.000
	Ongkos cetak	Isi 2 x 8 x 700000 Cover 2 x 1 x 700000	Rp. 12.600.000
	Laminasi cover	47 x 20 x 0.22 x 2 x 5500 ex	Rp. 2.274.800
Jilid soft cover	5000 x 5500 ex	Rp. 26.250.000	
	Total	Rp. 119.468.800	

Sumber : Pelangi Grafika

Tabel 3.2 Tabel Biaya Pembuatan *Merchandise*

Jenis media	Keterangan		
Merchandise Brosur Pembatas buku <i>postcard</i>	Jumlah Cetak	2500 buah	
	Dimensi Terbuka	Brosur (45 x 15 cm), kartu pos (13 x 18 cm), pembatas buku (5 x 10 cm)	
	Dimensi Tertutup	Brosur (15 x 15 cm)	
	Kertas	Art Paper	
	Gramatur	220 gsm	
	Teknik Cetak	Offset separasi 4 warna bolak-balik	
	Finishing	-	
	Biaya		
	Film	Rp 80 x 32.5 x 50	Rp. 130.000
	Kertas	5.5 x Rp. 5.000.000	Rp. 27.500.000
	Ongkos cetak	2 x 650000 2 x 150000	Rp. 2.600.000
		Total	Rp. 30.230.000

Sumber : Pelangi Grafika

Tabel 3.3 Tabel Biaya Pembuatan Pin

Jenis media	Keterangan		
Merchandise pin	Jumlah	250 biji	
	Diameter	7,5 cm	
	Packaging	plastik	
	Kertas	Art paper	
	Gramatur	110 gsm	
	Teknik Cetak	Digital Print	
	Finishing	Laminasi glossy	
	Biaya		
	Satu biji pin	Rp. 10.000 x 250 biji	Rp. 2.500.000
	Kemasan plastik	Rp. 70 x 250 biji	Rp. 17.500
	Total	Rp. 2.517.500	

Sumber : Pelangi Grafika

Tabel 3.4 Tabel Biaya Pembuatan *X-Banner*

Jenis media	Keterangan		
<i>X-Banner</i>	Jumlah Cetak	25 biji	
	Dimensi Terbuka	60 x 160 cm	
	Dimensi Tertutup	-	
	Bahan	x-banner indoor	
	Teknik Cetak Finishing	Digital print	
	Biaya		
	X-banner	Rp. 125.000 x 25 biji	Rp. 3.125.000
	Kemasan	-	-
		Total	Rp. 3.125.000

Sumber : Pelangi Grafika