

**PERANCANGAN BUKU “JEJAK PERJUANGAN”
(CATATAN PERJALANAN MUSEUM PERJUANGAN
DAN MUSEUM SANDI YOGYAKARTA)**



TUGAS AKHIR

Febrian Satriawan

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2011

**PERANCANGAN BUKU “JEJAK PERJUANGAN”
(CATATAN PERJALANAN MUSEUM PERJUANGAN
DAN MUSEUM SANDI YOGYAKARTA)**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2011

**PERANCANGAN BUKU “JEJAK PERJUANGAN”
(CATATAN PERJALANAN MUSEUM PERJUANGAN
DAN MUSEUM SANDI YOGYAKARTA)**



UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	3572/H/S/2011
KLAS	
TERIMA	14-5-2011



TUGAS AKHIR

Febrian Satriawan

0411430024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual

2011

Tugas Akhir Karya berjudul:

PERANCANGAN BUKU “JEJAK PERJUANGAN” (CATATAN PERJALANAN MUSEUM PERJUANGAN DAN MUSEUM SANDI YOGYAKARTA) diajukan oleh Febrian Satriawan, NIM 0411430024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 9 Mei 2011 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I

Drs. Wibowo, M.Sn

NIP. 19570318 198703 1 002

Pembimbing II

FX. Widyatmoko, S.Sn., M.Sn

NIP. 19750710 200501 1 001

Cognate

Drs. IT. Sumbo Tinarbuko, M.Sn

NIP. 19660404 199203 1 002

Ketua Program Studi

Desain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn

NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain

Drs. Lasiman, M.Sn

NIP. 19570513 198803 1 001

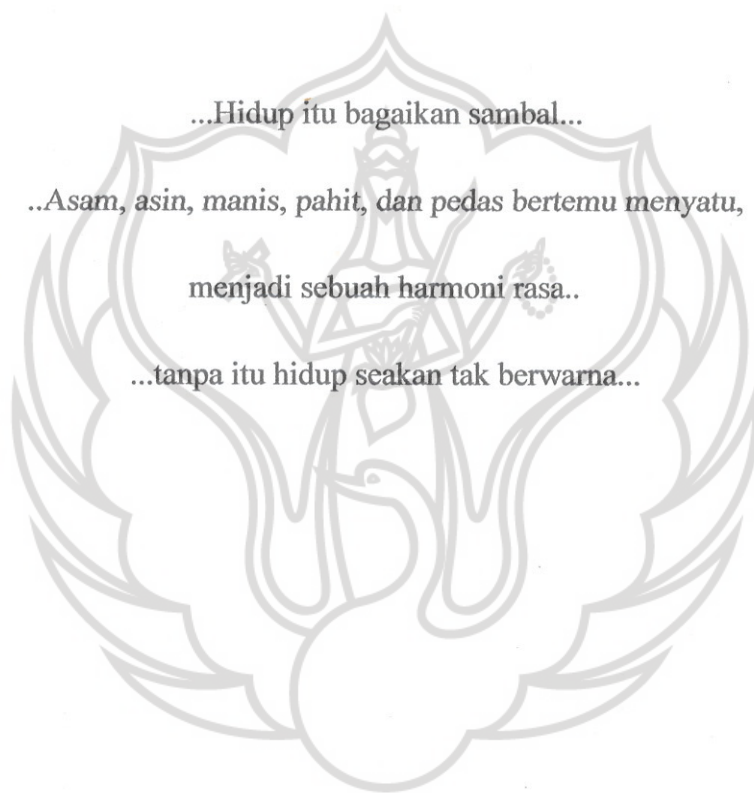


Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Drs. Suastuwi, M.Des

NIP. 19590802 198803 2 002





...Hidup itu bagaikan sambal...

..Asam, asin, manis, pahit, dan pedas bertemu menyatu,
menjadi sebuah harmoni rasa..

...tanpa itu hidup seakan tak berwarna...

KATA PENGANTAR

Perjuangan merebut kemerdekaan Indonesia telah lama berlalu dan jaman telah berganti membuat hal itu kian terlupakan seiring berjalanya waktu. Manusia memiliki keterbatasan ingatan maupun usia untuk menjadi saksi jamannya sehingga dibutuhkan suatu penanda agar ingatan tersebut tetap terjaga. Kehadiran museum perjuangan sebagai sebuah memorial dan penanda suatu jaman, merupakan hal yang penting, karena di museum artefak dan kronologis sebuah peristiwa disajikan dan dilestarikan agar manusia bisa sewaktu-waktu diingatkan kembali apa yang telah terjadi di masa lalu untuk pembelajaran di masa kini.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang mempunyai banyak museum. Tetapi potensi tersebut kurang dikelola dengan baik sehingga kehadiran museum kurang dirasakan oleh masyarakat. Selain kurangnya promosi, kondisi museum yang terkesan suram dan buku-buku panduan museum yang terkesan formal dan kurang member porsu visul, menyebabkan museum tidak populer dan membosankan. Untuk itu selain perbaikan kualitas, juga dibutuhkan media yang menarik, dan diantaranya adalah buku yang tren saat ini, yaitu buku catatan perjalanan (*traveler*).

Buku catatan perjalanan (buku *traveler*) merupakan sebuah buku catatan pengalaman tentang perjalanan seseorang mengenai sesuatu hal yang berhubungan dengan apa yang pernah ditemuinya selama perjalanan. Bisa dikatakan bahwa buku *traveler* adalah kepingan memorial dan pemahaman asli yang ditangkap secara subyektif oleh penulis. Kebebasan mengungkapkan fakta yang diselingi dengan opini-opini pribadi dan unsur emosional menempatkan buku ini pada ranah buku pengetahuan (aktif dalam menerangkan) yang disampaikan secara tidak formal. Walaupun memiliki bentuk dan lingkup yang berbeda,

namun pada dasarnya buku *traveler* mempunyai motif yang sama, yaitu rasa penasaran akan suatu hal yang berujung pada keinginan menyampaikan pengalaman pribadi.

Tugas Akhir ini mengangkat tentang Museum Perjuangan dan Museum Sandi Yogyakarta dengan menggunakan media catatan perjalanan (*traveler*) yang bergaya bahasa nonformal, dan *layout* yang menarik secara visual, sehingga diperoleh sudut pandang lain, untuk mengimbangi informasi yang diberikan oleh pihak museum yang cenderung formal.



Yogyakarta, 8 Mei 2011

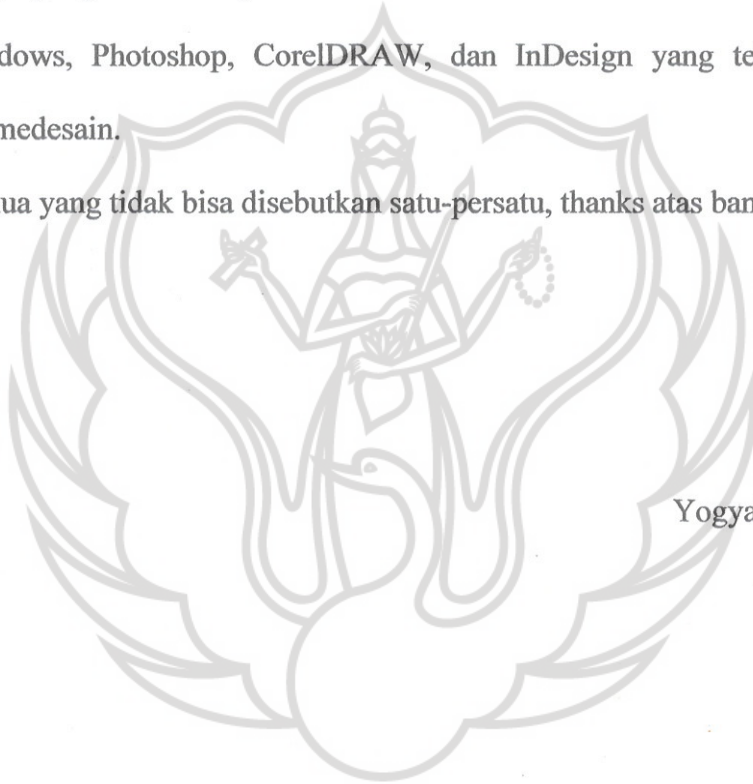
Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Yang Maha Kuasa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua, serta pada kelancaran proses penulisan Tugas Akhir ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik meski dalam penyajiannya penulis mengakui masih banyak kekurangan. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn, selaku dosen pembimbing I dan Bapak FX. Widyatmoko, S.Sn., M.Sn, selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan.
2. Bapak Drs. IT. Sumbo Tinarbuko, M.Sn, selaku Cognate Tugas Akhir, atas saran-sarannya.
3. Ibu Heningtyas Widowati, S.Pd, selaku dosen wali.
4. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Lasiman, M.Sn, selaku Ketua Jurusan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Mama dan Papa yang telah memberikan doa dan dorongan. Terimakasih atas semuanya.
7. Mbah Kakung dan Putri yang telah banyak memberikan dongeng dan petuah waktu kecil.
8. Bun yang telah memberikan dukungan dan doa.

9. Teman-teman yang telah membantu menata pameran Tugas Akhir, Adi dan Archi, thanks atas bantuannya.
10. Danang, thanks sudah diajari Adobe InDesign.
11. Teman-teman sasama pejuang TA, Fajar dan Pungkas, akhirnya lulus juga.
12. Teman-teman Origami angkatan 2004 atas segala dukungannya.
13. Rio Aldanto yang telah meminjamkan jam wakernya.
14. Wilsa, makasih sudah dipinjami scanner.
15. Om Google yang telah mempermudah mencari referensi
16. Om Windows, Photoshop, CorelDRAW, dan InDesign yang telah memudahkan kegiatan medesain.
17. Serta semua yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, thanks atas bantuan dan doanya.



Yogyakarta, 8 Mei 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN & MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
I. Program Visit Indonesia Year	1
II. Program Visit Museum Year 2010	2
III. Kondisi Permuseuman di Yogyakarta.....	3
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batas Lingkup Perancangan.....	6
D. Tujuan Perancangan.....	7
E. Manfaat Perancangan.....	7
F. Metodologi Perancangan.....	9
G. Sistematika Perancangan.....	12
H. Skematika Perancangan	16
BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS.....	17
A. Identifikasi Data Verbal Dan Visual	17
I. Tinjauan Tentang Museum.....	17
1. Sejarah Singkat Museum.....	17
2. Komponen dan Koleksi Museum	21
3. Kategori Museum di Yogyakarta	22

4. Tentang Museum Sejarah Perjuangan.....	23
II. Tinjauan Tentang Catatan Perjalanan di Media Cetak.....	26
a. Majalah.....	27
b. Surat kabar.....	29
c. Buku.....	30
III. Tinjauan Tentang Jurnalistik.....	34
IV. Tinjauan Tentang Jenis-jenis Karangan.....	37
a) Narasi.....	38
b) Deskripsi.....	40
c) Eksposisi.....	42
d) Argumentasi.....	43
e) Persuasi.....	44
V. Tinjauan Mengenai Catatan Perjalanan.....	45
B. Analisa Data.....	51
I. Tinjauan Buku.....	51
1. Pembagian buku secara umum.....	51
2. Buku berdasarkan bentuk penyajian materi.....	52
II. Desain Grafis Buku Catatan Perjalanan.....	55
1. Tipografi.....	55
2. Layout.....	57
a. <i>Text Element</i>	58
b. <i>Visual Element</i>	61
c. <i>Invisible Element</i>	75
d. Prinsip Layout.....	81
3. Jilid.....	82
4. Kertas.....	82
III. Kesimpulan Buku Catatan Perjalanan Museum.....	84
IV. Identifikasi Persoalan.....	86
A. Identifikasi Persoalan.....	86
B. Analisis.....	87
C. Pemecahan Masalah.....	88

BAB III. KONSEP PERANCANGAN	90
A. Tujuan Perancangan.....	90
I. Tujuan Perancangan	90
II. Tema Pernacangan	91
III. Aspek Perluasan	91
B. Konsep Kreatif	91
a. <i>Target audience</i>	92
b. Penentuan judul (judul yang dipilih).....	93
c. Isi pesan.....	94
d. Format dan ukuran buku	95
e. Bahasa dan tipografi.....	95
1. Verbal	95
2. Visual	101
f. Tata letak.....	106
1. Margin.....	106
2. Grid	107
3. Konstanta dan variabel.....	107
g. Anatomi buku.....	111
h. Penerbit	114
i. Data visual.....	115
C. Konsep Media	131
a. Tujuan media.....	131
b. Strategi media.....	132
D. Biaya Media	135
1. Biaya isi buku.....	135
2. Biaya <i>cover</i> buku.....	137
3. Media yang menginformasikan tentang keberadaan buku.....	138
4. Media pendukung/ <i>merchandise</i>	139
E. Sinopsis dan Isi Buku.....	140
BAB IV. PERANCANGAN.....	172

A. Studi Ilustrasi	172
1. Ilustrasi 1	172
a. Data visual	172
b. <i>Layout</i> kasar	173
c. Final.....	173
2. Ilustrasi 2 dan 3	174
a. Data visual	174
b. <i>Layout</i> kasar	174
c. Final.....	176
3. Ilustrasi 4.....	178
a. Data visual	178
b. <i>Layout</i> kasar	179
c. Final.....	180
4. Peta.....	181
a. Data visual	181
b. <i>Layout</i> kasar	183
c. Final.....	188
5. Denah museum.....	189
a. Data visual	189
b. <i>Layout</i> kasar	189
c. Final.....	190
6. Relief kubah	191
a. Data visual	191
b. <i>Layout</i> kasar	192
c. Final.....	195
B. Studi Layout.....	199
I. <i>Layout</i> Sampul Buku	199
a. Konsep sampul	199
b. Data visual	199
c. Huruf yang telah dipilih	200
d. <i>Layout</i> kasar	201
e. Eksekusi desain	202

f. <i>Layout</i> komperhensif.....	204
II. <i>Layout</i> Isi.....	205
a. Huruf yang telah dipilih	205
b. <i>Layout</i> kasar	206
c. <i>Layout</i> komperhensif.....	208
III. <i>Layout</i> Media Pendukung.....	211
C. Desain Final	214
1. Desain final sampul buku.....	214
2. Desain final <i>layout</i> isi.....	215
3. Desain final media pendukung.....	259
1) Media yang disertakan dalam produk	259
2) Media yang menginformasikan tentang penerbitan buku Jejak Perjuangan.....	260
3) <i>Merchandise</i>	265
4) Media yang menginformasikan tentang pameran Tugas Akhir	271
BAB V. PENUTUP.....	277
I. KESIMPULAN.....	277
II. SARAN.....	282
DAFTAR PUSTAKA.....	283
LAMPIRAN.....	286

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Visit Indonesia yang dibuat tahun 2008 dan 2010.....	2
Gambar 2. Majalah Intisari dulu (terbitan Maret 1964) dan kini (Maret 2008).....	28
Gambar 3. Tata letak majalah Intisari pada artikel perjalanan.....	28
Gambar 4. Rubrik perjalanan di Surat Kabar Kompas	30
Gambar 5. Tata letak & ilustrasi foto buku perjalanan berjudul “Sekali Merengkuh Dayung”	31
Gambar 6. Tata letak & ilustrasi kartun buku perjalanan berjudul “The Naked Traveller”	32
Gambar 7. Tata letak & ilustrasi foto <i>grayscale</i> buku perjalanan berjudul “Tales From The Road”	32
Gambar 8. Tata letak & ilustrasi <i>full colour</i> buku perjalanan berjudul “47 Museum Jakarta”	33
Gambar 9. Buku The Naked Traveler.....	46
Gambar 10. Balada Si Roy (fiksi) karya Gola Gong	50
Gambar 11. Menggenggam Dunia (non fiksi) karya Gola Gong.....	50
Gambar 12. Contoh komik.....	52
Gambar 13. Contoh novel grafis	53
Gambar 14. Contoh cergam	54
Gambar 15. Contoh ensiklopedia.....	54

Gambar 16. Contoh beberapa elemen teks dalam artikel perjalanan.....	60
Gambar 17. Contoh elemen teks subjudul, <i>caption</i> dan <i>pull quotes</i>	60
Gambar 18. Contoh ilustrasi foto <i>descriptive</i> (kiri) dan <i>explanatory</i> (kanan)	62
Gambar 19. Contoh ilustrasi realis.....	64
Gambar 20. Contoh ilustrasi naturalis.....	64
Gambar 21. Contoh ilustrasi surealis	65
Gambar 22. Contoh ilustrasi figuratif	66
Gambar 23. Contoh ilustrasi dekoratif.....	66
Gambar 24. Contoh ilustrasi <i>artwork</i> kartun pada buku <i>traveler</i>	67
Gambar 25: Contoh <i>digital imaging</i>	68
Gambar 26. Lingkaran warna.....	69
Gambar 27. Contoh tabel	73
Gambar 28. Contoh peta catatan perjalanan	74
Gambar 29. Contoh grid 1 kolom (A) dan 2 kolom(B).....	76
Gambar 30. Grid 3 kolom (C) dan 4 kolom (D).....	76
Gambar 31. Contoh majalah uk. 13,5x19,5 cm dengan grid 2 kolom	77
Gambar 32. Contoh majalah uk. 21x28 cm dengan grid 3 kolom	78
Gambar 33. Contoh margin simetri.....	79
Gambar 34. Contoh margin asimetri.....	79
Gambar 35. Contoh margin asimetri, dengan grid 2 kolom.....	80
Gambar 36. Contoh <i>descriptive photographs</i> (kiri) dan <i>explanatory photographs</i>	

(kanan).....	102
Gambar 37. Contoh warna terakota	104
Gambar 38. Ukuran Margin	106
Gambar 39. Ukuran <i>gutter</i> dan pembagian kolom.....	107
Gambar 40. Logo Ombak.....	115
Gambar 41. Display pameran Tugas Akhir.....	273
Gambar 42. Display pameran Tugas Akhir.....	274
Gambar 43. Suasana pameran Tugas Akhir.....	274
Gambar 44. Suasana pameran Tugas Akhir.....	275
Gambar 45. Berfoto dengan teman-teman	275
Gambar 46. Suasana pameran Tugas Akhir.....	276
Gambar 47. Suasana pameran Tugas Akhir.....	276

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Identifikasi persoalan	86
Tabel 2. Analisis SWOT.....	87
Tabel 3. Konsumen insight.....	89
Tabel 4. Pembagian jenis tipografi dari teks verbal.....	100
Tabel 5. Pengkodean warna	104
Tabel 6. Konstanta dan Variabel elemen verbal	108
Tabel 7. Konstanta dan Variabel elemen visual.....	110
Tabel 8. Data visual.....	115
Tabel 9. Huruf yang terpilih.....	205

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Identifikasi persoalan	86
Tabel 2. Analisis SWOT.....	87
Tabel 3. Konsumen insight.....	89
Tabel 4. Pembagian jenis tipografi dari teks verbal.....	100
Tabel 5. Pengkodean warna	104
Tabel 6. Konstanta dan Variabel elemen verbal	108
Tabel 7. Konstanta dan Variabel elemen visual.....	110
Tabel 8. Data visual.....	115
Tabel 9. Huruf yang terpilih.....	205

BAB I

PENDAHULUAN



A. LATAR BELAKANG

I. Program Visit Indonesia Year

Tahun 2008 Departemen Kebudayaan dan Pariwisata di bawah kementerian MenBudPar Ir. Jero Wacik, SE, pernah mencanangkan program Visit Indonesia Year (VIY) yang bertujuan memperkenalkan Indonesia sebagai tujuan wisata skala internasional. VIY 2008 mempunyai *tagline* “*celebrating 100 year of national awakening*”, yang berarti memperingati 100 tahun kebangkitan nasional. Program ini dinilai sukses dan berhasil oleh Kementerian BudPar, dengan indikasi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang naik. Pada 2007 mencapai 5,5 juta. Pada 2008, Menteri Wacik memperkirakan jumlahnya melonjak menjadi 6,4 juta sampai 6,5 juta orang.¹

Program Visit Indonesia Year dilanjutkan kembali di tahun 2009, dengan mempertahankan logo sebelumnya. Diharapkan pada waktu itu, jumlah wisatawan mancanegara tetap stabil meskipun krisis ekonomi global sedang terjadi pada tahun itu, dengan target kunjungan sebesar 6,5 juta wisatawan mancanegara.

Pada tahun 2010, Logo Visit Indonesia tetap dipertahankan meski tidak mencantumkan tahun dan tanpa *tagline*. Hal itu menurut Gde Pitana selaku Direktur Promosi Luar Negeri Departemen Kebudayaan dan

¹ http://nasional.vivanews.com/news/read/14575-menteri_jero_wacik_klaim_buat_rekor_baru

Pariwisata dilakukan sebagai bentuk mempertahankan konsistensi dalam berpromosi pariwisata, juga sebagai bentuk promosi atau *branding* pariwisata Indonesia karena direspons baik oleh pasar dan mudah diterima.²



Gambar 1. Logo Visit Indonesia yang dibuat tahun 2008 dan dipertahankan hingga kini, untuk mempertahankan konsistensi dalam berpromosi pariwisata (sumber:depbudpar.com)

II. Program Visit Museum Year 2010

Di tahun 2010 kembali Jero Wacik sebagai Menteri Kebudayaan dan Pariwisata membuat program peningkatan wisata, namun lebih spesifik, dengan mencanangkan program Visit Museum Year 2010. Program yang dicanangkan pada tanggal 31 Desember 2009 ini menurutnya berguna untuk meningkatkan wisatawan domestik maupun asing. Selain itu program ini bertujuan untuk memperbesar jumlah pengunjung museum serta meningkatkan apresiasi dan kepedulian masyarakat terhadap warisan budaya bangsa. Menbudpar sekali lagi menambahkan, museum bukan lagi

² <http://www.indonesiakreatif.net/berita/berita-lembaga-pemerintahan/logo-visit-indonesia-year-2010/>

sekedar tempat menyimpan koleksi, lebih dari itu museum adalah tempat belajar. Budaya Indonesia ada di museum. Jati diri bangsa ada di museum.³

Fungsi museum sangat penting dalam kehidupan manusia yang berbudaya, walaupun dalam hiruk-pikuk perpolitikan museum nyaris terlupakan bahkan dipandang miring sebagai gudang belaka ditambahkan museum bukan saja tempat untuk melestarikan seni budaya yang lalu maupun kini tetapi tempat riset atau penelitian dan tempat menggali inspirasi penciptaan.⁴

Kegiatan tahun kunjung museum pada prinsipnya dilaksanakan di museum seluruh Indonesia, tetapi untuk prioritasnya akan diselenggarakan di tujuh provinsi, yaitu di DKI Jakarta, Yogyakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, dan Sumatera Utara. Sepanjang tahun 2010, sebanyak 89 museum di Indonesia sudah mengagendakan kegiatan unggulan, selain pameran budaya lokal, upacara adat, pagelaran kesenian dan diskusi, juga ada *workshop*.

III. Kondisi Permuseuman di Yogyakarta

Sebagai Kota Pendidikan yang juga dikenal sebagai kota wisata di mata turis mancanegara, Yogyakarta juga menyimpan banyak artefak dan benda-benda memorial yang bersejarah dalam sebuah museum. Menurut KRT Thomas Haryonagoro Ketua Umum Badan Musyawarah Museum (Barahmus DIY), dari 281 museum yang ada di Indonesia, 15 % berada di

³<http://oase.kompas.com/read/2010/01/01/19313895/Optimistis.dengan.Tahun.Kunjung.Museum.2010>

⁴ <http://www.balipost.com/> 17 Desember 2009

Yogyakarta. Berarti Yogyakarta bisa Indonesia angkat tidak hanya sebagai kota pendidikan, kota budaya dan kota pariwisata, namun juga kota museum.⁵

Pencanangan Tahun Kunjungan Museum yang dimulai tahun 2010 menjadi kesempatan bagi Kota Yogyakarta untuk memperbaiki kualitas pemberdayaan museum-museum yang jumlahnya berkisar hampir 30 buah. Mengutip *Hooper-Greenhill* dalam *Museum, Media and Message* (1995), berargumen bahwa jaminan kualitas itulah yang dapat memantik orang untuk datang ke museum secara otomatis, sekalipun tanpa promosi. Namun, inipun belum cukup ketika diterapkan pada museum-museum Indonesia. Masyarakat Indonesia berbeda dengan masyarakat di Barat yang kebutuhan akan pengetahuannya tinggi. Karena itu, hal-hal di atas perlu didukung oleh promosi yang memadai dan tepat sasaran dengan desain serta pengemasan program-program dari museum yang menarik.

Pendekatan konvensional yang dilakukan pemerintah daerah misalnya, menetapkan kebijakan yang menghimbau dan mewajibkan para siswa di tingkat sekolah dasar hingga menengah pertama untuk berkunjung ke museum. Upaya atau komitmen ini dilakukan agar museum menjadi ramai pengunjung. Dari sudut pandang tertentu, pendekatan semacam ini menjadi sebuah event aksidental yang 'sedikit memaksa'. Kesuksesan program ini tentunya bukan hanya ditandai dengan ramainya kunjungan yang sifatnya sementara, namun juga komitmen bersama untuk menimba

⁵http://trijayafmyogyakarta.com/radio/index.php?option=com_content&view=article&id=229%3Ayogyakarta-layak-menyandang-kota-museum&catid=39%3Akilas-yogya&Itemid=1

ilmu pengetahuan, juga kritis terhadap perjalanan sejarah yang dimanifestasikan dalam sebuah museum.

Dari tiga pembagian museum yang ada di Yogyakarta (menurut Barahmus) yaitu (1) Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan, (2) Budaya dan Kesenian, dan (3) Sejarah Perjuangan. Dalam Tugas Akhir ini dipilih tema ketiga sebagai perancangan komunikasi visual museum dengan cara sejenis catatan perjalanan (*backpacker*) sebagai pendekatan alternatif mengapresiasi museum. Pilihan ini digunakan terutama untuk kondisi saat ini yang sedang maraknya penulisan dengan gaya *backpacker*. Selain tren, penulisan gaya *backpacker* (catatan perjalanan) lebih mendekat kepada kaum muda (sebagai target sasaran perancangan) dengan keunggulan bahasa yang luwes dan tak terbatas.

B. Rumusan Masalah

Sebuah pendekatan alternatif untuk ikut mengapresiasi Program Visit Museum Year yang akan dilakukan adalah membuat suatu catatan perjalanan museum sejarah perjuangan dengan sudut pandang *backpacker*. Pemilihan pendekatan ala *backpacker* ini dipandang lebih fleksibel dan menarik dalam menafsirkan sejarah yang dihadirkan oleh museum, dibanding sudut pandang yang biasa diberikan pemerintah yang cenderung formal, misalnya dalam brosur maupun katalog resmi dari pemerintah setempat. Perancangan ini merupakan bentuk kerjasama antara penulis dengan Badan Musyawarah *Musea* DIY (Barahmus DIY), yang adalah

organisasi sosial nirlaba (tidak mencari keuntungan) yang bergerak di bidang permuseuman.

Maka dari itu, rumusan masalah dalam perancangan ini ialah bagaimana merancang sebuah catatan perjalanan dengan pendekatan a la *backpacker* dengan desain dan *Layout* yang tepat, sebagai pendekatan alternatif dalam mengapresiasi dan mempromosikan museum sejarah dan perjuangan di Yogyakarta.

C. Batas Lingkup Perancangan

Dengan demikian perancangan ini memiliki batas/ruang lingkup sbb:

- Perancangan buku *traveler* museum ini hanya masuk ke ranah museum perjuangan yang ada di Yogyakarta khususnya museum Perjuangan Yogyakarta dan museum Sandi dan hal-hal yang bersangkutan dengan kedua museum tersebut.
- Perancangan ini meninjau museum dan hal-hal yang bersangkutan dari sudut pandang penulisan yang semiformal sesuai dengan pengetahuannya.
- *Target audience* perancangan ini yaitu anak muda dan dewasa usia 15 sampai 40 tahun.

D. Tujuan Perancangan

- Membuat catatan perjalanan museum dengan sudut pandang alternatif (a la *backpacker*) yang menarik untuk diikuti (verbal dan visual), dengan desain yang tepat untuk mengimbangi media promosi formal yang sudah ada untuk meningkatkan keingintahuan dan kecintaan masyarakat terhadap permuseuman (khususnya Museum Perjuangan dan Museum Sandi) di Yogyakarta.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat teoritis

- Dengan proses yang telah dilewati, perancangan buku museum traveler ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih berupa teori baru kepada pembaca, tentang merancang sebuah buku museum a la *backpacker*.

2. Manfaat praktis

a) Manfaat bagi Mahasiswa:

- Mahasiswa mendapatkan wawasan dan pengetahuan mengenai seluk beluk dan keberadaan Museum Perjuangan dan Museum Sandi di Yogyakarta terutama penyajian dalam bentuk catatan perjalanan.

b) Manfaat bagi Masyarakat:

- Sebagai medium alternatif bagi masyarakat untuk mencintai dan mendorong keingintahuan akan sejarah perjuangan yang

disajikan oleh museum. Jangka panjangnya, masyarakat bisa ikut mengapresiasi banyak museum lain dengan cara yang serupa.

c) Manfaat bagi Museum:

- Secara tidak langsung museum akan diuntungkan karena buku ini nantinya akan mengisahkan informasi seputar museum yang bersangkutan, sehingga dapat sekaligus menjadi alat promosi agar masyarakat tertarik untuk berkunjung.

d) Manfaat bagi Desain Komunikasi Visual:

- Dengan datang ke lokasi museum, melakukan observasi baik melihat-lihat maupun wawancara, melakukan dokumentasi, dan studi literatur, maka dapat mengetahui bagaimana merancang buku museum traveler ini baik dari segi desain dan *Layout*. Dalam perancangan desain komunikasi visual ini sebuah desain dirancang dengan mempertimbangkan segi konten visual (foto, ilustrasi, infografis, dll), konten teks (isi buku). Jenis-jenis visual maupun teks tersebut dapat digunakan sebagai keragaman buku. Selain itu, dengan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam memutuskan gaya desain buku yang akan digunakan.

F. Metodologi Perancangan

1. Data yang diperlukan

- Data visual dan verbal museum-museum di Yogyakarta, khususnya Museum Perjuangan dan Museum Sandi.
- Data verbal visual mengenai catatan perjalanan, khususnya yang disajikan a la *backpacker*.

2. Metode pengumpulan data

- Studi Literatur

Mengumpulkan data verbal dan visual tentang Museum Perjuangan dan Museum sandi dan data-data yang berkaitan melalui, majalah, katalog, brosur, dsb.

- Pertautan

Data verbal dan visual yang mendukung perancangan ini juga bisa didapatkan dari beberapa website di internet.

- Observasi

Mengamati Museum Perjuangan dan Museum Sandi yang ada di Yogyakarta

- Wawancara

Wawancara dengan narasumber, terutama untuk hal yang ingin diketahui lebih jelas.

4. Analisa data

Memakai rumus 5W+1H (What, Why, When, Where, Who, How)

dan SWOT (Strenght, Weakness, Oppprtunity, Threat), yakni:

5W+1H

What: Apa yang akan dibuat?

Catatan perjalanan Museum Perjuangan dan Museum Sandi di Yogyakarta

Who: Siapa saja *Target audience*-nya?

Anak muda dan dewasa ekonomi menengah ke atas antara usia 15-40 tahun
(pelajar, mahasiswa, peneliti, dan pendidik).

Where: Di mana promosi nantinya akan dipublikasikan?

Di toko buku

When: Kapan?

Akan dipublikasikan pada tahun 2011

How: Bagaimana membuat perancangan ini?

Dengan cara :

1. Mendata museum bertema perjuangan yang telah terpilih (Museum Perjuangan dan Museum Sandi)
2. Membagi dan memilah sesuai latar belakang dan unsur kemenarikan dari museum yang sudah terdata, untuk kemudian dikunjungi secara langsung.
3. Melakukan observasi dan pemotretan di objek-objek yang menarik di setiap museum terpilih tersebut.
4. Menentukan media publikasi atau promosi yang tepat untuk catatan perjalanan ini.

SWOT

Strength (kekuatan):

- Buku museum traveler ini menggunakan sudut pandang alternatif (a la backpacker) yang saat ini sedang tren.
- Buku museum traveler ini lebih menarik secara gaya bahasa, desain, dan *Layout* dibandingkan dengan buku-buku museum yang cenderung formal.

Weak (kelemahan):

- Buku museum traveler ini hanya terbatas pada dua museum.

Opportunities (peluang):

- Belum banyak buku-buku khususnya buku traveling yang bertema museum.

Threat (ancaman):

- Karena buku traveler museum ini membahas tentang museum, maka tidak didapatkan ancaman yang begitu berarti karena minimnya pesaing.

5. Tahap Perancangan

a. Eksperimen Format Buku

Bentuk, ukuran, jumlah halaman, teknik cetak, *paging* (susunan halaman), menentukan bagian-bagian isi.

b. Penyiapan Materi

Mengumpulkan data museum-museum sejarah perjuangan di Kota Yogyakarta, menyeleksi beberapa museum, kemudian dibuat konsep *Layout*-nya.

c. *Rough Layout*

Pembuatan konsep melalui sketsa kasar, mulai dari *Layout* visual, teks, dan ilustrasi per halaman buku.

d. *Layout* Komprehensif

Dari *rough layout* yang telah dibuat, hasilnya adalah *layout* jadi per halaman dalam buku dan sudah tersusun lengkap sesuai konsep. Lalu dilakukan eksekusi dari tiap desain tersebut

e. Pembuatan *Dummy*

Semua data yang telah dieksekusi dan tersusun dalam halaman-halaman, dibuat dengan skala kecil/replikanya, sebagai pedoman dalam proses desain dan produksinya.

f. Produksi

Hasil rancangan tersebut dimasukkan dalam serangkaian proses produksi, yang dilakukan oleh *image setter* dan percetakan sampai menjadi bentuk buku catatan perjalanan.

F. Sistematika Perancangan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan Masalah

- C. Batas Lingkup Perancangan
- D. Tujuan Perancangan
- E. Manfaat Perancangan
- F. Metodologi Perancangan
- G. Sistematika Perancangan
- H. Skematika Perancangan

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. Identifikasi Data Verbal dan Visual

- I. Tinjauan Tentang Museum
- II. Tinjauan Tentang Catatan Perjalanan Di Media Cetak
- III. Tinjauan Tentang Jurnalistik
- IV. Tinjauan Tentang Jenis-jenis Karangan
- V. Tinjauan Mengenai Catatan Perjalanan

B. Analisis Data

- I. Tinjauan Buku
- II. Desain Grafis Buku Catatan Perjalanan
- III. Kesimpulan Buku Perjalanan Museum
- IV. Identifikasi Persoalan

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Tujuan Perancangan

- a. Tujuan Perancangan
- b. Tema Perancangan
- c. Aspek Perluasan

B. Konsep Kreatif

- a. *Target audience*
- b. Penentuan judul
- c. Isi pesan
- d. Format dan ukuran buku
- e. Bahasa dan tipografi
- f. Tata letak
- g. Anatomi buku
- h. Penerbit
- i. Data visual

C. Konsep Media

- a. Tujuan Media
- b. Strategi Media

D. Biaya Media

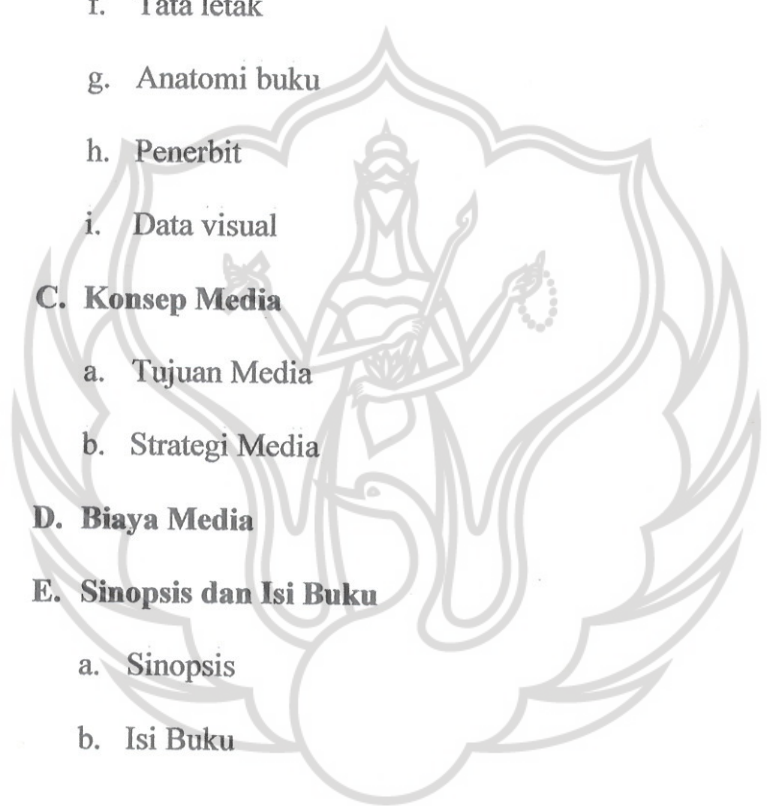
E. Sinopsis dan Isi Buku

- a. Sinopsis
- b. Isi Buku

BAB IV PERANCANGAN

A. Studi Ilustrasi

1. Ilustrasi 1
2. Ilustrasi 2 dan 3
3. Ilustrasi 4
4. Peta



5. Denah museum
6. Relief kubah

B. Studi *Layout*

1. *Layout* Sampul Buku
 - a. Data visual
 - b. Huruf yang telah dipilih
 - c. *Layout* kasar
 - d. *Layout* komperhensif
2. *Layout* Isi
 - a. Huruf yang telah dipilih
 - b. *Layout* kasar
 - c. *Layout* komperhensif

C. Desain Final

1. Desain final sampul buku
2. Desain final *Layout* isi
3. Desain final media pendukung

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

A. Skematika Perancangan

