

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Kreatif

1. Tujuan Kreatif

Merancang buku mengenai *street art* antara tradisi dan modernisasi di kota Yogyakarta dalam bentuk visual (fotografi) yang menarik sehingga ringan dan tidak membosankan dibaca oleh khalayak umum. Serta dapat menambah wawasan dan pemahaman masyarakat tentang hubungan *street art* dengan tradisi dan budaya modern di kota Yogyakarta. Selain itu hadirnya buku ini dapat menjadi koleksi atau bahan referensi bagi masyarakat luas ataupun pelaku *street art*, pecinta fotografi dan juga bisa menjadi arsip tentang perkembangan *street art* di kota Yogyakarta.

2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan representasi dari tujuan kreatif, terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk tertentu dan *target audience* ke dalam suatu posisi tertentu di dalam komunikasi yang kemudian digunakan untuk merumuskan tujuan. Dalam perancangan buku ini target audience yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

a. Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Usia : 18-30 tahun

Pendidikan : Umum, Perguruan tinggi, Swasta

Status sosial : Menengah, dan menengah ke atas

b. Geografis

Primer : Kota-kota besar di Indonesia

c. Psikografis

Merupakan orang-orang yang aktif dalam perkembangan ilmu dan sosial. berbagai hal yang berhubungan dengan *street art* maupun seni visual kontemporer dan fotografi, orang-orang yang imajinatif, mandiri, kreatif dan suka mencoba hal-hal baru yang bersinggungan dengan Street art dan ilmu desain komunikasi visual yaitu fotografi.

d. Behaviour

Individu atau kelompok yang suka dan punya keinginan untuk menjaga, mempelajari dan mendalami ilmu pengetahuan tentang seni dan budaya ataupun sejarah.

3. Isi pesan

Isi pesan dalam pembuatan buku ini adalah dimulai dari pengantar singkat tentang *street art* hingga perkembangannya di dunia dan kota Yogyakarta, dan juga tentang hubungan *street art* sebagai budaya modern dengan tradisi lokal kota Yogyakarta yang sangat kuat.

4. Bentuk pesan

Adapun bentuk pesan yang akan disampaikan kepada *target audience* melalui perancangan buku fotografi ini adalah pesan dalam bentuk verbal serta visual.

a. Pesan Verbal

Pesan verbal ditampilkan dengan pendekatan informatif, singkat dan jelas yang bertujuan untuk membantu pengiring alur cerita didalam perancangan buku. Pada awalnya akan ditampilkan sebuah pengantar singkat mengenai sejarah *street art* di dunia hingga perkembangan *street art* sebagai budaya seni modern di kota Yogyakarta dan hubungannya dengan kehidupan tradisi masyarakat kota Yogyakarta yang sangat kuat.

Karena buku ini merupakan buku foto, maka akan lebih banyak ditampilkan unsur fotografi.

b. Pesan Visual

Pesan visual adalah ungkapan dalam bentuk gambar atau sesuatu yang tampak oleh mata (visual). Pesan keseluruhan menggunakan unsur visual yang meliputi wujud, warna, ilustrasi (foto) dan juga tipografi.

Isi pesan tersebut antara lain :

- 1) Secara keseluruhan, visual dari buku di setiap halaman menampilkan foto-foto jurnalistik sebagai ilustrasi yang nantinya akan mendukung informasi dari isi buku mengenai *Street art* antara tradisi dan modernisasi di kota Yogyakarta.
- 2) Dibagi menjadi beberapa bagian atau bab, untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi buku.
- 3) Beberapa permainan tata layout akan ditampilkan dalam buku ini, namun akan tetap terlihat sederhana, simple dan elegan.
- 4) Penggunaan huruf menggunakan jenis sans serif agar mudah untuk dipahami.
- 5) Ilustrasi pada cover menggunakan foto seorang nenek penjual di pasar tradisional dengan latar sebuah karya *street art* yang menggambarkan bagaimana *street art* di kota Yogyakarta sudah menjadi bagian dari sebuah tradisi masyarakatnya dan bukan hanya sebagai sebuah coretan atau gambar sederhana.

5. Strategi Visual

Penyusunan akan dilakukan secara bertahap, dari mulai foto-foto hasil bidikan sendiri selama mendokumentasikan kegiatan *street art* di kota Yogyakarta hingga foto-foto dari teman pewarta foto yang juga sering mendokumentasikan kegiatan *street art* di kota Yogyakarta. Hal ini

dimaksudkan agar dalam penyusunan tetap focus pada tema yang akan diambil. Focus penyusunan buku ini terletak kepada layout dan packaging buku (kemasan buku).

a. *Planning / Time schedule* perancangan

Pada perancangan ini *planning / time schedule* perancangan mengarah kepada beberapa hal, yaitu kurasi foto, editing foto, editing teks, *layout*, desain per halaman, serta desain cover atau sampul buku dan finishing.

Setelah proses pengumpulan foto-foto selesai maka akan dilakukan proses seleksi / kurasi dan pengelompokan foto yang selanjutnya akan menuju ke proses *editing*. Dalam proses *editing* akan memakan waktu yang lebih singkat mengingat masih ada beberapa proses yaitu *layout* yang harus diselesaikan.

Dalam perancangan *layout* dan cover membutuhkan waktu yang cukup panjang, karena harus dibuat dengan pas dan presisi agar lebih sederhana, menarik, dan komunikatif sehingga pesan lebih tersampaikan.

6. Bentuk Kreatif

a. Penampilan produk

Sebuah buku fotografi yang membahas *street art* antara tradisi dan modernisasi di kota Yogyakarta yang dapat dijadikan referensi, koleksi ataupun arsip. Buku ini diberi judul “*Street art* antara tradisi dan modernisasi Yogyakarta”

b. Pesan utama

Buku ini menampilkan ulasan tentang *street art* sebagai sebuah budaya modern di tengah kota Yogyakarta yang memiliki tradisi lokal yang sangat kuat dalam bentuk foto jurnalistik. Pesan utamanya terletak pada pesan visual (foto-foto) yang bermuatan jurnalistik mengenai *street art* antara tradisi dan modernisasi di kota Yogyakarta.

Sebagaimana digambarkan dalam buku fotografi ini bahwa *street art* di Yogyakarta bukan hanya sebuah aksi vandalisme yang merusak, tetapi *street art* bisa membaaur dan saling mendukung dengan budaya tradisi kota Yogyakarta, contohnya buku ini merekam banyak karya *street art* yang ada di tembok-tembok pasar tradisional dan di kendaraan tradisional seperti becak. Jadi bisa diambil kesimpulan bahwa *street art* sebagai budaya modern bisa hidup dan saling mendukung dengan kebudayaan tradisi yang ada di kota Yogyakarta.

c. Citra buku

Pembahasan mengenai *street art* antara tradisi dan modernisasi di kota Yogyakarta akan lebih banyak menampilkan foto daripada teks, yang mana teks hanya berfungsi sebagai pengantar dan penguat foto (*caption*).

Citra yang akan ditampilkan dalam buku ini adalah menarik, unik, informatif, berbeda, sederhana namun terlihat eksklusif.

d. Teknik penyampaian

Buku ini diproduksi dengan *full-colour* dengan separasi empat warna, mengingat buku ini memuat foto-foto jurnalistik yang kaya akan warna.

7. Program Kreatif

a. Penentuan judul buku

Isi pokok buku ini adalah foto-foto yang terkait dengan *street art* sebagai sebuah budaya modern yang hidup dan berkembang di kota Yogyakarta yang kuat akan tradisi lokalnya. Oleh karena itu judul yang dipilih adalah “*Street art* antara tradisi dan modernisasi”.

b. Penentuan warna dalam buku

Pemilihan warna mempunyai peran yang penting dalam perancangan buku ini, karena tidak banyak warna yang akan digunakan. kriteria pemilihannya adalah sebagai berikut : warna-warna

yang sesuai dengan warna ciri khas dari kota Yogyakarta, warna-warna yang simple, sederhana, elegan dan tidak terlalu mencolok.

c. Tipografi

Dalam perancangan buku fotografi ini, untuk teks isi dalam buku akan menggunakan jenis huruf tanpa kait (*sans serif*) yang bersifat fungsional, sederhana, dan lebih modern. Sehingga tidak mengganggu pandangan mata yang tertuju kepada obyek visual (foto). Sedangkan pemilihan huruf untuk cover harus mempunyai kriteria keterbacaan, kejelasan maupun nilai estetis yang tinggi. Contoh huruf teks isinya sebagai berikut :

Futura Md BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

d. Ilustrasi

Dalam perancangan buku ini hanya akan menggunakan ilustrasi fotografi, yang kemudian disusun menjadi sebuah buku fotografi.

e. Distribusi halaman

Jumlah halaman didapatkan setelah teks dan materi dimasukkan sesuai dengan kebutuhan, maka akan dapat diperkirakan jumlah halaman. Dalam perancangan ini akan dibagi menjadi beberapa sub yang dimana tiap sub akan terdiri dari beberapa halaman.

f. Pemilihan foto

Foto-foto yang ada di dalam buku nantinya akan melewati suatu proses pemilihan atau kurasi. Kriteria pemilihannya adalah foto-foto yang bermuatan jurnalistik, yang dapat menggambarkan *street art* sebagai sebuah budaya modern bisa membaur dengan tradisi lokal

masyarakat kota Yogyakarta yang sangat kuat. Foto-foto yang baik secara teknis fotografi, unik dan menarik. Serta bisa merekam moment-moment dimana *street art* sebagai budaya modern bisa berbaur dan menjadi sebuah identitas kota Yogyakarta dengan tradisi lokal masyarakatnya yang sangat kuat.

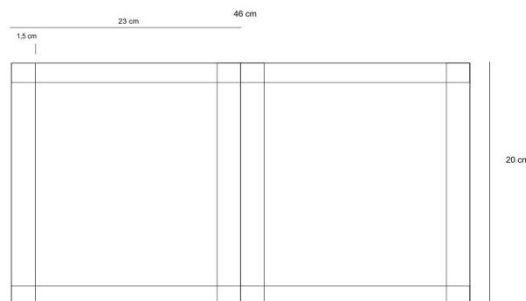
g. Tata letak / *Layout* dan *Grid System*

Layout merupakan pengaturan yang dilakukan pada buku, majalah atau bentuk publikasi lainnya, sehingga teks dan ilustrasi sesuai dengan bentuk yang diharapkan. Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu, untuk mendukung konsep yang dibawanya.

Dalam perancangan buku ini akan digunakan tipe *layout picture window*, yaitu menampilkan gambar yang besar, kemudian di ikuti dengan keterangan gambar yang hanya memiliki porsi kecil.

Sementara untuk menentukan bidang *layout* adalah perbandingan margin dalam (margin punggung), margin atas, margin luar dan margin bawah yang dihitung dari tepi ukuran buku. Pada perancangan buku ini, margin atas, margin kiri, margin kanan 15mm, dan margin bawah adalah 20mm.

Margin buku :



Alternatif *layout* yang digunakan terdapat 2 macam yaitu :

- 1) *Layout* dengan 1 baris teks dibagian kiri halaman dan gambar di bagian kanan halaman.
- 2) *Layout* dengan 1 baris teks di bagian kanan tengah halaman dan gambar di bagian kiri halaman.
- 3) Pengolahan materi bahasa

Materi teks didapat dari buku-buku tentang *street art*, budaya dan juga website yang memuat tentang perkembangan *street art* di kota Yogyakarta. Dari kesemuanya itu materi akan diolah lagi dan disederhanakan agar kalimatnya tidak terlalu panjang tanpa mengurangi muatannya.

8. Teknik produksi

Teknis produksi adalah sesuatu yang berhubungan dengan program kerja dan materi pendukung pembuatan buku ini. Dalam perancangan buku ini teknis produksi grafika yang mendukung proses produksi, yaitu :

a. Sampul dan jaket buku

Sampul dan jaket merupakan pelindung isi buku dan merupakan bagian buku paling luar. Apabila diibaratkan pelindung tubuh manusia, sampul adalah pakaian yang dikenakan sedangkan jaket adalah pelindung pakaian dan tubuh. Disamping itu sampul dan jaket mempunyai fungsi lain yang juga tidak kalah pentingnya bagi sebuah buku, yaitu berusaha memikat perhatian pembaca. Oleh karena itu, sampul dan jaket harus didesain semenarik dan seindah mungkin sehingga mempunyai daya saing dengan buku sejenis dan akan tampak menonjol jika dipajang di rak toko buku.

Pada sampul buku perancangan ini akan menggunakan *softcover* dengan kertas ivory 230 gram dan difinishing dengan laminasi doff agar terlihat lebih eksklusif. Selain itu juga akan dikemas dengan karton atau kertas tebal.

b. Isi buku

Pada isi buku menggunakan kertas *matt paper* 150 gram. Alasan buku ini menggunakan kertas *matt paper* adalah selain harga kertas yang murah, kertas *matt paper* ini juga mempunyai warna yang glossy sehingga cocok apabila digunakan untuk mencetak sebuah buku. Kualitas kertas *matt paper* ini juga tidak kalah dengan kertas lain yang mempunyai harga lebih mahal.

c. Teknik cetak

Buku foto ini akan dicetak dengan teknik cetak offset. Cetak offset adalah suatu teknik mencetak dengan menggunakan kertas lembaran. Cetak offset banyak digunakan untuk mencetak pekerjaan seperti majalah, buku, kalender, poster, dll. Ciri khas cetak offset: cocok untuk mencetak diatas kertas dengan berat sekitar 100-270 gram dan cocok untuk mencetak dengan jumlah diatas 500 eksemplar hingga 10.000 eksemplar.

d. Jilid buku

Penjilidan pada buku ini menggunakan teknik jahit, agar buku mudah dibuka, tidak mudah lepas atau rusak, lebih rapi, tahan lama dan tidak mengurangi nilai estetis buku.

e. Teknik finishing

- a. Potong kertas : mesin potong kertas digunakan untuk memotong kertas sesuai ukuran yang dikehendaki setelah proses produksi cetak, atau juga bisa hanya sekedar untuk merapikan kertas.
- b. Proses laminasi *doff* pada cover buku, sehingga menghasilkan efek *doff* yang *soft* pada hasil cetak.
- c. Dijilid dengan menggunakan teknik jahit benang dan lem
- d. Buku yang sudah jadi kemudian dikemas dalam kotak.

9. Proses produksi

Deskripsi pengolahan produksi adalah sebagai berikut :

- a. *Text editing*
 - 1) Bahan : materi tulisan
 - 2) Proses : menggunakan software Microsoft office word 2007&2010
- b. *Image editing*
 - a. Bahan : melalui proses pemotretan
 - b. Proses : Adobe photoshop CS5
- c. *Layout*
 - a. Bahan : Materi isi, unsure grafis, dan ilustrasi
 - b. Proses : Adobe indesign CS5
- d. *Image setting*
 - a. Bahan : hasil output proses layout
 - b. Proses : komputer dan perangkat image setter
- e. *Production*
 - a. Bahan : hasil negatif dari perangkat image setter
 - b. Proses : mesin cetak
- f. *Finishing touch*
 - a. Bahan : hasil cetak
 - b. Proses : mesin cetak, mesin finishing

10. Biaya kreatif

Dalam perancangan ini, biaya kreatif disusun berdasarkan atas perhitungan sebagai berikut :

- a. Biaya editorial

Biaya per halaman	: Rp. 20.000,-	
Jumlah halaman	: 80	
Biaya editorial	: (Rp 20.000,- x 80)	: Rp 1.600.000,-
- b. Biaya jasa desainer

Rumus menghitung biaya jasa desain

Keterangan

$$H = (x.y.v) . (v/n) + (c.v)$$

H = Hasil akhir biaya desain

x = Upah minimum pekerja kreatif di wilayah tertentu

y = Tingkat intelektualitas subjektif menurut pengalaman

c = Biaya operasional perhari

n = Jumlah hari kerja (estimasi jam kerja per hari = 7 jam)

v = Beban pekerjaan perhari

Newbie = 3

Average = 6

Profesional = 9

Pengerjaan ideal (v = n)

Pekerjaan deadline pendek (v > n)

Pekerjaan kategori ringan (v < n)

Biaya perancangan buku dan media pendukungnya :

X = Upah minimum pekerja di Yogyakarta perhari rata-rata sebesar

Rp. 30.000,-

Y = Variabel tingkat intelektualitas subyektif desainer buku ini adalah

Profesional (9)

C = Biaya operasional perhari untuk berbagai macam keperluan adalah

Rp. 50.000,-

v = Beban pekerjaan perhari, dalam pembuatan buku ini 30

n = Jumlah hari kerja dalam proyek ini adalah 30 hari

Maka :

$$\begin{aligned} H &= (x.y.v) \cdot (v/n) + (c.v) \\ &= (\text{Rp } 30.000,- \times 9 \times 45)(45/45) + (\text{Rp } 100.000,- \times 45) \\ &= \text{Rp } 12.150.000,- \times 1 + \text{Rp } 1.450.000,- \\ &= \text{Rp } 16.650.000,- \end{aligned}$$

c. Biaya Cetak

Film : Rp 60,-/cm

Laminasi doff : Rp 0.28,-/cm

Kertas Matt Paper 150gr (70x100) : Rp 1200,-/lembar

Dimensi panjang buku 23x20 cm

d. Isi Buku

a. Film

b. Cetak

c. Kertas

B. Konsep Media

1. Tujuan Media

Media adalah sarana komunikasi yang dipakai untuk mengantar dan menyebarkan pesan-pesan dari produk yang telah kita hasilkan. Peranan media sangatlah penting dalam penyampaian informasi kepada konsumen, karena media dapat menjadi sarana interaksi dengan konsumen.

2. Strategi Media

Strategi media merupakan penyampaian komunikasi yang informatif dan menarik kepada target audience dari tujuan media yang telah direncanakan.

a. Media Utama

- 1) Ukuran buku : 23cm x 20cm
- 2) Jumlah halaman : 80 halaman
- 3) Kertas isi : kertas *matt paper* 150 gram
- 4) Cover : softcover & kemasan buku
- 5) Cetak : *Offset full colour*
- 6) Jumlah buku : 500 eksemplar

b. Penerbit

Galeri Foto Jurnalistik Antara

Galeri foto jurnalistik Antara adalah lembaga nirlaba yang didirikan untuk mengangkat fotografi sebagai media komunikasi yang mudah dimengerti dan dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat. GFJA sendiri menjadi pelopor berdirinya galeri foto jurnalistik di Asia Tenggara. Sebagai bagian dari Pusat Foto Jurnalistik Nasional yang bernaung di bawah kantor berita Antara.

Alamat :

Jl. Antara 59 Pasar Baru, Jakarta Pusat

www.gfja.org

c. Media Pendukung yang disertakan dalam produk

1) Poster

Poster digunakan sebagai media promosi yang efektif karena bisa ditempel di banyak tempat dan didukung dengan desain yang menarik sehingga membuat orang tertarik untuk melihat.

Karakteristik Media :

- a) Fleksibel (dapat ditempel dimanapun)
- b) Biaya murah, dari segi cetakan maupun pemasangannya
- c) Jangkauan luas (mudah dilihat setiap saat)

Isi Pesan : informasi tentang pembukaan pameran dan
launching buku

2) *Standing Banner*

Standing Banner digunakan sebagai media promosi yang memuat detail produk dan didukung dengan desain yang menarik sehingga membuat orang tertarik untuk melihat.

Karakteristik Media :

- a) Dapat menjadi daya tarik bagi audience
- b) Memuat informasi produk secara detail
- c) Biaya produksi murah

Isi Pesan : informasi tentang pembukaan pameran dan launching buku.

d. Media pendukung / *merchandise*

1) T-Shirt

Digunakan sebagai media promosi bergerak, didukung desain yang menarik sehingga bisa memberikan daya ingat yang tinggi terhadap produk.

Karakteristik Media:

- a) Sebagai media bergerak yang dapat menarik perhatian
- b) Tahan lama
- c) Memberikan daya ingat yang tinggi terhadap produk

3. Program Media

Program media merupakan perencanaan berbagai media sebagai media pendukung yang diproduksi dalam jumlah terbatas sebagai pendukung keluarnya produk (Launching buku Street art antara tradisi dan modernisasi di kota Yogyakarta).

4. Biaya Media

a. Poster

Ukuran: 42 x 60 cm

Warna: full color

Bahan: kertas ivory cetak offset

Jumlah: 500 buah
Harga: Rp 40.000,-
Total biaya: Rp 20.000.000,-

b. X - Banner

Ukuran: 45 x 120 cm
Warna: full color
Bahan: Polyskin
Jumlah: 50 buah
Harga: Rp 95.000,-
Total biaya: Rp 4.750.000,-

c. Kaos Promo

Ukuran: Menyesuaikan
Warna: full color
Bahan: kaos
Jumlah: 150
Harga: Rp 55.000,-
Total biaya: Rp 8.250.000,-

d. Undangan

Ukuran: disesuaikan dengan pemgguna
Warna: full color
Bahan: ivory, printing
Jumlah: 300
Harga: Rp 4.500,-
Total biaya: Rp 1.350.000,