

PERANCANGAN BUKU AKSARA BERCEKITA AUTOBIOGRAFI LETTERING DIMAS FAKHRUDDIN

Jody Habibi, Rudi Heri Marwan

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara No. 9, Jakarta Barat
habibi.jody@gmail.com

Abstract

This report discusses the design of a print media work Autobiography book Aksara Bercerita Lettering Dimas Fakhruddin, the author is able to know the design process of print media works Autobiography interesting and creative, pay attention to various aspects, such as colors and layouts used in books that the author made so can still be displayed to customers, in addition to the color of the author must know what material is in making a book, the author also knows the application of copywriting and artdirecting to the book that the author made. After making a book the writer is also required to promote it through promotional media designed by the author himself.

Keywords: books, autobiography, dimas fakhruddin, lettering

Abstrak

Laporan ini membahas tentang perancangan sebuah karya media cetak buku Aksara Bercerita Autobiografi lettering Dima Fakhruddin, penulis mampu mengetahui proses perancangan karya media cetak buku Autobiografi yang menarik dan kreatif, memperhatikan berbagai aspek, seperti warna maupun layout yang digunakan pada buku yang penulis buat agar tetap bisa ditampilkan kepada kostumer, selain warna penulis harus mengetahui material apa saja dalam pembuatan sebuah buku, penulis juga mengetahui penerapan copywriting dan artdirecting pada buku yang penulis buat. Setelah membuat buku penulis pun dituntut untuk mempromosikannya melalui media promosi yang dirancang oleh penulis sendiri.

Kata kunci: buku, autobiografi, dimas fakhruddin, lettering

Pendahuluan

Tipografi adalah seni tentang aturan atau tata cara penggunaan huruf, kata, paragraf pada ruang-ruang yang tersedia untuk menciptakan kesan-kesan tertentu sehingga dapat menolong para pembaca agar lebih nyaman dan maksimal dalam membaca. Tipografi juga salah satu bahasan dalam desain grafis yang tidak berdiri sendiri secara eksklusif, ia sangat erat terkait dengan bidang keilmuan lain seperti komunikasi, teknologi, psikologi, dan lainnya. Tipografi tentu sangat berkaitan tentang Handlettering dan juga kaligrafi. Handlettering merupakan seni menggambar huruf dan terdiri atas kombinasi spesifik dari berbagai bentuk huruf yang dibuat untuk menciptakan karya seni. Sedangkan kaligrafi merupakan seni menulis indah dan sepenuhnya berdasarkan keterampilan menulis dengan pena dalam pengaplikasiannya, komposisi handlettering seringkali memasukkan kaligrafi di salah satu komponen di dalamnya.

Di berbagai belahan dunia, kaligrafi memiliki gaya yang berbeda-beda. Kaligrafi Arab umumnya mengandung unsur budaya islam, bentuk seni berdasarkan tulisan Arab. Kaligrafi Arab memiliki berbagai jenis, diantaranya adalah Skrip Kufi, Nashker, Riq'a, Thuluth dan Diwani. Berbeda

dengan kaligrafi Arab, kaligrafi Cina ditandai dengan orisinalitas dan kekayaan tulisan Cina. Kuas, tinta bak dan kertas merupakan alat yang digunakan dalam menyusun kaligrafi Cina. Kaligrafi Cina juga memiliki berbagai variasi, diantaranya Skrip Seal, Clerical dan Semi Kursif. Sedangkan kaligrafi Jepang serupa dengan kaligrafi Cina karena kaligrafi Jepang berawal dari kaligrafi Cina. Selain itu, ada pula kaligrafi Barat yang merupakan bentuk kaligrafi yang paling umum di dunia. Penerapan kaligrafi barat hingga kini bisa ditemukan dalam kehidupan sehari-hari.

Autobiografi berasal dari bahasa Yunani yaitu autos yang berarti sendiri, bios yang berarti hidup, dan graphein yang berarti menulis. Autobiografi adalah biografi ditulis oleh subjek itu sendiri, berdasarkan dengan atas ingatan atau bekerjasama dengan seseorang penulis dalam pembuatannya, biasanya menggunakan kata-kata "disunting oleh" atau "dengan". Jadi autobiografi adalah sebuah catatan mengenai riwayat hidup seseorang berdasarkan ingatan orang tersebut dan terkadang bekerjasama dengan penulis atau editor dalam pembuatannya.

Melihat fenomena yang penulis lihat dalam komunitas maupun media sosial, maka penulis

berinisiatif untuk memberikan sebuah alternatif media yang fleksibel untuk para peminat lettering, yakni media buku. Buku merupakan media yang mudah diperbanyak dan mudah diakses, baik buku berupa fisik maupun e-book. Namun demikian, hingga saat ini belum ada buku buatan Indonesia yang mengupas dasar-dasar hand-lettering dan kaligrafi dari dasar hingga merangkai kata dan kalimat. Buku yang paling mudah ditemukan adalah buku ABC's Lettering karya Abbey Sy yang telah diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia. Namun, dalam buku tersebut pun juga tidak membahas dasar-dasar membuat lettering atau kaligrafi bagi pemula.

Teknik kaligrafi dengan brush dipilih karena paling mudah diaplikasikan. Alat-alat yang digunakan dalam teknik ini, relatif mudah didapatkan dibanding teknik yang lain. Hal ini sangat sesuai bagi para pemula yang ingin mempelajari dasar-dasar kaligrafi yakni pengenalan dan cara menggunakan alat, teknik menggores cara duduk, pembuatan alfabet dan angka. Pemula juga diberikan panduan dalam menambahkan berbagai macam hiasan pada beberapa kata. Selain dasar-dasar kaligrafi tersebut, buku ini juga memberikan contoh-contoh pengaplikasian kaligrafi dari bentuk yang sederhana hingga bentuk yang kompleks. Bentuk-bentuk pengembangan kaligrafi dapat diterapkan ke berbagai media dengan berbagai variasi kegunaan, misalnya kartu ucapan, hiasan dinding, visual pada pakaian, souvenir bahkan cover buku.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin merancang sebuah buku Aksara Bercerita Autobiografi Lettering Dimas Fakhruddin untuk pemula. Buku ini diharapkan bisa menjadi buku berbahasa Indonesia yang diharapkan bisa menjadi pedoman dan bisa diakses dengan mudah orang-orang yang akan memulai mempelajari kaligrafi & Hand Lettering. Buku ini merupakan sebuah dedikasi bagi perkembangan Kaligrafi & Hand Lettering di Indonesia.

Autobiografi

Autobiografi berasal dari bahasa Yunani yaitu *autos* yang berarti sendiri, *bios* yang berarti hidup, dan *graphein* yang berarti menulis. Autobiografi adalah biografi ditulis oleh subjek itu sendiri, berdasarkan dengan atas ingatan atau bekerjasama dengan seseorang penulis dalam pembuatannya, biasanya menggunakan kata-kata "disunting oleh" atau "dengan". Jadi autobiografi adalah sebuah catatan mengenai riwayat hidup seseorang berdasarkan ingatan orang tersebut dan terkadang bekerjasama dengan penulis atau editor dalam pembuatannya.

Komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti sama. *Communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*). Secara sederhana, komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*) dan kemampuan penyesuaian dengan pihak yang diajak berkomunikasi. (Wilbur, 2009).

Sedangkan definisi komunikasi menurut Lydia Harlina Martono dan Setya Joewana dalam buku "Menangkal Narkoba dan Kekerasan" (2008) adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain yang bertujuan untuk memberitahu, mengemukakan pendapat dan mengubah perilaku atau mengubah sikap baik yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Empat komponen ini adalah sumber, penerima, pesan dan saluran.

Komunikasi massa merupakan suatu cara atau proses masyarakat untuk berkomunikasi. Komunikasi massa (*mass communication*) juga bisa disebut sebagai komunikasi media massa (*mass media communication*). Maka dari itu, komunikasi massa jelas berarti sebuah cara berkomunikasi atau penyampaian informasi yang dilakukan melalui media massa (*communication with media*) seperti media cetak dan elektronik. Definisi lain dikemukakan oleh Nurudin dalam buku yang berjudul "Pengantar Ilmu Komunikasi Massa" (2007 : 63) bahwa "Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca atau pendengar atau penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka".

"Teori Komunikasi Massa (2000 : 10), komunikasi massa berfungsi sebagai decoder, interpreter dan encoder. Komunikasi massa mendecode lingkungan sekitar kita, mengawasi kemungkinan timbulnya bahaya, mengawasi terjadinya persetujuan dan juga efek dari hiburan. Komunikasi massa menginterpretasikan hal-hal yang di-decode sehingga dapat mengambil kebijakan terhadap efek, menjaga berlangsungnya interaksi serta membantu anggota-anggota masyarakat menikmati kehidupan.

Analisa Data

Analisa data ialah satu cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut mudah dipahami dan bermanfaat sebagai solusi permasalahan, terutama hal yang berkaitan dengan perancangan.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI) ialah kementerian dalam pemerintahan Indonesia yang membidangi urusan komunikasi dan informatika, dahulu bernama Departemen Penerangan (1945-1999) lalu berganti menjadi Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi (2001-2005) lalu berganti kembali menjadi Departemen Komunikasi dan Informatika (2005-2009) dan perubahan terakhir sampai sekarang menjadi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Kementerian ini di pimpin oleh seorang menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) yang sejak tanggal 27 Oktober 2014 dijabat oleh Rudiantara.

Metode pengumpulan data dalam perancangan buku Aksara Bercerita Autobiografi Lettering Book Dimas Fakhruddin diantaranya sebagai berikut :

Data Primer

Dalam melakukan proses data lapangan, terbagi menjadi dalam dua jenis data yang digunakan, antara lain :

Survei atau Observasi Lapangan merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan. Penulis melakukan observasi secara langsung agar dapat mengumpulkan data melalui pengamatan dengan mendatangi narasumber yaitu Dimas Fakhruddin.

Metode pengumpulan data primer adalah pengumpulan data yang diperoleh langsung dari pihak pertama. Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer penulis diperoleh dari observasi dan wawancara lapangan.

- a. Wawancara adalah salah satu metode yang digunakan untuk memperoleh data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dengan pihak yang terkait yang dapat memberikan informasi. Yaitu wawancara kepada narasumber Dimas Fakhruddin yang merupakan salah satu founder dari Lettering Malang dan podcast Letter Talks. Wawancara ini dilakukan guna memperkuat data observasi yang sudah diperoleh terkait tentang materi Aksara Bercerita Autobiografi Lettering Book Dimas Fakhruddin.
- b. Data formal yang didapat atau dikeluarkan oleh suatu sumber informasi, yang dikutip dan dimasukkan dalam suatu laporan dapat berupa artikel, buku, website dan lain-lain.

Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa secara umum adalah proses dimana suatu organisasi membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (public). Akan tetapi pengertian komunikasi massa tidak sesederhana pengertian diatas, karena didalam

komunikasi massa meliputi beberapa hal seperti isi pesan (pengolahan, pengiriman, penerimaan), teknologi, kelompok-kelompok, macammacam konteks, bentuk-bentuk audience, dan efek (pengaruh).

Strategi Publikasi

Strategi secara etimologi adalah turunan dari bahasa Yunani, *strategos*.

Dapat juga diterjemahkan sebagai "Komandan Militer pada zaman demokrasi Athena. Pada awalnya strategi biasa digunakan dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan peperangan.

Psikologi Warna

Warna dan estetika merupakan hal yang penting, karena dengan warna kita dapat membedakan secara jelas keindahan suatu objek. Pada masa sekarang ini penggunaan warna didalam bidang desain merupakan hal yang mutlak. Peranan warna sangat penting dalam mempengaruhi persepsi seorang terhadap suatu pesan yang terdapat pada suatu bidang media. Dalam desain, warna merupakan salah satu dari unsur desain.

Sir David Brewster (1831), Menjelaskan teori warna, teori ini menyederhanakan warna yang ada di dalam menjadi 4 kelompok warna yaitu primer, sekunder, tersier, dan netral. Warna primer adalah warna yang menjadi pedoman setiap orang untuk menggunakannya, terdiri dari warna merah, kuning, dan biru.

Semiotika

Semiotika adalah studi tentang tanda-tanda. Konsep tanda ini untuk melihat bahwa makna muncul ketika ada hubungan antara ditandai in absentia (signified) dan tanda (signifier). Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (signifier) dengan sebuah ide atau penanda (signified). Semiotika dalam istilah Barthes (1988 : 179) , semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai (to signify) dalam hal inisial tidak dapat dicampuradukan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi system berstruktur dari tanda. Pernyataan lain juga dikemukakan oleh Sobur (2003 : 87)

Unsur Desain

Dalam perancangan buku panduan ini tentunya tidak terlepas dari unsur-unsur yang terdapat pada desain, yaitu :

1. Garis
2. Bidang
3. Bentuk
4. Ruang
5. Gelap terang
6. Tekstur

Prinsip Desain

Prinsip-prinsip desain adalah suatu guide yang dapat membantu anda dalam membuat desain sehingga desain akan mudah dan dapat menghasilkan desain yang baik. Didalam desain grafis harus mempertimbangkan berbagai prinsip demi mencapai hasil akhir yang baik.

1. Irama
2. Keseimbangan
3. Penekanan
4. Kesatuan

Aksara

Aksara dapat diartikan sebagai huruf atau sistem tanda-tanda grafis yang dipakai manusia untuk berkomunikasi dan sedikit banyaknya mewakili ujaran, aksara merupakan salah satu ciri adab serta alat untuk mempersatukan suku bangsa. Masyarakat Sunda sebelum mengenal aksara, kehidupan sehari-harinya masih termasuk sederhana, tetapi setelah mengenal aksara kehidupan masyarakatnya menjadi lebih meningkat dan maju. Aksara juga selain memperlihatkan jati diri bangsa bisa dianggap selaku batas kehidupan manusia antara zaman prasejarah ke zaman sejarah

Konsep Media

Hasil dari wawancara yang penulis lakukan lalu disortir dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu untuk menjamin keabsahan konten dalam media yang akan digunakan. Oleh karena itu jumlah data yang dihitung banyak, penulis membutuhkan media yang mampu melihatkan puluhan karya dan data sekaligus dalam kasus ini, berupa teks dan fotografi dengan rangkaian pengklasifikasian dan pengurutan yang teratur. Penentuan media akhir turut mempertimbangkan sifat visual dasar dari kajian yang terpilih.

Tujuan Media

Tujuan dari pembuatan media buku ini adalah untuk memberikan penjelasan perjalanan karir Dimas Fakhruddin di dunia hand lettering dan kaligrafi yang menginspirasi serta memberikan informasi-informasi penting khususnya tentang lettering dan kaligrafi melalui media promosi yang efektif, komunikatif, mudah dipahami serta mudah

diingat. Dalam pemilihan media promosi harus sesuai dengan sasaran agar bisa dijadikan media edukasi dan pembelajaran bagi masyarakat.

Strategi Media

Media pengetahuan ini merupakan hal yang sangat menarik untuk menjadikan sebuah wawasan baru bagi masyarakat yang belum mengetahui seni menulis atau yang sering di sebut seni lettering dan kaligrafi, begitupun bagi kalangan yang akan mendalami dunia lettering dan kaligrafi, bahwasannya kalangan tersebut dapat mengenal sosok yang sangat menginspirasi dengan segala prestasi dan perjalanan karirnya di dunia lettering dan kaligrafi yaitu Dimas Fakhruddin. Dengan ini nantinya para pemula dan masyarakat umum dapat mengetahui sosok Dimas Fakhruddin. Oleh karena itu penulis membuat buku sebagai media yang menginspirasi dengan menampilkan elemen visual berupa perjalanan karir Dimas Fakhruddin serta dokumentasi fotografi karya dari Dimas Fakhruddin sebagai bentuk visualisasi terhadap buku autobiografi. Buku tersebut memiliki ukuran 21cm x 23cm, oleh karena itu berbentuk media cetak, maka bisa diharapkan sanggup untuk beredar di tengah masyarakat umum yang gemar seni lettering dan kaligrafi. Strategi media ini lalu akan berwujud secara garis besar yaitu desain media cetak buku sebagai media utama, media promosi yang berupa poster, brosur, flayer, x banner, promosi digital dan merchandise berupa kalender, gantungan kunci atau pin, sticker, totebag dan baju.

Pemilihan Media

Selain media utama yang berupa buku, media-media pendukung juga patut dipersiapkan untuk menunjang pemasaran dan pengkomunikasian intisari. Media-media pendukung yang bersifat promosional tersebut merupakan poster, brosur, flayer, x banner, iklan sosial media dan merchandise berupa gantungan kunci atau pin serta kalender.

Target Media

Seluruh perancangan strategi desain dan pemasaran Buku Aksara Bercerita Autobiografi Lettering Dimas Fakhruddin turut mempertimbangkan target market yang hendak dituju beserta ekspektasi feedback yang bersangkutan. Berikut merupakan empat indikator signifikan target market dibalik sebuah pemasaran:

1. Demografi
Demografi atau kependudukan harus mencakup seluruh kalangan atau golongan masyarakat dari berbagai lapisan. Faktor demografi yang digunakan paling luas adalah jenis kelamin, usia, besarnya

- keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sosial. Peninjauan dilakukan terhadap khalayak sasaran yang akan diperuntukkan dalam merancang media komunikasi visual. Demografi sasaran promosi ini yakni para kalangan masyarakat menengah, mahasiswa, dan para komunitas lettering dan kaligrafi.
2. Geografi
Ditinjau dari faktor geografi, yang dimaksud disini yaitu daerah mana yang akan dijadikan sebagai tempat penyampaian pesan kepada masyarakat. Yang menjadi sasaran promosi ini yaitu seluruh Indonesia khususnya kota – kota besar seperti DKI Jakarta, Malang, Bandung, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, dan Solo .
 3. Psikologi
Merupakan variable psikologi yang dapat membedakan antara orang yang satu dengan yang lainnya, seperti ketertarikan, opini, sikap, personalitas, dan gaya hidup. Ditinjau dari segi psikolografis, calon konsumen buku ini adalah semua masyarakat yang memiliki ketertarikan dengan lettering dan kaligrafi
 4. Behaviora
Behaviour berarti tingkah laku, perilaku seseorang yang berpengaruh terhadap kepribadiannya. Dalam strategi media behavior dari masyarakat sangat perlu diperhatikan, karena hal ini berpengaruh terhadap media yang digunakan untuk promosi. Ditinjau dari behaviora, dimana merupakan jangkauan pemakaian dan loyalitas atau kesukaan, kesukaan konsumen, dalam hal ini yang dimaksud yaitu masyarakat, terhadap sesuatu dalam hal ini yang dimaksud media komunikasi visual sebagai sarana pendukung promosi Buku Aksara Bercerita Autobiografi

Lettering Dimas Fakhruddin. Desain media-media komunikasi visual tersebut diharapkan dapat menarik perhatian sesuai dengan sasaran dan efektif dalam penyampaian pesan maupun informasinya, serta memiliki ciri khas desain agar mudah dikenali. Hasil dan Pembahasan

Setelah melewati berbagai proses dan konsep media yang dilakukan, maka ditemukan hasil yang dapat ditarik dari penelitian ini, yang terbagi menjadi beberapa subbab.

Konsep Kreatif

Dari data yang penulis dapatkan menghasilkan beberapa poin penting yang dapat digunakan sebagai akar brainstorming untuk

pembahasan apa yang ada didalam buku Aksara Bercerita Autobiografi Lettering Dimas Fakhruddin. Sesuai dengan judulnya buku tersebut ditujukan kepada pecinta atau pegiat lettering dan kaligrafi yang baru memulai maupun yang sudah mahir dalam seni lettering dan kaligrafi. Dalam hal ini penulis memiliki tujuan untuk memberikan informasi-informasi menarik tentang perjalanan karir Dimas Fakhruddin serta menginspirasi bagi para pembaca.

Keyword

Pemilihan keyword atau kata kunci sangat berkaitan dengan pemilihan topik kajian penulis. Agar mempermudah langkah identifikasi selanjutnya, diperlukan kata kunci yang praktis dan secara efektif mampu memvisualkan gambaran besar dari karya yang bersangkutan.

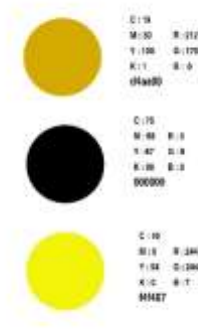
Buku Aksara Bercerita Autobiografi Lettering Dimas Fakhruddin merupakan sebuah media informasi tentang perjalanan karir salah satu lettering artist yaitu Dimas Fakhruddin. Oleh karena itu keyword dari buku Aksara Bercerita Autobiografi Lettering Dimas Fakhruddin adalah Lettering dan kaligrafi, Dimas Kaligrafi, Hobi.

Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan pendekatan dan sistematika berpikir yang membantu dalam penyusunan suatu promosi untuk memaksimalkan daya tarik visual. Berikut merupakan penjabaran strategi kreatif Buku Aksara Bercerita Autobiografi Lettering Dimas Fakhruddin

Warna

Warna merupakan salah satu unsur visualisasi yang menentukan ambience yang dibawakan oleh suatu tampilan desain, warna pun mampu merangsang kepekaan otak terhadap emosi hingga dapat menimbulkan rasa haru, gembira, semangat, dan lain sebagainya. Penggunaan warna pada buku ini dominan menggunakan warna emas karena warna tersebut adalah warna yang menggambarkan ke mewah, kesuksesan, dan prestasi warna yang cocok bersanding dengan warna emas ialah warna hitam karena warna hitam merupakan warna netral dan warna yang di sukai dimas fakhruddin. Sementara warna kuning, melambangkan warna yang terkesan ceria, bahagia dan energik, Warna tersebut memiliki rincian sebagai berikut:



Gambar 1
Kode Warna pada Media Buku
Jody Habibi, 2020

Bahnschrift (Jody habibi, 2020)

Image

Dalam media cetak buku visualisasi image sangat berperan penting sebagai penjelas kepada khalayak umum, agar dapat lebih merasakan apa yang kita sampaikan. Dalam Buku Aksara Bercerita Autobiografi Dimas Fakhruddin penggunaan image berupa fotografi. Fotografi dimaksudkan untuk menambah atau memberi penjelasan atas suatu maksud secara visual dan memperindah suatu tampilan visual didalam buku yang dibawahnya.

Mengenai topik dalam kajian yang membahas tentang perjalanan karir Dimas Fakhruddin, data-data yang terkait merupakan hasil dokumentasi penulis.



Gambar 5
Contoh Image pada satu halaman
Jody Habibi, 2020

Tipografi

Tipografi berasal dari kata Yunani tupos (yang diguratkan) dan graphoo (tulisan). Dalam perkembangannya tipografi adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, bagaimana memilih dan mengelola huruf untuk tujuan tertentu (Rakhmat Supriyono 2010:20).

Dalam proses perancangan media promosi, pemilihan dan penerapan tipografi harus sesuai dengan selaras dengan tema yang akan diangkat agar dapat memberikan nilai tambah bagi buku media promosi tersebut. Maka dari itu, dalam proses perancangan media promosi ini pemilihan jenis-jenis tipografi harus disesuaikan dengan tema yaitu mempunyai karakter yang tegas, dinamis, simple serta memiliki nilai legibility dan readability. Tipografi yang akan dijadikan pilihan dalam media promosi maupun media utama pada Buku Aksara Bercerita Autobiografi Dimas Fakhruddin ini adalah sebagai berikut:

1. Helvetica
2. Beastmachine
3. Bahnschrift



Gambar 2
Helvetica
Jody Habibi, 2020



Gambar 3
Beastmachine
Jody Habibi, 2020



Gambar 4

Identitas Visual

Identitas visual adalah suatu sistem komunikasi visual yang membentuk identitas dari suatu perusahaan, lembaga, mamupun produk. Identitas visual sering digunakan untuk membedakan suatu produk atau jasa dengan produk atas jasa dari pesaing sehingga khalayak umum akan dengan mudah mengidentifikasi suatu produk hanya dengan melihat sebagian dari tampilan visualnya. Identitas visual yang terdapat pada Buku Aksara Bercerita Autobiografi Dimas Fakhruddin diantaranya:



Gambar 6
Cover Buku (Jody Habibi, 2020)

Gaya Desain

Gaya desain merupakan tahapan konvensional dalam proses merancang desain pada visual. Buku Aksara Bercerita Autobiografi Dimas Fakhruddin sendiri dirancang dengan menerapkan gaya desain Post Modern, yang dalam perancangannya melibatkan sebagian unsur Swiss

Style untuk menciptakan komposisi grafis yang disasar oleh penulis. Karakteristik utama dalam gaya Post Modern yaitu cenderung menggabungkan daripada membuat perbedaan, sebagaimana diungkapkan oleh Robert Venturi yang lebih condong pada esensi hibrida daripada murni, distorsi daripada kewajaran, ambiguitas daripada jelas, akomodasi daripada penolakan. Dalam dunia desain grafis post modern, kepuasan kreatif individual semakin mendapat tempat untuk diwujudkan.

Ilustrasi

Ilustrasi adalah suatu cara mengvisualkan atau menampilkan gambar, lukisan, fotografi, dan seni lainnya yang mencondongkan subjek daripada bentuk. Tujuan ilustrasi adalah untuk menguraikan atau merangkai suatu informasi tekstual (seperti sebuah cerita, puisi, atau artikel koran) ke dalam visual



Gambar 7
Ilustrasi (Jody Habibi, 2020)

Layout

Layout merupakan salah satu bagian dari kegiatan desain grafis yang mana didalamnya terdapat penataan unsur-unsur grafis pada suatu halaman. Penataan unsur-unsur grafis dalam layout diantaranya berupa penataan elemen grafis dan konten tulisan (serta logo jika ada). Perancangan layout pun mengacu pada prinsip-prinsip desain yang meliputi irama, penekanan, keseimbangan, kesatuan dan proporsi. Dalam hal ini, media yang dibuat menggunakan keseimbangan yang simetris, sederhana, memiliki kesatuan yang baik, serta proporsi.



Gambar 8
Layout dengan Grid pada Halaman Buku
Jody Habibi, 2020

Media Utama

Media utama dalam perancangan tugas akhir ini adalah sebuah buku Autobiografi. Media utama

adalah media yang dijadikan pokok dan akan didukung dengan media pendukung.

Buku



Gambar 9

Mockup Buku Aksara Bercerita Autobiografi Dimas Fakhruddin (Sumber :Jody Habibi, 2020)

Buku dirancang dengan layout teks dan ilustrasi dengan ukuran 23cm x 21cm dengan jumlah 84 halaman. Aksara Bercerita Autobiografi Dimas Fakhruddin yang menjadi pokok pembahasan isi buku dibagi berdasarkan 5 kategori berdasarkan sejarah, Dimas Fakhruddin, Lettering, Caligrafi dan Tutorial.

Logo

Menggunakan Font Helvetica, Bahnschrift, dan Beastmachine dibuat dengan membuat sketsa kasar dari media kertas dan di tracing kembali dengan menggunakan teknik hand-lettering dengan menggunakan pensil dan kertas, kemudian di scan dan di tracing kembali untuk dibuat format vektor dengan menggunakan software Adobe Illustrator.



Gambar 10

Logo Buku Aksara Bercerita Autobiografi Dimas Fakhruddin (Sumber : Jody Habibi, 2020)

Media Promosi

Proses desain media pendukung promosi dari media cetak buku Aksara Bercerita autobiografi Dimas fakhruddin dikerjakan dengan menerapkan konsep dan unsur visual yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Berikut penjabaran desain layout dan konsep visual yang sudah diaplikasikan kedalam media promosi.

Poster

Poster yang diaplikasikan dalam jenis Art Carton 260gsm berukuran A3, digunakan sebagai media penyampaian informasi mengenai acara

peluncuran buku Aksara Bercerita autobiografi Dimas Fakhruddin

Promosi Digital Media Social Instagram
Sumber : Jody habibi, 2020



Gambar 11
Poster Promosi (Sumber : Jody habibi, 2020)

Brosur

Brosur yang diaplikasikan dalam jenis Art Paper 150gsm berukuran A4 dengan 3 lipatan (Z-Fold) akan diberikan kepada pengunjung toko buku Gramedia, dan para pengunjung dan di acara-acara komunitas Lettering sebelum acara berlangsung dan diberikan kepada pengunjung saat acara peluncuran buku. Brosur diharapkan dapat menarik minat dan daya beli para pengunjung untuk membeli buku Aksara Bercerita autobiografi Dimas fakhruddin.

Pada saat acara berlangsung maupun dilain waktu. Brosur ini menampilkan konten yang diberikan buku Aksara Bercerita autobiografi Dimas fakhruddin. dan memberikan informasi detail acara yang diadakan pada saat peluncuran buku.



Gambar 12
Brosur (Sumber : Jody habibi, 2020)

Digital

Ranah digital merupakan salah satu media promosi yang sangat berkembang pesat di era sekarang ini. Penggunaan media digital untuk melakukan promosi ini menggunakan sosial media Instagram melalui fitur Instagram Ads.



Gambar 13

Kartu Nama

Pengaplikasian kartu nama menggunakan bahan art carton 260gsm berukuran 9cm x 5cm. Penggunaan kartu nama ini nantinya akan dibagikan kepada pengunjung pada saat acara peluncuran buku Aksara Bercerita autobiografi Dimas fakhruddin.



Gambar 14
Kartu Nama (Sumber : Jody habibi, 2020)

X-Banner

X-Banner yang diaplikasikan dalam bahan albatross dengan ukuran 60cm x 160cm. X-banner akan dipasang ditempat peluncuran buku pada saat acara berlangsung yaitu di Kemala Ballroom



Gambar 15
X Banner (Sumber : Jody habibi, 2020)

Merchandise

Merchandise buku Aksara Bercerita autobiografi Dimas fakhruddin dikerjakan dengan menerapkan konsep dan unsur visual yang telah ditentukan pada bab sebelumnya. Berikut merupakan penjabaran spesifikasi dan visual konsep yang sudah diaplikasikan dan dicetak kedalam bentuk merchandise.

Kalender

Kalender menggunakan bahan Art Cartoon 260gsm dengan ukuran 14,8cm x 21cm.



Gambar 16
Kalender (Sumber : Jody habibi, 2020)

T-Shirt

T-shirt atau baju menggunakan bahan cotton combed 30s dengan tinta sablon rubber. Baju digunakan untuk mempromosikan produk secara tidak langsung.



Gambar 17
T-shirt (Sumber : Jody habibi, 2020)

Totebag

Totebag menggunakan material canvas berukuran 34cm x 29cm.



Gambar 18
Totebag (Sumber : Jody habibi, 2020)

Pin

Pin menggunakan bahan Plastic berukuran 3,5cm x 3,5cm



Gambar 19
Pin (Sumber : Jody habibi, 2020)

Stiker

Stiker menggunakan bahan vinyl berukuran 8cm x 8cm dengan laminating doff lalu dipotong sesuai bentuk logo.



Gambar 20
Sticker (Sumber : Jody habibi, 2020)

Mug

Mug menggunakan bahan Keramik berukuran 12cm x 12cm.. Mug digunakan untuk mempromosikan buku secara tidak langsung.



Gambar 21
Mug (Sumber : Jody habibi, 2020)

Kesimpulan

Pada akhirnya penulis memiliki kesimpulan bahwa dalam merancang sebuah desain media cetak berupa buku auto biografi yang informatif dan menarik, diperlukan pemahaman kajian yang baik pula. Seperti mengetahui bagaimana mencari data sesuai prosedur meliputi wawancara dengan pihak terkait yaitu pendiri dari komunitas Lettering Malang, dan dimas fakhruddin, dengan melengkapi data secara langsung ke objek yang diamati dengan metode observasi langsung dengan mendatangi narasumber.

Buku Auto Biografi Dimas Fakhruddin dapat diketahui secara luas seperti buku lainnya dengan kategori yang sama. Penulis sangat berharap pada media promosi ini agar dapat dikenal oleh berbagai khalayak. Bagi yang ingin atau sedang mempelajari kaligrafi, penulis menyarankan untuk mempelajari teknik brush calligraphy terlebih dahulu karena ini adalah salah satu jenis kaligrafi yang tingkatannya paling dasar diantara jenis kaligrafi yang lain.

Daftar Pustaka

- Arsad, Arfiel. (1984). *Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*. Jakarta.
- Suyanto. (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Andi Publisher : Jakarta.
- Harlina, Lydia dan Setya Joewana. (2008). *Menangkal Narkoba dan Kekerasan*. Balai Pustaka : Jakarta.

- Nurudin. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa*. Rajawali Pers : Jawa Barat.
- Komsahrial, Romli. (2016). *Komunikasi Massa*. PT Grasindo : Jakarta
- Elvinaro, Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media : Bandung.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Kertopati, Ton. (1981). *Dasar-Dasar Publistik*. Bina Aksara : Jakarta.
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Grasindo : Jakarta.
- Schramm, Wilbur. (2000). *Teori Komunikasi Massa (The Process and Effects of Mass Communication, revised edition)*. Urbana : University of Illinois.
- Philip Kotler. (1985). *“Strategi Komunikasi”* .
- Rustan, Suriyanto. (2014). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Dameria Anne, (2007). *Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan Industri Grafika*. Link Match Graphic : Jakarta.
- Rustan, Suriyanto. (2014), *Hurufontipografi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.