



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERANCANGAN BUKU SEBAGAI MEDIA INFORMASI
RUANG SENI RUPA DI BANDUNG**

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Laurencia Marchellina P. F.
NIM : 14120210041
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laurencia Marchellina P. F.

NIM : 14120210041

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN BUKU SEBAGAI MEDIA INFORMASI RUANG SENI

RUPA DI BANDUNG

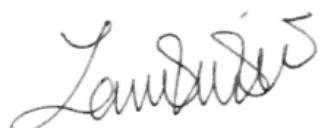
dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juli 2018



Laurencia Marchellina P. F.

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN BUKU SEBAGAI MEDIA INFORMASI RUANG SENI RUPA DI BANDUNG

Oleh

Nama : Laurencia Marchellina P. F.

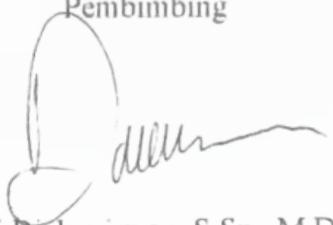
NIM : 14120210041

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 10 Juli 2018

Pembimbing



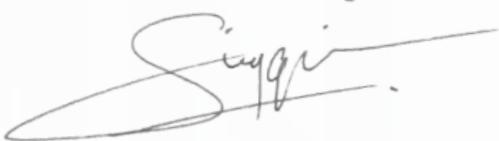
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Pengaji



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Prima M. R. Singgih, S Sn., M.Ds

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Ruang seni bukan hanya menjadi media bagi seniman untuk menampilkan karyanya, namun juga media untuk menyampaikan ide dan aspirasi seniman terhadap peristiwa sosial yang terjadi di masyarakat. Melihat fenomena Museum Macan, dimana publik menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi dalam mengapresiasi karya seni, membuat penulis ingin mengangkat topik tentang ruang seni di salah satu kota kreatif di Indonesia, yaitu Bandung.

Bandung merupakan kota dimana banyak sekali sejarah seni rupa Indonesia tercipta dan hingga hari ini Bandung tetap menjadi salah satu kiblat seni rupa Indonesia. Hal ini ditandai dengan banyaknya seniman muda serta ruang yang mampu menampung seniman ini untuk terus berkembang. Namun pada kenyataannya, ruang seni ini seakan tertutupi oleh keindahan alam dan kuliner Bandung yang dianggap jauh lebih menarik. Padahal, ruang seni bertujuan bukan hanya memenuhi kebutuhan seniman tapi juga mengedukasi publik. Kurangnya minat publik ini membuat tujuan ruang seni menjadi sia-sia.

Berdasarkan beberapa faktor dari hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan bahwa diperlukannya media informasi untuk merangkum informasi mengenai ruang seni tersebut dengan mempertimbangkan kecenderungan pemakaian media sosial dalam mengapresiasi seni. Dengan demikian, diharapkan minat publik terhadap ruang seni akan meningkat.

Selama penggerjaan perancangan ini, penulis tentunya mendapatkan banyak sekali pengalaman dan pengetahuan yang berharga. Penulis juga memahami

pentingnya untuk mengapresiasi karya seni dan bagaimana karya seni dapat memotivasi dan menginspirasi audiensnya. Penulis juga merasa bangga dapat ikut memberikan kontribusi terhadap perkembangan sektor kreatif kota Bandung dengan kemampuan penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih terhadap pihak-pihak yang banyak membantu dalam kelancaran perancangan tugas akhir ini

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku ketua program studi.
2. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam proses perancangan tugas akhir.
3. Fransisca Retno S.R. S.Ds., M.Sn. dan Adhreza Brahma, M.Ds. selaku dosen spesialis yang telah memberikan kritik dan masukan dalam proses perancangan tugas akhir.
4. Rikrik A. Kusmara sebagai narasumber BDG Connex, serta Roemah Seni Sarasvati, NuArt Sculpture Park, Omnispace, Orbital Dago, Selasar Soenaryo, Lawangwangi Artspace, Galeri Soemardja, URBANE, Kolekt, Museum Barli, Griya Seni Popo Iskandar, Serambi Pirous, Wot Batu, Studio Jeihan dan Ruang Gerilya atas kesediaannya sebagai narasumber ruang seni.
5. Kedua orang tua saya, dan saudara saya yang telah memberikan dukungan secara moral maupun material.
6. Serta teman-teman saya, Raven Marchel, Joseph Adisurya, Vina Rahayu, Ismi Ulfah, Luqyana Rifa, Intan Aditya, Bernadette Putri, Dea Audria, Jordy Prayoga, Kristine Dwitami dan Clairine Irawan yang

telah banyak memberikan dukungan, kritik dan masukan dalam proses perancangan tugas akhir.

Tangerang, 5 Juli 2018



Laurencia Marchellina P. F.

ABSTRAKSI

Seni rupa modern adalah hasil dari kebudayaan masyarakat yang harus dilestarikan dan juga diapresiasi. Maka dari itu ruang seni rupa memiliki peran yang sangat penting, dimana ia berperan sebagai jembatan penghubung seniman dan karya seninya terhadap masyarakat. Tanpa adanya ruang seni rupa, maka seniman bukan hanya akan mengalami kesulitan dalam meniti karir keseniannya, namun juga akan memiliki keterbatasan dalam mengekspresikan opininya terhadap kondisi masyarakat. Sehingga, kemudian masyarakat akan kehilangan identitas dalam budayanya. Dalam hal ini, Bandung sudah memiliki ekosistem seni rupa yang lengkap dimana terdapat banyak sekali seniman muda, puluhan ruang seni terbuka, dan juga banyak ekspertis seni. Namun, sayangnya minat wisatawan terhadap ruang seni yang ada di Bandung itu masih rendah. Tentunya hal ini sangat disayangkan oleh beberapa pihak, khususnya pihak yang terlibat langsung dalam ekosistem seni rupa tersebut. Oleh karena itu, penulis merancang buku panduan berilustrasi sebagai media informasi ruang seni rupa di Bandung untuk meningkatkan minat publik terhadap ruang seni rupa tersebut.

Kata kunci: ruang seni rupa, buku panduan, wisata



ABSTRACT

Modern art is the result of society's culture that must be preserved and appreciated. Therefore, art space has a very important role to serve as a bridge between artists and their artwork to the public. Without art space, artists will not only have difficulty in their arts career, but they will also have limitations in expressing their opinions on the condition of society. In result of these, society will then lose its cultural identity. In this case, Bandung already has a complete art ecosystem with so many established and emerging artists, dozens of open art space, and also many art experts. However, the interest of the tourists toward art space in Bandung is still low. Of course some parties, especially those who directly involved in the art ecosystem, is very concerned about this unfortunate condition. Therefore, the writer planned an illustrated guide book as a media of information of art spaces in Bandung in order to increase public interest toward art spaces.

Keywords: *artspace, guide book, excursion*



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT ERROR!

BOOKMARK NOT DEFINED.

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR ... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

KATA PENGANTAR.....III

ABSTRAKSIVII

ABSTRACTVIII

DAFTAR ISIIX

DAFTAR GAMBAR.....XIII

DAFTAR TABELXIX

DAFTAR LAMPIRAN.....XX

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1. Latar Belakang1

1.2. Rumusan Masalah2

1.3. Batasan Masalah3

1.4. Tujuan Tugas Akhir5

1.5. Manfaat Tugas Akhir5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA7

2.1. Komunikasi7

2.1.1.	Unsur Komunikasi	7
2.1.2.	Gangguan Komunikasi.....	8
2.2.	Media Informasi.....	9
2.3.	Buku.....	14
2.3.1.	<i>Layout</i>	18
2.3.2.	Tipografi	22
2.3.3.	Warna.....	25
2.3.4.	Ilustrasi.....	28
2.3.5.	Fotografi.....	37
2.3.6.	Gestalt.....	40
2.4.	<i>Brand Identity</i>	42
2.5.	Seni Rupa.....	48
2.5.1.	Seni Rupa Modern	49
2.5.2.	Seni Rupa Kontemporer.....	51
2.5.3.	Medan Sosial Seni Rupa	53
2.5.4.	Ruang Seni Rupa.....	54
2.6.	Pariwisata.....	61
2.6.1.	Tujuan Wisata	61
2.6.2.	Faktor Pemilihan Wisata.....	62
2.7.	Generasi <i>Millennial</i>	63
	BAB III METODOLOGI.....	66
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	66
3.1.1.	Wawancara.....	66

3.1.2.	Kuesioner	73
3.1.3.	Observasi.....	81
3.1.4.	Studi Eksisting	107
3.2.	Metodologi Perancangan	110
3.2.1.	<i>Brief</i>	110
3.2.2.	<i>Format</i>	111
3.2.3.	<i>Grid</i>	112
3.2.4.	Tipografi	112
3.2.5.	Susunan Halaman.....	113
3.2.6.	Gambar.....	113
3.2.7.	<i>Layout</i>	113
3.2.8.	<i>Cover</i>	114
	BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS	115
4.1.	Perancangan	115
4.1.1.	<i>Brainstorming</i>	116
4.1.2.	Judul	118
4.1.3.	Konten.....	121
4.1.4.	<i>Format</i>	122
4.1.5.	<i>Grid</i>	123
4.1.6.	Tipografi	124
4.1.7.	Susunan Halaman.....	125
4.1.8.	Warna.....	129
4.1.9.	<i>Imagery</i>	130

4.1.10. <i>Layout</i>	139
4.1.11. <i>Cover</i>	141
4.2. Analisis	144
4.3. Aplikasi Media.....	179
4.3.1. Media Sekunder	179
4.3.2. <i>Merchandise</i>	186
4.4. <i>Budgeting</i>	193
4.4.1. Biaya cetak buku.....	193
4.4.2. Biaya Desain	194
4.4.3. Biaya Cetak <i>Merchandise</i> dan Media Sekunder	195
BAB V PENUTUP	197
5.1. Kesimpulan	197
5.2. Saran	198
DAFTAR PUSTAKA.....	XIV



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Desain Informasi.....	13
Gambar 2.2. Elemen buku	16
Gambar 2.3. Elemen <i>layout</i>	19
Gambar 2.4. <i>Single-column grid</i>	20
Gambar 2.5. <i>Multiple-column grid</i>	21
Gambar 2.6. <i>Modular grid</i>	22
Gambar 2.7. <i>Hierarical grid</i>	22
Gambar 2.8. Jenis <i>font</i>	23
Gambar 2.9. Segitiga warna Goethe	25
Gambar 2.10. Segitiga warna Goethe	26
Gambar 2.11. <i>Colorwheel</i>	28
Gambar 2.12. <i>Drawing</i>	30
Gambar 2.13. <i>Painting</i>	31
Gambar 2.14. <i>Printmaking</i>	32
Gambar 2.15. <i>Assemblage</i>	32
Gambar 2.16. <i>Digital</i>	33
Gambar 2.17. Ilustrasi sebagai informasi	34
Gambar 2.18. Fotografi <i>landscape</i>	39
Gambar 2.19. Prinsip Gestalt	42
Gambar 2.20. <i>Brandmark</i>	43
Gambar 2.21. <i>Sequence of cognition</i>	44
Gambar 2.22. <i>Brandmark</i>	44

Gambar 2.23. <i>Letterform mark</i>	45
Gambar 2.24. <i>Pictorial Mark</i>	45
Gambar 2.25. <i>Abstract Mark</i>	46
Gambar 2.26. <i>Emblem</i>	46
Gambar 2.27. <i>Character</i>	47
Gambar 2.28. <i>Brandmark</i>	47
Gambar 2.29. “Starry Night” karya Vincent van Gogh	51
Gambar 2.30. Contoh seni kontemporer karya Ai Wei Wei, 2011	53
Gambar 2.31. Proses Pemilihan Wisata	62
Gambar 3.1. Wawancara dengan Bapak Rikrik Kusmara	68
Gambar 3.2. Ruang Gerilya	70
Gambar 3.3. <i>E-mail permohonan wawancara</i>	72
Gambar 3.4. Reomah Seni Sarasvati.....	82
Gambar 3.5. Titik Temu Space	84
Gambar 3.6. Spasial	85
Gambar 3.7. Kolekt.....	86
Gambar 3.8. Zola Zolu Gallery	87
Gambar 3.9. Omnispace dan Omuniuum	88
Gambar 3.10. NuArt Sculpture Park	89
Gambar 3.11. Orbital Dago	91
Gambar 3.12. Selasar Soenaryo	92
Gambar 3.13. Lawangwangi Artspace	93
Gambar 3.14. Galeri Hidayat	95

Gambar 3.15. Galeri Soemardja.....	96
Gambar 3.16. Ruang Gerilya	97
Gambar 3.17. Galeri Yuliansyah (URBANE)	98
Gambar 3.18. Kolase.....	99
Gambar 3.19. Museum Barli.....	100
Gambar 3.20. Griya Seni Popo Iskandar	102
Gambar 3.21. Wot Batu	103
Gambar 3.22. Studio Jeihan.....	104
Gambar 3.23. Serambi Pirous	105
Gambar 3.24. Buku Koar-koar Backpacker Gembel.....	107
Gambar 3.25. Bandung Art Map.....	108
Gambar 3.26. Model Proses Pembuatan Buku	110
Gambar 4.1. Mindmap utama	115
Gambar 4.2. Mindmap seni rupa.....	116
Gambar 4.3. Mindmap jurnal travel.....	117
Gambar 4.4. <i>Moodboard</i> perancangan.....	118
Gambar 4.5. Studi eksisting logo.....	120
Gambar 4.6. Eksplorasi logo	120
Gambar 4.7. Logo final	120
Gambar 4.8. Mindmap konten	121
Gambar 4.9. Mindmap buku	123
Gambar 4.10. <i>Grid</i> halaman.....	124
Gambar 4.11. <i>Typeface</i>	124

Gambar 4.12. Susunan halaman 1.....	125
Gambar 4.13. Susunan halaman 2.....	126
Gambar 4.14. Susunan halaman 3.....	126
Gambar 4.15. Susunan halaman 4.....	127
Gambar 4.16. Grafik warna	129
Gambar 4.17. Eksplorasi warna	129
Gambar 4.18. Palet warna terpilih	130
Gambar 4.19. Penggunaan <i>imagery</i> keseluruhan.....	131
Gambar 4.20. Proses desain piktogram.....	132
Gambar 4.21. Piktogram legenda.....	133
Gambar 4.22. Piktogram <i>emoticon</i>	133
Gambar 4.23. Observasi pengunjung.....	134
Gambar 4.24. Referensi Ilustrasi	134
Gambar 4.25. Sketsa karakter	135
Gambar 4.26. Proses digitalisasi dan <i>color block</i>	135
Gambar 4.27. <i>Detailing</i> dan finalisasi	136
Gambar 4.28. Penggunaan <i>imagery</i> fotografi	139
Gambar 4.29. Observasi <i>layout scrapbook</i>	140
Gambar 4.30. Elemen <i>layout</i>	140
Gambar 4.31. Eksplorasi <i>layout</i> awal	141
Gambar 4.32. <i>Layout</i> final	141
Gambar 4.33 Eksplorasi desain <i>cover</i>	142
Gambar 4.34. Desain <i>cover</i> final	143

Gambar 4.35. Desain <i>cover</i> untuk promosi	143
Gambar 4.36. Halaman i dan ii	144
Gambar 4.37. Halaman iii dan 4	145
Gambar 4.38. Halaman 6 dan 8	148
Gambar 4.39. Halaman 9	150
Gambar 4.40. Halaman 10 dan 11	151
Gambar 4.41. Halaman 12 dan 13	153
Gambar 4.42. Halaman 12 dan 13	155
Gambar 4.43. Halaman 16 dan 17	157
Gambar 4.44. Halaman 18 dan 19	159
Gambar 4.45. <i>Divider</i>	161
Gambar 4.46. <i>Divider Picnic Park #1 - #9</i>	164
Gambar 4.47. <i>Divider Picnic Park #10 - #15</i>	165
Gambar 4.48. <i>Map</i>	166
Gambar 4.49. Piktogram legenda.....	167
Gambar 4.50. Halaman “Appetizer” dan “Main Course”	168
Gambar 4.51. Penggunaan <i>imagery</i> fotografi	170
Gambar 4.52. Halaman “Main Course”	171
Gambar 4.53. Halaman “Main Course”	172
Gambar 4.54. Piktogram <i>emoticon</i>	173
Gambar 4.55. Halaman “To Do List”	173
Gambar 4.56. Halaman “Best Spot” dan “Tips & Tricks”	174
Gambar 4.57. Bab “TidBits”	176

Gambar 4.58. Halaman “Terima kasih” dan “Your Tour Guide”	177
Gambar 4.59. Halaman “Field Note”	178
Gambar 4.60. <i>Website</i>	180
Gambar 4.61. <i>Feed</i> akun media sosial	181
Gambar 4.62. Promosi akun media sosial.....	181
Gambar 4.63. Poster promosi.....	182
Gambar 4.64. <i>X-banner</i> promosi	183
Gambar 4.65. <i>POP</i>	184
Gambar 4.66. <i>Window sticker</i>	184
Gambar 4.67. Stiker <i>puzzle</i>	185
Gambar 4.68. <i>Standee</i> untuk stiker	186
Gambar 4.69. <i>Book wraper</i>	187
Gambar 4.70. Kalender	187
Gambar 4.71. Pin	188
Gambar 4.72. <i>Postcard</i>	189
Gambar 4.73. <i>Totebag</i>	189
Gambar 4.74. <i>T-shirt</i>	190
Gambar 4.75. <i>Pouch</i>	190
Gambar 4.76. <i>Pouch</i>	191
Gambar 4.77. <i>Patch</i>	191
Gambar 4.78. <i>Luggage Tag</i>	192
Gambar 4.79. <i>Bucket hat</i>	192

DAFTAR TABEL

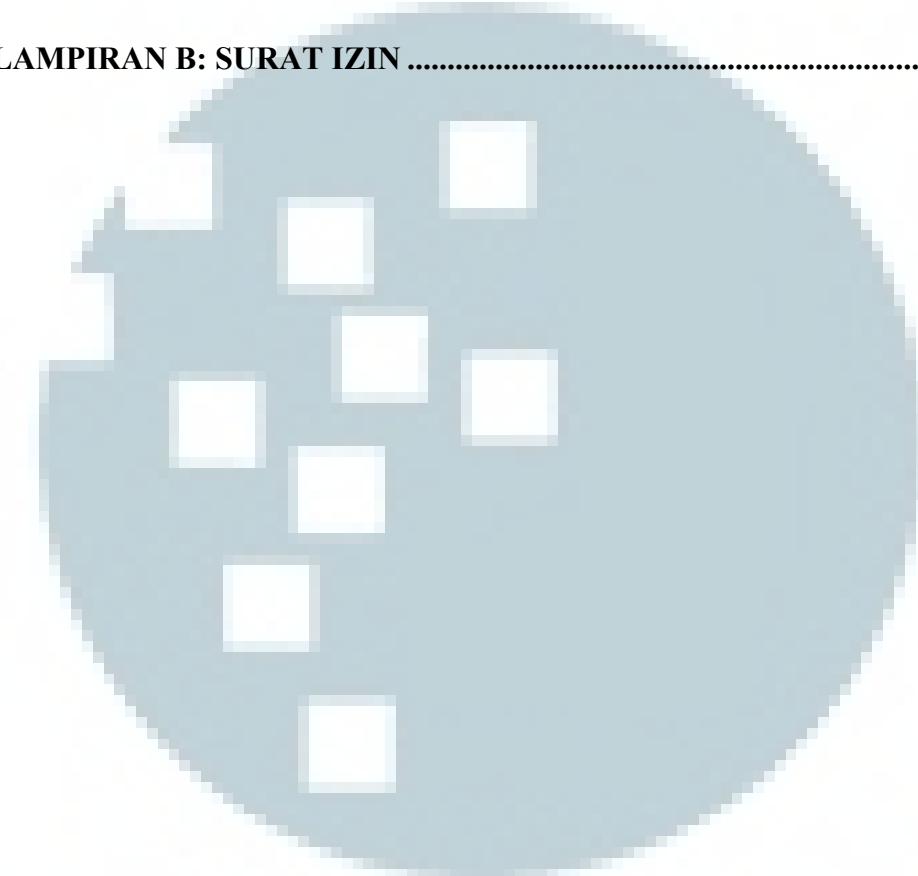
Tabel 3.1. Studi Eksisting	109
Tabel 4.1. Tabel <i>development worksheet</i>	136
Tabel 4.2. Tabel 5w+1h	138
Tabel 4.3. Biaya cetak buku.....	193
Tabel 4.4. Biaya desain.....	194
Tabel 4.5. Biaya cetak <i>merchandise</i> dan media sekunder	195



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU BIMBINGAN XVII

LAMPIRAN B: SURAT IZIN XX



UMN