

WARNARUPA

Journal of Visual Communication Design
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/WARNARUPA>

PERANCANGAN BUKU SEBAGAI *BRANDING IDENTITY* JASA MURAL DI KAWASAN TANGERANG

Heri Wijayanto¹, Arul Mazkurian²

Prodi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif
Universitas Muhammadiyah Tangerang

heriwijayanto91@gmail.com¹, armzkarc@gmail.com²

Abstract.

The process of designing a mural book begins with observation, documentation study, interviews, and gathering inspiration and vision through mood boards. The mood board includes photos of the murals that reflect the skill and variety of styles of mural artists in the Tangerang area. In designing mural books, several theories are used: Layout Theory, Photography Theory, Typography Theory, and Color Theory. The choice of a primary color palette of yellow and a secondary purple creates a strong visual appeal to the Tangerang location. Proper use of typography creates cohesion in the book design. Placing visual elements in the layout and layout arrangement provides clarity and balance. The photos are used to display the finished murals made by four artists in the Tangerang area. Additional content such as interviews with mural artists, personal data of four mural artists, and information about the history of murals are added to add value to the book. This mural book aims to provide information on the existence of mural services in the Tangerang area. Mural books can also build community, increase public awareness, and help with branding. By combining design theory and relevant design elements, making a mural book as an identity branding for mural services in the Tangerang area can create an interesting, cohesive, and effective book in communicating the message and value of mural art to audiences.

Keywords: *Mural Artist Biodata, Tangerang Mural Service, Tangerang Mural, Mural Artist Portfolio*

Abstrak.

Proses perancangan buku mural dimulai dengan observasi, studi dokumentasi, wawancara serta pengumpulan inspirasi dan visi melalui *moodboard*. *Moodboard* tersebut mencakup foto-foto mural yang mencerminkan keahlian dan variasi gaya seniman mural di kawasan Tangerang. Dalam perancangan buku mural, beberapa teori yang digunakan adalah Teori *Layout*, Teori Fotografi, Teori Tipografi, dan Teori Warna. Pemilihan palet warna primer kuning dan sekunder ungu menciptakan daya tarik visual yang kuat dengan lokasi Tangerang. Penggunaan tipografi yang tepat menciptakan kohesi dalam desain buku. Penempatan elemen-elemen visual dalam tata

letak dan pengaturan tata letak memberikan kejelasan dan keseimbangan visual. Foto digunakan untuk menampilkan hasil mural yang telah selesai dibuat oleh empat seniman di kawasan Tangerang. Konten tambahan seperti wawancara dengan seniman mural, data diri empat seniman mural, dan informasi tentang sejarah mural ditambahkan untuk memberikan nilai tambah pada buku. Pembuatan buku mural ini bertujuan untuk memberikan informasi keberadaan jasa mural di kawasan Tangerang, Buku mural juga dapat membangun komunitas, meningkatkan kesadaran publik, dan membantu sebagai *branding*. Dengan menggabungkan teori desain dan elemen-elemen perancangan yang relevan, pembuatan buku mural sebagai *branding identity* jasa mural di kawasan Tangerang dapat menciptakan buku yang menarik, kohesif, dan efektif dalam mengkomunikasikan pesan dan nilai seni mural kepada audiens.

Kata Kunci: Biodata Seniman Mural; Jasa Mural Tangerang; Mural Tangerang; Portofolio Seniman Mural;

1 PENDAHULUAN

Mural adalah sebuah karya seni visual yang dilukis pada media dinding, tembok, besi, kayu dan lainnya dengan media berukuran besar bersifat permanen serta memiliki konsep di dalam karya yang akan disampaikan. Mural berasal dari Bahasa latin yaitu murus yang berarti dinding. Mural telah menjadi bentuk seni populer selama berabad-abad, dikutip dari jurnal ilmiah berjudul Karya Mural Sebagai Medium Mengkritisi Perkembangan Zaman (Studi Kasus Seni Mural karya *Young* Surakarta) oleh (Ryan Sheehan Nababan:2019). “Mural sebenarnya sudah ada sejak zaman prasejarah, yakni 3.500 tahun silam. Hal itu sebagaimana ditemukan sebuah lukisan di gua yang berada di Lascaux, di selatan Prancis. Berdasarkan catatan sejarah, Prancis merupakan negara yang paling banyak memiliki mural” (Nababan:2019).

Sedangkan di Indonesia sendiri, sejarah mencatat bahwa lukisan dinding gua sudah ada sejak zaman Mesolitikum. Orang-orang zaman prasejarah membuat mural menggunakan cat air yang terbuat dari sari buah. Pada masa itu, mural difungsikan sebagai penanda bahwa pernah ada manusia yang telah menghuni dan melangsungkan kehidupan di gua tersebut (Ryan Sheehan Nababan:2019). Dalam jurnal berjudul *Street Art* sebagai Komunikasi Politik: Seni, Protes, dan Memori Politik, jejak mural dalam sejarah Republik Indonesia, “mural dapat dilacak kehadirannya melalui coretan besar di gerbong kereta pada periode revolusi 1945-1949, bertuliskan "Merdeka Ataoe Mati," tertulis besar-besar sebagai peringatan kedatangan kembali tentara NICA yang mengancam kemerdekaan Indonesia” (Widya Sosiopolitika, 98:2019).

Ditinjau dari perkembangannya, fungsi mural tidak hanya sebatas menekankan nilai-nilai estetika saja, tetapi ada yang lebih esensial daripada hal tersebut, yaitu mengandung pesan

serta kritik sosial sebagai perlawanan dan pergolakan yang muncul di tengah-tengah masyarakat. Selain itu, mural digunakan sebagai sarana penyampaian ide, gagasan, bahkan hingga sebagai media promosi dari sebuah produk tertentu demikian dikutip dari buku Pelangi Bahasa Sastra dan Budaya Indonesia (Yuana Agus Dirgantara:2013).

Jika awalnya mural hanya sebagai bentuk ungkapan, mengkritisi masalah sosial lewat gambar dan tulisan di dinding jalanan, trotoar, melihat perkembangan saat ini mural menjadi bisnis yang sangat menjanjikan terutama di kota besar seperti Tangerang, bisa di lihat sekarang mural menjadi salah satu pilihan untuk mempercantik interior, bahkan mural menjadi daya tarik tersendiri sebagai spot foto yang menarik, tidak heran jika kini banyak sekali cafe, restoran, sekolah, hotel, apartemen hingga rumah menggunakan lukisan dinding atau mural sebagai *Point of View* dari sebuah ruangan. Mural menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke cafe atau resto. Mural yang dibuat disesuaikan dengan keinginan, konsep bisa di sesuaikan oleh konsumen sendiri hingga menjadi media khususnya di lokasi Tangerang yang memiliki banyak potensi dari para seniman mural.

Tangerang memiliki banyak seniman mural dengan berbagai jenis, gaya, identitas yang beragam, namun untuk mencari informasi data diri serta portofolio seniman mural masih sulit untuk ditemukan, Untuk membantu seniman serta kemajuan jasa mural yang ada di Tangerang, penulis akan membuat Perancangan Buku Sebagai *Branding Identity* Jasa Mural di kawasan Tangerang.

2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Desain

Kata “desain” adalah kata baru diartikan dari bahasa inggris: *design*. Sebetulnya dari kata “rancang” atau “merancang” adalah terjemahan yang dapat digunakan. Namun dalam perkembangannya kata “desain” menggeser makna kata “rancang” karena kata tersebut tidak dapat mewadahi kegiatan, keilmuan, keluasan dan pamor profesi atau kompetensi Desainer (*Sachari, :2000*).

Sementara itu ketika diserap dan digunakan oleh Bahasa Indonesia, berdasarkan KBBI makna *Design* menjadi:

1. kerangka bentuk; rancangan
2. motif; pola; corak.

Melalui kajian etimologi, diketahui bahwa *design* berasal dari bahasa latin yaitu: *designare* berarti: membuat, membentuk, menandai, menunjuk. Pengertian *Design* sendiri adalah rencana atau gambar dibuat untuk memperlihatkan tampilan dan fungsi dari bangunan, pakaian, atau objek lainnya sebelum benar-benar dibuat. Oxford juga mencantumkan opsi definisi lain untuk desain, yaitu: “corak dekoratif”

Dapat disimpulkan pengertian desain adalah perencanaan atau perancangan untuk membuat suatu benda, dari segi tampilan maupun fungsinya. Desain dapat berarti benda atau gambar grafis hasil dari kegiatan desain itu sendiri, bukan hanya proses, ternyata sesuatu dihasilkan oleh desain juga dapat berupa gambar/pola/corak dan lainnya.

2.2 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari oleh setiap manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi dengan manusia lainnya melalui berkomunikasi. Untuk mempelajari komunikasi berarti perlu meningkatkan kemampuan cara berkomunikasi seperti menulis, berbicara, dan sebagainya. Di samping itu, berarti belajar menganalisis peristiwa komunikasi sebagai peristiwa sosial. Definisi komunikasi berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin, *communicatus*, artinya berbagi atau menjadi milik bersama, mengacu pada upaya bertujuan mencapai kebersamaan.

2.3 Teori-teori yang digunakan untuk Penciptaan

Untuk perancangan buku sebagai *branding identity* jasa mural di kawasan Tangerang, penulis akan menggunakan berbagai macam teori untuk mendukung penciptaan karya sebagai berikut:

2.3.1 Teori Layout

Dalam buku *Layout* yang ditulis oleh Gavin Ambrose dan Paul Harris, “*layout* adalah pengaturan elemen-elemen desain dalam kaitannya dengan ruang atau bidang di mana elemen-elemen tersebut berada, dan dalam keserasian secara keseluruhan dari segi estetis” (Gavin Ambrose dan Paul Harris, 2011:11). Sasaran utama dari *layout* adalah untuk menampilkan elemen-elemen visual maupun tekstural tersebut yang

dikomunikasikan dalam cara teratur sehingga memungkinkan pembaca untuk menangkapnya dengan mudah.

2.3.2 Teori *Grids*

Menurut Andre Jute dalam bukunya *GRIDS : The Structure of Graphic Design*, menjelaskan bahwa “tujuan utama penggunaan *grid* adalah untuk menciptakan keteraturan dan menghindari adanya kekecauan. *Grid* membantu pembaca menemukan materi di tempat yang diharapkan setiap saat, baik secara santai membuka halaman demi halaman majalah, ataupun secara cepat membuka jurnal profesional untuk mendapatkan informasi yang relevan” (Andre Jute:2001). Tujuan utama dari *grid* ini telah menolong desainer untuk berpikir secara konstruktif dan dengan cara terstrukturisasi.

2.3.3 Teori Tipografi

Hadirnya tipografi dalam sebuah media terapan visual merupakan faktor yang membedakan antara desain grafis dan media ekspresi visual (lukisan), dalam buku *Tipografi dalam Desain Grafis*, “Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal merupakan *property* visual pokok dan efektif” (Danton Sihombing, 2015:58).

Pada dasarnya, huruf memiliki energi dapat mengaktifkan gerak mata. Energi ini dapat dimanfaatkan secara positif apabila dalam penggunaannya senantiasa diperhatikan kaidah-kaidah estetika, kenyamanan keterbacaannya, secara interaksi huruf terhadap ruang dan elemen-elemen visual di sekitarnya.

1. *Legibility*

Legibility adalah kualitas huruf atau naskah dalam tingkat keindahannya untuk dibaca. Tingkat keterbacaan ini tergantung kepada tampilan bentuk fisik huruf itu sendiri, ukuran, serta penataannya dalam sebuah naskah. Eksekusi terhadap desain tipografi dalam sebuah rancangan grafis, khususnya menyangkut perihal *Legibility*, akan mencapai hasil terbaik apabila melalui proses investigasi terhadap makna dari sebuah naskah, alasan mengapa naskah tersebut harus dibaca, kapan dan dimana akan dibaca, serta siapa yang akan membacanya.

2. *Readability*

Readability atau keterbacaan merupakan tingkat dimana sebuah tulisan dapat dipahami atau dibaca dengan mudah berdasarkan kompleksitas penggunaan kata-kata dan kalimat.

3. *Visibility*

Pemakaian jenis huruf harus disesuaikan dengan komposisi yang baik, Seperti contoh: peletakan huruf diatas suatu gambar harus diperhatikan keterlihatannya. Bisa diakali dengan penggunaan warna sesuai, ataupun pemakaian ornamen lain yang memperjelas keterlihatan huruf tersebut. Warna yang hampir sama dengan warna latar belakang juga dapat mempersulit pembacanya.

2.3.4 Teori Warna

Warna dapat didefinisikan secara obyektif/fisik sebagai sifat cahaya dipancarkan di tangkap oleh mata, atau secara suyektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Secara obyektif atau fisik, warna dapat diberikan oleh Panjang gelombang. Dilihat dari panjang gelombang, cahaya tampak oleh mata merupakan salah satu bentuk pancaran energi merupakan bagian sempit dari gelombang elektromagnetik.

Dalam bagian dari elemen tata rupa, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari sebuah karya desain. Dalam perencanaan *Branding Identity*, warna mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Bahwa warna digunakan dalam simbol-simbol grafis untuk mempertegas maksud dari simbol-simbol tersebut. Sebagai contoh adalah penggunaan warna merah untuk berhenti, kuning untuk bersiap-siap, dan hijau untuk jalan dikatakan oleh (Henry Dreyfuss, 2007:97). Dari contoh tersebut ternyata pengaruh warna mampu memberikan impresi cepat dan kuat. Beberapa warna dalam *color wheel*:

1. Warna Primer

Warna primer adalah warna utama terdiri dari biru, merah, dan kuning disebut juga sebagai *Hue*. Ketiga warna dasar ini adalah warna dapat dikombinasikan dan menghasilkan warna-warna turunan lainnya.

2. Warna Sekunder

Warna-warna yang dihasilkan dari percampuran warna-warna primer (biru, merah, dan kuning) dalam satu ruang warna. Hasil pencampuran warna primer bisa dilihat dari tabel dan gambar berikut.

3. Warna Tersier

Warna yang dihasilkan dari campuran satu warna primer dengan satu warna sekunder dalam sebuah ruang warna.

4. Warna Hangat dan Warna Dingin

Color wheel bisa dibagi menjadi dua: warna hangat dan warna dingin. Warna hangat merupakan warna yang memiliki energi, terang, menarik perhatian. Sedangkan untuk warna dingin merupakan warna yang memberikan impresi tenang dan mempunyai efek menenangkan.

3 METODOLOGI

Perancangan buku ini penulis menggunakan metode kualitatif, dalam buku Metode Penelitian Kualitatif “Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Penelitian kualitatif sifatnya mendasar dan naturalistik atau bersifat kealamian, serta tidak bisa dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan” (Zuchri Abdussamad, 30:2021). Adapun beberapa pendekatan yang dapat diterapkan dalam metodologi kualitatif yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hubungan Teori *gestalt*, warna, *typography*, dan *layout*.

Penggunaan berbagai teori perancangan akan membantu memperkuat dan memperindah perancangan buku sebagai *branding identity* mural di kawasan Tangerang.

3.1 Teori *Layout*

Teori *layout* berkaitan dengan pengaturan elemen-elemen visual seperti teks, gambar, dan grafik dalam halaman buku. Penerapan teori *layout* yang baik akan menciptakan tata letak menarik, teratur, dan mudah dibaca. Dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip tata letak seperti kelanjutan visual, kontras, dan keseimbangan untuk menciptakan desain harmonis dan efektif.

3.2 Teori *Grids*

Teori *grids* melibatkan penggunaan *grids* atau kerangka dasar terdiri dari garis-garis vertikal dan horizontal untuk mengatur elemen-elemen visual dalam desain. *Grids* membantu menciptakan tata letak lebih terstruktur, konsisten. Dengan menggunakan *grids*, Penulis dapat menempatkan teks, gambar, ilustrasi dengan presisi dan kesejajaran baik.

3.3 Teori Fotografi

Teori fotografi mencakup prinsip-prinsip komposisi visual, pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan pengolahan foto. Dalam perancangan buku mural, Penulis dapat menggunakan fotografi menampilkan karya mural telah diselesaikan di kawasan Tangerang. Perlu dipastikan foto-foto tersebut berkualitas tinggi, menggambarkan detail mural dengan baik, dan menunjukkan keahlian dalam jasa mural.

3.4 Teori Warna

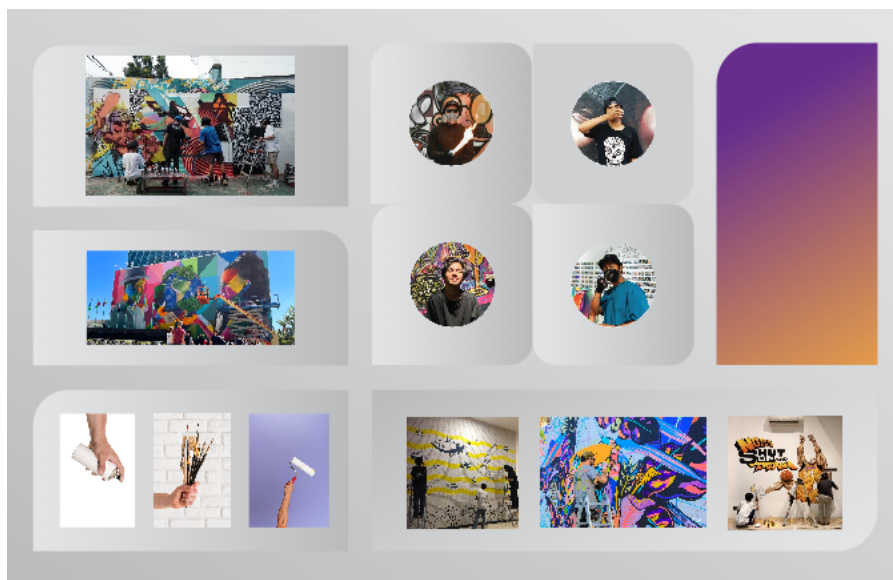
Teori warna bertujuan menerapkan penggunaan warna dalam desain untuk menciptakan efek emosional, komunikatif, serta estetis. Dalam perancangan buku mural, pemilihan skema warna yang tepat dapat mencerminkan identitas merek, lokasi menambah daya tarik visual buku. Memperimbangkan kontras warna, harmoni, dan penggunaan warna sesuai dengan pesan dan konten buku. Dengan menggabungkan prinsip-prinsip dari teori *layout*, *grids*, fotografi, ilustrasi, dan warna, penulis dapat menciptakan buku mural menarik, informatif, dan mencerminkan identitas merek jasa mural di kawasan Tangerang.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kumpulan Data Perancangan

4.1.1 Moodboard

Dengan menggunakan moodboard secara efektif, Penulis dapat mengatur inspirasi, mengomunikasikan ide, mengambil keputusan desain tepat, dan mencapai hasil akhir sesuai dengan visi dalam perancangan buku mural sebagai *branding identity* jasa mural di kawasan Tangerang.



Gambar 4. 1 Moodboard
(Sumber: Pribadi)

4.2 Observasi

Observasi adalah peninjauan secara cermat. Menurut ahli mengartikan observasi adalah proses melakukan pengamatan dan pencatatan, dijelaskan pada

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

Selain itu perancangan ini menggunakan observasi sistematis “Merupakan jenis pengamatan yang dilakukan sesuai prosedur atau ketentuan yang telah dirancang sebelumnya tanpa melanggar ketentuan tersebut” mengutip buku Cermat Berbahasa Indonesia (Sutarno, 14:2019).

Melakukan observasi langsung kepada subjek seniman jasa mural bertujuan untuk mendapatkan data relevan, akan dilakukan dengan cara merekam suara, memotret guna mendokumentasikan proses perancangan menggunakan kamera, membawa lembar pertanyaan yang sudah dibuat berdasarkan kebutuhan perancangan buku *branding identity* jasa mural di kawasan Tangerang.

4.3 Wawancara

Dalam buku berjudul Evaluasi Pembelajaran “Wawancara adalah cara menghimpun keterangan yang dilakukan dengan cara tanya jawab lisan secara sepihak, berhadapan muka dan dengan arah serta tujuan yang telah ditentukan (Rina Febriana, 50:2019).

Wawancara dapat membantu penulis memahami kebutuhan perancangan, karena subjek dalam perancangan ini adalah seniman jasa mural, maka wawancara yang dilakukan oleh penulis yaitu semi terstruktur, dimana penulis perlu menyiapkan *guide interview* berupa beberapa pertanyaan yang akan disampaikan penulis kepada subjek.

Hasil wawancara ini akan memberikan informasi yang dapat digunakan sebagai panduan dalam perancangan buku *branding identity* jasa mural di kawasan Tangerang.

4.4 Alur Proses Kreatif

Alur proses kreatif berupa timeline tahap proses perancangan media utama buku dan media pendukung lainnya dari awal hingga akhir

4.4.1 Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahapan pengumpulan ide, konsep, judul, serta informasi umum sesuai dengan kebutuhan perancangan.

1. Pencarian ide, konsep, judul

Tahap pencarian ide serta konsep bertujuan untuk mencari sebuah judul yang akan di terapkan skripsi tugas akhir.

2. Studi dokumentasi

Setelah ide konsep serta judul sudah didapat dilanjutkan ketahap pencarian informasi berupa pengetahuan umum mengenai mural dan jasa mural, serta referensi buku dari yang sudah ada, buku yang dipilih oleh penulis adalah “*Conflict Graffiti From Revolution to Gentrification: John Lennon 2022*”

3. Observasi

Observasi bertujuan untuk mencari informasi mengenai kebutuhan untuk perancangan sesuai judul skripsi tugas akhir.

4.4.2 Produksi

1. Wawancara

Masuk ketahap produksi yang pertama yaitu pencarian data melalui metode wawancara dilakukan langsung kepada subjek terkait yaitu 4 seniman yang ada di Tangerang.

HASIL WAWANCARA	
1. Kapan Memulai Jasa Mural:	Narasumber memulai kegiatan jasa mural mulai dari 5 sampai dengan 7 tahun yang lalu. Awalnya mereka hanya melukis mural untuk kegiatan seni pribadinya, namun kemudian mendapatkan permintaan dari teman dan kenalan untuk membuat mural di ruang publik. Dari situlah mereka mulai menjalankan jasa mural secara profesional.
2. Mendapatkan Konsumen:	Sebagian besar konsumennya berasal dari referensi. Kualitas karya mural yang di hasilkan dan reputasinya sebagai seniman yang handal menjadi faktor penting dalam mendapatkan konsumen baru. Selain itu, Seniman juga menggunakan media sosial dan portofolio online untuk memperluas jangkauan pemasarannya.
3. Strategi Memasarkan Jasa Mural:	Narasumber menggambarkan bahwa salah satu strategi yang efektif adalah berpartisipasi dalam pameran seni dan festival budaya di kawasan Tangerang. Ini membantunya untuk terhubung dengan komunitas seni lokal, memperluas jaringan, dan memperkenalkan karya muralnya kepada lebih banyak orang.
4. Menentukan Harga Jasa Mural:	Mereka menjelaskan bahwa dalam menentukan harga jasa mural, perlu memperimbangkan berbagai faktor seperti ukuran mural, kompleksitas desain, jenis permukaan yang akan dilukis, serta waktu dan biaya bahan yang diperlukan. dan perlu juga melihat harga pasar dan kualitas karya yang mereka hasilkan.
5. Saran untuk Perancangan Buku Branding Identity Jasa Mural:	Narasumber menyarankan agar buku branding identity jasa mural mencakup berbagai contoh karya mural yang telah mereka selesaikan. Penggunaan foto-foto dengan kualitas yang baik, detail tentang lokasi mural, konsep kreatif, akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang jasa mural yang ditawarkan. Selain itu, ia menyarankan agar buku tersebut juga memuat informasi kontak dan portofolio lengkap sebagai referensi bagi calon konsumen.
Hasil observasi wawancara memberikan wawasan yang berharga tentang pengalaman dan praktik seorang seniman jasa mural. Informasi ini dapat digunakan sebagai panduan dalam perancangan buku branding identity jasa mural, sehingga mampu memperkuat citra merek dan mempromosikan jasa mural dengan efektif	





Gambar 4. 2 Hasil Wawancara
(Sumber: Pribadi)

2. Pengolahan data

Setelah data didapat melalui berbagai sumber, masuk ke tahap pengolahan seluruh data serta informasi yang akan di terapkan pada media utama yaitu buku

- Informasi serta pengertian umum perihal mural yang akan dijelaskan lebih awal pada buku supaya pembaca memahami mural secara ringkas dan jelas

- Data utama yang akan di tampilkan berupa ringkasan informasi yang di dapat dari 4 seniman mural di kawasan Tangerang serta portofolio yang telah selesai dibuat.

	Komunitas	Kapan Memulai	Media Sosial	Pesan / Harapan untuk Jasa mural di Tangerang
 Rodyat // Nide	Halfway Street Connection	Tahun 2010	@nide_nide17	"Semoga semakin berkembang, bertambah pelaku, dan peminat."
 Ena // Nide	Nartcreator Crew	Tahun 2009	@xmuvinx	"Semoga bisa lebih maju, tidak ada oknum menjatuhkan harga."
 Cufa // Nide	Westraw Cian	Tahun 2008	@muraltempur_yk	"Bisa membuka mata publik bahwa mural memiliki nilai jual."
 Dhado // Wacky	Otak Kanan	Tahun 2007	@wacky.ok	"Berkembang dan banyak peminat."

Gambar 4.3 Pengolahan Data
(Sumber: Pribadi)

3. Pemilihan elemen desain dan fotografi

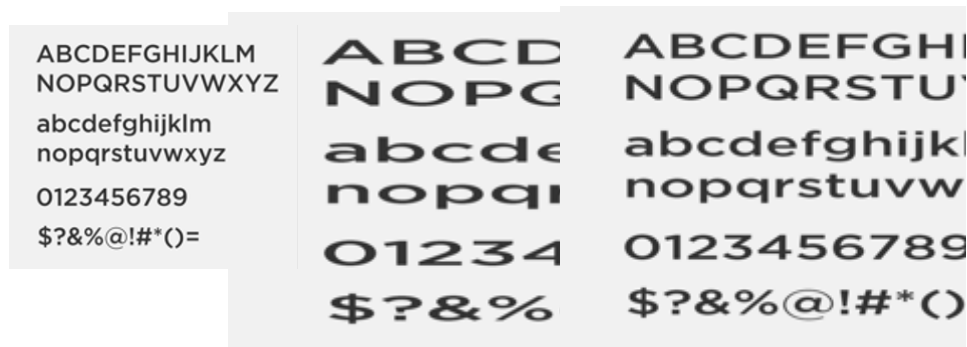
Menentukan elemen desain yang akan diterapkan dalam perancangan buku berguna untuk menciptakan keindahan desain serta daya tarik untuk membaca, berikut ini penjelasan tentang elemen desain yang digunakan

- Pemilihan warna untuk penelitian ini yaitu primer serta sekunder ungu dan kuning, pemilihan warna tersebut bertujuan mewakili warna identik dari kawasan Tangerang.



Gambar 4.4 Pemilihan Warna
(Sumber: Pribadi)

- Pemilihan jenis huruf untuk perancangan ini yaitu gotham yang memiliki kesan tegas serta memiliki tingkat keterbacaan tinggi.



Gambar 4.5 Jenis Huruf
(Sumber: Pribadi)

- Pemilihan *layout* yang sesuai isi buku menjadi nilai yang sangat penting dalam penyusunan, guna memperindah tata letak dan kerapihan isi buku, ada dua gaya *layout* yang dipilih yaitu:

Axial Layout

Axial layout atau tata letak aksial menampilkan visual yang cukup kuat. Fokus utama dari *layout* jenis ini berada di tengah halaman atau bidang desain. Kemudian, elemen pendukung diletakkan di sisi kanan dan kiri.



Gambar 4.6 Cover Buku
(Sumber: Pribadi)

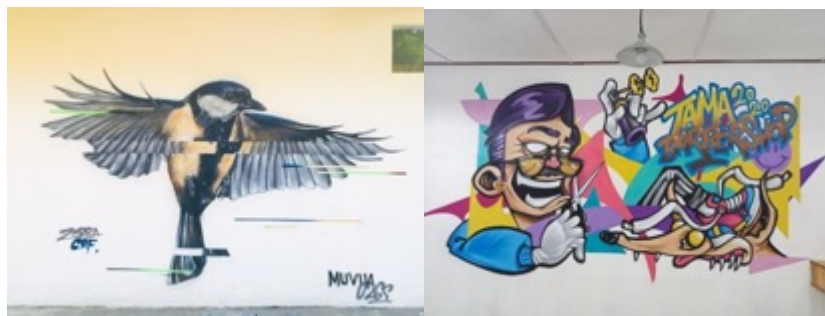
Mondrian Layout

Tata letak atau *layout* Mondrian terinspirasi dari karya Piet Mondrian, seorang pelukis terkenal asal Belanda. Desain *layout* ini asimetris dan mengandalkan beberapa basis warna seperti merah, kuning dan biru. Adapun garis hitam digunakan untuk memisahkan setiap ruang.



Gambar 4. 7 *Layout Isi Buku*
(Sumber: Pribadi)

- Fotografi dengan menggunakan perspektif *eye level* atau sejajar dengan sudut pandang mata, supaya dapat melihat lebih jelas hasil mural yang sudah selesai dibuat

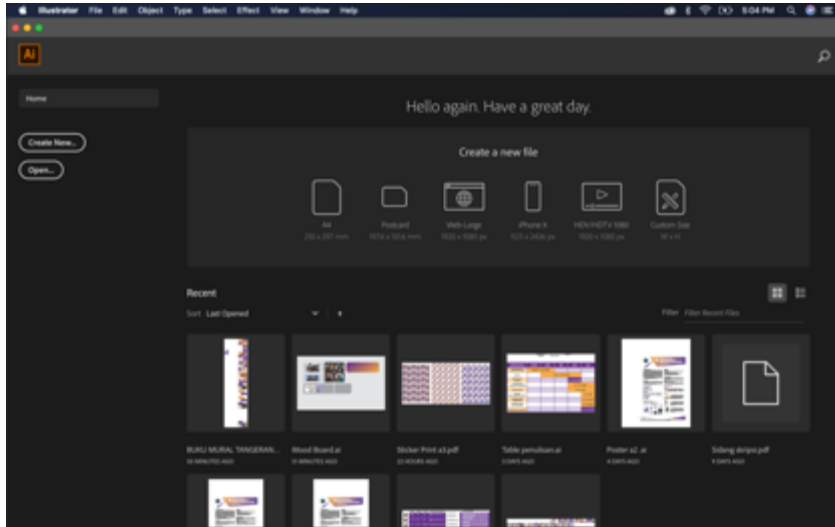


Gambar 4. 8 *Foto Mural*
(Sumber: Pribadi)

4. Proses pembuatan media utama

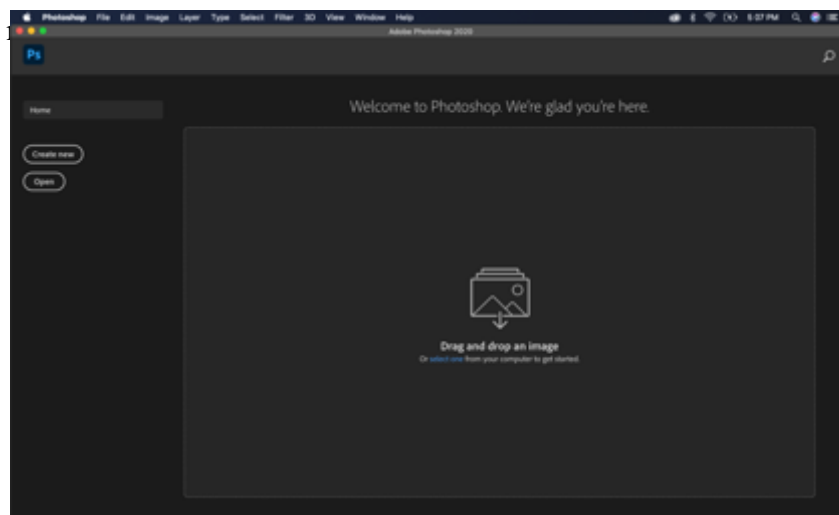
Seluruh data sudah dikumpulkan dan diolah serta elemen desain sudah ditentukan lanjut ke tahap pembuatan media utama yaitu buku berisikan informasi serta portofolio 4 seniman mural dikawasan Tangerang Proses pembuatan media utama menggunakan 2 *software* yaitu:

- *Software* utama menggunakan *Adobe Illustrator*, digunakan untuk melengkapi isi teks disetiap halaman dari awal hingga akhir, supaya hasil teks lebih detail saat di cetak.



Gambar 4. 9 *Adobe Illustrator*
(Sumber: Pribadi)

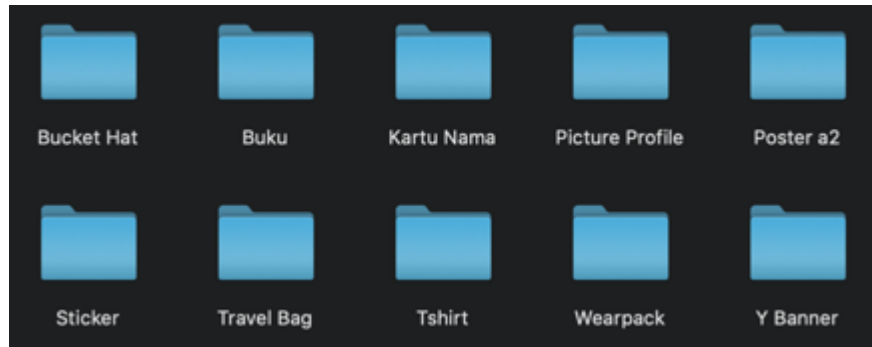
- Untuk pembuatan sampul buku dan merapihkan hasil photo portofolio mural menggunakan *software Adobe Photoshop*, bertujuan supaya hasil lebih



Gambar 4. 10 *Adobe Photoshop*
(Sumber: Pribadi)

5. Proses pembuatan media pendukung

Proses pembuatan media pendukung untuk melengkapi media utama dengan menggunakan data yang sudah didapat, media pendukung berupa, *Wearpack* seragam mural, *Bucket Hat*, Baju, Stiker, Poster Perencanaan, *X Banner*, Tas peralatan mural, Kartu nama

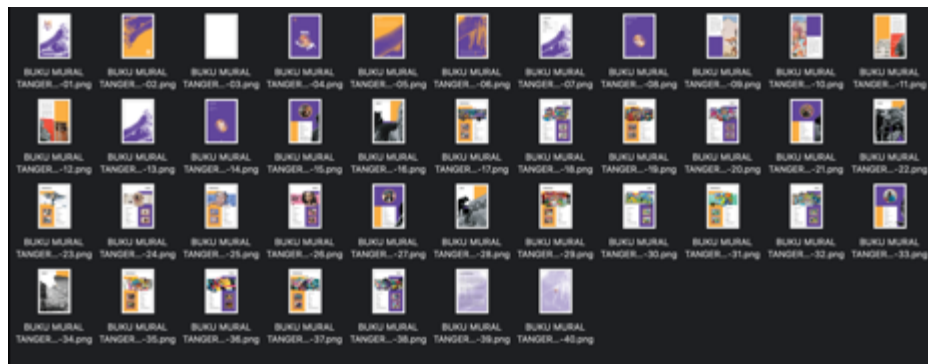


Gambar 4. 12 File Media Pendukung
(Sumber: Pribadi)

4.4.3 Pasca Produksi

1. Mencetak media utama

Tahapan mencetak perlu diperhatikan, karena menentukan tahapan hasil akhir dari proses perancangan media utama, mencetak dengan *full page* supaya hasil lebih maksimal, menggunakan bahan yang sesuai dengan referensi.



Gambar 4. 13 Hasil Desain Media Utama
(Sumber: Pribadi)

2. Mencetak media pendukung

Lanjut ketahap percetakan media pendukung untuk melengkapi hasil media utama.



Gambar 4. 14 Hasil Cetak Media Pendukung
(Sumber: Pribadi)

4.5 Mind Mapping

Mind mapping adalah sebuah cara dengan mengelompokkan beberapa ide dalam bentuk kerangka yang terstruktur untuk membantu mengingat atau menganalisis sebuah masalah. *Mind mapping* juga disebut sebagai proses memindahkan bentuk pemikiran yang di otak ke dalam bentuk tulisan dan gambar. Sedangkan *mind map* adalah gambar dari kerangka atau peta pikiran yang telah kamu kelompokkan berdasarkan ide.



Gambar 4. 15 *Mind Mapping*
(Sumber: Pribadi)

4.6 HASIL KARYA

4.6.1 Media Utama



Gambar 4. 16 *Media Utama Buku*
(Sumber: Pribadi)

4.6.2 Media Pendukung



Gambar 4. 17 Media Pendukung Baju, Kartu Nama, X Banner, Poster Perancangan
(Sumber: Pribadi)



Gambar 4. 18 Media Pendukung Sticker Pack, Workshirt, Bucket Hat, Tas Peralatan Mural
(Sumber: Pribadi)

5 KESIMPULAN

Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya perancangan buku sebagai media informasi yang efektif dalam memperkenalkan jasa mural dan memaparkan data diri serta portofolio empat seniman mural di kawasan Tangerang. Media utama buku sebagai media informasi memiliki potensi besar untuk mempresentasikan seni secara mendalam. Dalam perancangan ini, buku memainkan peran krusial dalam menghubungkan audiens dengan dunia seni mural, penekanan pada aspek jasa dalam seni mural menjembatani kesenjangan antara seniman dan klien potensial, memberikan informasi berguna bagi mereka yang ingin menggunakan jasa mural. Melalui penjelasan data diri dan portofolio empat seniman mural, buku ini mengungkapkan keragaman gaya, teknik, dan pendekatan artistik masing-masing seniman. tidak hanya menghadirkan karya seniman, tetapi juga memberikan latar belakang sejarah seni mural, ini membantu pembaca memahami konteks dan nilai estetika di balik setiap karya mural. Penggunaan visual, portofolio gambar karya seniman mural, memberikan dimensi mendalam pada buku ini supaya membantu pembaca merasakan esensi dan keindahan setiap karya. potensi untuk memotivasi kolaborasi, dan memperluas apresiasi terhadap seni mural. Selain itu potensi untuk mendukung pertumbuhan industri seni dan jasa mural di Tangerang, membuka peluang baru bagi seniman mural.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G. and Harris, P. (2011) *Layout*. Lausanne: Ava Pub. SA.
- Andhita, P. R., Sos, S., & Kom, M. I. (2021). *Komunikasi Visual*(Vol. 1). Zahira Media Publisher.
- Andhita, P. R., Sos, S., & Kom, M. I. (2021). *Komunikasi Visual*(Vol. 1). Zahira Media Publisher.
- Dirgantara, Y. A. (2011). *Pelangi Bahasa Sastra dan Budaya Indonesia: Kumpulan Apresiasi dan Tanggapan*. Garudhawaca.
- Dirgantara, Y. A. (2011). *Pelangi Bahasa Sastra dan Budaya Indonesia: Kumpulan Apresiasi dan Tanggapan*. Garudhawaca.
- Febriana, R. (2021). *Evaluasi pembelajaran*. Bumi Aksara.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., ... & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Get Press.

- FLINCHUM, R. A. (2023). *Henry Dreyfuss: Designing for people*. STATE UNIV OF NEW YORK PR.
- Hardi, M. (2022, October 3). *Komunikasi Adalah: Pengertian, Jenis, Dan Tujuannya*. Gramedia Literasi. <https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-adalah/>
- Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, F., Udayana, U., Ilmu Komunikasi, F., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (n.d.). *STREET ART SEBAGAI KOMUNIKASI POLITIK: SENI, PROTES, DAN MEMORI POLITIK* Gede Indra Pramana 1) Azhar Irfansyah 2).
- Intern. (2021, August 27). *Desain Grafis: Pengertian, Unsur, Prinsip & Macam Macam jenisnya*. Yesternight.ID. <https://yesternight.id/edukasi/desain-grafis-pengertian-unsur-prinsip-macam-macam-jenisnya/>
- Invision. (n.d.). *Principles of design: Invision*. invisionapp, inc. <https://www.invisionapp.com/defined/principles-of-design>
- Jute, A. (1996). *Grids: The structure of Graphic Design*. RotoVision.
- Meilani, M. (2013). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326-338.
- Nababan, R. S. (2019). Karya Mural Sebagai Medium Mengkritisi Perkembangan Jaman (Studi Kasus Seni Mural Karya Young Surakarta). *International Conference on Art, Design, Eduvation, and Cultural Studies (ICADECS)*.
- Nababan, R. S. (2019). Karya Mural Sebagai Medium Mengkritisi Perkembangan Jaman (Studi Kasus Seni Mural Karya Young Surakarta). In *International Conference on Art, Design, Eduvation, and Cultural Studies (ICADECS)*.
- Pengertian mural, Sejarah, Perkembangan & Perbedaan mural Dan Graffiti*. IMURAL. (2020, November 18). <https://www.imural.id/blog/pengertian-mural/>.
- Permana, P. I., & Alia Nutrisiany Purnomo, S. T. (2021). *Pemrograman Web dan Perangkat Bergerak SMK/MAK Kelas XII*. Gramedia Widiasarana indonesia.
- Rusydah, H. R. (2021, August 27). *Melihat Lagi Sejarah mural, Seni Jalanan Kritik sosial yang Kini Banyak Dihapus*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparannews/melihat-lagi-sejarah-mural-seni-jalanan-kritik-sosial-yang-kini-banyak-dihapus-1wPd8Hw8mk5>
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2000). *Tinjauan Desain*. Penerbit Institut Teknologi Bandung. Tanpa tahun.

- Shiba, N. (2022, September 22). *Unsur Desain Grafis*. IDS Education. <https://idseducation.com/unsur-desain-grafis/>
- Sihombing, Danton. (2015). *Tipografi dalam desain grafis / Danton Sihombing*. Jakarta :: Gramedia Pustaka Utama,.
- Sutarno, S. P. (2019). *Cermat berbahasa Indonesia: suplemen materi bahasa Indonesia*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Yansens, C. (2022, September 2). *Apa Itu Komunikasi visual? Jenis Dan Cara Menggunakan*. Full Service Digital Marketing. <https://tanyadigital.com/komunikasi-visual-adalah/>