

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ke dua penulis akan membahas mengenai referensi dalam susuna perancangan yang akan dibuat oleh penulis lain pada studi pustaka serta pembahasan mengenai referensi karya mengenai karya-karya terdahulu dengan topik yang serupa yang akan dijadikan referensi oleh penulis. Nantinya teori ini digunakan oleh penulis sebagai tolak ukur perancangan karya *e-book* sebagai media kampanye pengenalan Batik Banyumasan kepada Generasi Z.

2.1 Studi Pustaka

Pada studi pustaka penulis akan membahas mengenai perancangan yang sudah pernah disusun oleh penulis lainnya. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan referensi jurnal yang berhubungan dengan perancangan *e-book* sebagai media kampanye pengenalan Batik Banyumasan kepada Generasi Z. Studi pustaka ini juga memiliki kesamaan objek dan tema yang akan digunakan oleh penulis sebagai pembuktian atas keaslian susunan pada perancangan *e-book* yang akan dibuat oleh penulis.

2.1.1 Jurnal berjudul “Perancangan Buku Ilustrasi Dalam Memperkenalkan Batik Bogor Kepada Kalangan remaja Di Kota Bogor” tahun 2015.

Jurnal yang berjudul “Perancangan Buku Ilustrasi Dalam Memperkenalkan Batik Bogor Kepada Kalangan remaja Di Kota Bogor” disusun oleh Rissa Noor Afianti, Ashni N.Sastrosubroto, S.Ds, M.Ds, Paku Kusuma, M.Sn program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom [12]. Jurnal ini berisikan tentang bagaimana cara membangun *awareness* karena kurangnya pengetahuan dan pengenalan eksistensi Batik Bogor dikalangan masyarakat lokal dan remaja yang tentu saja akan berdampak pada kelestarian Batik Bogor itu sendiri.

Jurnal ini bertujuan agar kalangan remaja bisa mengenal ciri khas batik Bogor lebih luas dan keberadaanya bisa dikenal secara umum di kalangan pemerintah Kota Bogor dan badan organisasi formal lainnya. Media ini dirancang menggunakan visualisasi berupa buku ilustrasi. Metode

pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi pustaka. Perbedaan dari tugas akhir ini hanya ditujukan untuk kalangan remaja berusia 12-18 tahun jenjang SMP dan SMA, sedangkan target market penulis 13-28 tahun yang termasuk kedalam rentan umur Generasi Z. Persamaan dari tugas akhir ini yaitu memiliki sama-sama ingin memperkenalkan kembali motif khas daerah, tujuan perancangan yaitu memperkenalkan batik Bogor kepada remaja. Alasan tugas akhir ini untuk dijadikan sebagai referensi yaitu pada tahap perancangan *e-book* yang menampilkan visualisasi informasi tentang batik dan motif tersebut secara umum, adanya ilustrasi tentang alat-alat membatik, dan proses membatik.

2.1.2 Jurnal “Perancangan Buku Ilustrasi Untuk Memperkenalkan Batik Tulis Khas Kota Kudus” tahun 2014.

Jurnal yang berjudul “Perancangan Buku Ilustrasi Untuk Memperkenalkan Batik Tulis Khas Kota Kudus” disusun oleh Vania Elaine, Andrian Dektisa H., S.Sn., M.Si, Bernadette D.A.M., S.Sn., M.A program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra Surabaya [13]. Jurnal ini berisikan bagaimana cara membangun *awareness* agar batik khas Kota Kudus tidak turun eksistensinya,

Tujuannya yaitu dengan adanya media edukasi berbentuk buku ilustrasi ini dapat merancang buku tersebut agar menarik, khususnya dalam usia 15-18 tahun, karena pada usia tersebut tergolong masa potensial ketika mereka sudah menyukai sesuatu hal, mereka akan cenderung intens mengikuti. Metode pengumpulan data menggunakan Analisa kualitatif yang bersifat deskriptif. Perbedaan dari tugas akhir ini hanya ditunjukkan untuk kalangan remaja umur 15-18 tahun, sedangkan penulis menentukan target market dan audiensnya 13-28 tahun yang tergolong kedalam Generasi Z, dan buku ini tidak dijadikan sebagai media kampanye. Persamaan dari tugas akhir ini yaitu pemilihan media utamanya menggunakan media buku ilustrasi, cara memperkenalkan buku batik didalam buku ini juga disandingkan dengan cerita, sama-sama memiliki tujuan untuk meningkatkan eksistensi batik tersebut. Alasan penelitian ini di jadikan sebagai referensi karena buku

ilustrasi tersebut dapat menggambarkan karakter ilustrasi tokoh utama yang memiliki makna tersendiri, memiliki ciri khas dan peran utama dalam buku tersebut.

2.1.3 Jurnal “Pengembangan Media *Ebook* Cergam Berbasis Kearifan Lokal Batik Tanjung Bumi Untuk Meningkatkan Karakter Siswa” tahun 2021.

Jurnal yang berjudul “Pengembangan Media *Ebook* Cergam Berbasis Kearifan Lokal Batik Tanjung Bumi Untuk Meningkatkan Karakter Siswa” disusun oleh Kusni, Nasution, Agus Suprijono, Hendratno mahasiswa pascasarjana Universitas Negeri Surabaya [14]. Dalam jurnal ini disajikan sebuah media pembelajaran yang dirancang untuk meningkatkan karakter sosial siswa SD. Karakter sosial tersebut didasarkan pada nilai-nilai kearifan lokal yang terinspirasi dari motif Batik Tanjung Bumi. Pengembangan nilai-nilai karakter ini diwujudkan melalui sebuah media cerita bergambar dalam bentuk *ebook* yang disebut cergam. Tujuannya yaitu dengan adanya *ebook* ini dapat terwujudnya nilai-nilai karakter sosial siswa SD. Perbedaan dari jurnal ini adalah pada bentuk *ebook* berupa cergam, sedangkan penulis membuat *ebook* berupa kampanye, buku ini hanya sebagai media edukasi saja, sedangkan penulis merancang buku ilustrasi sebagai media kampanye untuk berinteraksi dan memberikan edukasi. Persamaan tugas akhir ini yaitu sama-sama mengambil media utama *ebook*. Alasan penelitian ini dijadikan sebagai referensi karena media utama yang dipilih sama dan isi buku ini sebagai edukasi.

Perancangan buku ilustrasi telah banyak dibuat namun belum ada perancangan buku ilustrasi sebagai media kampanye Pengenalan Batik Banyumas Jahe Srimping kepada Generasi Z. Buku ilustrasi ini akan memuat tentang bagaimana cara membatik, menggunakan kain batik, filosofi motif Batik Jahe Srimping, ilustrasi yang relevan dengan isi, yang bertujuan untuk memberikan edukasi khususnya pada Generasi Z yang kurang mengenal motif dan asal Batik ini. Cara memperkenalkan buku Ilustrasi ini yaitu melalui media kampanye, tidak hanya dibaca tetapi pembaca juga bisa berinteraksi dengan cara mendukung

kampanye melalui media pendukung berupa merchandise, X-Banner, poster digital Instagram.

2.2 Referensi Karya

Pada referensi karya penulis akan membahas mengenai karya-karya terdahulu yang sudah pernah dibuat. Referensi karya ini akan digunakan oleh penulis sebagai referensi dalam perancangan *E-Book* sebagai Media Kampanye Pengenalan Batik Banyumasan kepada Generasi Z. Pada referensi karya ini, penulis akan menggunakan beberapa referensi visual dalam membantu pembuatan konsep perancangan *e-book* yang menarik.

2.2.1 Buku Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini



Gambar 2. 1 Buku Nanti Kita cerita Tentang Hari Ini
Sumber : Google

Buku karya Marchella FP yaitu seorang wanita yang merupakan penulis sekaligus sebagai ilustrator, buku ini berjudul “Nanti Kita Cerita Tentang hari Ini” [15]. Buku ini berisi penggalan-penggalan kalimat pendek dari beberapa cerita orang-orang yang telah berbagi cerita, cerita tersebut sebagai pengingat dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Ilustrasi dalam buku ini sangat sederhana. Kutipan teks singkat yang dipadukan dengan gambar ilustrasi *flat design*, buku ini diangkat ke layer lebar oleh sutradara bernama Angga Dwimas Sasongko. Penulis ingin menjadikan buku ini sebagai referensi dilihat dari layout yang *simple*, perpaduan antara kutipan dan

ilustrasi yang tidak bertele-tele, arti kutipan yang langsung mudah dipahami, ilustrasi sederhana yang mudah dimengerti, serta font dekoratif seperti tulisan tangan.

2.2.2 Buku Silly Gilly daily



Gambar 2. 2 Buku Silly Gilly Daily
Sumber : Google

Naela Ali yaitu seorang penulis, desainer grafis, dan ilustrator, ia menerbitkan buku berjudul “*Silly Gilly Daily*” yang diterbitkan oleh Kepustakaan Populer Gramedia (KPG) [16]. Gaya ilustrasinya yaitu goresan cat air yang khas, buku ini menceritakan karakter perempuan bernama Gilly, seorang yang memiliki karakter *introvert*, cerdas namun humoris. Penggambaran Gilly pada buku tersebut yaitu Naela Ali sendiri yang kesehariannya melakukan kegiatan menggambar. Buku ini dijadikan sebagai referensi penulis karena pada gaya visual karakter tokoh yang lucu dengan pipi merahnya, memiliki karakter ilustrasi yang terlihat seperti anak muda yang penuh ekspresi, sederhana, menggunakan pakaian anak muda.

2.2.3 Buku Tangan Ikan Monkfish



Gambar 2. 3 Buku Tangan Ikan Monkfish
Sumber : Google

Buku berjudul “Tangan Ikan Monkfish” ini di tulis oleh Jo Yong, diangkat dari drama korea populer yaitu *It’s Okay Not Be Okay*, buku ini memiliki 5 seri yang berbeda, judul buku ini adalah seri ke-4. Dilansir pada berita kumparan.com, “5 Makna Mengagumkan dari Dongeng dalam Drama Korea *It’s Okay to Not Be Okay*” ditulis oleh Juwanti Ovianingsi Panusi. Buku ini menceritakan tentang kisah seorang ibu yang merawat anaknya dari menyuapinya makan, belajar berjalan, hingga sang anak beranjak dewasa, mirisnya, ketika ibunya sudah mulai tua, anak tersebut tidak mau merawat ibunya. Kisah ini menggambarkan anak yang sangat bergantung pada orang tua sehingga ketika beranjak dewasa ia tidak bisa melakukan apa apa [17]. Buku ini dijadikan referensi penulis karena pada pemilihan warna cover yang disajikan dengan warna kuning tua dan hijau tua serta isi cerita yang menarik, membahas tentang kehidupan sehari-hari yang pernah terjadi dilingkungan sekitar, serta bentuk buku *landscape*.

2.3 Landasan Teori

Pada dasar teori ini, berisikan berbagai teori yang telah ditulis oleh penulis lainnya. Pada dasar teori ini penulis akan menggunakan teori yang sudah ada untuk mendukung perancangan *e-book* serta pembuatan karya.

2.3.1 E-Book

E-Book adalah buku yang dilengkapi dengan gambar dan teks yang bertujuan ilustrasi memperjelas maksud dari teks tersebut [13]. Dengan dipilihnya buku ilustrasi sebagai media utama dapat meningkatkan literasi membaca untuk Generasi Z. Pada perancangan ini penulis ingin membuat ilustrasi dengan gaya *kartun* karena menurut penulis *art style* ini sederhana, memiliki karakteristik bervariasi, mudah dipahami. Elemen yang terdapat dalam *e-book* meliputi:

a. Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang digunakan untuk menerangkan sesuatu [18]. Ada berbagai macam gaya ilustrasi seperti ilustrasi kartun, naturalis, *flat design*, dekoratif, dan lain sebagainya. Kartun adalah gambar yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara singkat dan efisien [19]. Kartun umumnya menyoroti inti dari pesan yang ingin disampaikan dan menggambarkannya dengan gambar yang sederhana, tanpa banyak detail, namun tetap efektif. Maka dari itu, menurut penulis penjelasan di atas dirasa cocok, sehingga penulis memilih gaya kartun untuk perancangan *e-book* ini.

b. Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf sehingga mudah dibaca tetapi tetap memiliki nilai desain [20]. Tipografi digunakan sebagai metode menterjemahkan kata (lisan) kedalam bentuk tulisan (visual). Ada berbagai jenis tipografi seperti tipografi dekoratif, *old style*, *Serif*, *Sans-Serif*. Tipografi *Sans-Serif* memiliki karakteristik huruf yang tidak berkait, tegas, mudah terbaca, jelas. Tipe huruf ini memiliki kemampuan dapat beradaptasi pada era *modern* [21]. Oleh karena itu

penulis ingin menggunakan tipografi *Sans-Serif* karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan perancangan *e-book* nantinya.

c. *Layout*

Layout merupakan tata letak suatu aset visual dalam desain untuk membantu penyampaian pesan agar mudah dibaca [18]. *Layout* terdiri dari elemen seperti visual, garis, warna yang menjadi satu kesatuan. *Layout* mempunyai prinsip-prinsip yaitu *sequence* yaitu urutan perhatian, lalu *emphasis* yaitu penekanan, dan *balance* yaitu keseimbangan asimetris atau simetris [15]. Maka dari itu penulis memilih menggunakan *layout* sesuai dengan prinsip tersebut, karena mudah dan cepat dipahami.

d. *Copywriting*

Copywriting adalah kegiatan menulis yang dilakukan oleh seorang *copywriter* dengan tujuan untuk menciptakan teks yang kreatif [22]. Salah satu fungsi *copywriting* yaitu dapat membantu mempermudah kampanye *public relations* yang akan melakukan kampanye. Oleh karena itu penulis merancang *e-book* ini menggunakan elemen *copywriting* karena didalam buku tersebut nantinya akan berisikan teks kreatif dengan tujuan sebagai kampanye.

e. Warna

Warna merupakan rangsangan visual yang dapat mempengaruhi pikiran dan tindakan kita [20]. Warna sering digunakan untuk mencerminkan suasana tertentu, mencerminkan makna yang tersirat, bisa menunjukkan orientasi seksual dan jenis kelamin. Warna dipilah menjadi warna dingin dengan warna biru kehijauan, warna panas dengan warna jingga, merah, dan *intermediates* yaitu warna yang berada ditengah-tengah warna tersebut [15]. Warna retro contohnya berbagai macam warna khas retro, meskipun sedikit terlihat pudar, termasuk warna oren, merah cherry, kuning mentega, pink, hijau lumut, dan sebagainya [23]. Pada perancangan ini penulis ingin menggunakan warna retro. Warna yang akan diambil adalah jingga dan kombinasi

warna hijau, warna panas memberikan kesan warna yang hangat, dan warna dingin memberikan kesan warna yang sejuk.

2.3.2 Kampanye

Kampanye merupakan proses kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terorganisir oleh individu atau kelompok dengan tujuan menghasilkan efek atau dampak tertentu [10]. Kampanye sosial adalah urutan proses komunikasi yang direncanakan dalam waktu tertentu dan bersifat nonkomersil yang memuat pesan tentang masalah sosial yang terjadi sekitar di masyarakat. Media yang bisa digunakan dalam kampanye yaitu brosur, katalog, buku, majalah, stiker dinding, poster dan lain sebagainya. Kampanye memiliki tahapan yaitu *pre media*, *main media*, dan *follow up media*, hal ini membuat struktur kampanye lebih tertata. Menurut penulis perancangan *e-book* sebagai media kampanye pengenalan Batik Banyumasan kepada Generasi Z termasuk kedalam kampanye sosial, masalah sosial pada perancangan ini yaitu kurangnya *awareness* Generasi Z terhadap Kebudayaan sendiri khususnya kurangnya edukasi dan pengenalan terhadap warisan budaya Batik *Jahe Srim pang*. Maka dari itu penulis akan menentukan tahapan *pre media* (umpan terget sasaran), *main media* (media utama), dan *follow up media* (media pendukung) dengan tujuan struktur kampanye yang akan dibuat lebih tertata.

2.3.3 Batik Banyumas

Motif khas batik Banyumas memiliki nilai simbolik atau nilai ekstrinsik yang sama, yaitu nilai toleransi dalam bersosialisasi, nilai-nilai kerakyatan, dan semangat gotong royong [8]. Batik Banyumasan memiliki beberapa motif populer seperti *Wijayakusuma*, *Serayuan*, *Lumbon*, *Pring Sedapur*, dan *Jahe Srim pang*. Motif *Jahe srim pang* memiliki arti jahe yaitu rempah jahe dan *srim pang* yaitu satu telapak manusia yang berarti tanaman jahe yang memiliki cabang jahe dalam satu rumpun [8]. Motif *Serayuan* yaitu motif yang diadaptasi dari sungai besar Serayu yang membelah kabupaten Banyumas, hal ini mengingatkan masyarakat bahwa air ini mengalir untuk seluruh warga Banyumas. Motif yang terinspirasi dari bentuk daun talas yaitu

motif Batik *Lumbon*, motif ini memiliki makna simbolik teguh pendirian, dan tidak mudah goyah akan godaan [24]. *Pring Sedapur* yaitu motif batik yang diadaptasi dari pring atau biasa dikenal sebagai pohon bambu, pohon ini banyak tumbuh di Banyumas [25]. Ciri khas warna Batik Banyumasan yaitu coklat kehitam-hitaman dengan warna motif putih kekuning-kuningan. Maka dari itu penulis tertarik dengan beberapa motif populer Batik Banyumasan karena motifnya diadaptasi dari lingkungan sekitar Banyumas.

2.3.4 Generasi Z

Generasi Z juga dikenal sebagai *iGeneration*, generasi *iNet*, atau generasi internet lahir antara tahun 1995-2010, tumbuh dan berkembang dengan sangat tergantung pada teknologi, dan sangat ahli dalam menggunakan internet untuk membuka komunikasi dan mengakses informasi lebih luas melalui media sosial [1]. Generasi Z cenderung lebih mudah mengikuti trend [13]. Maka dari itu penulis ingin target market dan audiens yaitu Generasi Z, karena generasi ini adalah generasi yang mudah begaul, mahir teknologi, dan pola pikir Generasi Z yang lebih terbuka dan inovatif.