

**DESAIN BUKU PSIKOLOGI WARNA**

**JURNAL**



**WALDI RASYID**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN SENI RUPA**

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2014**

## PERSETUJUAN JURNAL

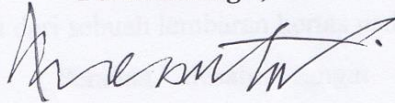
### DESAIN BUKU PSIKOLOGI WARNA

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir "*Desain Buku Psikologi Warna*" untuk persyaratan wisuda periode September 2014 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua dosen pembimbing.

**WALDI RASYID**

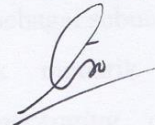
**Padang, Agustus 2014**

**Pembimbing I,**



**Drs. Muzni Ramanto**

**Pembimbing II**



**Dra. Lisa Widiarti, M, Sn**  
**NIP. 19640912.199702.2.001**

## **DESAIN BUKU PSIKOLOGI WARNA**

Waldi Rasyid<sup>1</sup>, Drs. Muzni Ramanto<sup>2</sup>, Dra. Lisa Widiarti, M. Sn.<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email : Waldi\_Rasyid@yahoo.com

### **Abstract**

This thesis aims to produce a design that is attractive about the book Psychology of Color in Visual Communication media written by Muzni Ramanto. The design method used by the authors is the beginning of the data collection method is through observation, interviews, and documentation studies. Then proceed with the data analysis method using 5W +1 H analysis (what, where, when, who, why, and how) and creative approach. In this design the author will display the layout, cover, typography, and color in accordance with the contents of the book by using the software CorelDraw kalaborasi Grapics Suite X4 and Photoshop CS4. In addition, there are also test conducted on the design of consumer products Colour Design this book.

**Keywords: Design, Psychology, Book**

### **A. PENDAHULUAN**

Memadukan unsur-unsur grafis merupakan sebuah seni tersendiri dalam menghasilkan media komunikasi visual yang komunikatif. Untuk menghasilkan media komunikasi visual yang komunikatif diperlukan sebuah pengorganisasian dan penataan yang tepat.

Buku adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar, yang menyajikan sebuah wawasan, informasi, pengetahuan, cerita, dan hal-hal lainnya. Disetiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebagai sebuah halaman.

Peranan desain sangat penting, untuk menarik minat para konsumen/pembeli, baik itu dari segi bentuk *packaging*, *cover*, *layout*, penataan, tipografi, warna dan lain sebagainya yang menambah daya tarik dari buku tersebut. Pada awalnya para konsumen pasti akan tertuju pada bentuk promosi, *cover*, dan *packaging* dari buku yang akan dijual tersebut, karena para konsumen akan lebih tertarik melihat suatu buku dengan *cover* dan

*packaging* yang menarik, baru setelah itu mereka akan tertuju kepada isi dan informasi yang diberikan oleh isi dari buku tersebut.

Selain itu desain buku juga harus mencerminkan apa informasi yang terkandung dalam isi buku tersebut dan mempunyai tujuan dimana buku yang didesain itu harus mencerminkan alasan jelas yang menunjang isi buku tersebut, kemudian bisa dipahami artinya, kata-kata yang tampil *discover* buku tersebut bisa dibaca dan mudah di ingat.

Buku-buku tentang warna memang belum banyak ditulis apalagi yang khusus membahas tentang Psikologi Warna. Disini penulis akan merancang sebuah desain yaitu desain buku psikologi warna, yang pada awalnya penulis melakukan wawancara kepada salah seorang nara sumber yang menulis buku ini yaitu salah seorang staf dosen dari Seni rupa yaitu bapak Drs. Muzni Ramanto, karena buku beliau belum ditata secara keseluruhan, maka dari itu penulis tertarik mengangkat judul desain psikologi warna ini tujuannya yaitu supaya buku ini layak untuk dicetak dengan tampilan yang menarik dan bisa di edarkan dipasaran, karena targetnya adalah semua kalangan, untuk itu perlu penataan dan tampilan yang menarik dengan di desainnya buku diharapkan buku ini layak untuk dicetak dan diedarkan dipasaran. Diangkat dari permasalahan diatas, buku ini dihadirkan untuk menjawab para pemakai dan penikmat warna untuk berbagai keperluan dan kepentingan. Karena buku Psikologi Warna yang ditulis oleh Muzni Ramanto ini belum dicetak, maka perlu di desain dan ditata secara keseluruhan agar bisa dicetak dan diedarkan dipasaran, baik itu dari segi *layout*, *cover*, tipografi, warna dan lain sebagainya sehingga layak dicetak dan menambah nilai jual buku tersebut.

Desain buku sangat penting dan menentukan kualitas dan persaingan pemasaran buku. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis mengangkat hal tersebut untuk merancang sebuah desain dalam bentuk buku. Dengan demikian judul dari karya akhir ini adalah ***Desain Buku Psikologi Warna***.

## B. METODE PERANCANGAN

Metode pengumpulan data karya akhir ini adalah observasi, studi dokumentasi, dan wawancara. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data/fakta cukup efektif untuk mempelajari suatu sistem. Sedangkan wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan komunikasi. Wawancara dilakukan kepada nara sumber yang mengetahui banyak hal tentang peranan desain dalam merancang sebuah buku. Selain itu juga dilakukan dokumentasi, dokumentasi merupakan sesuatu yang tertulis, tercetak atau terekam yang dapat digunakan sebagai bukti atau keterangan dan ini merupakan kegiatan khusus berupa pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, penemuan kembali dan penyebaran dokumen.

Untuk perancangan desain buku ini perlu di lakukan beberapa analisis dengan menggunakan analisis data 5W+1H, yakni apa (*What*), dimana (*Where*), kapan (*When*), siapa (*Who*), mengapa (*Why*), dan bagaimana (*How*). Analisis 5W+1H merupakan sebuah analisis yang dicetuskan oleh William Cleaver Wilkinson pada tahun 1880-an.

Adapun penjabaran dari metode analisis yang digunakan oleh penulis sebagai berikut :

1. *What* ( Desain apa yang akan dirancang), Desain yang akan di buat berupa desain buku Psikologi Warna dalam bentuk *full shett* yaitu terdiri dari 51 halaman termasuk *cover* depan dan belakang. Desain buku Psikologi Warna ini bertujuan untuk memberikan atau menjelaskan peranan desain baik *layout*, tipografi, warna dan lain sebagainya.
2. *Where* (dimana Desain akan di promosikan), Buku Psikologi Warna ini akan dipromosikan kesekolah-sekolah SMK Kejuruan, Perguruan Tinggi Desain dan insya Allah akan dicoba memasukkan ke took- toko buku terdekat di kota Padang.
3. *When* (Kapan Desain akan dipromosikan), Buku Psikologi Warna ini akan dipromosikan oleh penulis setelah proposal karya akhir ini serta karya akhirnya telah selesai dengan tuntas.

4. *Who* (siapa target), Target di desainnya buku Psikologi Warna ini adalah semua orang yang ingin menambah pengetahuannya tentang Warna.
5. *Why* (mangapa didesain), Buku Psikologi Warna ini didesain karena buku ini belum dicetak dan belum ditata secara keseluruhanya, maka dari itu perlu adanya desain dan penataan secara keseluruhan sehingga buku psikologi warna ini dapat segera dicetak dan diterbitkan, kemudian bisa di edarkan dipasaran serta memiliki nilai jual sesuai dengan selera konsumen.
6. *How* (bagaimana mendesain), Desain buku Psikologi Warna ini akan menampilkan keindahan dari buku yang telah di desain dan ditata secara keseluruhan baik itu dari segi Warna, *layout*, tipografi sehingga memiliki nilai tambah dimata konsumen. Adapun cara yang digunakan oleh penulis dalam proses mendesain buku psikologi warna ini adalah mengkolaborasikan penggunaan *software CorellDraw Grapics Suite X4 dan Adobe Photoshop CS4*.

## C. PEMBAHASAN

### 1. Pendekatan Kreatif

Melalui pendekatan kreatif diharapkan desain buku ini dapat tersampaikan dengan baik, Beberapa cara yang dilakukan dalam pendekatan kreatif ini adalah :

#### a. Tujuan Kreatif

Dalam tujuan kreatif berisi pesan yang ingin di sampaikan kepada target *audience*. Pesan yang ingin disampaikan kepada targer *audience* mengacu pada periklanan. Tujuan periklanan meliputi: Memperkenalkan kepada masyarakat tetang peranan desain dalam sebuah buku; Menanam *image* positif tentang pentingnya peranan desain ke benak para konsumen, sehingga memiliki nilai jual suatu produk yang di iklankan; Mencoba mengalihkan perhatian para calon konsumen dari para pesaing.

Berdasarkan tujuan periklanan diatas maka tujuan kreatif dalam desain ini adalah untuk memperkenalkan pentingnya peranan desain pada sebuah buku, baik itu dari segi *layout*, tipografi, Warna dan memiliki tampilan yang menarik.

b. Strategi Kreatif

Strategi kreatif dapat memiliki arti yang berbeda-beda, karena startegi kreatif dapat dinilai dari sudut pandang siapa yang melihatnya. Misalnya, seorang pengiklan biasanya akan berfikir bahwa startegi keratif merupakan orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif sebagai pedoman dalam membuat suatu iklan. Sedangkan bagi orang-orang kreatif sendiri sering dianggap sebagai hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk, pasar, dan konsumen sasaran kedalam sutau posisi tertentu didalam komunikasi yang kemudian dapat dipakai untuk merumuskan tujuan iklan.

**2. Konsep Kreatif**

a. Gambar

Gambar-gambar yang digunakan dalam Desain buku psikologi warna ini adalah gambar yang berkaitan dengan warna atau gambar lingkaran warna yang menarik untuk buku tersebut. Selain itu dalam perancangan media ini juga menonjolkan karakteristik dan perpaduan warna, gambar tersebut bertujuan sebagai penunjang dari informasi yang di sampaikan.

b. Tipografi

Dalam Desain buku psikologi Warna ini, jenis tipografi yang digunakan adalah jenis, *Calibri*, *Swis721 BT*, *Times New Roman*, *Astro 867*, *Bell Gothic std Black*, dimana jenis tipografi tersebut jelas dan mudah dibaca namun tetap menarik sehingga informasi yang disampaikan pun dapat tercapai secara efektif dan komunikatif.

\*Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

\*Swis721 BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

\*Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

\*astro 867

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzz

1234567890

c. Warna

Warna-warna yang dipakai dalam desain buku psikologi warna adalah *full color* (semua warna). Metode warna yang digunakan pada desain ini menggunakan metode warna RGB (Red, Green, Blue).

Tabel Warna RGB ( Red, Green, Blue )

| WARNA   | R   | G   | B   |
|---|-----|-----|-----|
|  | 204 | 0   | 0   |
|  | 255 | 68  | 68  |
|  | 255 | 236 | 0   |
|  | 255 | 187 | 51  |
|  | 102 | 153 | 0   |
|  | 153 | 104 | 0   |
|  | 0   | 153 | 204 |
|  | 51  | 181 | 229 |
|  | 153 | 51  | 204 |
|  | 170 | 102 | 204 |
|  | 119 | 119 | 119 |
|  | 170 | 170 | 170 |
|  | 0   | 0   | 0   |
|  | 51  | 51  | 51  |
|  | 0   | 0   | 0   |

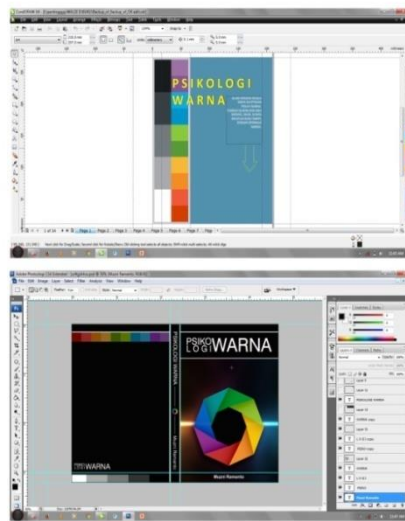
d. Visualisasi Perancangan

Visualisasi dalam perancangan desain ini, penulis akan mengkolaborasikan penggunaan warna dan tipografi yang disesuaikan dengan isi buku yang akan didesain, pengkolaborasi antara warna dan tipografi dalam desain ini berguna untuk menunjang isi dari buku yang di desain.



e. Proses Komputerisasi

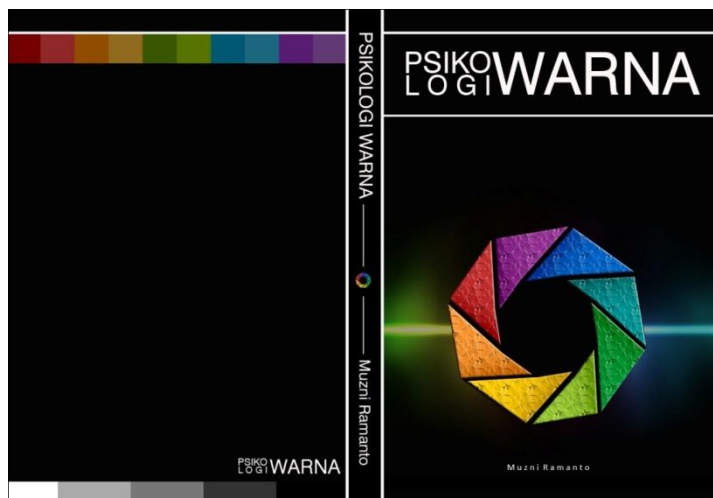
Dalam perancangan desain ini Perancang ini, Penulis menggunakan *software* komputer dengan mengkolaborasikan antara software Adobe Photoshop CS4 dan CorelDRAW Grapics Suite X4. Supaya desain yang akan dirancang memiliki tampilan yang menarik baik itu warna dan tampilan tipografinya.



Gambar : CorelDRAW Grapics Suite X4, dan Adobe Photoshop CS4

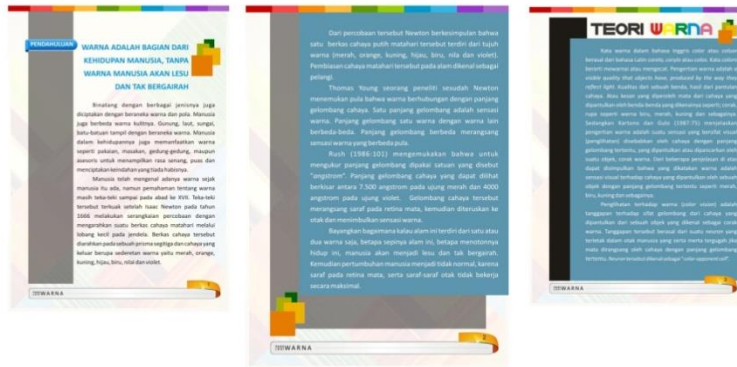
f. Final Desain

Cover :



Gambar : Final Desain Buku Psikologi Warna

Halaman isi :



Gambar : Halaman 1,2 dan 3



Gambar : Halaman 3,4 dan 5



Gambar : Halaman 6,7 dan 8



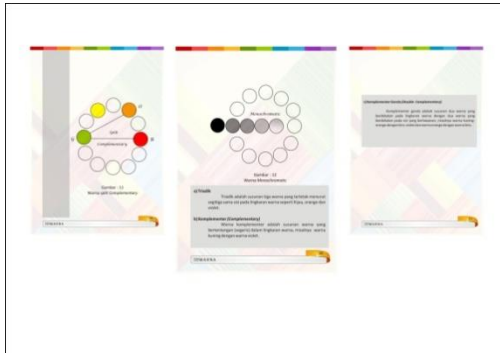
Gambar : Halaman 9,10 dan 11



Gambar : Halaman 12,13 dan 14



Gambar : Halaman 15,16 dan 17



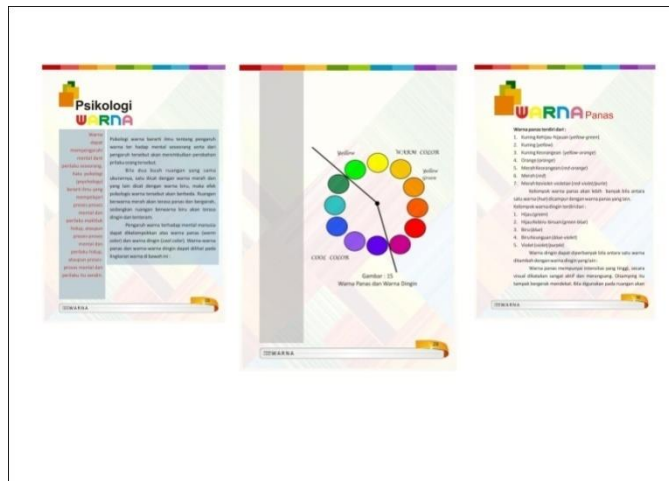
Gambar : Halaman 18,19 dan 20



Gambar : Halaman 21,22 dan 23



Gambar : Halaman 24,25 dan 26



Gambar : Halaman 27,28 dan 29



Gambar : Halaman 31,32 dan 33



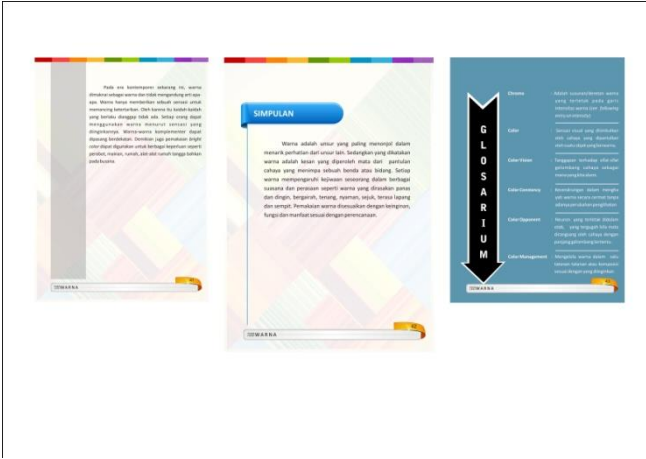
Gambar : Halaman 34,35 dan 36



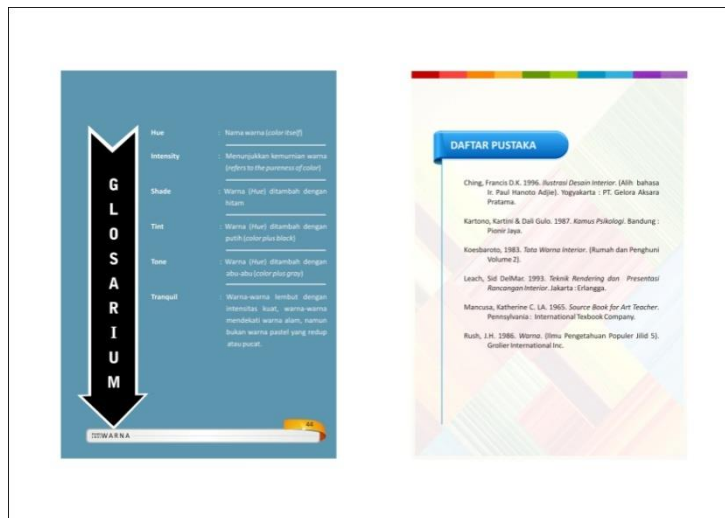
Gambar : Halaman 37,38 dan 39



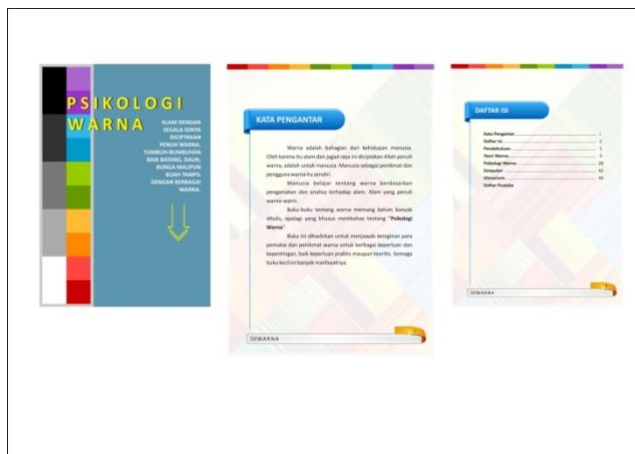
Gambar : Halaman 40,41 dan 42



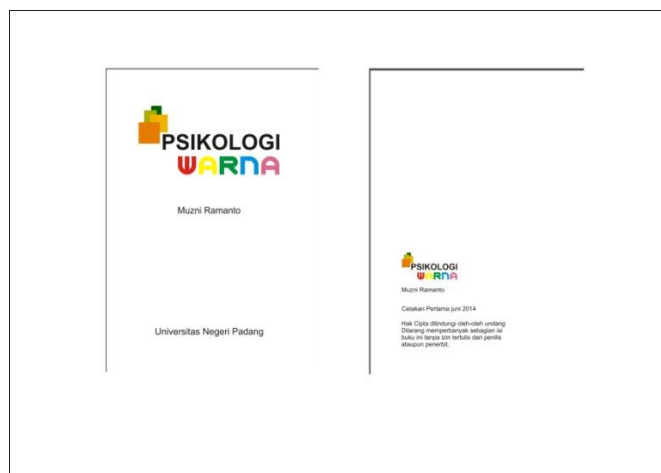
Gambar : Halaman 41,42 dan 43



Gambar : Halaman 44 dan daftar pustaka



Gambar : Kata pengantar dan daftar isi



Gambar : Cover dalam

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Warna adalah unsur yang paling menonjol dalam menarik perhatian dari unsur lain. Setiap warna mempengaruhi kejiwaan seseorang dalam berbagai suasana dan perasaan seperti warna yang dirasakan panas dan dingin, bergairah, tenang, nyaman, sejuk, terasa lapang dan sempit. Sedangkan buku dapat memuat sejumlah informasi penting sehingga dapat mudah dipelajari maka dari itu diciptakan buku, Untuk menghasilkan media komunikasi visual yang komunikatif diperlukan sebuah pengorganisasian dan penataan yang tepat, maka dari itu pentingnya peranan desain untuk menambah daya tarik dari tampilan buku tersebut.

Dengan di desainnya Buku psikologi warna ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berhubungan dengan warna bagi yang membutuhkan informasi yang berhubungan dengan warna.

Selain itu, seiring dengan simpulan diharapkan kepada masyarakat agar lebih menghargai desain, karena peranan desain sangat penting dan berpengaruh dalam berbagai bidang komunikasi, terutama pada komunikasi visual. Sedangkan kepada mahasiswa diharapkan lebih menghargai karya-karya desain baik itu karya sendiri ataupun karya orang lain, karena begitu pentingnya peranan dari sebuah desain.

**Catatan :** artikel ini disusun berdasarkan laporan karya akhir penulis dengan pembimbing I Drs. Muzni Ramanto dan Pembimbing II Dra. Lisa Widiarti, M,Sn

#### Daftar Rujukan

Aminudin. 2002. *Pengantar Apresiasi Karya Sastra*. Bandung: sinar baru.

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineke Cipta.

Couto, Nasbahry. 2006. Konsep dalam Desain. *Jurnal Metodologi Desain*, (online), Bahan 6, No. 23, (<http://www.nasbahrygallery.com>, diakses 15 April 2013).



- Hendratman, Hendi. 2010. *Computer Graphics Design*. Bandung: Informatika Bandung.
- Ernis. 2013. *Bahan Ajar Nirmana I*. Padang: UNP.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rustan, Surianto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sachari, Agus. 2005. *Pengantar Metodologi Penelitian: Budaya Rupa*. Jakarta: Erlangga.
- Satria. 2014. Apa Itu Tipografi.(online)[Http:// www.satriamultimedia.com/artikel\\_apa\\_itu\\_tipografi.html](http://www.satriamultimedia.com/artikel_apa_itu_tipografi.html) di akses tanggal 6 April 2013
- Sihombing, Daton. 2001. *Tipografi dan Desain Grafis*. London: Layout.
- Soerjono, H. 2008. *Filateli Dunia Penuh Warna (Edisi Revisi)*. Pos Indonesia.  
<http://id.wikipedia.org/wiki/Buku.html> diunduh 15 maret 2014.  
[http://id.wikipedia.org/wiki/Ukuran\\_kertas](http://id.wikipedia.org/wiki/Ukuran_kertas) di unduh 15 Maret 2014.  
[Http://www.satriamultimedia.com/artikel\\_apa\\_itu\\_tipografi.html](http://www.satriamultimedia.com/artikel_apa_itu_tipografi.html) di akses tanggal 6 April 2013