Vol 1/ No 1

Nawala,
proses dan produksinya

Astharianty & Fanny Lesmana

desain-buku nawala- -cover.indd 3 8/13/2021 9:14:00 PM

Vol 1/ No 1

Nawala,
proses dan produksinya

Astharianty & Fanny Lesmana

desain-buku nawala_edit-ukuran_1-1jsn.indd 1 8/16/2021 8:39:39 PM

Dilarang mereproduksi seluruh maupun sebagian isi buku ini dalam bentuk apapun, elektronik maupun media cetak, termasuk dalam sistem penyimpanan dan kearsipan, tanpa izin tertulis dari penerbit dan fotografer kecuali untuk kepentingan ilmiah dan ulasan sebagai kutipan singkat.

Nawala,
proses dan produksinya

HAK CIPTA © 2019

Penulis
Asthararianty, S.Sn., M.Ds.
Dr. Fanny Lesmana, S.Sos., M.Med.Kom

Layout dan Desain Cover
Asthararianty, S.Sn., M.Ds.

Penerbit
Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Petra Press
Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131
Surabaya 60236
Indonesia
http://lppm.petra.ac.id

Cetakan Pertama, Januari 2019
Cetakan Kedua, Agustus 2021

ISBN 978-602-5446-08-5

Mereka yang tidak bisa berbuat,maka mereka mengajar
Mereka yang berbuat, akan mengajar lebih baik
(Anonim)

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 3 8/16/2021 8:39:39 PM

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 4 8/16/2021 8:39:39 PM

Prakata

Kami berdua adalah tenaga pengajar di Universitas Kristen Petra Surabaya. Masing-masing kami berbagi ilmu di Fakultas Ilmu Komunikasi (Fanny) dan di Fakultas Seni dan Desain program studi Desain Komunikasi Visual (Astha). Bertemu dalam sebuah proyek penulisan buku internal membuat kami merasa klop satu dengan lain hingga berlanjut pada proyek penulisan buku berikutnya dan berikut dan berikut.

Mengajar telah menjadi bagian hidup kami berdua. Namun, mengajar di kelas bukanlah satu-satunya kesukaan kami. Sebagai bagian dari makhluk ciptaan Tuhan, kami memercayai bahwa Tuhan menyediakan talenta atau kebisaan pada setiap manusia agar manusia dapat bertahan hidup. Tak hanya itu, kebisaan itu juga perlu ditularkan pada banyak orang - termasuk pada generasi selanjutnya - agar semakin banyak orang dapat menemukan kebisaan yang dapat membuat mereka bertahan hidup. Proses penularan ini bisa saja disebut dengan mengajar.

Tapi, terlebih dari semua itu, kami tak hanya ingin mengajar di kelas. Seiring dengan kesukaan kami dalam hal menulis maupun mendesain buku, maka kami ingin bisa menularkan kebisaan itu melalui buku yang dapat dibaca oleh siapa pun dan dimana pun.

Kutipan di halaman depan buku ini sering kami dengar sebagai tenaga pengajar. Tak jarang orang memilih profesi sebagai pengajar karena menthok tidak mendapatkan pekerjaan apapun. Hal tersebut menjadikan profesi guru acap diremehkan karena dianggap hanya bisa mengajarkan teori. Namun, sebagai guru, kami tidak ingin hanya bisa mengajarkan teori yang harus dihapalkan oleh mahasiswa kami

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 5 8/16/2021 8:39:39 PM

dan lantas dilupakan begitu saja karena tidak terpakai di dunia kerja. Kami juga berpraktik, berolah karya dan rasa, sehingga apa yang kami ajarkan di kelas bukanlah teori semata, melainkan sebuah penularan pengalaman di dunia nyata.

Buku di tangan Anda ini merupakan satu buku yang dapat merepresentasikan kesukaan kami dalam mengajar maupun menularkan kebisaan itu.

Buku ini berisi tentang bagaimana sebuah nawala (*newsletter*) bisa dibuat. Dimulai dari melakoni proses pembuatan nawala dalam hal menuliskan naskah hingga pada pembuatan desain, maka kami memiliki sebuah harapan bahwa dengan adanya buku ini dapat menolong banyak orang (sebut saja perusahaan atau organisasi) yang membutuhkan keberadaan nawala, dapat membuatnya tanpa merasa rumit dalam menjalani prosesnya.

Semoga…

Selamat berproses…

Surabaya, 10 Januari 2019

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 6 8/16/2021 8:39:39 PM

Ucapan Terima Kasih

Tak elok rasanya jika kami lupa berhatur terima kasih pada orang-orang di bawah ini. Karena, mereka juga telah menjadi bagian dari hal-hal yang menginspirasi kehadiran buku ini. Terima kasih kepada:

- Universitas Kristen Petra Surabaya, tempat kami berkarya dan mengabdi untuk nusa dan bangsa
- Para pimpinan kami, (Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual dan Ketua Prodi Ilmu Komunikasi)
- Rekanan di Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Universitas Kristen Petra; teristimewa Drs. Yohanes Budi Cahyono
- Arum Enggarningtyas yang telah mengumpulkan beberapa data yang kami perlukan
- Keluarga yang tak pernah berhenti berdoa untuk kami
- Para mahasiswa, yang silih berganti mengajarkan kesabaran dan memberikan semangat untuk terus berkarya

Yang terutama Tuhan Yesus Kristus, Penasihat Agung, Penolong yang Setia, Juruselamat abadi, yang terus melimpahkan anugerah serta hikmat-Nya.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 7 8/16/2021 8:39:39 PM

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 8 8/16/2021 8:39:39 PM

Daftar isi

Prakata	v
Ucapan Terima Kasih	vii
Daftar Isi	ix
Tentang Nawala	1
Langkah Pertama	7
• Format penerbitan	8
• Tujuan penerbitan	9
• Jenis Nawala	10
• 10 langkah Penerbitan	15
Materi dalam Penulisan Nawala	19
• Peristiwa jadi berita	23
• Menuliskan orang	24
• Perhatikan 5W+1H	26
• Tetap ada wawancara	27
• Menulis berita untuk Nawala	28
• Menulis profil	29
Desain Itu Penting	33
• Konsep	40
• Layout	50
• Anatomi Nawala	56
• Warna	63
Daftar Pustaka	69
Tentang Penulis	71

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 9 8/16/2021 8:39:39 PM

Nawala.

Mungkin ini bukan sesuatu yang akrab bagi kebanyakan kita.

Ini memang merupakan kata pengganti dalam bahasa Indonesia untuk istilah newsletter. Buku ini menggunakan istilah nawala untuk menggantikan newsletter guna menunjukkan kekayaan kata dalam bahasa Indonesia

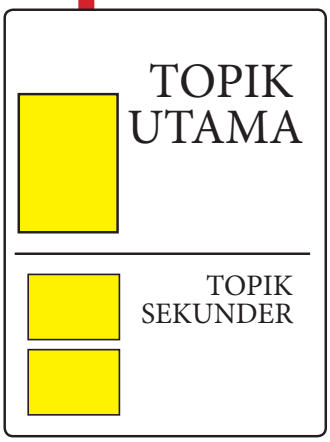
Nawala atau *newsletter* merujuk pada lembaran cetakan yang diterbitkan pada waktu tertentu dan berisi tentang perkembangan sebuah perusahaan atau organisasi. Tujuan utama penerbitan nawala adalah untuk mengkomunikasikan perkembangan suatu perusahaan atau organisasi pada publik. Definisi ini disampaikan oleh Oxford Advanced Learner's Dictionary.

Penggunaan nawala yang pertama kali diperkirakan pada sekitar akhir abad 19 atau awal abad 20 (Heller dan Petit, 1996). Keberadaan nawala pada kala itu adalah untuk mengirimkan informasi penting yang layak diberitakan serta berkaitan dengan bisnis kepada khalayak, yang dalam hal ini bisa saja disebut pemangku kepentingan (*stakeholder*) ataupun target pemasaran.

Bentuk nawala mulanya adalah dua hingga empat halaman surat kabar yang dilipat seukuran dengan amplop standar. Isi beritanya ditulis dengan menggunakan mesin pita dan kadang menggunakan kop surat perusahaan maupun organisasi yang mengeluarkannya. Desainnya sendiri terinspirasi dari tata letak koran.

Nawala ko
ke . sekit
ramai mer
penulisan

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 1 8/16/2021 8:39:39 PM



Pada halaman depan, ditulis tentang topik utama yang diikuti dengan informasi sekunder lainnya. Namun, desain nawala ini tidak bertahan lama. Hanya beberapa saja yang masih bertahan..

Meski tujuan keberadaan nawala tidak mengalami perubahan secara signifikan, namun pada era selanjutnya, berkembanglah nawala kontemporer yang menunjukkan perubahan dari sisi desain. Formatnya formal. Tampilannya telah dilengkapi dengan logo atau halaman sampul (cover). Jenis huruf yang dipergunakan pun semakin bervariasi.

g Dunia
is beramai
rhaan atau

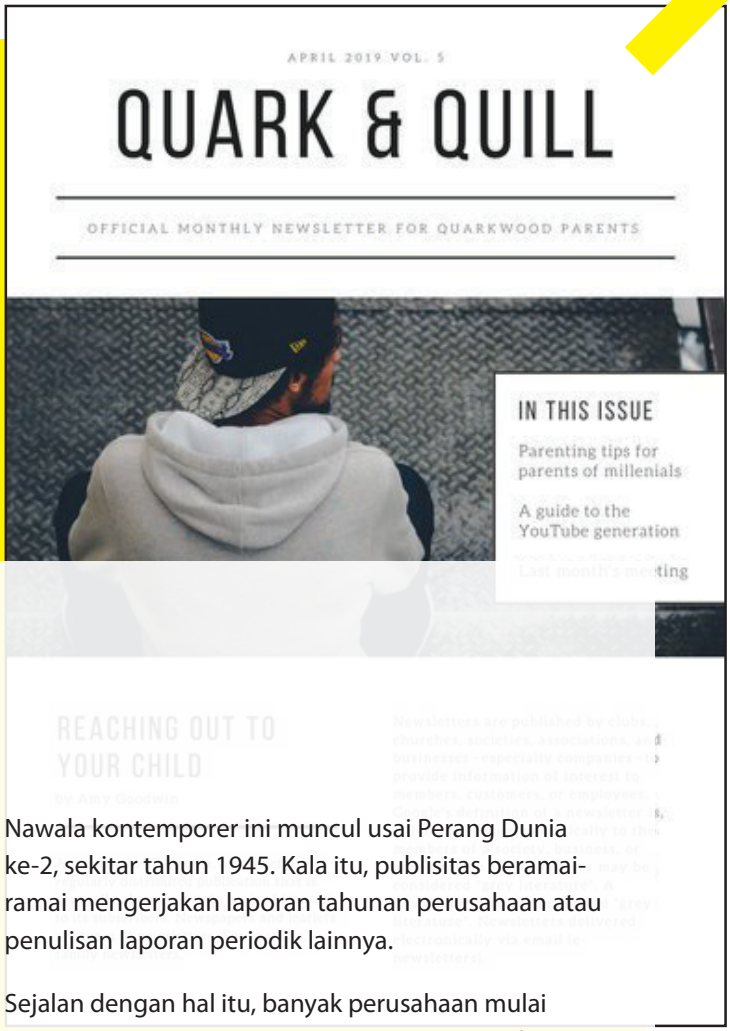
- mulai
grafis untuk
entitas

rbah.

- sejak tahun
oyp.

- dari
berti yang
san kaku

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 2 8/16/2021 8:39:39 PM



sumber : google

Nawala kontemporer ini muncul usai Perang Dunia ke-2, sekitar tahun 1945. Kala itu, publisitas beramai-ramai mengerjakan laporan tahunan perusahaan atau penulisan laporan periodik lainnya.

Sejalan dengan hal itu, banyak perusahaan mulai menjalin kerja sama dengan para desainer grafis untuk mengembangkan serta mengelola program identitas bisnis mereka. Nawala pun menjadi salah satu bagian dari kebutuhan untuk memperkenalkan sebuah merek (*brand awareness*). Semakin luas wilayah distribusi nawala, maka semakin luas pula cakupan target pemasaran dari perusahaan tersebut.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 3 8/16/2021 8:39:39 PM

TAHUN 1970-AN

tampilan nawala mulai berubah.

Bila awalnya nawala berbentuk koran, maka sejak tahun 1970-an, tampilan nawala mulai terasa nge-pop. Tidak ada batasan dalam hal menentukan ukuran huruf maupun bentuk kemasan serta pilihan jenis kertas dan lainnya. Bahkan beberapa tampilan nawala sudah ada yang seperti majalah. Para desainer grafis memiliki kebebasan dalam berekspresi untuk mendukung pelbagai informasi yang dimuat dalam nawala.

Penulis dan desainer grafis berbagi porsi yang sama untuk menghasilkan nawala yang tidak hanya penting untuk diketahui informasinya, melainkan juga untuk menghasilkan nawala yang enak dibaca. Sederhana tapi memiliki bobot. Ini memang menjadi tantangan utama bagi eksistensi nawala saat ini.

Perkembangan dunia digital yang makin tak terbendung tidaklah menghancurkan keberadaan nawala. Artinya, kebanyakan perusahaan maupun institusi juga masih membutuhkan keberadaan nawala untuk memperkenalkan merek, maupun untuk mengedukasi pembacanya. Hanya saja kemasannya yang berbeda mengingat biaya cetak juga termasuk cukup tinggi. Karena itu, nawala saat ini kebanyakan mulai terbit dalam versi digital.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 4 8/16/2021 8:39:39 PM

Persoalan kemasan tidak menjadi hambatan bagi penerbit nawala. Ini tidak berarti nawala boleh dikerjakan dengan serampangan. Para desainer grafis tetap harus bersinergi dengan penulis hingga proses dan produksinya berakhir. Bagaimana pun, nawala perlu menarik perhatian mata pembaca setianya, hingga terus membaca keseluruhan bagian di dalam.

Dalam sajian buku ini, kami berupaya untuk menjelaskan perihal pembuatan nawala sederhana yang melibatkan proses penulisan serta proses pembuatan desain nawala. Artinya, proses pembuatan nawala dapat dikerjakan oleh minimal dua orang yang terbagi menjadi penulis dan desainer grafis. Tentu saja kita tidak dapat mengabaikan keberadaan anggota tim yang lain, karena cepat atau lambat, pasti diperlukan bantuan dari pihak lain, seperti editor maupun fotografer.

Untuk membuat nawala sesungguhnya bukanlah hal yang sulit. Karena itu, pada bagian selanjutnya, kami ingin mengejawantahkan apa saja yang menjadi bagian dari nawala dan hal-hal apa yang dikondisikan perlu untuk dipersiapkan.

Nawala kontemporer ini muncu
ke , sekitar tahun. Kala itu, p
ramai mengerjakan laporan tah
penulisan laporan periodik lai

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 5 8/16/2021 8:39:39 PM

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 6 8/16/2021 8:39:39 PM

Langkah Pertama

Dalam tiap proyek, entah itu proyek besar atau kecil, selalu diperlukan langkah pertama untuk memulainya. Demikian pula halnya dengan proses dan produksi nawala.

Langkah pertama dalam proses pembuatan nawala adalah mempersiapkan konsep serta hal-hal lain yang terkait dengan keberadaan nawala secara berkesinambungan. Hal yang perlu diingat adalah nawala yang akan dipublikasikan nantinya akan menunjang kegiatan yang bersifat profit atau non profit.

Beberapa hal lain yang perlu dipertimbangkan adalah format penerbitan, tujuan penerbitan, serta jenis nawala yang akan diproduksi serta dipublikasikan.

Nawala kontemporer ir
ke , sekitar tahun. Ke

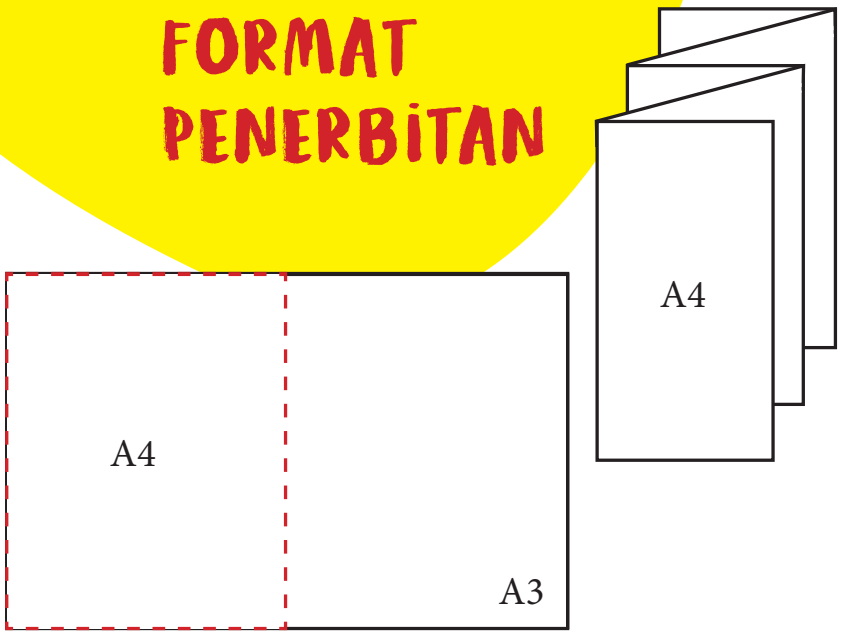
desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 7 8/16/2021 8:39:39 PM

Sebagian instansi atau lembaga mungkin lebih luwes dalam mempublikasikan sebuah nawala. Namun, beberapa di antaranya terikat dengan romantisme masa lalu. Maka format terbitan nawala akan mengikuti format kebiasaan yakni berukuran A4 tertutup (21 x 29,7 sentimeter) atau A3 terbuka (42 x 29,7 sentimeter).

Selebihnya, dalam situasi yang serba terbuka, maka format nawala pun tidak terbatas pada ukuran pada umumnya. Beberapa nawala malah ada yang berukuran lebih besar, yakni ukuran A3 tertutup. Ada juga juga yang berukuran A4 tertutup namun terdiri dari tiga lipatan (6,3 x 29,7 sentimeter).

Selain itu, ada juga yang berformat A5 tertutup (14,8 x 21 sentimeter). Bahkan ada yang membuat nawala dalam format yang lebih kecil. Tentu saja pasar dari publik lembaga ini adalah anak-anak muda.

FORMAT PENERBITAN



desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 8 8/16/2021 8:39:40 PM

TUJUAN PENERBITAN

Menurut Smith (dalam Sopian, h. 132) beberapa tujuan penerbitan nawala meliputi beberapa hal berikut ini:

- Untuk menjaga hubungan antara instansi atau lembaga dengan publik, baik itu publik internal maupun publik eksternal

- Untuk memperkuat sikap dan tindakan yang memiliki manfaat bagi instansi atau lembaga

- Untuk menciptakan serta mempertahankan dialog antara instansi dengan publik eksternal maupun publik internal

- Untuk meningkatkan atau mempertahankan tingkat kesadaran publik tentang isu-isu penting bagi instansi atau lembaga

- Untuk meningkatkan serta mempertahankan sikap positif dari publik tentang masalah tertentu

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 9 8/16/2021 8:39:40 PM

Sedangkan menurut Newsom dan Haynes (dalam Sopian, hal. 132-133) penerbitan nawala bertujuan untuk berkomunikasi secara teratur dengan anggota dan publik secara khusus, berbagi informasi serta sebagai pengingat organisasi yang terbit secara periodik dan mengundang partisipasi anggota dalam kegiatan organisasi.

Secara umum, maka tujuan dari penerbitan nawala adalah untuk mengkomunikasikan kegiatan atau segala hal yang terkait dengan instansi atau lembaga kepada publik internal dan eksternal, serta untuk mengikat publik dalam informasi maupun kegiatan instansi atau lembaga tersebut.

JENIS NAWALA

Beberapa jenis nawala yang dipublikasikan selama ini terkait dengan beberapa hal, seperti yang ditawarkan oleh Sopian (hal. 133-134).

Nawala anggota

Ditujukan pada publik yang menjadi anggota dari instansi atau lembaga yang mempublikasikan nawala. Di sini tujuan penerbitan nawala dipergunakan untuk memberikan informasi serta mengikat publiknya pada kegiatan lembaga atau instansi.

i muncul usai Perang Du
. Kala itu, publisitas l nai
ran tahunan perusa n at

Congenital Heart Surgeons' Society Data Center
Our Research Saves Lives ™

Volume 2, Issue 1, March 2016

CHSS MEMBERSHIP NEWSLETTER

CHSS SPRING WORK WEEKEND: MARCH 18-20

The CHSS Spring Work Weekend is fast approaching! If you haven't already done so, be sure to book your accommodations at the Chelsea Hotel. If you would like to be acquainted with the details of the weekend's presentations & sessions, please visit the CHSS website and follow the "Work Weekend" link to review the agenda.

For those of you who are unable to attend this meeting in person, webinar and conference details will be posted to the website shortly so that you may participate at your convenience. We look forward to another productive weekend and hope you can attend. If you have any further questions, please do not hesitate to contact us at **1-866-477-2477** or **chss.dc@sickkids.ca**

COHORT UPDATE: AVSD ENROLLMENT

Since the push for enrollment request in December 2015 went out, our enrollment has increased substantially, from 205 to 259 patients. We hope to keep this rate of enrollment up as the year goes on.

If your institution is not actively participating in this cohort, we encourage you to participate. If you have any questions please do not hesitate to contact us.

Enrollment criteria are outlined below.

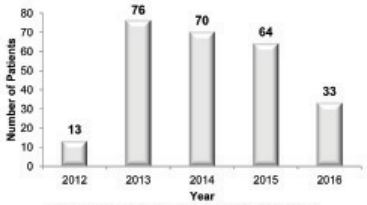


Figure 1 Yearly enrollment in AVSD from 2012 to February 2016

Inclusion Criteria	Exclusion Criteria
• Diagnosis complete AVSD	• Partial or Transitional AVSD (separate AV valve orifices or non-existent ventricular septal defect)
• Admitted to a CHSS institution for surgery after January 1, 2012	• Total or Partial Anomalous Pulmonary Venous Drainage (TAPVC or PAPVC)
• Age ≤ 365 days at admission for surgery	• Aortic Atresia
• Atrioventricular and Ventriculoarterial concordance (includes Tetralogy of Fallot or Double Outlet Right Ventricle)	• Heterotaxy
	• First Intervention at a non-CHSS institution

Congenital Heart Surgeons' Society Data Center | 555 University Ave · Toronto, ON · M5G 1X8 · Canada
Phone: 1-866-477-2477 | Fax: 416-813-8776 | chss.dc@sickkids.ca | www.chssdc.org

sumber : http://www.chssdc.org/newsletters

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 11 8/16/2021 8:39:40 PM

- **Nawala eksternal**

Pembacanya adalah mereka yang bukan anggota instansi atau lembaga. Bisa jadi mereka adalah pelanggan, distributor atau konsumen, dan sebagainya. Sebagian besar dari pembaca nawala ini adalah pembaca lepas yang tidak memiliki ikatan apa pun dengan instansi atau lembaga yang mempublikasikan nawala.

JAPFA FOUNDATION

JF NEWSLETTER VOL. 004
November 2016 - Januari 2017

NEWS LETTER

HELLO, #JF friends !

KABAR EDITOR

Yang terhormat, para rekan sejawat JAPFA Group dan Mitra JAPFA Foundation.

Pada News Letter edisi ketiga ini, kami akan mengulas beberapa cuplikan kegiatan kerja kami di periode November 2016 hingga Januari 2017, antara lain :

- INZI Creative Project "Pembangunan Gizi Remaja Putri Indonesia Menuju Keluarga Sehat Melalui Gizi Seimbang".
- Konferensi Indonesia Bergizi "Perbaikan Gizi Remaja Putri Melalui Sinergi Kemitraan".
- Kerjasama JAPFA Foundation dan Fakultas Kedokteran Hewan Universitas Syiah Kuala Banda Aceh
- Annual Board of Foundation Meeting.
- Dukungan Kemenkes dalam membentuk forum Indonesia Bergizi.

Salam Hangat
Andi Prasetyo

japfa foundation japfafoundation japfafoundation

BERITA TERKINI

Ground Breaking RPTRA Kemuning JAPFA Foundation

"Sebagai bentuk dukungan kepada program Pemprov DKI Jakarta, kami dari JAPFA Foundation terpanggil untuk secara langsung turut berkontribusi menciptakan wilayah yang ramah terhadap anak dan keluarga. Untuk hal ini, kami merasa wilayah Pejaten Timur, berdasarkan luas wilayah dan kepadatan penduduknya, sangat strategis sebagai tempat dibangunnya RPTRA KEMUNING."

JAPFA Bantu Korban Bencana Gempa di Kab. Pidie Jaya Aceh

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JAPFA) melalui anak usahanya PT Indojaya Agrinusa bekerjasama dengan JAPFA Foundation turut mengambil bagian dalam tanggap darurat Bencana Alam Gempa Bumi di Pidie Jaya Aceh. JAPFA Group bersama JAPFA Foundation memberikan bantuan logistik kepada korban gempa di Kabupaten Pidie Jaya pada jumat (9/12).

sumber : http://japfafoundation.org/newsletter-vol-004/

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 12 8/16/2021 8:39:40 PM

- **Nawala mengenai perhatian atau minat khusus**

Isi atau konten nawala berhubungan dengan profesi atau hobi tertentu. Sasaran pembacanya adalah mereka yang terlibat dalam profesi atau menyukai hobi tertentu.

- **Nawala berlangganan**

Sesuai dengan jenisnya, nawala ini bisa diperoleh dengan cara berlangganan atau membayar sejumlah uang tertentu untuk memperoleh nawala tersebut.

- **Nawala konsumen atau pelanggan**

Informasi yang disampaikan disesuaikan dengan kebutuhan pembacanya. Misalnya nawala yang menawarkan produk yang dijual oleh instansi atau lembaga.

- **Nawala advokasi**

Instansi atau lembaga yang menerbitkannya fokus pada isu politik, isu lingkungan, isu kesehatan, atau hal-hal lain yang dianggap penting bagi kepentingan publik.

Nawala kontemporer ini muncul usai
ke , sekitar tahun . Kala itu, pul
ramai mengerjakan laporan tahunan

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 13 8/16/2021 8:39:40 PM

SAPA NEWSLETTER

STRATEGIC ALLIANCE FOR POVERTY ALLEVIATION
(ALIANSI STRATEGIS UNTUK PENANGGULANGAN KEMISKINAN)

PROMOTING INNOVATION, COORDINATION AND PARTICIPATION IN POVERTY ALLEVIATION PROGRAMS

EDISI 1, DESEMBER 2011 | VOLUME 1, DECEMBER 2011

KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG KESEJAHTERAAN RAKYAT

FORDFOUNDATION

Adviser
Sujana Royat (Kemenko Kesra), Bambang Widianto (Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan, TNP2K), Alexander Irwan (Ford Foundation)

Chief Editor
Katiman Kartowinomo (Kemenko Kesra)

Editor
Yaury Tetanel (Komite Kemitraan Indonesia untuk Penanggulangan Kemiskinan – KKIPK), Katiman Kartowinomo (Kemenko Kesra), Luh Nyoman Dewi Triandayani (KKIPK), Fakhrulsyah Mega (KKIPK)

Contributors
Aceh: Azharuddin
North Sumatera: Komnita Sari Purba
West Java: Surahmat, Eva Fatimah, Umar Alam, Yudi Kurnia, Doden Sukendar, Deden
Central Java: Zakaria, Gunung Wiryanto
Yogyakarta: Triwahyuni Suci Wulandari
South Sulawesi: Mulyadi
East Nusa Tenggara: Paul
Bali: Luh Debora Murthy
West Nusa Tenggara: Siti Saniyah

Layout
KOMSINI

Publisher
SAPA Secretariat
Address: Jl. Kesehatan IX No. 8, Jakarta, Telephone and fax 62 21 3865213
Website: www.sapa.dev.id
Email: sapa-indonesia@googlegroups.com

Bersama dengan Badan Pertanahan nasional (BPN), petani miskin di Dusun Kalenbambang, Kabupaten Blitar, Jawa Timur berpartisipasi dalam pengukuran tanah untuk land reform.

Together with the National land Agency BPN, poor farmers in Kalenbambang Village in Blitar District, East Java, participated in the land mapping for land reform.

Dari Redaksi

Tanah: Asset dan Akses Menuju Sejahtera

Kemiskinan memang bisa didefinisikan secara luas, baik fisik maupun non fisik, baik praktis, pragmatis maupun filosofis. Tapi sebenarnya benang merah yang bisa ditarik dari kemiskinan adalah ketiadaan asset dan akses.

Asset bisa diartikan sebagai hakpenguasaanterhadapsumber daya yang tangible seperti tanah, dan akses dapat diartikan sebagai hakmasyarakat miskin untuk ikut menentukan alokasi sumber daya yang non-tangible seperti bibit dan ternak, dan keuangan dan pasar yang memangkinkan mereka mengelola asset mereka untuk mencukupi kebutuhan hidup.

Dalam edisi perdana ini sengaja sidang redaksi memilih tema terkait dengan pertanahan karena tanah mempunyai fungsi yang sangat strategis sekaligus vital untuk menanggulangi kemiskinan. Selain itu dari beberapa kasus sengketa tanah, yang merupakan fenomena gunung es, tersimpan permasalahan mendasar yang menjadi bom waktu yang sewaktu menunggu pemicu untuk meledakkan berbagai

1

sumber : https://www.slideshare.net/satudunia/sapa-edisi-1-desember-2011

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 14 8/16/2021 8:39:40 PM

Dalam buku Newsletter Design: A Step by Step Guide to Creative Publications (1995), Hamilton memberikan 15 langkah untuk menjalankan publikasi nawala. Namun dalam buku ini. hanya ada 10 langkah yang dianggap sesuai dengan situasi dan praktik yang memungkinkan.

1 Mempersiapkan isi nawala

Kita perlu membuat daftar artikel yang akan dipublikasikan dalam nawala. Sedapat mungkin kita bisa memiliki daftar yang cukup panjang sehingga usia nawala pun tidak akan cepat usai. Acapkali ketiadaan isi naskah dapat membuat usia nawala menjadi sangat pendek.

Artikel yang dipersiapkan pun sepatutnya sesuai dengan visi misi dari instansi atau lembaga. Selain itu, artikel yang dipersiapan pun sesuai dengan publik yang menjadi sasaran dari instansi atau lembaga yang mempublikasikan nawala ini. Tak dapat dihindari lagi, publik tentu saja menjadi sasaran bagi penerbitan nawala.

11 SEPULUH LANGKAH PENERBITAN NAWALA

2 Membuat panduan waktu pengerjaan

Deadline.

Tenggat waktu merupakan hal yang sangat penting dalam proses pembuatan nawala. Ketiadaan tenggat waktu hanya akan memperlambat laju proses dan produksi nawala. Yang menjadi keprihatinan, acapkali hal ini berujung pada

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 15 8/16/2021 8:39:40 PM

tidak terproduksinya nawala. Karenanya, tenggat waktu dalam hal penulisan naskah hingga proses desain nawala harus diperhitungkan dengn cermat.

3 Mengumpulkan informasi dan melakukan riset

Hal ini akan kita bahas pada bagian berikutnya. Bagaimana cara mengumpulkan informasi, serta bagaimana melakukan riset untuk membuat isi atau konten naskah.

4 Menetapkan foto atau gambar ilustrasi

Menetapkan foto maupun gambar yang dibutuhkan untuk membuat tampilan nawala menjadi lebih menarik. Foto dapat memakai hasil karya foto sendiri ataupun membuat gambar maupun ilustrasi sendiri. Namun pada umumnya dana yang dikeluarkan cukup tinggi apalagi jika menggunakan jasa fotografer maupun illustrator free lance. Karena itu, foto ataupun ilustrasi gambar diambil dari internet. Tentu saja ada beberapa foto maupun ilustrasi gambar yang memerlukan izin penggunaan. Hal-hal seperti ini tidak dapat diabaikan.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 16 8/16/2021 8:39:40 PM

5 Membuat sketsa global

Dalam hal ini, desainer grafis sangat memberikan pengaruh yang besar dalam proses pengerjaan nawala. Ia akan membuat sketsa global atau acap disebut sketsa kasar dari nawala yang akan diproduksi sehingga hasil jadi nawala setidaknya bisa terlihat dari sketsa ini. Pada langkah ini, desainer grafis akan menempatkan nama nawala, penempatan nama-nama redaksi atau pengelola nawala, dan beberapa hal lain yang nantinya akan statis.

Bagian berikut akan membicarakan perihal desain secara umum hingga desain untuk produksi nawala.

6 Membuat layout umum

Desainer grafis mulai mengerjakan lay out secara umum. Ia mulai membuat area untuk penempatan teks, foto maupun gambar lain yang diperlukan dalam produksi nawala.

7 Membuat tulisan untuk isi nawala. menulis dan menyunting naskah

Naskah untuk artikel nawala mulai ditulis oleh pa pengelola. Dalam produksi nawala yang dikerjakan oleh beberapa orang, proses penulisan naskah ini bisa dilakukan berbarengan dengan proses pembuatan desain dan lay out secara garis besar.

Nawala kontemporer ini muncul usai Peran ke , sekitar tahun . Kala itu, publisita ramai mengerjakan laporan tahunan perusa

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 17 8/16/2021 8:39:40 PM

Naskah yang telah ditulis tidak serta merta dapat diterbitkan. Dibutuhkan kecakapan dalam memahami setiap isi pesan atau tulisan sehingga informasi yang disampaikan tidak akan mengandung lebih dari satu pengertian sehingga dapat membingungkan pembaca.

Karena itu, perlu ada penyunting (editor) yang bertugas untuk memeriksa kembali tulisan yang telah diserahkan padanya. Ketrampilan menyunting sangat penting pada tahap ini.

8 Memilih headline dan menulis caption untuk foto

9 Menyelesaikan desain lay out nawala

10 Percetakan

Ini merupakan tahap terakhir dalam produksi nawala. Setelah proses percetakan nawala selesai, maka berakhir pula perjalanannya.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 18 8/16/2021 8:39:40 PM

Materi dalam Penulisan Nawala

Sebagaimana halnya media massa - meski cakupan khalayaknya tidak seluas media massa - materi dalam nawala juga tidak berbeda jauh. Beberapa materi yang bisa kita tampilkan dalam nawala adalah penulisan profil, penulisan peristiwa, ulasan produk, atau hal-hal lain yang terkait dengan kebutuhan lembaga atau instansi.

Kita mulai dari penulisan sebuah peristiwa.

Kita bisa saja menyebutnya sebagai berita yang bersifat *hard news*.

Perlu diketahui, sebuah peristiwa dapat digolongkan menjadi *hard news* bila publikasi nawala tidak jauh dari peristiwa tersebut berlangsung. Ini disebut dengan memiliki nilai berita *time-lines*.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 19 8/16/2021 8:39:40 PM

BILA PERISTIWA SUDAH TERLALU JAUH BERLANGSUNG, HAL ITU DAPAT MEMBUAT PEMBACA ENGGAN MELANJUTKAN BACAAN KARENA PENGELOLA NAWALA DIANGGAP TIDAK PROFESIONAL DALAM MENGERJAKAN TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB.

Peristiwa yang dapat dipublikasikan dalam nawala adalah :

1. Kegiatan instansi yang perlu diketahui oleh publik. Yang dimaksud dalam publik di sini adalah publik internal yang meliputi seluruh karyawan hingga pemilik modal. Selain itu, ada juga publik eksternal yang bisa terdiri dari orang-orang di luar instansi, namun memiliki kebutuhan yang terkait dengan instansi. Misalnya saja konsumen dari satu produk tertentu.

2. Penghargaan yang diterima oleh karyawan atau pimpinan, atau oleh instansi tersebut. Penghargaan yang dimaksud terkait dengan kinerja yang memberikan dampak pada eksistensi dari insti-tusi itu.

3. Kerja sama yang dilakukan oleh instansi dengan instansi lain, yang dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan instansi.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 20 8/16/2021 8:39:40 PM

Tipe tulisan lain yang dapat dipublikasikan melalui nawala adalah *soft news*. Beberapa tulisan *soft news* adalah tulisan tentang sebuah peristiwa yang membutuhkan kedalaman data, tulisan tentang sejarah instansi, atau ulasan sebuah produk.

Peristiwa yang membutuhkan kedalaman data tidak hanya mengulas tentang peristiwa yang terjadi. Ulasan itu dikaitkan dengan fenomena lain yang sedang terjadi. Contoh saja tentang peluncuran sebuah produk kesehatan yang dikaitkan dengan fakta lain yakni kematian yang disebabkan penyakit jantung. Dimulai dengan data dan fakta terkait dengan jumlah kematian yang disebabkan penyakit jantung, tulisan tersebut diarahkan pada pencegahan penyakit jantung. Dan, produk kesehatan yang dituliskan adalah alat untuk mencegah penyakit jantung. Bisa ditambahkan pula dengan wawancara dengan ahli kesehatan untuk menambahkan informasi serta pengetahuan di dalamnya.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 21 8/16/2021 8:39:40 PM

usai Perang Dunia
u. publisitas beramai
nan perusahaan atau

Menulis tentang sejarah perusahaan atau instansi yang dimuat pada nawala tentu bukan seperti menuliskan buku sejarah. Kita hanya menulis bagian-bagian dalam instansi yang dianggap cukup menarik. Kita menulis bagaimana sebuah divisi lahir dan berkembang. Kita menulis tentang apa saja yang dihasilkan oleh satu divisi dalam instansi. Atau, kita bisa menyampaikan perihal sejarah sebuah produk yang kemudian menjadi tren dalam masyarakat.

Bentuk *soft news* lainnya adalah profil.

1. Profil pimpinan
2. Profil karyawan teladan
3. Profil produk yang baru saja dikenalkan pada publik
4. Profil kantor, pabrik atau lokasi instansi yang perlu diketahui oleh publik

MASIH ADA HAL LAIN YANG DAPAT DIPUBLIKASIKAN MELALUI NAWALA.

APA YANG DIRASA PERLU OLEH INSTANSI UNTUK DISAMPAIKAN MELALUI NAWALA, TIDAK MENUTUP KEMUNGKINAN UNTUK DIPUBLIKASIKAN.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 22 8/16/2021 8:39:40 PM

PERISTIWA MENJADI BERITA

Sebuah peristiwa menjadi berita memiliki persyaratan.

Nilai Berita

Salah satu yang paling menonjol adalah *timelines* atau tingkat kebaruan. Semakin baru peristiwa itu terjadi, maka semakin layak untuk memperoleh porsi pemberitaan. Misalnya saja peresmian pabrik baru dari instansi X.

Timelines di sini juga berkaitan erat dengan periodisasi terbit nawala. Bila nawala tersebut terbit satu bulan sekali, maka peristiwa yang layak untuk dipublikasikan adalah peristiwa yang ada pada bulan tersebut, atau setidaknya dekat dengan periodisasi terbit itu.

Ada nilai berita human interest.

Publik menyukai hal-hal yang bersifat *human interest.*

Misalnya saja peristiwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh instansi dengan masyarakat sekitar atau masyarakat sasaran. Sebagai contoh pembagian alat tulis gratis yang dilakukan oleh sebuah instansi untuk mendukung program mencerdaskan kehidupan masyarakat. Atau pengobatan gratis maupun kegiatan donor darah yang dilakukan oleh instansi itu.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 23 8/16/2021 8:39:40 PM

Prominence (keterkenalan). Nilai berita ini dihubungkan dengan nama-nama besar atau nama penting, seperti halnya artis maupun pejabat pemerintahan. Kehadiran orang-orang ini dalam sebuah kegiatan institusi memberikan nilai berita yang baik bagi publisitas institusi bila dipublikasikan melalui nawala. Misalnya saja Artis X menghadiri acara bakti sosial yang dilakukan oleh institusi untuk masyarakat sekitar pabrik yang kurang mampu.

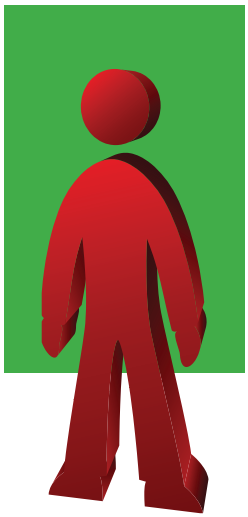
MENULISKAN ORANG

Ini salah satu yang menyenangkan dari proses menulis.

Menuliskan tentang pribadi seseorang adalah hal yang sangat menarik, sejak dari proses penghimpunan data hingga menuliskan profil tersebut.

Menarik karena setiap pribadi memiliki karakteristik yang tidak sama.

Menarik karena setiap individu memiliki pengalaman yang berbeda-beda.



desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 24 8/16/2021 8:39:40 PM

Menarik karena tiap manusia memiliki segudang pelajaran hidup yang sangat bernilai.

Dari semua itu, pembaca dapat memperoleh pelajaran berharga saat membaca tentang orang tersebut.

Dalam konteks penulisan nawala sebuah instansi, maka orang-orang yang dapat dijadikan subjek tulisan adalah pendiri (*founder*) dari institusi, pimpinan, karyawan teladan atau mereka yang mendapat penghargaan atau pengakuan dari institusi lain bahkan dari pemerintah.

Kisah-kisah mereka dapat memberikan teladan yang menarik bagi pembaca; bisa menjadi inspirasi.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 25 8/16/2021 8:39:40 PM

PERHATIKAN 5W 1H

Unsur berita yang perlu diingat adalah 5W 1H (*Who, What, Where, When, Why* dan *How*).

Dengan menjawab unsur-unsur di atas, membuat kita menghimpun data yang cukup untuk dijadikan sebuah tulisan.

Untuk mempermudah, maka kita dapat membuatnya menjadi rincian data:

WHO : (SIAPA SAJA YANG TERLIBAT, JANGAN LUPA NAMA LENGKAP, GELAR SERTA JABATAN YANG DISANDANG)

WHAT : (PERISTIWA APA YANG INGIN DISAMPAIKAN PADA PEMBACA)

WHEN : (KAPAN PERISTIWA TERSEBUT TERJADI)

WHERE : (DIMANA PERISTIWA ITU TERJADI)

WHY : (MENGAPA PERISTIWA ITU TERJADI)

HOW : (BAGAIMANA KRONOLOGISNYA, ATAU BAGAIMANA PROSESNYA)

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 26 8/16/2021 8:39:40 PM

Membuat rincian data seperti itu, akan mempermudah kita mengumpulkan data yang dipergunakan sebagai bahan tulisan.

TETAP ADA WAWANCARA

Ada kalanya kita berpikir bahwa dengan melihat dan mendengar saja, maka kita bisa menuliskan sebuah peristiwa. Tidak salah. Tapi juga kurang tepat.

Mengapa?

Karena apa yang kita lihat dan kita dengar adalah hal yang bersifat subjektif. Dengan demikian, kita hanya memiliki pandangan berdasarkan apa yang kita pikirkan dan kita rasakan. Situasi itu membuat sebuah tulisan menjadi tidak berimbang karena hanya berdasarkan satu sisi saja.

Wawancara perlu dilakukan untuk menjaga keseimbangan tulisan.

Untuk menjaga netralitas tulisan.

Mereka yang bisa diwawancara atau menjadi narasumber adalah mereka yang memiliki kapabilitas maupun kredibilitas untuk memberikan jawaban.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 27 8/16/2021 8:39:40 PM

MENULIS BERITA UNTUK NAWALA

Struktur penulisan dibagi menjadi tiga, yakni pendahuluan, isi dan penutup.

Dalam penulisan berita, pendahuluan juga disebut dengan *lead* atau teras berita.

Umumnya, *lead* berisi *who, what, when* dan *where*.

Namun, saat ini, tulisan berita tidaklah bersifat konvensional sebagaimana kebanyakan ditulis pada masa yang lalu. Saat ini, bentuk *lead* lebih bebas.

Lead bisa berbentuk sebuah kisah, apalagi jika informasi yang disampaikan memiliki nilai berita *human interest*. Misalnya, peristiwa pembagian alat tulis untuk korban tsunami yang dilakukan oleh sebuah instansi. Bisa dimulai dengan lead yang mengisahkan bagaimana mata anak-anak korban tsunami itu berbinar ketika menerima bantuan alat-alat tulis itu.

Lead bisa dimulai dari nama seseorang jika ada orang terkenal yang hadir dalam sebuah kegiatan.

Lead membawa pembaca untuk masuk pada inti tulisan atau yang disebut dengan isi berita.

Isi berita merupakan penjelasan lebih detail perihal peristiwa, meliputi *why* dan *how*.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 28 8/16/2021 8:39:40 PM

Menulis profil tidak sama dengan menulis biodata.

Biodata sepatutnya disebar dalam tubuh berita. Bisa jadi sebagai pengganti nama.

Misalnya, "Saya tidak bisa diam saat ada hal yang tidak benar," tutur laki-laki penyuka musik klasik itu. Biodata 'penyuka musik klasik' merupakan pengganti nama.

Menulis profil lebih ditekankan pada apa yang unik atau menarik dalam diri seseorang.

MENULIS PROFIL

Perhatikan penggunaan kata sifat yang cenderung subjektif dirasakan oleh penulis.

Contoh: "Saya tidak bisa diam saat ada hal yang tidak benar," ujar laki-laki tampan dan baik hati itu.

Frasa 'tampan dan baik hati' merupakan kata sifat yang cenderung subjektif sehingga penulis tak bisa melekatkan frasa itu begitu saja.

Menulis profil bukan menjunjung tinggi seseorang tanpa melihat kekurangannya. Bukan sekadar prestasi yang ditampilkan, tapi bagaimana proses itu dilalui oleh tokoh tersebut. Dengan demikian, sebuah tulisan profil menampilkan inspirasi yang dapat dibagikan pada pembaca.

Apa yang menjadi *WHO* dari tokoh tersebut bukan sekadar siapa namanya atau apa pekerjaannya. Yang menarik untuk ditulis dari sosok profil adalah apa yang menjadi alasan ia melakukan sesuatu yang dapat menginspirasi orang lain. Latar belakang seseorang dapat menjadi alasan mengapa ia melakukan sesuatu yang memberikan harapan bagi orang lain.

Saya pernah mengenal seorang perempuan yang membangun rumah singgah bagi anak-anak penderita kanker yang sedang menjalani pengobatan. Ia bukan orang yang kaya raya. Ia adalah seorang *single mother* dengan tiga anak. Dua anak pertamanya sempat mengalami gangguan semacam autisme. Ia sangat peduli pada kondisi anak-anak. Sosok perempuan seperti ini sangat menarik untuk dituliskan.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 30 8/16/2021 8:39:40 PM

WHAT adalah hal-hal yang ia lakukan. Bukan hanya dilakukan untuk dirinya sendiri, me-lainkan ia melakukan hal-hal yang luar biasa bagi orang lain. Misalnya saja, ada sosok yang membangun sebuah perusahaan dengan modal yang relatif minim. Namun, ia mampu mengembangkan perusahaan itu sehingga ia bisa mengayomi banyak karyawan.

WHY merupakan faktor yang sangat penting dalam menuliskan profil. Mengapa ia melaku-kan hal tersebut meskipun ada rintangan? Mengapa ia bertahan dalam bisnis tersebut? Mengapa ia tidak menyerah saat keadaan bertambah rumit? Banyak 'mengapa' lain yang dapat kita cari dari sosok yang bisa kita tulis.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 31 8/16/2021 8:39:40 PM

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 32 8/16/2021 8:39:40 PM

Desain itu penting!. Desain yang baik adalah desain yang bisa diterima tepat sasaran dan mampu menjadi sebuah solusi. Baik itu mengenai isi (naskah) dan juga dari sisi desainnya.

Apakah desain tersebut mampu menarik seseorang untuk membaca, ataukah desain itu akan selalu diingat karena spesial.

Desain itu penting!.

Selain itu juga, desain harus memiliki sebuah ciri khas sendiri serta kualitas yang bagus untuk dapat menarik perhatian seorang penikmatnya sehingga akan bertahan lama. Ide-ide yang didapatkan melalui banyak proses pemikiran akan dituangkan menjadi suatu ide yang berbeda dengan tujuan berharap bahwa ide atau makna tersebut dapat tersampaikan pesannya.

Pada awalnya hingga sebelum tahun 1960-an, nawala dikemas berbeda dengan koran secara ukurannya. Pada saat itu kebanyakan nawala berukuran kertas surat. Petit & Heller (1996, h.7) menjelaskan, "*Newsletters required squeezing the most information into the smallest space.*"

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 33 8/16/2021 8:39:40 PM

Pada saat itu para pembuat nawala fokus pada bagaimana cara memadatkan banyak informasi penting dalam ruang cetak yang terkecil supaya dapat disajikan sebagai kesatuan utuh dalam nawala. Fungsi nawala sebagai penyampai pesan berhasil, namun tidak dari sisi kreativitas. Meski telah menggandeng para desainer grafis, mereka belum mendapat kesempatan berkreasi dalam desain nawala. Pada masa itu, perusahaan maupun organisasi yang mencetak nawala lebih memprioritaskan isi daripada tampilan visualnya.

Perubahan mulai terjadi pada tahun 1970-an seiring dengan perkembangan bentuk maupun ukuran nawala. Middleditch & Hand (2013, h.6-7) mencatat tren *pop culture* mulai berkembang di dunia barat pada tahun 1960-an. Sedangkan pada tahun 1970-an teknologi percetakan mengalami perkembangan besar baik dari sisi pewarnaan maupun perkembangan ragam jenis dan ukuran kertas.

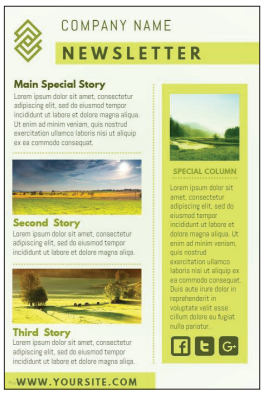
Kedua hal inilah yang membuat produsen maupun konsumen publikasi mulai memperhitungkan unsur seni, begitu pula halnya dengan nawala. Khususnya produsen nawala menyadari perlunya menambahkan unsur atraktif untuk melengkapi sifat nawala yang telah informatif sebelumnya. Karenanya mereka membutuhkan seseorang dengan keahlian dan cita rasa seni untuk mewujudkannya.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 34 8/16/2021 8:39:40 PM

Petit & Heller (1996, h.8) menganalogikan,

"Without a graphic desainer's eye (and intuition), a newsletter can be as visually uninteresting, and certainly as uninspired, as that empty room."

Sejak saat itu, produsen nawala kemudian berlomba-lomba memanfaatkan kemampuan para desainer grafis secara profesional. Para desainer kemudian mendapatkan tempat yang berimbang dengan para penulis isi nawala.



sumber : pinterest

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 35 8/16/2021 8:39:41 PM

Desain apapun memiliki beberapa langkah agar dapat terwujud dengan indah dan juga menjawab sesuai yang dibutuhkan. Pembuatan desain secara singkat bisa dilakukan dengan melalui beberapa tahap. Tahapan tersebut dimulai dari membuat sebuah konsep yang dilanjutkan dengan adanya mencari refensi, membuat sketsa kasar yang akan diakhiri dengan adanya final desain yang akan dipakai.

Nawala yang dikelola secara profesional dengan memanfaatkan keahlian desainer grafis, berdasarkan formatnya (Petit & Heller, 1996, h.9) memiliki genre sebagai berikut:

1. Classical

Nawala klasik ini secara tipografis seringkali memiliki kombinasi yang konsisten dari dua atau lebih tipografi tradisional namun memberikan kesan elegan. Inilah yang pembeda secara visual ciri khas nawala jenis ini. Kemudian perbedaan skema warna maupun ilustrasi mematahkan konsistensi format pada umumnya.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 36 8/16/2021 8:39:41 PM

2. Post-Modern

Ditandai dengan seringnya muncul perpaduan tulisan/huruf dengan gambar. Selain itu, ciri lainnya yaitu perpaduan warna dan skema desain dekoratif. Kedua perpaduan inilah yang meningkatkan dampak visual sebuah nawala. Berbeda dengan nawala jenis klasik, desain pada Post-Modern sangat dinamis karena bisa didesain ulang maupun berubah desain sewaktu-waktu.

3. New Wave

Tipografis yang digunakan desainer sangat bebas dan sifat tampilannya menyenangkan. Biasanya mengikuti tren yang sedang berkembang seperti jenis tekstur teks, juga banyak menggunakan trik dan tipuan cetak untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Sifatnya yang dinamis memungkinkan nawala berganti-ganti tampilan atau format visual sesuai isu/topik, bahkan hingga ukuran maupun bentuknya.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 37 8/16/2021 8:39:41 PM

USAI MENDAPAT 'TEMPAT', TAK LANTAS MEMBUAT TUNTUTAN KERJA DESAINER GRAFIS SEMAKIN MUDAH. TUGAS MEREKA TIDAK SESEDERHANA MENEMPATKAN BERAGAM INFORMASI DI TIAP HALAMAN NAWALA. MEREKA HARUS JELI MELIHAT GAYA ISI TULISAN, CARA TERBAIK UNTUK MENYATUKANNYA, MENENTUKAN STRUKTUR TIAP HALAMAN SUPAYA MUDAH DIBACA MAUPUN DIPAHAMI OLEH PEMBACANYA, HINGGA MENGATUR BOBOT ATAU KOMPOSISI ANTARA GAMBAR DENGAN TEKS

(BHASKARAN, 2006, h.44).

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 38 8/16/2021 8:39:41 PM

DALAM BUKU INI AKAN MEMBERITAHUKAN SEPUTAR HAL TERSEBUT DENGAN CONTOH-CONTOH YANG DAPAT DIPAHAMI MESKI TIDAK BELAJAR DESAIN DARI AWAL, TERMASUK LANGKAH DAN TIPS TERUTAMA MENGENAI MEMBUAT SEBUAH DESAIN NAWALA DARI AWAL SAMPAI AKHIR.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 39 8/16/2021 8:39:41 PM

Membangun konsep desain sebuah nawala tidak bisa hanya mengedepankan aspek desain visualnya saja. Pemilihan konsep berawal dari adanya sebuah masalah atau sebuah pemikiran yang harus bisa dicarikan jawabannya. Pengenalan masalah secara detail dapat membantu untuk mendapatkan sebuah solusi yang tepat sasaran. Termasuk dalam hal ini yaitu adalah pencarian sebuah konsep untuk Newsletter. **Apa yang dibutuhkan dalam sebuah newsletter, memahami dulu apa itu newsletter yang dilanjutkan dengan newsletter ini akan dibaca oleh siapa? Dan akan membahas tentang apa?.**

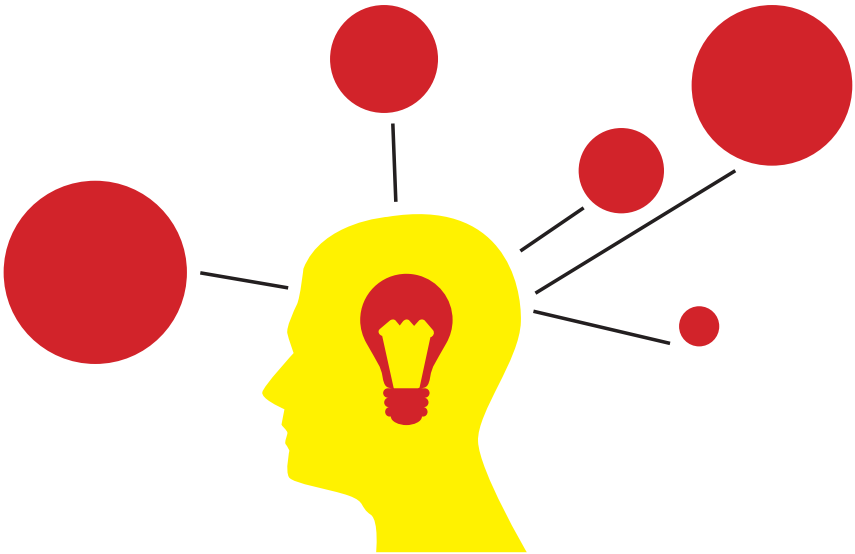
Desain yang baik harus mampu menyelesaikan masalah-masalah yang melibatkan kejelasan berkomunikasi baik melalui penyajian konten secara relevan, menarik, maupun kemudahan cara mengakses kontennya (Middleditch & Hand, 2013, h.18). Oleh karenanya, sebagai sebuah media publikasi maka konsep desain nawala harus bermula dari pengembangan kontennya sehingga nawala mampu menyampaikan pesan kepada pembacanya (Samara, 2005, h.12).

Dalam hal ini, nawala harus berfokus pada pokok pesan yang akan disampaikan. Penyampaian pesan tersebut bertujuan untuk terus melibatkan pembaca pada pesan maupun pokok bahasan dalam periode waktu tertentu, sekaligus membangun ikatan antara nawala dengan pembacanya.

Pesan yang terkandung dalam konten nawala secara konseptual memiliki beberapa fungsi menurut Timothy Samara (2005, h.13).

KONSEP

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 40 8/16/2021 8:39:41 PM



1 *Pertama*, ide pokok bahasan pesan itu sendiri.

Artinya, ide dasar pesan yang kemudian diberi bentuk sedemikian rupa sehingga dapat dipahami. Penekanan fungsi ini akan berdampak pada kepercayaan pembaca. Keuntungannya, apapun ide maupun topik yang disajikan akan selalu mendapat respon positif dari pembaca.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 41 8/16/2021 8:39:41 PM

2 *Kedua*, penyampaian ide maupun pesan dibuat relevan serta mudah diakses bagi sekelompok orang tertentu dengan cara yang dapat dimengerti oleh mereka.

Pesan secara konseptual biasanya terjadi secara berkala melalui pengembangan komponen baru pada peristiwa sebelumnya. Di sinilah istilah berkala itu merujuk pada bentuk sirkulasi penerbitan nawala, koran, maupun majalah. Penekanan fungsi kedua ini berdampak adanya rasa keterikatan atau kedekatan antara pembaca baik dengan nawala sebagai media publikasi, maupun dengan komunitas yang menerbitkannya.

3 *Ketiga*, fungsi interpretif. Ide dalam pesan digunakan untuk membedakan (*positioning*) nawala dibanding media maupun publikasi lainnya yang memiliki kesamaan ide.

Fungsi ketiga ini sekaligus membangun *brand* atau upaya *branding* sebuah nawala di mata pembacanya.

Pengembangan konten melalui berbagai konsep visual desain juga perlu memperhatikan sisi pembaca publikasi.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 42 8/16/2021 8:39:41 PM

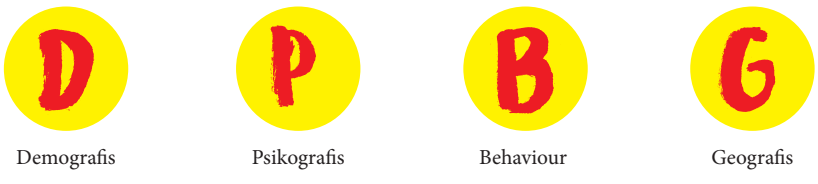
Bhaskaran (2006, h.44) memberikan sudut pandang yang berbeda bagi para desainer sebagai dasar pengembangan desain visual publikasi. Ia mengajak desainer belajar memahami dari sisi pembacanya.

Desainer harus bisa membayangkan profil target pembacanya seperti siapa pembacanya, kemungkinan kebutuhan khusus yang harus bisa dipenuhi melalui desain publikasi, cara atau gaya membaca mereka, hingga kebiasaan yang mereka lakukan selagi membaca. Bila diperlukan data yang akurat dan terukur, profil pembaca bisa diperoleh melalui *market research*. Ini perlu dilakukan karena desainer harus mengetahui konsumen publikasi mereka sehingga desain yang dibuat benar-benar sesuai.

Desainer dapat dengan mudah menentukan ukuran maupun jenis huruf, susunan prioritas dalam tata letak, pemilihan warna, penempatan serta pemilihan halaman depan, pemilihan gambar, dan lainnya. Kemudahan yang diperoleh desainer akan berdampak langsung pada waktu perencanaan hingga pengerjaan desain.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 43 8/16/2021 8:39:41 PM

4 FAKTOR YANG DAPAT DIPELAJARI DARI TARGET PEMBACANYA, YAITU DEMOGRAFIS, PSIKOGRAFIS, BEHAVIOR, DAN JUGA GEOGRAFIS.



Demografis Psikografis Behaviour Geografis

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 44 8/16/2021 8:39:41 PM

UMUR

JENIS KELAMIN

PENGHASILAN

STATUS PERNIKAHAN

PEKERJAAN / INDUSTRI

TINGKAT PENDIDIKAN

D

Poin dalam demografis yang biasa dipakai adalah umur, jenis kelamin, pekerjaan dan juga tingkat pendidikan. Hal ini tergantung bagaimana si pembuat atau desainer membuat acuan dari demografis ini. Silakan coba uraikan sesuai dengan kebutuhan instasi/unit/dll yang membuat nawala.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 45 8/16/2021 8:39:41 PM

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 46 8/16/2021 8:39:41 PM

6

MENCAKUP TEMPAT TINGGAL Si TARGET

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 47 8/16/2021 8:39:41 PM

Setelah mendapatkan sebuah konsep yang jelas, setelahnya adalah menjabarkannya dalam bentuk sebuah ide. Ide ini nantinya yang akan membantu untuk dapat mencari referensi dan juga membuat sketsa kasar sebagai acuan atau dasar dalam membuat desain ke dalam versi digitalnya.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 48 8/16/2021 8:39:41 PM

REFERENSI

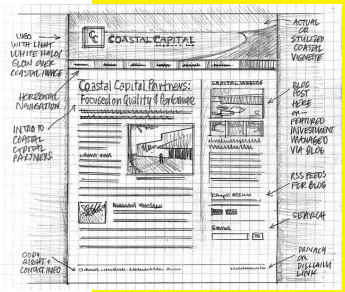
Referensi yang banyak terkadang membingungkan juga kadang bisa membantu, namun tidak salah untuk selalu mencari terlebih dahulu beberapa referensi. Terutama referensi yang berkaitan erat dengan yang akan dibuat, sesuai dengan konsep yang diinginkan, sesuai dengan target yang dituju.

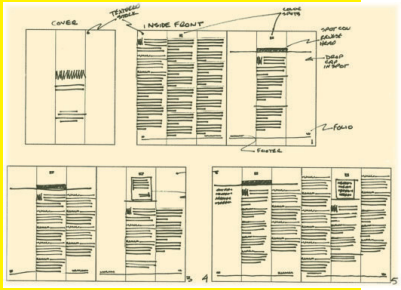
Kemudahan teknologi dijaman sekarang membuat segala sesuatu menjadi lebih cepat, termasuk dalam mencari sebuah referensi. Referensi bisa didapatkan secara digital ataupun mencari yang dalam bentuk fisik.

(referensi bisa dibuat menjadi lembaran yang ditempel di buku sketsa atau di dinding meja sebagai referensi untuk nawala secara keseluruhan atau hanya per-nomor)

SKETSA KASAR

Tahap berikutnya adalah menuangkan ide ke dalam sketsa kasar. Dalam tahap ini referensi bisa atau boleh dipakai sebagai bantuan untuk dapat mencari ide-ide tambahan atau menyempurnakan ide yang sudah ada.





*sumber : lihat di daftar pustaka

Sketsa kasar dibuat secara manual terlebih dahulu. Tahap ini akan dijelaskan bagaimana membuat desain secara keseluruhan dimulai dari layout, tipografi dan juga warna.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 49 8/16/2021 8:39:41 PM

Layout, merupakan sebuah tata letak dari beberapa elemen desain yang memenuhi sebuah halaman media terpilih, disusun sedemikian rupa agar menarik dan terbaca pesannya. Proses me-*layout* adalah salah satu dari tahapan membuat sebuah desain.

Proses ini terdiri dari susunan elemen desain yang berbeda tergantung media yang dibutuhkan dan pesan yang ingin disampaikan. *Layout* atau yang biasa kita sebut dengan tata letak merupakan salah satu alat bantu desainer grafis dalam melakukan pembagian dalam publikasinya untuk menuntun pembaca melalui alur konten yang dibuat (Bhaskaran, 2006, h.60).

Elemen-elemen *layou*t terdiri berbagai macam. Pembagian ini bisa dibagi menjadi beberapa yaitu elemen secara visual, elemen secara tipografi, elemen pendukung seperti margin. Pembagian dalam hal ini merujuk pada penempatan konten –baik teks maupun gambar– dan cara elemen-elemen tersebut berkaitan satu sama lain sehingga membentuk sebuah publikasi secara utuh.

Karenanya, tata letak sepenuhnya mempengaruhi cara sebuah publikasi ditampilkan dan dibaca. Tata letak yang betul-betul didesain secara matang membuat pembaca mudah mengikuti alurnya meski berpindah halaman, serta ada perasaan menyenangkan untuk terus membacanya. *Newsletter* yang merupakan pokok pembahasan di sini memiliki kebutuhan terhadap semua elemen tersebut.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 50 8/16/2021 8:39:41 PM

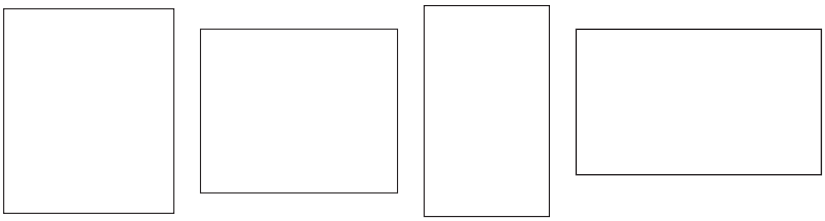
SETIDAKNYA LAKSHMI BHASKARAN (2006) MENCATAT ENAM ELEMEN DESAIN PUBLIKASI YANG DAPAT KITA TEMUKAN DALAM NAWALA SEBAGAI PRODUK PUBLIKASI.

ENAM ELEMEN TERSEBUT MELIPUTI FORMAT (BENTUK DAN UKURAN TERTENTU), GRID (BERKAITAN DENGAN TATA LETAK), TIPOGRAFI (VISUALISASI IDE TULISAN), WARNA, COVER, DAN PENGGUNAAN GAMBAR MAUPUN GRAFIS.

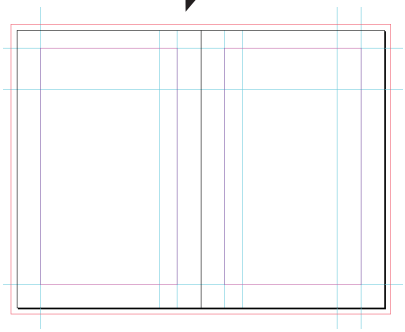
desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 51 8/16/2021 8:39:41 PM

ENAM ELEMEN*

FORMAT,
bentuk dan ukuran tertentu



GRID,
(cek ke elemen pendukung)

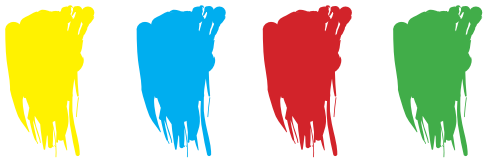


TIPOGRAFI,

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 52 8/16/2021 8:39:41 PM

ENAM ELEMEN*

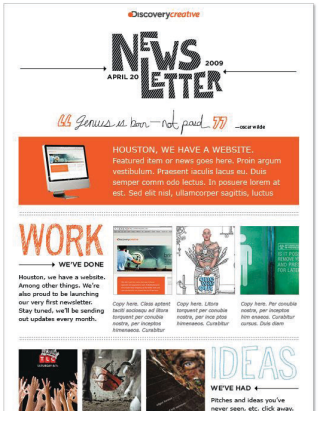
WARNA,



COVER

sumber : google

GAMBAR



sumber : google

Nawala kontemporer ini
ke , sekitar tahun .
ramai mengerjakan lapo
penulisan laporan peri
alan gan hal it
nenja kerja sama de
me bangkan serta m

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 53 8/16/2021 8:39:41 PM

Dalam merencanakan tata letak sebuah publikasi, desainer grafis harus selalu mengingat pentingnya tingkat keterbacaan teks serta kejelasan informasi yang ditampilkan di dalamnya (Samara, 2005, h.60). Apapun yang dilakukan desainer untuk mempercantik tampilan publikasinya – penempatan materi, pemilihan warna, pemilihan jenis maupun ukuran teks, dan sebagainya– tak boleh lantas membuat isi konten kabur.

Tata letak dengan isi konten kabur akan membuat pembaca frustasi dan kebingungan, bahkan mungkin enggan membaca kembali edisi publikasi selanjutnya. Hand & Middleditch (2013, h.66) menyebutkan sifat pemakaian media seperti nawala memuat informasi yang bisa dipahami secara cepat oleh pembaca. Pemahaman cepat inilah yang menentukan sebuah nawala akan dibuang atau disimpan untuk rujukan informasi selanjutnya maupun dipindahtangankan kepada orang lain.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 54 8/16/2021 8:39:41 PM

Untuk pemula, salah satu cara membantu perencanaan tata letak maupun struktur sebuah publikasi yaitu melalui pembuatan *dummy*. Sebuah cetak rancangan kasar (*draft*) tampilan masing-masing halaman publikasi. Awalnya dummy dipakai para editor koran untuk menggambarkan komposisi materi pemberitaan secara nyata (tercetak) sekaligus panduan untuk tata letak bagi para desainer (Harrower, 2008, h.36).

Dummy inilah yang menjadi bahan diskusi untuk menyesuaikan tata letak maupun struktur yang sesuai dengan target pembaca publikasi. Desainer grafis dapat merasakan secara langsung gambaran komposisi tata letak dan struktur yang nantinya akan dibaca oleh pembacanya melalui *dummy* tersebut.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 55 8/16/2021 8:39:41 PM

ANATOMI NAWALA

Nawala sendiri memiliki anatomi tata letak yang kurang lebih bisa dijadikan sebagai acuan pembuatan desain nawala.

1. Halaman depan / cover
2. Halaman pendahuluan
3. Teks

Anatomi nawala terdiri dari :

1. Halaman depan / cover

Halaman depan / cover ini terdiri dari *Masthead/ Nameplate*; volume dan nomor; *barcode*; *teaser copy*

sumber : google

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 56 8/16/2021 8:39:41 PM

2. Halaman pendahuluan

Sementara halaman pendahuluan terdiri dari editorial; profil; surat kepada editor; informasi penerbit; *running heads*

NEWSLETTER

THE LATEST INFORMATION FOR CUSTOMERS AND BUSINESS PARTNERS OF MAYR - MELNHOF KARTON

OCTOBER 2013

EDITORIAL

CONTENT

QUALITIES

MMK Sets a New Mark in Virgin Fibre Cartonboard

sumber : google

3. Teks

Teks di sini berisi tentang judul artikel dan subjudul; penulis/ *byline*; *body copy,* caption foto

Mengangkat Pamor Gas Bumi

FOKUS

Mengelola Benturan Kepentingan

sumber : google

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 57 8/16/2021 8:39:42 PM

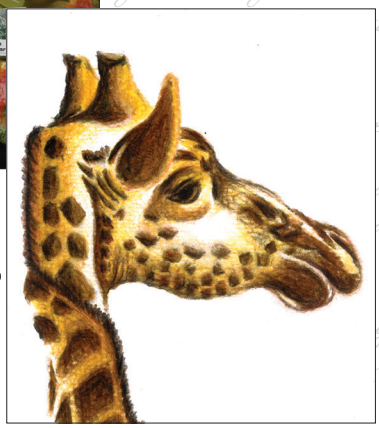
ANATOMI YANG BERADA DI DALAM NAWALA, SUDAH TERMASUK DALAM ELEMEN-ELEMEN LAYOUT. ELEMEN-ELEMEN LAYOUT AKAN DIJABARKAN SECARA SINGKAT DAN HANYA YANG BERKAITAN DENGAN APA YANG DIBUTUHKAN DAN SESUAI DENGAN NAWALA

> "NEWSLETTER MENURUT PENDAPAT PHILIPS PUBLISHING ADALAH BENTUK TERMURNI DARI JURNALISME KARENA MEREKA TIDAK MEMUAT ATAU HANYA SEDIKIT SEKALI MEMUAT IKLAN."

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 58 8/16/2021 8:39:42 PM

1. ELEMEN VISUAL/GAMBAR

Elemen visual/gambar terdiri dari foto atau gambar secara manual / vektor. Foto atau gambar pada nawala biasanya merujuk pada foto-foto dari berita yang akan disampaikan, baik itu foto seseorang atau foto dari suasana tertentu. Gambar pun demikian, tergantung dari berita yang ingin diceritakan. Namun untuk gambar bisa juga dipakai sebagai penghias dan pendukung dimana gambar tersebut bisa berupa bentukan sederhana dari gentuk geometris, garis ataupun *pattern*/ corak yang akan memberikan kesan estetik yang menarik. Di setiap foto atau gambar harus disertai dengan keterangan berupa *caption* (jenis tipografinya akan dibahas pada elemen tipografi).



sumber : dok.pribadi

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 59 8/16/2021 8:39:42 PM

2. ELEMEN TIPOGRAFI

Elemen tipografi atau lebih kita kenal sebagai huruf merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam sebuah *newsletter* selain desainnya. Dengan menggunakan huruf yang tepat maka sebuah *newsletter* akan memiliki ketepatan dalam keterbacaan. Pemilihan ini berdasarkan dari target yang ingin dicapai. Usia, jenis *newsletter* akan mempengaruhi jenis huruf yang akan dipilih dan dipakai.

Faktor penting dalam elemen tipografi ini adalah adanya keterbacaan yang tinggi dan kesesuaian dengan yang ingin disampaikan.

Jenis tipografi terdiri dari 4 jenis yaitu **Serif**, **Sans Serif**, **Dekoratif**, **Script**.

• ***Serif***, jenis huruf klasik dimana saat kita membaca teks panjang tidak akan membuat mata kita lelah. Biasanya jenis ini dipakai untuk surat kabar. Jenis tipografi ini juga memberikan kesan yang mudah diingat yaitu kesan serius, formal. Jenis huruf yang paling sering digunakan dalam jenis ini adalah Times New Roman.

Times New Roman

• ***Sans Serif,*** jenis yang hampir sama dengan serif namun tidak terlalu formal, lebih kearah casual. Jenis huruf ini lebih kearah modern dan kekinian. Lebih luwes dan tidak terlalu kaku. Biasanya dipakai untuk desain atau novel dan juga masih banyak lagi. Secara mudah untuk contohnya adalah Arial.

Arial

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 60 8/16/2021 8:39:42 PM

• ***Dekoratif***, jenis huruf yang lebih variatif bentuknya. Jenis huruf ini memiliki sifat dinamis yang dapat membuatnya sangat mencolok disebuah desain. Sangat cocok untuk sesuatu hal atau topik yang santai. Contoh yang bisa termasuk ke dalam jenis ini adalah Comic Sans.

Comic Sans MS

• ***Script,*** jenis huruf yang menyerupai tulisan tangan asli seseorang. Kesan yang ditunjukkan lebih personal dan lebih lembut, namun tingkatannya tergantung dari jenis yang dipilih. Contoh dari jenis huruf ini adalah Script MT.

Selain jenis-jenis tipografi yang menjadi salah satu pilihan untuk memilih huruf yang tepat, maka ukuran juga menjadi penting dalam penggunaan jenis huruf yang tepat. Ukuran dari jenis huruf dipengaruhi oleh anatomi *newsletter.*

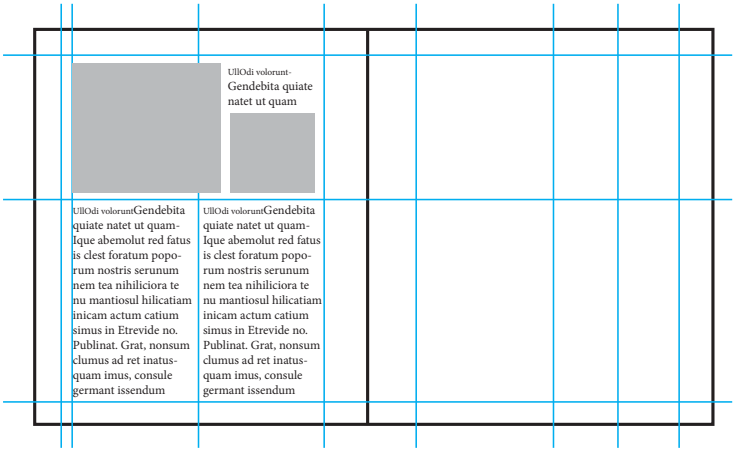
Script MT Bold

3. ELEMEN PENDUKUNG

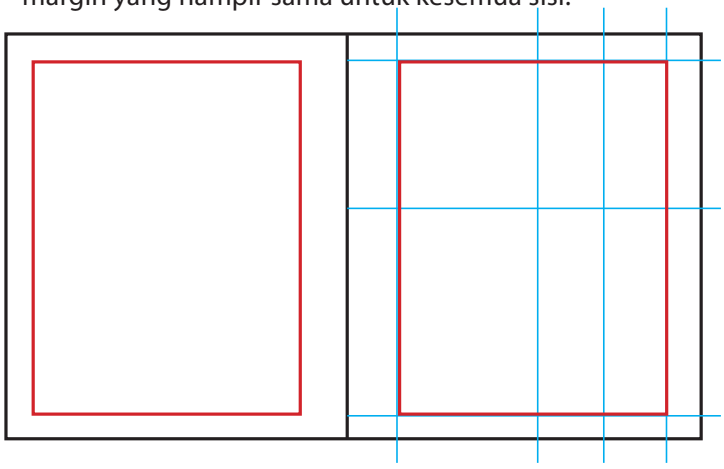
Elemen pendukung disini adalah elemen tidak terlihat. Fungsinya sebagai pembantu dalam proses meletakkan gambar dan teks yang dibutuhkan. Membuat sebuah pondasi supaya tingkat keterbacaannya tinggi dan juga menjadi lebih cantik meski pesan yang disampaikan itu mungkin membosankan. Elemen ini terdiri dari grid dan margin. Elemen ini merupakan langkah pertama dalam mendesain atau me-*layout* sebuah halaman.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 61 8/16/2021 8:39:42 PM

Grid adalah garis bantu yang tidak terlihat, yang disusun untuk membuat semua elemen teratur dan terbaca. Biasanya dalam me-*layout*, garis ini disusun sesuai dengan konsep yang dimiliki. Apakah garis ini disusun untuk membuat sebuah kolom atau tidak, meletakkan judul dimana ataupun berapa jarak antara judul dengan isinya.



Margin adalah garis bantu yang tidak terlihat yang menentukan jarak antara pinggir kertas dengan ruang yang akan ditempati oleh halaman yang didesain. Margin tiap media memiliki perbedaan, nawala memiliki margin yang hampir sama untuk kesemua sisi.



desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 62 8/16/2021 8:39:42 PM

Warna dikatakan Sadjiman dalam bukunya yaitu secara objektif/ fisik merupakan sifat cahaya yang dipancarkan atau secara subjektif/psikologis adalah sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan. Menurut Sanyoto, warna memiliki 2 perbedaaan dari kejadiannya. Warna yang berasal dari cahaya yang kita sebut dengan RGB/Additive dan yang berasal dari pigment / cat yang kita sebut dengan CMYK/Subtractive. Warna juga dapat dikatakan sebagai pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan dalam berkomunikasi (Kusrianto).

WARNA

WARNA YANG BERASAL DARI CAHAYA YANG KITA SEBUT DENGAN RGB/ ADDITIVE

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 63 8/16/2021 8:39:42 PM

DAN YANG BERASAL DARI PIGMENT / CAT YANG KITA SEBUT DENGAN CMYK/ SUBTRACTIVE.

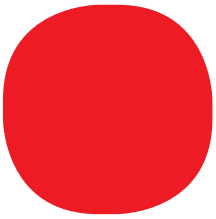
Warna bermanfaat sebagai salah satu alat komunikasi. Meski mekanisme pemaknaan warna bersifat universal, namun tidak demikian dengan hasil pemaknaan yang didapatkan setiap orang maupun komunitas tertentu. Perbedaan kultur dan pengalaman masing-masing individu mempengaruhi interpretasi pesan berupa warna (Samara, 2005, h.26). Samara menambahkan, warna memiliki komponen emosional (secara psikologis) yang bekerja pada tingkat naluri serta dipengaruhi oleh kultur dan masyarakatnya.

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 64 8/16/2021 8:39:42 PM

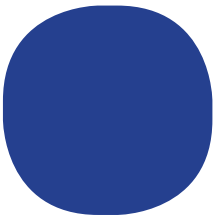
Sejalan dengan pemahaman warna dalam komunikasi, dalam dunia desain grafis warna juga merupakan salah satu peralatan yang penting. Warna dapat digunakan untuk menyampaikan beragam emosi maupun perasaan, secara instan menangkap perhatian atau memberikan peringatan tertentu (Bhaskaran, 2006, h.80).

Middleditch (2013, hal. 238) menjelaskan warna dalam media sebagai alat visual yang sangat kuat sehingga dapat digunakan untuk membentuk gaya, mengatur tren dan dekorasi. Pemilihan warna yang salah akan menimbulkan kegagalan mengkomunikasikan pesan baik berupa konten maupun secara desain grafis.

WARNA-WARNA YANG ADA SECARA TEORI DAN BISA DILIHAT SECARA PSIKOLOGIS YANG DAPAT MENDUKUNG SEBUAH DESAIN TERTENTU, YAITU:

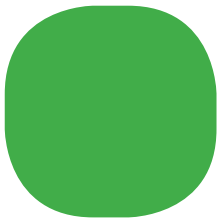


1. Merah : kuat, agresif, cinta, gairah, hangat, bahaya



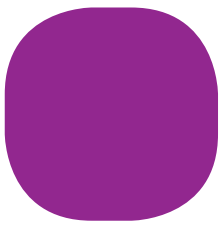
2. Biru : kepercayaan, kebenaran, teknologi, aman, damai, bersih, pintar

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 65 8/16/2021 8:39:42 PM

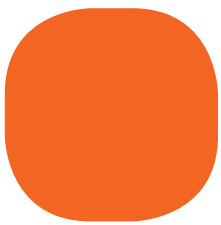


3. Hijau : alami, kesehatan, menyegarkan, sensitif, harmonis

4. Kuning : segar, optimis, harapan, tajam, harapan

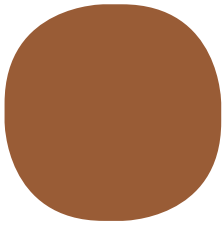


5. Ungu : spiritual, mistis, agung, artistik

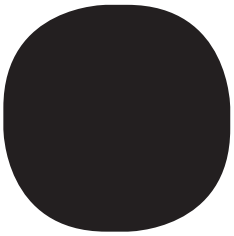


6. Orange : Energi, keseimbangan, kehangatan, muda, kreatif, persahabatan

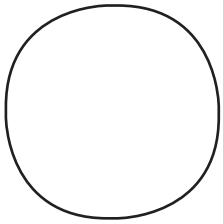
desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 66 8/16/2021 8:39:42 PM



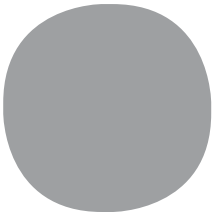
7. Coklat : alami, nyaman, bertahan



8. Hitam : kuat, misteri, mewah, kematian, anggun



9. Putih : jujur, bersih, suci, cermat



10. Abu-abu/netral : sendu, warna aman, klasik

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 67 8/16/2021 8:39:42 PM

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 68 8/16/2021 8:39:42 PM

Daftar Pustaka

Anggraini, L & Nathalia, K. (2014). Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula. Bandung: Nuansa Cendekia.

Bhaskaran, Lakshmi. (2006). What Is Publication Design? Mies: Switzerland

Hamilton, Edward A. (1995). Newsletter Design. Canada: John Wiley & Sons.

Hand, D., & Middleditch, S. (2013). Design For Media. London: Pearson Education Limited.

Harrower, Tim.(2008).The Newspaper Designer's Handbook: Sixth Edition. New York: McGraw-Hill Higher Education.

Heller, S., & Pettit, E. (1996).The Best of Desktop Publishing: The Art of Newsletter. New York: PBC International, Inc.

Kusrianto, Adi. (2009). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi

Nawala kontemporer ini mu
ke , sekitar tahun . K
ra i mer rjakan laporan
ulis laporan periodi

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 69 8/16/2021 8:39:43 PM

Rustan, Surianto. (2009). Layout. Jakarta: Gramedia

Sanyoto, S.E. (2009). Nirmana Dasar-dasar Seni dan Desain. Yogyakarta: Jalasutra

Safanayong, Yongky. (2006). Desain Komunikasi Terpadu. Jakarta: Arte Intermedia

Samara, Timothy. (2005). Publication Design Workbook. Massachusetts : Rockport Publishers, Inc.

Scheder, George.(1991).Perihal Cetak Mencetak. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Sopian. (2016). Public Relations Writing: Konsep, Teori, Praktik. Jakarta: Grasindo.

*Sumber : httpswww.google.comimgresimgurl=https%3A%2F%2Fcoreldesigner.files.wordpress.com%2F2008%2F10%2Fnew1-01.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fcoreldesigner.wordpress.com%2F2008%2F12%2F02%2Fhow-to-design-better-newsletter-la

*Sumber : httpswww.google.comimgresimgurl=https%3A%2F%2Fspeckyboy.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2011%2F05%2Fwireframe-sketch-07.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fspeckyboy.com%2Fweb-mobile-wireframe-sketch-examples%2F&docid=WSqc

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 70 8/16/2021 8:39:43 PM

Tentang Penulis

Asthararianty menyelesaikan studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Kristen Petra Surabaya (2009) dan Studi S2 Desain dan Seni pada Institut Teknologi Bandung (2014).

Suka mendesain buku dan beberapa desain bukunya antara lain adalah From Dirt to Art (2011), Sejarah 50 Tahun UK Petra Surabaya (2012), PAUD di Surabaya (2013), Mangrove (2014), Maha Karya dalam Semusim (2015) serta 25 Tahun COP: Misi yang Tak Putus, Aksi yang Tak Pupus (2016), juga 65 Tahun GBIS Merajut Asa Mengukir Karya (2017).

Tugas akhir untuk studinya juga merupakan desain buku, yakni Otobiografi I Made Ada (2009, untuk strata 1) dan Nawa Sanggha: Warna di Langit Bali (2014, untuk strata 2).

Ia juga menulis buku Otobiografi I Made Ada (2009) dan Nawala, Proses dan Produksinya (2019).

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 71 8/16/2021 8:39:43 PM

Tentang Penulis

Fanny Lesmana, menyelesaikan pendidikan terakhinya di Program Ilmu Sosial FISIP Universitas Airlangga Surabaya. Menjalani kehidupan sebagai jurnalis profesional diawali dari keterlibatan dengan Majalah Rohani Populer BAHANA sejak 1993 saat penulis masih menjadi mahasiswa. Sejak 2002 terlibat sebagai tenaga pengajar tidak tetap di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya. Pada 2009, penulis menjadi salah satu tenaga pengajar tetap pada perguruan tinggi yang sama.

Beberapa buku yang pernah ditulis adalah biografi beberapa pendeta, juga sejarah instansi, dan yang terbaru adalah Melayani dan Jadi Teladan (2020). Buku lainnya adalah buku rohani tentang remaja juga buku ajar jurnalistik yaitu Feature: Tulisan Jurnalistik yang Kreatif (2017).

desain buku nawala_edit ukuran_11jsn.indd 72 8/16/2021 8:39:43 PM

Nawala atau yang biasa dikenal dengan nama ***newsletter***, merupakan salah satu produk media massa. Meski demikian, sebarannya tidak meliputi masyarakat secara umum, karena nawala umumnya diterbitkan oleh sebuah institusi. Karena itu, target pembacanya pun tidak berasal dari semua kalangan, melainkan dari publik tertentu yang berkaitan dengan institusi tersebut. Namun, sangat dimungkinkan jika pembaca nawala juga berasal dari masyarakat luas, bukan?

Buku ini ditulis dan diterbitkan bukan untuk kepentingan sebuah institusi, melainkan **untuk memberikan wacana** pada banyak institusi, terlebih lagi bagi ***institusi non profit (organisasi nirlaba)***, agar bisa ***membuat nawala*** dan ***berbagi informasi*** lebih banyak pada ***masyarakat secara luas***. Bagaimana pun, nawala merupakan sebuah media yang sangat mudah diproses dan diproduksi sehingga dapat menjadi media informasi yang menarik bagi pembaca.

PETRA PRESS

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Petra Press
Universitas Kristen Petra
http://lppm.petra.ac.id

ISBN 978-602-5446-08-5

desain buku nawala - cover.indd 4 8/13/2021 9:14:00 PM