

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak sasaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia khalayak adalah kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Dengan begitu khalayak sasaran adalah kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi yang dilakukan dalam menyampaikan sesuatu hal agar dapat tepat sasaran.

III.1.1 Target Primer (Anak)

a. Demografis

- Usia : Anak-anak, 10-12 tahun

Karena pada usia itu anak-anak mulai beranjak remaja, sehingga akan lebih mudah bagi anak-anak untuk mengerti, juga menjadi hal yang dapat membantu mengingat pada usia itu anak-anak mulai memasuki usia pubertas.

- Pendidikan : SD (Sekolah Dasar)

Karena diketahui pada usia 10-12 tahun khususnya di Bandung, rata-rata anak-anak pada usia itu masih duduk di bangku sekolah dasar.

- Ekonomi : Tidak memiliki penghasilan

Karena di usia 10-12 tahun, anak-anak masih bergantung pada orang tuanya dan tidak memiliki penghasilan sendiri.

- Sosial : Masyarakat menengah atas

Karena hanya anak-anak dari kalangan menengah atas yang bisa dengan mudah membeli barang diluar kebutuhan primernya.

- Agama : Islam

Dipilih agama islam karena mayoritas penduduk kota Bandung memeluk agama islam.

b. Psikografi

- Gaya hidup : Senang mempelajari hal baru, senang membaca
Karena tidak semua anak dapat tertarik untuk membaca buku, maka hanya beberapa saja yang akan tertarik. Tentunya anak-anak yang senang menambah pengetahuan baru.
- Kepribadian : memiliki keingintahuan yang tinggi, penasaran.
Karena dengan memiliki kepribadian yang seperti itu maka anak-anak akan cenderung untuk selalu mencari buku-buku atau informasi-informasi baru yang dapat ia temukan dan pelajari.

c. Geografis

- Tempat : Bandung, Indonesia
Karena di kota Bandung adalah tempat yang digunakan dalam mencari data anak-anak yang ada didalam perancangan ini.

III.1.1.1 Consumer Journey

Consumer journey adalah kegiatan yang dilakukan didalam keseharian khalayak sasaran. Kegiatan yang dilakukan dari bangun tidur dipagi hari sampai dengan tidur kembali dimalam hari.

Tabel III.1 *Costumer Journey* target primer
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Waktu	Tempat	Kegiatan	Point of Contact
05.30	Kamar	Bangun tidur	Kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja belajar, alat-alat tulis, lampu tidur, pakaian, tas
05.40	Kamar & kamar mandi	Sholat subuh & mandi	Sajadah, mukena, sarung, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja belajar, peralatan mandi, handuk

06.05	Kamar	Bersiap-siap ke sekolah	Kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja belajar, alat-alat tulis, lampu tidur, pakaian, tas
06.15	Ruang makan	Sarapan	Peralatan makan, meja makan, <i>magic jar</i> , kursi, wadah makanan
06.30	Rumah	Berangkat ke sekolah	Tas, buku, peralatan tulis, sepatu, gantungan kunci, peralatan sekolah, poster, <i>billboard</i> , spanduk, umbul-umbul
06.50	Sekolah	Sampai di sekolah	Tas, buku, peralatan tulis, sepatu, gantungan kunci, peralatan sekolah, poster, spanduk, <i>x-banner</i> , <i>sticker</i> , umbul-umbul
07.00-13.00	Sekolah	Belajar di sekolah	Tas, buku, peralatan tulis, sepatu, gantungan kunci, peralatan sekolah, poster, spanduk, <i>x-banner</i> , <i>sticker</i> , umbul-umbul
13.15	Sekolah	Pulang dari sekolah	Tas, buku, peralatan tulis, sepatu, gantungan kunci, peralatan sekolah, poster, <i>billboard</i> , spanduk, umbul-umbul
13.35	Rumah	Sampai di rumah	Jam, TV, sepatu, pajangan
13.50	Kamar & kamar mandi	Sholat dzuhur	Sajadah, mukena, sarung, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja belajar, peralatan mandi, handuk
14.00	Ruang makan	Makan siang	Peralatan makan, meja makan, <i>magic jar</i> , kursi, wadah makanan

14.15	Ruang keluarga	Istirahat	TV, radio, <i>handphone</i> , majalah, sofa, meja, wadah makanan, koran, rak buku/lemari buku, jam, kalender, buku, alat tulis
15.10	Keluar rumah	Bermain	TV, radio, <i>handphone</i> , majalah, sofa, meja, wadah makanan, koran, rak buku/lemari buku, jam, kalender, buku, alat tulis, kendaraan, spanduk, poster, <i>sticker</i>
17.00	Kamar & kamar mandi	Sholat ashar	Sajadah, mukena, sarung, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja belajar, peralatan mandi, handuk
17.15	Ruang keluarga	Istirahat	TV, radio, <i>handphone</i> , majalah, sofa, meja, wadah makanan, koran, rak buku/lemari buku, jam, kalender, buku, alat tulis
18.10	Kamar & kamar mandi	Sholat maghrib	Sajadah, mukena, sarung, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja belajar, peralatan mandi, handuk
18.30	Ruang makan	Makan malam	Peralatan makan, meja makan, <i>magic jar</i> , kursi, wadah makanan
18.45	Kamar tidur	Mengerjakan PR	Kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja belajar, alat-alat tulis, lampu tidur, pakaian, tas
20.30	Kamar & kamar mandi	Sholat isya	Sajadah, mukena, sarung, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut,

			guling, jam, <i>handphone</i> , meja belajar, peralatan mandi, handuk
20.40	Kamar tidur	Tidur	Kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja belajar, alat-alat tulis, lampu tidur, pakaian, tas

III.1.1.2 Consumer Insight

Consumer Insight adalah pola pikir dan cara pandang khalayak sasaran tentang suatu hal. *Consumer Insight* digunakan agar dapat lebih memahami bagaimana pola pikir dan cara pandang khalayak sasaran.

- Anak-anak yang ingin belajar tentang tubuhnya sendiri
- Anak-anak yang senang menambah pengetahuan dan belajar hal baru

III.1.2 Target Sekunder (Orang tua: Ibu)

a. Demografis

- Usia : Dewasa dini, 18-40 tahun

Karena pada usia itu umumnya orang-orang yang sudah menikah dapat memiliki anak dengan usia sekolah dasar

- Pendidikan : SMA dan perguruan tinggi

Karena diketahui pada tingkat edukasi tingkat SMA ke atas, maka dapat membuat suatu proses pembelajaran menjadi lebih mudah dipahami. Karena dengan materi orientasi seksual ini diharapkan orang tua dapat menjelaskannya dengan benar sehingga tidak menjelaskan arti yang ambigu atau tidak jelas.

- Ekonomi : Masyarakat menengah ke atas

Karena umumnya pada usia dewasa dini, banyak orang yang sudah memiliki pekerjaan. Dan lebih banyak masyarakat kalangan menengah atas yang bisa membeli barang-barang diluar kebutuhan primer.

- Sosial : Masyarakat menengah ke atas

Karena tidak banyak orang yang telah menyadari pentingnya orientasi seksual, umumnya hal ini sudah disadari oleh orang-orang yang memiliki waktu untuk memikirkan hal-hal diluar kebutuhan primernya, maka dari itu masyarakat menengah atas lebih sesuai.

- Agama : Islam

Dipilih agama islam karena mayoritas penduduk kota Bandung memeluk agama islam.

b. Psikografi

- Gaya hidup : orang tua ingin mengajarkan banyak hal dengan anaknya, memiliki waktu luang bersama anak, sudah menyadari pentingnya pendidikan orientasi seksual pada anak

Karena tidak semua orang tua memiliki waktu luang yang digunakan untuk bercengkrama dengan anaknya, dengan hal ini maka orang tua akan menyadari apa saja yang harus ia ajarkan kepada anaknya.

- Kepribadian : perhatian, pengertian

Karena biasanya dengan orang tua yang memiliki kepribadian seperti ini akan menyadari apa saja kebutuhan sang anak, dan berusaha memenuhi kebutuhan sang anak dengan baik.

c. Geografis

- Tempat : Bandung, Indonesia

Karena di kota Bandung adalah tempat yang digunakan dalam mencari data-data yang diperlukan dalam perancangan ini, juga karena pada kota Bandung pertumbuhan pelaku homoseksual sudah semakin meningkat.

III.1.2.1 Consumer Journey

Consumer journey adalah kegiatan yang dilakukan didalam keseharian khalayak sasaran. Kegiatan yang dilakukan dari bangun tidur dipagi hari sampai dengan tidur kembali dimalam hari.

Tabel III.2 *Costumer Journey* target sekunder

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Waktu	Tempat	Kegiatan	Point of Contact
04.00	Kamar	Bangun tidur	Kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja kerja, meja rias
04.30	Kamar & kamar mandi	Sholat subuh	Sajadah, mukena, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja kerja, meja rias, peralatan mandi, handuk
04.45	Dapur	Mempersiapkan sarapan	Peralatan masak, kompor, lemari makanan, lemari es, peralatan makan
06.00	Ruang makan	Sarapan	Peralatan makan, meja makan, <i>magic jar</i> , kursi, wadah makanan
07.00	Dapur	Mencuci piring & membersihkan dapur	Peralatan makan, peralatan masak
08.30	Tempat mencuci pakaian	Mencuci pakaian	Mesin cuci, pakaian, ember, keranjang, <i>detergent</i> , pewangi pakaian,
08.40	Kamar mandi	Mandi	Peralatan mandi, handuk, gayung, <i>shower</i>
09.00	Jemuran	Menjemur pakaian	Jemuran, pakaian, ember, keranjang, jepitan jemuran, gantungan baju
09.30	Dapur	Memasak makan siang	Peralatan masak, kompor, lemari makanan, lemari es, peralatan makan
12.00	Ruang makan	Makan siang	Peralatan makan, meja makan,

			<i>magic jar</i> , kursi, wadah makanan
13.00	Kamar & kamar mandi	Sholat dzuhur	Sajadah, mukena, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja kerja, meja rias, peralatan mandi, handuk
13.15	Rumah	Bersih-bersih rumah	Sapu, ember, pel, kemoceng, cairan pembersih lantai, cairan pembersih <i>porcelain</i> , sapu lidi, lap, serokan, sabun pembersih, peralatan makan, peralatan masak
15.00	Ruang keluarga	Istirahat	TV, radio, <i>handphone</i> , majalah, sofa, meja, wadah makanan, koran, rak buku/lemari buku, jam, kalender, buku, alat tulis
16.15	Kamar & kamar mandi	Sholat ashar	Sajadah, mukena, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja kerja, meja rias, peralatan mandi, handuk
16.30	Jemuran	Mengangkat jemuran pakaian	Jemuran, pakaian, ember, keranjang, jepitan jemuran, gantungan baju
16.45	Dapur	Memasak makan malam	Peralatan masak, kompor, lemari makanan, lemari es, peralatan makan
18.15	Kamar & kamar mandi	Sholat maghrib	Sajadah, mukena, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja kerja, meja rias, peralatan mandi, handuk
19.00	Ruang makan	Makan malam	Peralatan makan, meja makan,

			<i>magic jar</i> , kursi, wadah makanan
20.00	Dapur	Beres-beres dapur	Peralatan masak, kompor, lemari makanan, lemari es, peralatan makan, lap, peralatan makan
20.30	Ruang keluarga	Istirahat	TV, radio, <i>handphone</i> , majalah, sofa, meja, wadah makanan, koran, rak buku/lemari buku, jam, kalender, buku, alat tulis
22.00	Kamar & kamar mandi	Sholat isya	Sajadah, mukena, kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja kerja, meja rias, peralatan mandi, handuk
22.15	Kamar	Tidur	Kasur, bantal, lemari pakaian, selimut, guling, jam, <i>handphone</i> , meja kerja, meja rias

III.1.2.2 Consumer Insight

Consumer Insight adalah pola pikir dan cara pandang khalayak sasaran tentang suatu hal. *Consumer Insight* digunakan agar dapat lebih memahami bagaimana pola pikir dan cara pandang khalayak sasaran.

- Orang tua yang membutuhkan media bantuan dalam menyampaikan tentang orientasi seksual
- Orang tua memahami bahwa pendidikan orientasi seksual sejak dini itu penting.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah strategi yang digunakan dalam merancang sesuatu agar hasil akhir dapat sesuai dengan khalayak sasaran, sehingga dapat menarik perhatian.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuannya adalah agar orang tua mengetahui cara pendidikan terhadap anak yang dapat mencegah perilaku menyimpang di kemudian hari. Dalam kasus ini yaitu untuk mencegah perilaku homoseksual. Karena dengan cara mendidik anak dengan cara yang benar akan memberikan dampak yang optimal dalam mencegah perilaku-perilaku menyimpang.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan agama, yaitu agama islam. Karena pendekatan agama adalah pendekatan yang paling sesuai digunakan di Bandung, mengingat mayoritas masyarakat Bandung menganut agama islam. Selain itu juga pendidikan tentang orientasi seksual terhadap anak akan lebih baik jika disandingkan dengan pendekatan agama sebagai panutan.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory adalah pemberi mandat. Noura sebagai *mandatory* penerbit. Noura adalah penerbit yang dibentuk pada awal tahun 2012. Noura sendiri adalah penggabungan dari Lingkar Pena Publishing House dan Penerbit Hikmah. Dalam genre nonfiksi, noura menerbitkan buku-buku dengan tema *parenting*, *self-help*, psikologi, sosial budaya, politik, perjalanan, dan lain-lain. Noura adalah anak dari penerbit mizan.



Gambar III.1 Logo noura

Sumber : <https://www.sribu.com/en/logo-design/contests/desain-logo-untuk-noura-5636eedab79de4a21b000002/overview> (Diakses pada 02/01/2018)

Kemudian gamedia adalah *mandatory* sebagai distributor. Karena pihak gamedia menjadi toko buku tempat dilaksanakannya peluncuran media buku. Toko buku gamedia berdiri pada tanggal 2 Februari 1970. Gamedia pun tidak hanya menjual

buku-buku saja, tetapi juga menjual berbagai alat tulis serta berbagai perlengkapan lain, mulai dari tas perlengkapan menggambar dan melukis dan yang lainnya.



Gambar III.2 Logo gramedia

Sumber : <http://www.openkerja.com/2017/12/lowongan-kerja-toko-buku-gramedia.html>
(Diakses pada 10/01/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah:

- Sikap-sikap yang harus diterapkan di rumah agar menunjang pencegahan terhadap perilaku menyimpang
- Penjelasan tentang laki-laki dan perempuan
- Penjelasan tentang masa pubertas anak
- Penjelasan tentang pertanyaan-pertanyaan yang kerap diajukan oleh anak

III.2.5 Gaya Bahasa

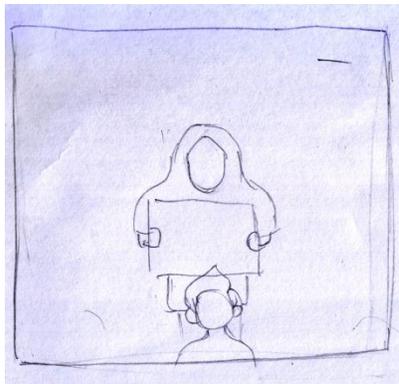
Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa yang denotatif. Gaya bahasa ini berarti menyampaikan sesuatu dengan arti yang sebenarnya. Karena dengan menggunakan gaya bahasa ini maka akan lebih mudah penyampaiannya. Karena dengan menjelaskannya sesuai dengan arti yang sesungguhnya maka akan terhindar dari arti-arti yang ambigu. Namun juga menggunakan gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh anak.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yaitu upaya yang dilakukan untuk membuat sesuatu menjadi berbeda dan menarik. Dalam konteks ini yaitu memakai ilustrasi menggambar menggunakan pensil warna dan *soft pastels*. Penggunaan ilustrasi penggambaran ini karena mayoritas anak-anak pada usia SD masih banyak yang menggunakan pensil warna sebagai pewarnaannya. *Soft pastels* digunakan untuk membuat *background* menjadi lebih halus dan merata. Strategi yang dipakai yaitu adalah membuat visual dari deskripsi yang ada, selayaknya dalam buku cerita bergambar. Buku pun dilengkapi dengan penggambaran percakapan anak dengan orang tuanya.

- a. *Storyboard* adalah susunan sketsa gambar yang berisi tentang konten-konten yang ada di dalam sebuah perancangan. *Storyboard* ini digunakan sebagai acuan didalam sebuah perancangan.
- b. *Storyline* adalah sebuah susunan cerita atau teks yang ada didalam sebuah perancangan yang menjadi sebuah acuan. *Storyline* dibuat agar mempermudah dalam menjelaskan suatu cerita atau konten yang akan dibahas didalam sebuah perancangan.

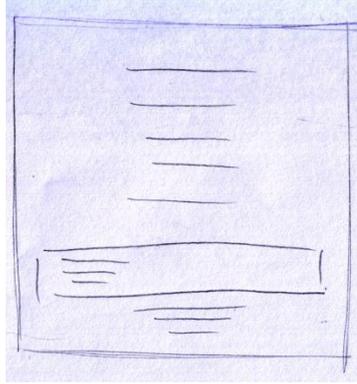
Berikut ini adalah storyboard dan storyline perancangan:



Gambar III.3 *Storyboard* gambar sampul depan
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

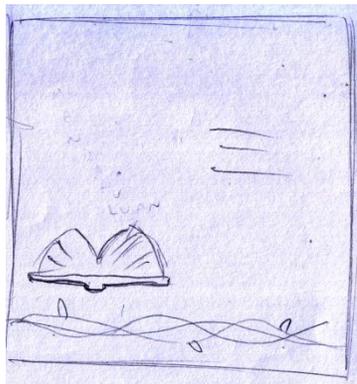
Sketsa ini adalah sketsa yang digunakan untuk membuat sampul depan dan halaman setelah sampul depan. Sketsa ini bergambar dua anak, satu laki-laki dan satu

perempuan yang sedang membawa kertas yang bertuliskan judul dari buku itu sendiri. Pada bagian kanan atas terdapat logo *mandatory* sebagai penerbit dan juga tulisan ilustrator dibagian tengah bawah.



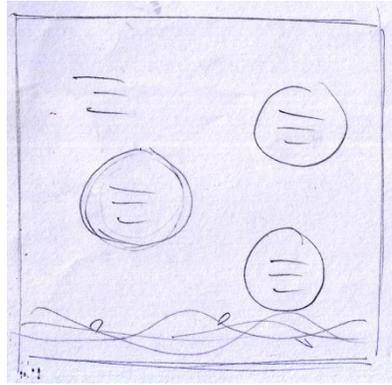
Gambar III.4 *Storyboard* gambar pada halaman *copywriting*
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Pada halaman ini adalah halaman *copywriting* yang berisi tentang judul buku, nama penerbit, nama penulis, nama ilustrator juga hak cipta, alamat penerbit serta keterangan-keterangan lainnya.



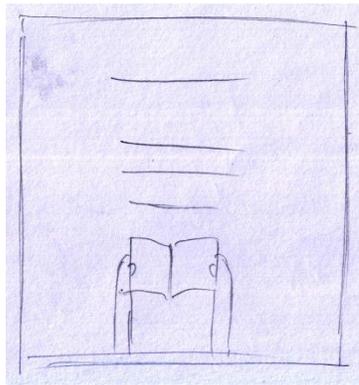
Gambar III.5 *Storyboard* gambar pada halaman pendahuluan
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Pada halaman ini berisi tentang kata-kata pendahuluan didalam buku. Halaman ini bergambar tentang sebuah buku dibagian kiri bawah.



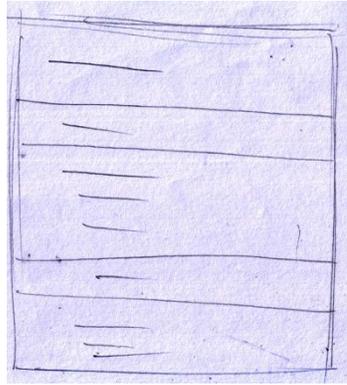
Gambar III.6 *Storyboard* gambar pada halaman tujuan dan manfaat
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Pada halaman ini dijelaskan apa saja manfaat dan tujuan yang didapat setelah membaca buku ini. Dengan begitu target audiens baik anak ataupun orang tua dapat mengetahui manfaat dan tujuan dari buku ini sebelum membacanya.



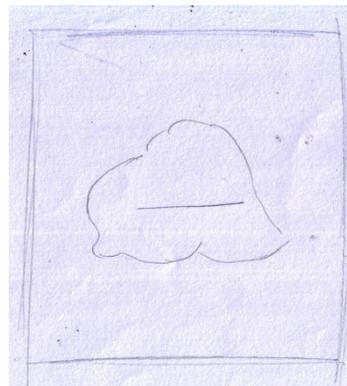
Gambar III.7 *Storyboard* gambar pada halaman cara membaca buku
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Pada halaman ini akan dijelaskan cara membaca yang dianjurkan oleh buku ini sehingga pembaca dapat lebih mengerti. Karena buku ini dianjurkan dibaca dengan panduan orang tua ataupun guru. Panduan dengan orang tua ataupun guru ini berfungsi sebagai orang yang lebih dewasa yang lebih mengerti tentang hal-hal yang dibahas sehingga dapat menjelaskan terhadap anak ketika bingung atau tidak mengerti maksud dari pembahasan didalam buku.



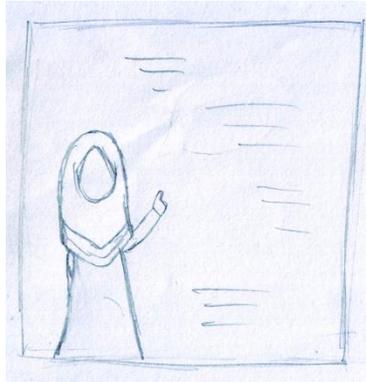
Gambar III.8 *Storyboard* gambar pada halaman daftar isi
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Halaman ini berisikan tentang konten apa saja yang dibahas didalam buku ini, sehingga pembaca dapat dengan mudah mengetahui dan melihat pembahasan-pembahasan apa saja yang ada pada buku ini, ataupun dapat memilih pembahasan mana saja yang ingin dibaca lewat daftar isi ini.



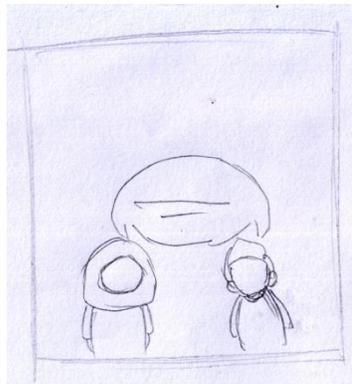
Gambar III.9 *Storyboard* gambar pada halaman judul pembatas
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Halaman ini adalah halaman judul pembatas yang berfungsi memisahkan antara judul yang satu dengan yang lainnya. Halaman judul ini dibuat agar dapat terlihat dengan jelas pemisahan antara setiap judul yang ada, sehingga dapat mudah dilihat oleh pembaca.



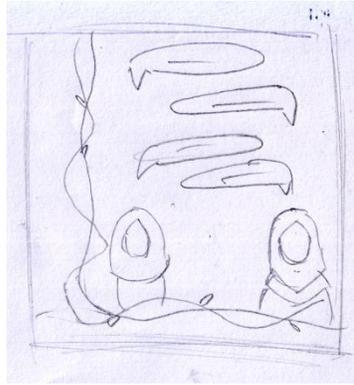
Gambar III.10 *Storyboard* gambar pada halaman pembahasan orientasi seksual
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Halaman ini menjelaskan pembahasan tentang orientasi seksual dengan bergambarkan karakter ibu di bagian kiri yang sedang menjelaskan tentang pembahasan tersebut. Karakter ibu disini dipilih sebagai karakter yang menjelaskan karena menjadi sosok yang paling dekat dengan anak, sehingga diharapkan akan diterima dengan baik oleh target audiens anak.



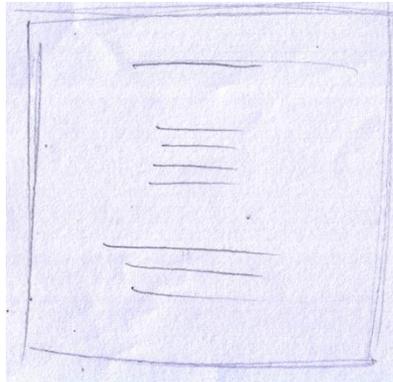
Gambar III.11 *Storyboard* gambar pada halaman pembatas subjudul
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Halaman ini berisikan halaman pembatas antar subjudul, agar setiap subjudul dapat terlihat dengan baik, dan mudah ditemukan. Halaman ini bergambar tentang dua anak yang sedang memberitahukan subjudul yang akan dibahas.



Gambar III.12 *Storyboard* gambar pada halaman pembahasan subjudul
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Halaman ini berisikan tentang pembahasan disetiap subjudul. Halaman ini bergambar tentang orang tua dan anaknya yang sedang saling mengobrol dengan melakukan tanya jawab. Pada halaman ini anak akan bertanya pada orang tuanya tentang pembahasan yang sudah disebutkan pada subjudul, atau orang tua yang memberitahukan anaknya tentang pembahasan pada subjudul.



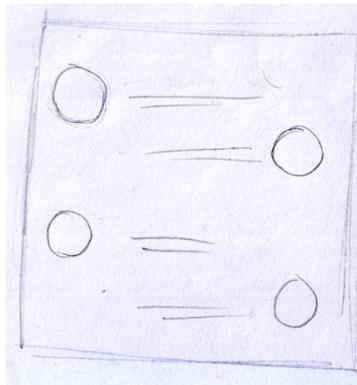
Gambar III.13 *Storyboard* gambar pada halaman pembahasan subjudul untuk orang tua
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Halaman ini berisi tentang pembahasan konten subjudul untuk orang tua yang dijelaskan berdasarkan ilmu psikologi dan juga pembahasan ayat-ayat atau hadist yang mendukung dalam pembahasan konten. Diharapkan orang tua lebih mudah mengerti dan dapat memberi penjelasan dengan pendekatan agama terhadap anak dengan baik.



Gambar III.14 *Storyboard* gambar pada halaman ilustrasi konten pembahasan
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Pada halaman ini terdapat sebuah ilustrasi yang terletak pada satu halaman penuh tentang konten yang telah dibahas sebelumnya. Halaman ini menjelaskan pembahasan didalam sebuah gambar yang mudah dimengerti oleh anak.



Gambar III.15 *Storyboard* gambar pada halaman pembahasan tanya jawab
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Pada halaman ini berisi tentang pertanyaan dan jawaban yang sering ditanyakan anak kepada orang tuanya. Pada halaman ini pun dibuat tanya jawab antara orang tua dan anaknya. Halaman ini dibuat seperti percakapan pada sebuah pesan, namun dilengkapi dengan gambar karakter yang sedang melakukan percakapan. Percakapan ini juga dibuat sesuai dengan karakter disetiap pertanyaan dan jawabannya.

III.2.7 Strategi Media

Strategi media adalah strategi yang digunakan agar membuat media-media yang dibuat sesuai dengan khalayak sasaran. Dalam perancangan ini strategi media digunakan untuk membuat media utama dan media pendukung.

Media utama

Media utama yang dibuat dalam perancangan ini adalah buku. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia buku adalah lembar kertas yang berjilid yang berisi tulisan. Buku yang dibuat yaitu buku edukasi anak tentang orientasi seksualnya. Karena dengan dibuatnya buku ini maka orang tua akan lebih mudah untuk menyampaikan pembelajaran pada anaknya terkait dengan orientasi seksual tanpa harus menjelaskan hal-hal yang tidak perlu.

Media pendukung

Media pendukung adalah media yang dapat mengingatkan serta mengenalkan media utama kepada khalayak sasaran. Media pendukung digunakan untuk mendukung media utama dalam mempromosikan dan memperkenalkan media utama itu sendiri. Media pendukung yang akan dibuat yaitu meliputi:

a. Informasi

- *X-banner*

X-banner adalah media *banner* yang digunakan untuk menyampaikan informasi. *Banner* menggunakan penyangga yang berbentuk “X” sehingga bisa berdiri. *X-banner* digunakan pada saat acara peluncuran buku serta pada saat memperkenalkan media utama ke sekolah-sekolah.

- Poster

Poster adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang biasanya ditempel. Selain itu poster juga digunakan untuk mengajak, mengingatkan, mempromosikan tentang sesuatu informasi kepada khalayak sasaran. Poster juga dapat diperlihatkan di sosial media. Karena di jaman yang sudah menggunakan teknologi di hampir semua bidang

maka sosial media menjadi penyampai informasi yang baik, mengingat sesuai dengan *costumer journey* khalayak sasaran yang menggunakan sosial media. Selain membuat poster yang akan disebarakan melalui sosial media, poster juga akan disebarakan ke sekolah-sekolah.

- *Web banner*

Web banner adalah *banner* yang dipasang pada sebuah *website* untuk menyampaikan informasi. *Web banner* ini akan dipasang pada *website* Noura sebagai penerbit yang menerbitkan buku dan juga akan dipasang di *website* resmi Mizanstore dan *website* Gramedia.

b. Peningat

- *T-shirt*

T-shirt adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan dan bagian tubuh atas. Memiliki kerah yang bundar. *T-shirt* dipilih karena menjadi benda yang setiap hari terlihat baik di rumah, maupun sekolah.

- Mug

Mug adalah alat minum sejenis cangkir yang digunakan untuk diisi dengan minuman. Benda ini selalu digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

- *Tote bag*

Tote bag adalah tas jinjing yang mudah dibawa kemana-mana. Tas ini praktis digunakan untuk membawa apa saja. Tas ini dapat digunakan baik oleh anak-anak maupun orang tua.

- Gantungan kunci

Gantungan kunci adalah alat yang digunakan untuk menggantungkan kunci. Selain digunakan untuk menggantungkan kunci alat ini juga sering digunakan sebagai penanda suatu barang atau menjaga barang yang kecil agar tidak mudah hilang. Namun alat ini juga sering dipakai sebagai hiasan pada tas, tempat pensil. Anak-anak senang sekali menggunakan gantungan kunci.

- *Sticker*
Sticker yaitu berupa sebuah media informasi visual berupa lembaran kecil yang memiliki bagian lengket dibelakangnya sehingga dapat ditempel. Anak-anak menyukai *sticker*, karena *sticker* dapat ditempel dimana saja sesuai keinginan.
- Bantal
 Bantal adalah benda yang digunakan untuk menyangga kepala. Benda ini sering digunakan di tempat tidur, sofa, ataupun kursi. Bantal digunakan sehari-hari, maka dari itu bantal adalah media pengingat yang baik karena selalu digunakan setiap hari.
- *Gymsack* (Tas serut)
 Tas serut adalah salah satu varian dari model tas. Tas ini berbentuk seperti tas ransel, hanya saja pada bagian atas penutup tas menggunakan tali yang diikat. Bagian penyangga pundaknya pun terbuat dari tali. Model tas ini tidak memiliki banyak kantong. Semua orang dapat menggunakan tas ini, namun biasanya tas ini tidak digunakan untuk membawa barang-barang yang berat.
- *Notebook*
Notebook sama seperti buku biasa yang digunakan untuk mencatat sesuatu. Namun *notebook* memiliki keunggulan cover bukunya yang lebih menarik dibanding buku biasa. *Notebook* biasanya memiliki dua macam yaitu *notebook* yang dijilid ring dan juga yang dijilid biasa. *Notebook* dapat digunakan oleh siapa saja, karena itu media ini dipilih.
- *Pouch*
Pouch adalah tempat yang digunakan untuk menyimpan barang-barang yang berukuran kecil, karena biasanya ukuran *pouch* tidak besar. *Pouch* biasa digunakan oleh perempuan untuk menyimpan peralatan *makeup* dan kosmetiknya ketika keluar rumah.

- **Lampu tidur**
Lampu tidur adalah lampu yang digunakan ketika tidur yang tidak menimbulkan cahaya yang terang, melainkan hanya memiliki cahaya yang mempunyai daya yang kecil. Karena tidur akan menjadi lebih nyenyak jika menggunakan lampu yang tidak terang.
- **Jam tangan**
Jam tangan adalah jam yang digunakan dipergelangan tangan yang memiliki ukuran yang kecil sehingga mudah digunakan.
- **Boneka rajut**
Boneka rajut adalah boneka yang terbuat dari rajutan. Boneka rajut memiliki penampilan yang lebih unik dibandingkan dengan boneka biasa. Boneka menjadi salah satu hal yang sangat disukai oleh anak perempuan, maka dari itu boneka dipilih sebagai media pengingat.
- **Jam**
Jam adalah alat yang dapat memberitahukan waktu. Jam digunakan karena menjadi alat yang selalu dilihat ataupun digunakan setiap hari.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Buku ini akan diperjualbelikan di toko-toko buku yang tersebar di Indonesia dan di website resmi Mizanstore.

Tabel III.3 Tabel distribusi media
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

No.	Media	Maret 2018				April 2018				Mei 2018				Juni 2018			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Poster																
2	Web banner																
3	X-banner																
4	Buku																
5	Bantal																
6	Gymsack (Tas serut)																
7	T-shirt																

11	Lampu tidur			
12	Jam Tangan			
13	Boneka Rajut			
14	Jam			

Media-media yang didistribusikan dengan cara *offline* yaitu pada saat acara peluncuran dan dijual di toko buku Gramedia. Pada saat acara berlangsung media yang akan didistribusikan adalah semua media yang ada. Namun, media yang akan didistribusikan ke toko-toko buku yang ada di Indonesia hanyalah media buku itu sendiri dan gratis gantungan kunci beserta *sticker*. Kemudian untuk penyebaran melalui *online* dilakukan di *website* resmi Mizanstore, di Mizanstore sendiri yang didistribusikan adalah buku, *tote bag*, *note book*, gantungan kunci, *sticker*, dan *pouch*. Media yang dijual di Mizanstore *online* akan dibuat dengan dua jenis pembelian, pertama dapat membeli hanya buku dan mendapatkan gratis *sticker* dan gantungan kunci dan yang kedua dapat membeli buku beserta media lain yang sudah menjadi satu paket yang tersedia di Mizanstore.

Tabel III.5 Cara penyebaran media
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

No.	Media	Cara Penyebaran	
		Gratis	Beli
1	Buku		
2	Bantal		
3	<i>Gymsack</i> (Tas serut)		
4	<i>T-shirt</i>		
5	Mug		
6	<i>Tote bag</i>		
7	<i>Note book</i>		
8	Gantungan kunci		
9	<i>Sticker</i>		
10	<i>Pouch</i>		
11	Lampu tidur		
12	Jam Tangan		
13	Boneka Rajut		
14	Jam		

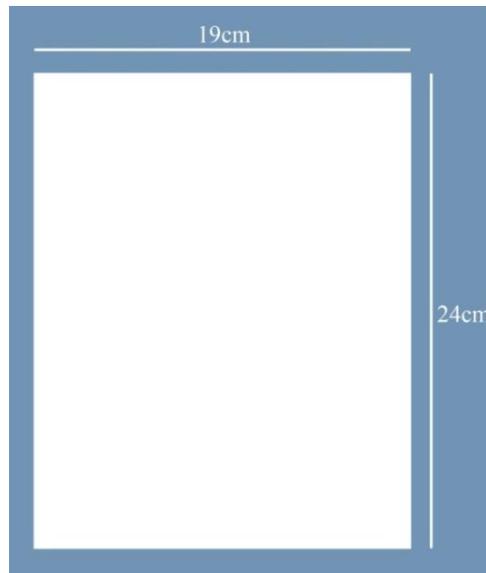
Ada beberapa media yang bisa didapatkan dengan gratis, ataupun dengan cara membelinya. Pembelian media buku itu sendiri akan langsung mendapatkan gratis satu buah gantungan kunci dan juga *sticker* yang bentuknya akan didapat secara *random*. Sementara itu untuk media lain selain gantungan kunci, *sticker* dan buku, dapat dibeli dengan harga yang bervariasi mulai dari Rp.25.000 sampai dengan Rp.200.000. Sementara untuk buku sendiri akan dijual dengan harga Rp.128.000.

III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan dalam perancangan ini yaitu :

- Buku berbentuk persegi panjang dengan ukuran 19x24cm (vertikal)
- Jenis kertas yang digunakan untuk isi buku yaitu kertas *matte paper* 108gsm
- Jenis kertas yang digunakan untuk sampul buku yaitu kertas *art paper* 260gsm
- Teknik jilid yang digunakan adalah teknik jilid *softcover*
- Laminasi sampul buku menggunakan laminasi *doff*



Gambar III.16 Format ukuran kertas
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Rustan (2014) menjelaskan “Tata letak adalah elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau desain yang dibawanya”

(h.0). Adapun prinsip tata letak yaitu:

a. Sequence (urutan)

Sequence adalah mengurutkan atau mengarahkan konten apa saja yang akan dilihat dan dibaca terlebih dahulu oleh pembaca. Dengan begitu dapat lebih mudah untuk menangkap pesan yang ingin disampaikan. (Rustan Suriyanto, 2014, h.74)

b. Emphasis (penekanan)

Emphasis adalah memberikan sebuah penekanan yang paling kuat terhadap konten atau teks yang menjadi pusat perhatian atau *point of interest*. (Rustan Suriyanto, 2014, h.74)

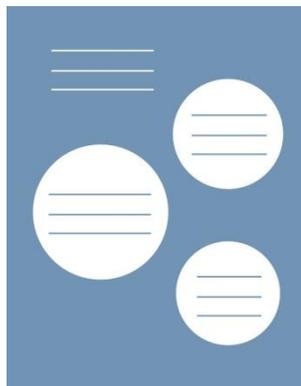
c. Balance (keseimbangan)

Balance adalah pembagian yang merata pada setiap bidang *layout*. (Rustan Suriyanto, 2014, h.75)

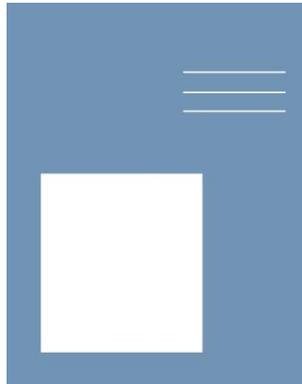
d. Unity (kesatuan)

Unity adalah sebuah kesan yang ditimbulkan oleh sebuah layout yang setiap elemennya saling berkaitan dan disusun dengan tepat. (Rustan Suriyanto, 2014, h.75)

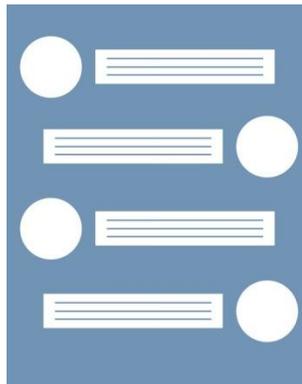
Berikut ini adalah tata letak yang digunakan dalam perancangan:



Gambar III.17 Tampilan tata letak *sequence*
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.18 Tampilan tata letak *emphasis*
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.19 Tampilan tata letak *balance*
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.20 Tampilan tata letak *unity*
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Anggraini, nathalia (2014) menjelaskan “Tipografi merupakan kajian tentang fitur-fitur grafis dari lembar halaman” (h.51). Tipografi yang digunakan dalam perancangan media buku adalah sebagai berikut:



ABCDEF GHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEF GHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 @!="#?-" ;% '&

Gambar III.21 *Font* judul
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Font yang digunakan untuk tulisan judul adalah *font* “*Snubnose DEMO*”. *Font* “*Snubnose DEMO*” ini termasuk dalam jenis huruf dekoratif. Jenis huruf dekoratif ini adalah jenis huruf pengembangan dari huruf-huruf yang sudah ada yang ditambahkan dengan ornamen-ornamen, hiasan, atau garis dekoratif (Anggraini Lia, Nathalia Kirana, 2014, h.63). *Font* ini adalah versi demo, lisensi bisa didapatkan di www.bogstav.com. *Font* ini hanya digunakan untuk kebutuhan akademik. Jenis huruf ini dipilih sebagai tipografi untuk penulisan judul karena memiliki kesan ceria dan juga mencerminkan anak-anak.



ABCDEF GHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
0123456789 @!="#?-" ;% '&

Gambar III.22 *Font* percakapan
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Tipografi yang digunakan untuk penulisan percakapan yang ada di dalam buku adalah *font* “*Playtime With Hot Toddlies*” jenis tipografi ini termasuk dalam jenis *sans serif*. *Sans serif* itu sendiri adalah jenis huruf yang tidak menggunakan *serif* (sirip) pada ujung huruf (Anggraini Lia, Nathalia Kirana, 2014, h.60). *Font* ini berlisensi

berbayar, dan dibuat oleh GemFonts. *Font* ini hanya digunakan untuk kebutuhan akademik. *Font* ini dipilih karena memberikan kesan simpel, sederhana, mudah dibaca, juga karena penampilannya yang memberikan kesan kartun. Dan tingkat keterbacaannya yang bagus maka font ini sangat sesuai digunakan untuk penulisan percakapan.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 @!="#?-"':%&

Gambar III.23 *Font* subjudul
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Untuk tipografi penulisan subjudul menggunakan *font* “*News Junkie DEMO*”. *Font* ini termasuk dalam jenis dekoratif. Hal ini terlihat dari bentuknya yang terbuat dari garis yang tidak beraturan. *Font* ini adalah versi demo, lisensi bisa didapatkan di www.bogstav.com. *Font* ini hanya digunakan untuk kebutuhan akademik. *Font* ini digunakan sebagai tipografi untuk penulisan subjudul karena memiliki kesan ceria, dan simpel.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 @!="#?-"':%&

Gambar III.24 *Font* bodytext
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Tipografi untuk penulisan *bodytext* menggunakan *font* “*Rythmus*”. *Font* ini termasuk dalam jenis tipografi *sans serif* karena tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya. *Font* ini hanya untuk *personal use*, dan dibuat oleh EvasUniqueFonts. *Font* ini hanya digunakan untuk kebutuhan akademik. *Font* ini digunakan sebagai tipografi untuk

penulisan *bodytext* karena hurufnya yang mudah dibaca, dan memiliki kesan santai, bagian ujungnya yang tumpul memberikan kesan halus. Sehingga diharapkan agar nanti para pembaca bisa lebih santai saat membaca agar lebih menikmati buku yang sedang dibaca, tanpa merasa terbebani oleh materi buku itu sendiri.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 =#?-"!%&

Gambar III.25 *Font* hadist
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Yang terakhir yaitu tipografi yang digunakan dalam penulisan hadist yaitu “*Kelam Kabut*”. *Font* ini hanya untuk *personal use*, dan dibuat oleh Haslinda Adnan. *Font* ini hanya digunakan untuk kebutuhan akademik. *Font* ini dipilih sebagai tipografi untuk penulisan hadist karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik, juga memiliki kesan yang santai dan tidak kaku. Hal ini sangat penting karena hadist merupakan pernyataan yang serius dan penting, namun dengan digunakannya *font* “*Kelam Kabut*” ini diharapkan pembaca tidak merasa tegang saat membaca dan dapat menerima informasi dengan baik.

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ilustrasi adalah gambar foto atau lukisan untuk memperjelas isi buku. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini yaitu ilustrasi yang dibuat menggunakan pensil warna dan *soft pastels*. Teknik penggambaran dengan pensil warna dipilih karena pensil warna adalah salah satu alat pewarna yang paling dekat dengan anak-anak diusia 10-12 tahun. Diharapkan dapat menarik perhatian anak-anak dengan menggunakan pensil warna, dan juga penggambaran yang tidak rumit agar anak-anak dapat termotivasi untuk menggambar dan lebih tertarik lagi dengan ilustrasi yang disajikan. Sementara itu *soft pastels* digunakan untuk mewarnai *background* agar memiliki warna yang lebih halus dan berwarna, karena tekstur pensil warna yang sengaja ditampilkan maka akan lebih baik

jika *background* yang dipakai memiliki tekstur yang lebih halus. Berikut ini adalah referensi-referensi ilustrasi yang digunakan.



Gambar III.26 Referensi ilustrasi

Sumber :

<https://www.instagram.com/p/2ZLTu1GXVK/?takenby=genevievegodboutillustration>
(Diakses pada 04/01/2018)



Gambar III.27 Referensi ilustrasi 2

Sumber :

<https://www.instagram.com/p/4CbvLzGXfw/?takenby=genevievegodboutillustration>
(Diakses pada 04/01/2018)



Gambar III.28 Referensi ilustrasi 3

Sumber :

<https://www.instagram.com/p/BUkXvJiDiHD/?takenby=genevievegodboutillustration>
(Diakses pada 04/01/2018)



Gambar III.29 Referensi ilustrasi 4

Sumber : <https://www.instagram.com/p/BQTC9rNFFxN/?takenby=genevievegodboutillustration> (Diakses pada 04/01/2018)



Gambar III.30 Referensi ilustrasi 5

Sumber : <https://fr.dreamstime.com/illustration-stock-gar%C3%A7on-de-chibi-dans-le-style-d-anime-et-de-manga-image85772402> (Diakses pada 03/02/2018)

Selain itu digunakan juga ilustrasi yang menggambarkan karakter dengan badan yang kecil dengan kepala yang besar. Biasanya jenis ilustrasi seperti ini disebut dengan *chibi*. *Chibi* sendiri memiliki arti anak kecil atau orang pendek. Tipe ilustrasi ini digunakan agar dapat memberi kesan yang lucu, karena pada umumnya gambar dengan tipe ilustrasi ini memiliki kesan lucu dan imut.

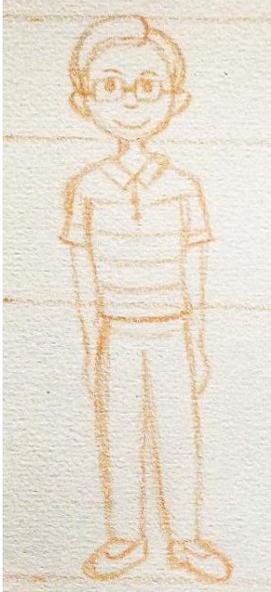
III.3.4.1 Desain Karakter

Desain karakter adalah sebuah desain atau ilustrasi dengan konsep manusia. Desain karakter yang dibuat adalah desain karakter sebuah keluarga. Desain karakter keluarga yang dibuat terdapat seorang ibu dan ayah juga seorang anak laki-laki dan anak perempuan.

III.3.4.1.1 Karakter Ayah

Proses pembuatan karakter mulai dari referensi karakter, gaya visual, dan hasil sketsa karakter. Hasil sketsa karakter adalah gabungan dari referensi visual dan gaya visual yang digunakan.

Tabel III.6 Proses pembuatan karakter ayah

Referensi karakter	Gaya visual	Sketsa karakter
		
<p>6.a</p> <p>https://www.instagram.com/p/BZlph-yAUys/?hl=en&taken-by=arienoviariesumantri</p>	<p>6.b</p> <p>https://www.instagram.com/p/BJvJuT9Dtdy/?hl=en&taken-by=geneievegodboutillustration</p>	<p>6.c</p> <p>Dokumentasi pribadi</p>

Studi Karakter

Studi karakter adalah proses pemahaman tentang konsep ilustrasi manusia yang sesuai dengan khalayak sasaran.



Gambar III.31 Studi karakter ayah
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Deskripsi Karakter

- Nama : Rizky
- Umur : 38 tahun
- Sifat : Disiplin, rajin, dan tegas
- Deskripsi : Rizky adalah seorang laki-laki yang menikah pada usia 25 tahun. Ia menikah dengan seorang gadis bernama Aulia. Ia telah dikaruniai dua orang anak, satu anak laki-laki dan satu anak perempuan. Mereka memiliki nama Zahra dan Raka. Ia menghidupi keluarganya dengan cara menjadi pengusaha. Karena dengan menjadi pengusaha ia akan lebih mudah meluangkan waktu untuk keluarganya. Karena ia sadar anak-anaknya tidak hanya butuh kasih sayang seorang ibu, namun seorang ayah juga.

III.3.4.1.2 Karakter Ibu

Proses pembuatan karakter mulai dari referensi karakter, gaya visual, dan hasil sketsa karakter. Hasil sketsa karakter adalah gabungan dari referensi visual dan gaya visual yang digunakan.

Tabel III.7 Proses pembuatan karakter ibu

Referensi karakter	Gaya visual	Sketsa karakter
		
7.a https://www.instagram.com/p/BWkUPGsjkX/?taken-by=likairvan	7.b https://www.instagram.com/p/BJjR55Ijk3v/?hl=en&taken-by=genevievegodboutillustration	7.c Dokumentasi pribadi

Studi Karakter

Studi karakter adalah proses pemahaman tentang konsep ilustrasi manusia yang sesuai dengan khalayak sasaran.



Gambar III.32 Studi karakter ibu
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

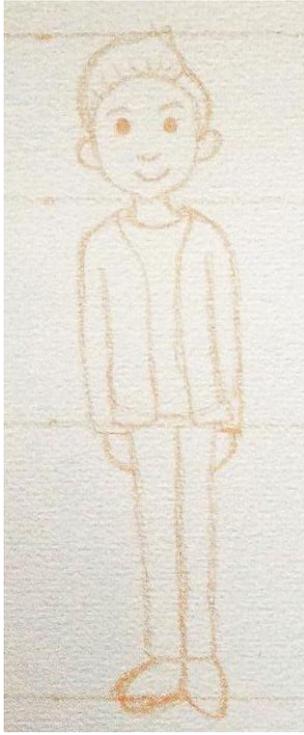
Deskripsi Karakter

- Nama : Aulia
- Umur : 35 tahun
- Sifat : Pengertian, sabar
- Deskripsi : Seorang ibu rumah tangga yang sehari-hari mengurus anak. Berusia 35 tahun, ia menikah pada usia 22 tahun dengan Rizky. Tak berselang lama ia diberikan anak yang diberi nama Raka yang sekarang berusia 12 tahun, dan anak keduanya Zahra yang sekarang berusia 10 tahun. Anak laki-laki dan anak perempuan memiliki perbedaan pada badannya, ia pun harus memberikan pengertian terhadap anak, tentang apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh anaknya. Ia sadar membesarkan anak bukanlah hal yang mudah, maka dari itu ia memutuskan untuk keluar dari pekerjaannya sesudah menikah.

III.3.4.1.3 Karakter Anak Laki-laki

Proses pembuatan karakter mulai dari referensi karakter, gaya visual, dan hasil sketsa karakter. Hasil sketsa karakter adalah gabungan dari referensi visual dan gaya visual yang digunakan.

Tabel III.8 Proses pembuatan karakter anak laki-laki

Referensi karakter	Gaya visual	Sketsa karakter
		
<p>8.a</p> <p>https://www.instagram.com/p/BTS1UXDIGDE/?taken-by=ario_angga</p>	<p>8.b</p> <p>https://www.instagram.com/p/BPaEWsaLUKy/?hl=en&taken-by=geneviegodboutillustration</p>	<p>8.c</p> <p>Dokumentasi pribadi</p>

Studi Karakter

Studi karakter adalah proses pemahaman tentang konsep ilustrasi manusia yang sesuai dengan khalayak sasaran.



Gambar III.33 Studi karakter anak laki-laki
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

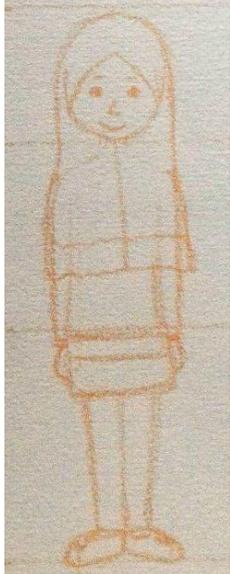
Deskripsi Karakter

- Nama : Raka
- Umur : 12 tahun
- Sifat : Cuek, usil
- Deskripsi : Bernama Raka, ia adalah anak laki-laki yang aktif dan suka bertindak semaunya. Seperti anak laki-laki kebanyakan, ia sangat usil. Ia senang melakukan perbuatan usilnya kepada siapa pun. Senang mencoba hal-hal yang menurutnya menyenangkan, apapun itu tanpa terkecuali. Ia adalah anak pertama dari dua bersaudara, memiliki adik perempuan yang bernama Zahra. Mereka bersekolah di Sekolah Dasar yang sama. Sekarang Raka berada dibangku kelas 6 SD.

III.3.4.1.4 Karakter Anak Perempuan

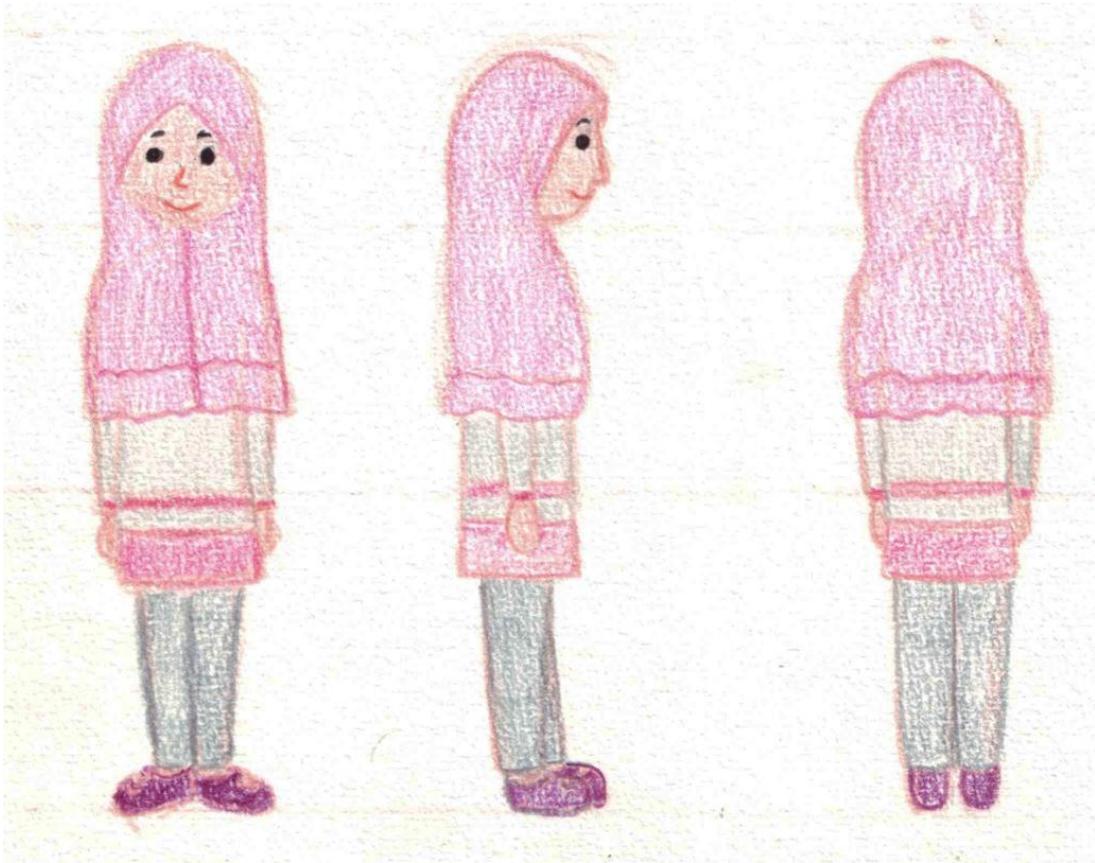
Proses pembuatan karakter mulai dari referensi karakter, gaya visual, dan hasil sketsa karakter. Hasil sketsa karakter adalah gabungan dari referensi visual dan gaya visual yang digunakan.

Tabel III.9 Proses pembuatan karakter anak perempuan

Referensi karakter	Gaya visual	Sketsa karakter
		
9.a https://www.instagram.com/p/BcVq34PF9Rc/?taken-by=kerudunganakmurah	9.b https://www.instagram.com/p/pmPgGomXfx/?hl=en&taken-by=genevievegodboutillustration	9.c Dokumentasi pribadi

Studi Karakter

Studi karakter adalah proses pemahaman tentang konsep ilustrasi manusia yang sesuai dengan khalayak sasaran.



Gambar III.34 Studi karakter anak perempuan
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Deskripsi Karakter

- Nama : Zahra
- Umur : 10 tahun
- Sifat : Baik hati, feminin
- Deskripsi : Anak kedua dari dua bersaudara. Saat ini ia berusia 10 tahun. Zahra memiliki seorang kakak laki-laki yang bernama Raka. Ia dan Raka setiap hari berangkat dan pulang ke sekolah bersama-sama, karena mereka bersekolah di Sekolah Dasar yang sama. Ia ingin mengetahui banyak hal dan senang berbagi ilmu. Membaca buku adalah kesukaannya. Ia pun selalu bertanya pada ibunya tentang hal-hal yang tidak dimengerti. Selalu penasaran dengan hal-hal yang blm diketahui, maka dari itu ia selalu bertanya pada ibunya, karena kata

ibu ia harus bertanya terlebih dahulu kepada orang tuanya atau guru disekolah tentang segala sesuatu yang blm dimengerti sebelum ia mencari tahu sendiri.

III.3.5 Warna

Menurut KBBI warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya. Warna menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan ketika sedang merancang sesuatu. Perancangan akan berhasil jika perpaduan warna yang digunakan sesuai dengan khalayak sasaran. Maka dari itu warna-warna yang akan dipakai dalam perancangan ini adalah warna-warna yang hangat dan tidak terlalu mencolok, karena sesuai dengan tipe ilustrasi yang digunakan. Warna-warna yang akan dipakai yaitu sebagai berikut:



#FFF68D

C : 2%

M : 0%

Y : 55%

K : 0%

R : 255

G : 246

B : 141

Warna kuning muda dipilih karena memiliki kesan yang santai dan gembira. Oleh karena itu diharapkan para pembaca dapat membaca dengan gembira dan santai.



#FFEDC2

C : 0%

M : 5%

Y : 27%

K : 0%

R : 255

G : 237

B : 194

Warna krem muda dipilih karena memiliki kesan yang tenang, kalem dan lembut. Karena dalam pembelajaran anak, akan lebih baik jika belajar dalam keadaan yang tenang.



#512B09

C : 44%

M : 72%

Y : 92%

K : 59%

R : 81

G : 43

B : 9

Warna coklat dapat memberikan kesan yang alami, hangat, tenang. Selain memberikan kesan seperti yang telah disebutkan warna coklat juga memberikan kesan kenyamanan. Diharapkan agar para pembaca nyaman untuk membaca buku ini.

Warna-warna yang digunakan adalah warna-warna yang hangat. Tujuannya adalah agar ketika media ini dibaca akan memberikan kesan hangat, nyaman, sederhana. Pemakaian warna kuning digunakan agar media dapat memberikan kesan ceria terhadap pembaca, karena pada media buku untuk anak lebih baik jika memberikan sentuhan warna yang ceria agar khalayak sasaran senang pada saat membaca.