

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan sekelompok orang atau masyarakat yang mana akan ditunjukkan dan dijadikan sebuah sasaran atau target komunikasi (Moriarty,1991, h.62). Untuk melakukan perancangan informasi mengenai tanaman Sukulen agar dapat disampaikan sesuai dengan target, maka dari itu harus menentukan khalayak sasaran yang sesuai. Khalayak sasaran ini dapat memfokuskan target audiens yang sesuai untuk menyampaikan informasi yang akan kita sampaikan. Agar dapat menentukan khalayak sasaran dengan baik, maka dari itu khalayak sasaran dikelompokkan menjadi demografis, geografis dan psikografis.

1. Target Audiens

Setelah dilakukan analisis maka dari itu selanjutnya menentukan target audiens. Target audiens akan ditentukan berdasarkan demografis, geografis, dan psikografis. Berikut merupakan target audiens yang ditentukan agar dapat menyampaikan informasi tepat dan sesuai:

) Demografis

Target audiens secara demografis yang dituju merupakan masyarakat urban yang sebagian besar merupakan masyarakat yang tinggal di perkotaan dan mempunyai gaya hidup yang modern. Selain itu juga masyarakat perkotaan dikenal dengan tingkat kemajuannya dan dinamis, maka dari itu biasanya masyarakat kota atau urban merupakan masyarakat yang sangat sibuk. Khalayak sasaran akan berfokus pada masyarakat usia dewasa terutama dewasa awal. Menurut Valliant (dalam Papalia, 1998) dewasa awal dibagi menjadi tiga fase yaitu masa pembentukan 20-30 tahun, masa konsolidasi 30-40 tahun dan masa transisi diusia 40. Lalu menurut Menurut Prof Koesoemanto usia dewasa muda sekitar 18/20-25 tahun.

Berdasarkan hal tersebut demografis dari khlayak sasaran yang ditentukan yaitu sebagai berikut:

Usia: Dewasa awal 20 - 25 tahun

Jenis kelamin : Pria dan Wanita

Status ekonomi: Menengah keatas

Pendidikan : SMA dan Perguruan Tinggi

Pekerjaan: Semua pekerjaan yang umumnya berada dalam ruangan

) Geografis

Target audiens untuk penyebaran informasi secara geografis yaitu dilakukan di wilayah Kota Bandung. Penyebaran dilakukan khusus pada masyarakat kota saja yang merupakan bagian dari masyarakat urban. Karena wilayah perkotaan lebih membutuhkan tanaman, apa lagi ditengah kesibukannya akan membutuhkan tanaman yang praktis, maka dari itu penyebaran difokuskan pada masyarakat yang tinggal perkotaan. Penyebaran informasi dilakukan di Kota Bandung yang beriklim tropis.

) Psikografis

Penyebaran informasi ini difokuskan kepada masyarakat yang sudah menginjak usia dewasa. menurut Valliant (dalam Papalia, 1998) masa dewasa awal usia 20-30 merupakan masa pembentukan dimana akan memulai untuk memisahkan diri dari orang tua dan memulai untuk hidup sendiri dan membentuk keluarga baru. Ketika menginjak dewasa awal terjadinya kematangan psikologis dan fisik. Pada usia dewasa biasanya lebih mandiri dan juga sudah mengetahui mana yang baik dan mana yang buruk untuk dirinya. Salah satunya dalam masalah lingkungan dan kesehatan. Maka dari itu target audiens untuk menyebarkan informasi mengenai tanaman Sukulen ini ditujukan kepada usia dewasa karena diharapkan dengan memberikan informasi tersebut, masyarakat dapat lebih sadar dan peduli. Selain itu karena sifat psikografis pada masyarakat urban dan juga karakteristik dewasa awal yang mulai terjun pada pola kehidupan karir. Kebanyakan masyarakatnya

sibuk dan juga membutuhkan segala sesuatu yang praktis, maka dari itu penyebaran informasi tentang Sukulen ini dilakukan pada masyarakat urban.

2. *Consumer Insight*

Consumer insight merupakan sebuah tindakan untuk mencari tahu latar belakang dari pemikiran target audiens. *Consumer insight* merupakan sebuah proses untuk mengetahui secara menyeluruh tentang bagaimana latar belakang pemikiran, perilaku maupun perbuatan yang berkaitan dengan suatu produk (Maulana, 2009, h.25). Maka dari itu informasi yang akan dicari lebih dalam merupakan masyarakat urban pada usia dewasa. Biasanya masyarakat urban sendiri mempunyai gaya hidup yang sudah modern. Masyarakatnya sangat sibuk dan bergerak dinamis. Masyarakat urban yang modern dikelilingi oleh berbagai macam alat elektronik yang canggih sehingga segalanya menjadi instan dan cepat. Maka dari itu masyarakat urban biasanya lebih memilih yang praktis karena cenderung lebih sibuk. Karena masyarakatnya yang modern wilayah masyarakat urban yaitu diperkotaan lebih padat, mulai dari jumlah manusia, bangunan, dan kendaraan. Oleh sebab itu kondisi kesehatan udara dikota buruk. Selain itu juga masyarakat urban yang kebanyakannya adalah pekerja kantoran lebih sering menghabiskan waktunya didalam ruangan. Sehingga lebih membutuhkan tanaman, salah satunya dengan tanaman Sukulen.

Setelah melakukan studi lapangan hasil yang didapatkan adalah masyarakat tertarik setelah melihat tanaman Sukulen ini. Masyarakat tertarik akan tanaman Sukulen ini karena bentuknya dan juga manfaatnya yang baik bagi kesehatan fisik dan psikis. Namun banyak yang berpikir tidak mempunyai waktu untuk merawatnya karena sibuk banyak aktifitas yang dilakukan. Lalu ada beberpa juga yang sudah menanam tanaman Sukulen ini, namun kebanyakan dari tanaman Sukulen yang mereka tanam menjadi mati dan ada juga yang tidak terurus. Masyarakat tidak mengetahui bagaimana cara merawat tanaman Sukulen ini secara mendasar, bagaimana cara menyiramnya dan lain-lain. Dengan *insight* tersebut maka tanaman Sukulen akan menjadi

tanaman yang sangat cocok bagi masyarakat urban khususnya pada pekerja kantoran yang pada dasarnya sering berada didalam ruangan. Karena selain kegunaanya sebagai tanaman yang praktis untuk perawatannya, tanaman Sukulen juga dapat mempengaruhi psikis seseorang. Dengan melihat tanaman dapat mengurangi tingkat stress seseorang. Hal ini berkaitan dengan masyarakat urban atau perkotaan yang biasanya mempunyai tingkat stress yang lebih tinggi. Selain itu penggunaan elektronik dapat memicu radiasi yang berdampak pada tubuh, maka dari itu tanaman Sukulen ini akan dibutuhkan karena manfaatnya tanaman ini sebagai tanaman penangkal radiasi juga.

3. *Consumer Journey*

Consumer Journey merupakan suatu daftar aktifitas apa saja yang dilakukan oleh khalayak sasaran sendiri, dari mulai dini hari hingga malam hari. Dengan menggunakan *consumer journey* ini, maka akan ditemukan apa saja yang menjadi kegiatan dan kebiasaan sehari-harinya sehingga dapat ditemukan *point of contact*nya. Dengan begitu *consumer journey* akan diperlukan sebagai penentu media apa saja yang tepat dan sesuai untuk khalayak sasaran. Adapun *consumer journey* yang dilakukan oleh usia dewasa pada masyarakat urban, diantaranya:

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Data Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan	Tempat	<i>Point of contact</i>
04.30-05.00	Bangun Tidur, Membereskan Rumah	Kamar tidur, ruang tamu, ruang keluarga	Peralatan tidur, kasur, jam, peralatan beribadah, sapu, lap pel, lap.
05.00-05.30	Mandi Bersolek Merapikan Penampilan	Kamar mandi, Kamar tidur,	Peralatan mandi, lemari, baju, tas, sisir, celana, jam, kaos kaki,

			sepatu, kosmetik dan <i>skincare</i> .
05.30-06.00	Sarapan Pagi	Dapur, meja makan	Peralatan makan, peralatan dapur, makanan.
06.00-06.30	Mempersiapkan kebutuhan untuk bekerja Bersiap untuk berangkat	Kamar, Ruang kerja	Buku, laptop, <i>handphone</i> , alat tulis kantor, tas, jaket, masker.
06.30-7.30	Berangkat kerja (Kendaraan Pribadi)	Jalan, tempat parkir	Motor, mobil, sepeda, media iklan yang ditemukan di jalanan seperti <i>billboard</i> , <i>banner</i> , poster, radio
	Berangkat kerja (Kendaraan Umum)	Jalan, halte, stasiun	Bis, Angkot, Kereta, media iklan yang terdapat pada kendaraan umum seperti poster, <i>environment</i> media, sticker, brosur
08.00-12.00	Bekerja	Kantor	Laptop, komputer, <i>handphone</i> , printer, mug, buku, alat tulis kantor, memo, kartu, jam, meja, kursi, figura, <i>schedule board</i> , flash disk dan hard disk.
12.00-13.00	Istirahat	Kantor,	Peralatan beribadah,

	Makan Siang Beribadah Bermain <i>Gadget</i>	kamar mandi, ruang makan, mushala	peralatan makan, makanan, <i>handphone</i> , meja, jam
13.00-15.00	Bekerja	Kantor	Laptop, komputer, <i>handphone</i> , printer, mug, buku, alat tulis kantor, memo, kartu, jam, meja, kursi, figura, <i>schedule board</i> , flash disk dan hard disk.
15.00-15.30	Beribadah Bermain <i>Gadget</i>	Kantor, kamar mandi, ruang makan, mushala	Peralatan beribadah, <i>handphone</i> , meja, jam
15.30-17.00	Bekerja	Kantor	Laptop, komputer, <i>handphone</i> , printer, mug, buku, alat tulis kantor, memo, kartu, jam, meja, kursi, figura, <i>schedule board</i> , flash disk dan hard disk.
17.00-18.00	Pulang Bekerja	Jalan, halte, parkiran	Bis, Angkot, Kereta, media iklan yang terdapat pada kendaraan umum seperti poster,

			<i>environment</i> media, sticker, brosur, <i>billboard, banner</i>
18.00-19.00	Mandi Bersih-bersih	Rumah, kamar mandi, mushala, kamar tidur	Peralatan mandi, , peralatan beribadah, pakaian tidur, lemari
19.00-20.00	Makan malam Bermain <i>gadget</i>	Ruang makan, mushala, ruang tengah	Peralatan makan, peralatan dapur, makanan, meja, peralatan beribadah, <i>handphone</i>
20.00-21.00	Berkumpul dengan keluarga Mempersiapkan keperluan untuk kerja Bermain <i>gadget</i>	Ruang tengah, ruang kerja	Televisi, sofa, bantal, karpet, cemilan, laptop, komputer, <i>handphone</i> , tas
21.00-22.00	Istirahat Bersiap-siap untuk tidur Tidur	Kamar tidur	Peralatan tidur, jam, <i>skincare</i> , peralatan untuk sikat gigi

Kesimpulan yang dapat diambil setelah menelusuri aktifitas dari khalayak sasaran dapat ditarik kesimpulan bahwa khalayak sasaran menghabiskan waktunya untuk bekerja, dimana ketika bekerja kebanyakan dari mereka menggunakan *gadget*. Dengan melihat kebiasaan khalayak sasaran banyak memainkan *gadget*, maka perancangan solusi dengan menggunakan buku dilatarbelakangi karena agar masyarakat kota tidak melulu menggunakan *gadget* dimana diharapkan mereka dapat lebih membaca buku selain memainkan *gadget*. Selain itu dengan menggunakan media buku pembaca

akan lebih fokus terhadap buku tersebut dan juga dapat menjadi nilai koleksi bagi pemiliknya. Selain itu juga masyarakat urban lebih banyak berdiam didalam ruangan ketika bekerja. Dan dapat disimpulkan juga waktu mereka cukup padat sehingga jarang ada waktu luang yang cukup lama.

III.2 Strategi Perancangan

Latar belakang permasalahan yang terjadi yaitu masyarakat khususnya masyarakat kota, banyak yang belum mengetahui informasi tentang tanaman Sukulen ini. Sedangkan tanaman Sukulen ini sendiri mempunyai banyak manfaat yang sesuai untuk kebutuhan masyarakat urban di wilayah perkotaan. Maka dari itu akan dibuat media yang sesuai dengan permasalahan tersebut, strategi perancangan pada media informasi tersebut akan meliputi mengenai informasi tentang tanaman Sukulen, cara merawatnya, jenis-jenisnya, manfaatnya dan juga acra perkembangbiakan tanaman tersebut.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi yang yang disampaikan dalam pembuatan perancangan tersebut adalah sebagai berikut:

-) Memberikan informasi tentang apa itu tanaman Sukulen kepada masyarakat, sehingga masyarakat mengetahui akan keberadaan tanaman Sukulen ini sebagai pengetahuan baru.
-) Menginformasikan kepada masyarakat lebih mendalam tentang tanaman Sukulen ini dari mulai cara perawatannya yang mudah , manfaat, jenis-jenisnya. Sehingga masyarakat menjadi tahu lebih dalam lagi tentang tanaman Sukulen ini dan mulai tertarik.
-) Setelah memberikan informasi kepada masyarakat mengenai tanaman Sukulen ini, diharapkan kedepannya masyarakat menjadi tertarik untuk mulai menanam tanaman ini, dan dapat dijadikan referensi dalam cara merawat tanaman Sukulen yang benar.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pada perancang informasi ini, pendekatan komunikasi harus sesuai dengan khalayak sasaran. Dengan begitu informasi yang dapat disampaikan dengan baik dan sesuai dengan targetnya. Pendekatan komunikasi yang akan digunakan yaitu diantaranya adalah pendekatan komunikasi secara verbal dan pendekatan komunikasi secara visual, adapun pemaparannya sebagai berikut:

) Pendekatan Komunikasi Secara Verbal

Pendekatan secara verbal dapat dilakukan melalui kata-kata baik secara lisan maupun tulisan. Pendekatan verbal yang akan digunakan pada media informasi ini adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia, dan sedikit bahasa asing untuk beberapa istilah-istilah. Gaya bahasa merupakan sebuah gaya yang dipakai oleh pengarang dalam menyampaikan idenya dengan maksud dan tujuan yang akan dicapai (Aminudin, 1995, h.5). Gaya Bahasa yang digunakan yaitu majas asosiasi yang digunakan untuk subjudul pada buku. Bahasa yang digunakan yaitu semi formal. Hal tersebut dikarenakan agar sesuai dengan target audiens yaitu masyarakat urban pada usia dewasa, yang mana orang dewasa lebih menggunakan bahasa yang sedikit formal. Semi formal dipilih agar tetap mengikuti aturan namun tidak terlalu serius dan baku, dimana akan terselip bahasa yang digunakan sehari-hari

) Pendekatan Komunikasi Secara Visual

Penyampaian komunikasi secara visual akan disampaikan melalui penggabungan fotografi dan gambar ilustrasi digital. Gaya desain pada media informasi menggunakan ilustrasi dengan gaya semi realis dengan menggunakan palet yang cenderung berwarna hijau yang diambil dari warna tanaman Sukulen sendiri. Media komunikasi dengan menggunakan visualisasi ilustrasi ini diharapkan agar pembaca dapat lebih tertarik untuk membacanya dan fotografi digunakan agar pembaca dapat melihat tanaman Sukulen secara aslinya.



Gambar III.1 Referensi Gaya Ilustrasi

Sumber: <https://i.pining.com/originals/d8/fa/de/d8fadee1d07bdd29f8f7118f50e524c8.gif>
(Diakses pada 18 Mei 2019)

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan suatu istilah yang biasanya digunakan untuk lembaga yang memerintah mengenai hal yang memiliki tanggung jawab berkaitan dengan pembuatan perancangan media informasi yang akan dilaksanakan. Dalam perancangan untuk tanaman Sukulen ini lembaga yang akan bekerja sama adalah Penerbit KPG, merupakan Penerbit Kepustakaan Populer Gramedia yang berada dibawah Gramedia.



Gambar III.2 Logo KPG

Sumber: <https://www.gramedia.com/blog/cara-mengirim-naskah-ke-penerbit-di-gramedia/>
(Diakses pada 18 Mei 2019)

Selain itu juga lembaga yang akan bekerjasama adalah Balai Penelitian Tanaman Hias. Balai Penelitian Tanaman Hias (Balithi) dipilih karena merupakan sebuah unit pelaksana teknis yang meneliti khusus mengenai tanaman-tanaman hias. Balithi sendiri berada dibawah koordinasi Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura. Salah satu tugas Balithi yaitu Pelaksanaan penelitian penanganan hasil tanaman hias.



Balai Penelitian
Tanaman Hias

Gambar III.3 Logo Balithi

Sumber: <http://www.pubinfo.id/instansi-924-balithi--balai-penelitian-tanaman-hias.html>
(Diakses pada 18 Mei 2019)

III.2.4 Materi Pesan

Sesuai dengan tujuan yang akan disampaikan pada perancangan ini, maka adapun materi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran agar dapat mengetahui informasi menyangkut tanaman Sukulen. Yaitu sebagai berikut:

-) Informasi tentang tanaman Sukulen, meliputi pengertian, asal tanaman, sejarahnya dan jenis-jenis tanaman Sukulen.
-) Informasi tentang cara perawatan tanaman Sukulen, informasi tentang merawat Sukulen ini akan dijadikan sebagai fokus utama yang ada pada media informasi
-) Informasi tentang manfaat tanaman Sukulen baik secara psikis maupun secara fisik, dan perkembangbiakan tanaman Sukulen.
-) Memberitahu kepada masyarakat bahwa menanam Sukulen ini mudah dan tidak sulit, dan cocok untuk kondisi masyarakat urban yang kehidupannya sibuk dan tidak mempunyai waktu luang yang banyak.

-) Memberikan pengetahuan mengenai perawatan tanaman Sukulen yang biasanya masyarakat salah dalam melakukannya agar tanaman Sukulen ini sehat dan tidak mati khususnya dengan merawatnya dalam ruangan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan sebuah gaya yang dipakai oleh pengarang dalam menyampaikan idenya dengan maksud dan tujuan yang akan dicapai (Aminudin, 1995, h.5). Gaya bahasa yang akan digunakan pada pembuatan media informasi adalah gaya bahasa perumpamaan atau majas asosiasi. Majas perumpamaan ini adalah gaya bahasa yang mana membandingkan dua hal yang berbeda namun ditarik kesimpulan dalam hal yang sama. Majas asosiasi ini digunakan pada subjudul pada buku yaitu “Hijaukan ruangan mu dengan Sukulen”. Untuk isi konten pada buku ini menggunakan penjelasan yang dipaparkan secara deskriptif.

III.2.6 Strategi Kreatif

Perancangan dalam membuat buku tentang tanaman Sukulen ini untuk informasi meliputi mengenai informasi tentang tanaman Sukulen, cara merawatnya, jenis-jenisnya, manfaatnya dan juga perkebangbiakan tanaman tersebut. Dalam perancangan buku ini, strategi kreatif yang digunakan merupakan dengan menggunakan ilustrasi digital dan fotografi dengan menggunakan skema warna *earthy tone*, yaitu warna yang lebih mengarah kepada warna-warna natural, seperti tanaman, batu, tanah dan lain-lain. Namun pada buku ini akan didominasi oleh warna hijau. Bahasa yang digunakan ringan. Selain itu juga dalam membuat perancangan buku ini ditunjang dengan beberapa bagian yang interkatif. Seperti dilipat, ditarik dan sebagainya. Hal ini ditujukan untuk menarik perhatian dan juga memberikan pengalaman tersendiri bagi pembacanya. Selain itu juga dengan media buku, dapat menambah nilai kolektif bagi pemiliknya. Berikut proses perancangan buku informasi tentang merawat tanaman Sukulen:

1. Copywriting

Copywriting adalah sebuah cara pengolahan kata atau penulisan kata yang kreatif untuk sebuah tujuan tertentu, salah satunya agar dapat menarik

perhatian atau dapat memengaruhi. Dalam sebuah *copywriting* juga harus dapat menggugah dan juga menarik, selain itu juga dapat menyampaikan sebuah pesan yang komparatif (Agustrijanto, 2006, h.19). Dengan begitu maka *copywriting* harus dibuat dengan tepat sehingga dapat sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

Headline: Sukulenpedia

Maksud dari headline diatas adalah untuk menggambarkan isi buku tentang tanaman Sukulen sebagai tanaman untuk masyarakat urban. Bahasa yang digunakan menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

Sub headline: Hijaukan Ruanganmu dengan Sukulen.

Sub headline yang digunakan untuk media utama adalah Hijaukan Ruanganmu dengan Sukulen. Sub Headline dipilih untuk memfokuskan penempatan tanaman Sukulen ini untuk didalam ruangan.

2. *Storyline*

Storyline atau plot adalah sebuah rangkaian kejadian atau cerita yang terstruktur, yang dibentuk oleh tahapan-tahapan kejadian sehingga akan menjadi sebuah cerita (Aminuddin, 1987:h.83). Susunan *storyline* dimulai dari pembahasan yang umum seperti mengenai apa itu tanaman Sukulen, lalu mulai pada bagian yang mendetail. Berikut adalah contoh *storyline* yang akan dibuat:

Tabel III.2 *Storyline*
Sumber: Pribadi (2019)

No	Bagian	Keterangan
1	Cover	Pada <i>cover</i> berisi judul dengan kata “Sukulenpedia” dan juga subjudul dengan kalimat “Hijaukan Ruanganmu dengan Sukulen”. Selain itu juga pada <i>cover</i> depan terdapat logo KPG.
2	Cover Dalam	Pada <i>cover</i> dalam berisi judul dan subjudul dari buku tersebut.

3	Cara Pemakaian Buku	Pada halaman ini berisikan tata cara penggunaan atau cara pemakaian buku ini, seperti suhu, air, cahaya, tempat asal, tingkat kesulitan perawatan, dan waktu tanaman Sukulen berbunga.
4	Daftar Isi	Pada daftar isi terdapat penjelasan halaman pada bab tertentu.
5	Pengantar	Pada kata pengantar terdapat sebuah isi yang sedikit menjelaskan secara singkat terhadap tanaman sukulen
6	Bab 1	Pada bab 1 berjudul “Kenalan dengan Sukulen Yuk!” pada bab tersebut menjelaskan pengertian dari tanaman Sukulen.
7	Bab 2	Pada bab 2 berjudul “Siapa Keluarga Sukulen?”. Sesuai dengan judulnya, pada bab ini akan dibahas mengenai macam-macam tanaman Sukulen."
8	Bab 3	Pada bab 3 berjudul “Cara Merawat Mereka”. Pada bab ini akan dipaparkan mengenai cara merawat tanaman Sukulen, khususnya didalam ruangan. Karena dari studi lapangan sendiri banyak masyarakat yang salah dalam segi perawatan untuk tanaman Sukulen ini.
9	Bab 4	Pada bab 4 berjudul “Tanam Sukulen, Petik Manfaatnya!”. Berisi mengenai manfaat yang ada pada tanaman Sukulen sendiri. Terlebih lagi membahas manfaat dan pengaruh tanaman ini untuk masyarakat urban yang tinggal di wilayah kota.
10	Bab 5	Pada bab 5 berjudul “Hijaukan Ruanganmu Dengan Sukulen” Pada bab ini akan berisi tentang bagaimana cara mempercantik tanaman Sukulen, misalnya dapat digantung menggunakan macrame, dibuat menjadi terarium dan lain lain.
11	Daftar Pustaka	Berisikan tentang referensi buku yang digunakan dalam pembuatan buku Sukulenpedia ini.
12	Cover Belakang	Pada <i>cover</i> belakang berisikan judul buku dan tentang penjelasan singkat mengenai isi buku.

3. *Layout*

Layout merupakan tata letak dapat berupa sebuah elemen desain pada suatu bidang tertentu. Dan bertujuan agar menyampaikan pesan yang diinginkan (Rustan, 2009, h.0). Dalam pemilihan *layout* pada media utama buku ini menggunakan *layout* yang simple. Sedangkan prinsip *layout* pada media utama dalam buku tentang Sukulen ini adalah *balance*. Prinsip *balance* ini dapat mengatur sebuah keseimbangan dari *layout* (Anggraini & Nathalia, 2018, h.51).

4. *Visualisasi*

Visual yang akan dibuat pada media buku ini adalah dengan menggunakan penggabungan fotografi dan ilustrasi. Ilustrasi yang dipilih yaitu berupa ilustrasi digital, gaya ilustrasi yang digunakan adalah semi realis dan fotografi yang digunakan merupakan foto produk.

III.2.7 Strategi Media

Media merupakan sebuah bagian yang ada dalam kehidupan manusia sehari-harinya, dengan begitu manusia sehari-harinya berhubungan dengan media. Interaksi yang dilakukan manusia sebagai pengguna dan juga penyimak pada sebuah media dapat disebut dengan komunikasi (Albar, 2011, h.34). Strategi media merupakan untuk merencanakan media apa yang akan dipilih untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran. Strategi media harus dipilih secara efektif dan efisien agar dapat sesuai dengan target yang diinginkan. Adapun strategi media yang akan digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Media utama

Media utama yang dipilih merupakan sebuah solusi dari sebuah permasalahan yang ada. Media utama tersebut merupakan buku tutorial. Penyampaian informasi pada media utama ini disampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti sehingga dapat dipahami oleh masyarakat. Buku tutorial ini dipilih karena memiliki nilai kolektif, dan juga memiliki karakter. Selain itu juga dengan menggunakan media buku, pengguna dapat lebih leluasa tanpa

terbatas dengan koneksi internet. Buku adalah kumpulan kertas yang disusun menjadi satu yang berisi gambar atau tulisan (KBBI). Dengan dipilihnya media utama berbentuk buku, diharapkan informasi mengenai tanaman Sukulen ini disampaikan dengan baik dan juga menarik kepada pembacanya.

2. Media pendukung

Media pendukung diperlukan untuk menarik khalayak untuk membaca media utama, juga dapat menjadi penguat media utama dari segi informasi juga promosi yang bertujuan untuk menguatkan dan mengingatkan pesan media utama.

a. Tahap Informasi

) Flyer

Flyer digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi mengenai buku tentang Sukulen ini secara lebih detail dan juga lengkap serta ditujukan secara personal.

) Poster

Poster merupakan salah satu media publikasi yang didalamnya terdapat gambar, teks yang digunakan sebagai penyampai informasi untuk khalayak sasaran. Pembuatan poster digunakan sebagai tahapan informasi mengenai buku tanaman Sukulen ini. Didalamnya dapat memuat informasi mengenai pelaksanaan peluncuran buku dan juga sebagai sarana persuasi kepada khalayak agar dapat tertarik untuk membeli buku tersebut.

) *X-banner*

X-banner digunakan sebagai media penyebaran informasi yang didalamnya berisikan informasi mengenai peluncuran media utama. Acara akan diselenggarakan pada peluncuran media utama yaitu mengenai buku Sukulen. *X-banner* ini akan ditempatkan pada *stand* buku ketika buku diluncurkan. Sebagai penanda dan juga untuk menambah daya tarik kepada khalayak.

) Konten Media Sosial

Konten media sosial digunakan karena target khalayak merupakan masyarakat urban yang kebanyakan menggunakan yang serba digital. Oleh sebab itu target khalayak akan banyak menggunakan media sosial. Selain itu dengan menggunakan media sosial penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat dan meluas. Dalam konten media sosial akan memuat informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan buku Sukulen. Konten yang terdapat pada sosial media sendiri berisikan tentang promosi buku, *preorder*, dan hal-hal yang bersangkutan dengan Sukulen, agar dapat menarik minat masyarakat. Media sosial yang akan digunakan diantara adalah Instagram, Facebook, dan Twitter.

) Ambient Media

Ambient media merupakan salah satu sebuah media komunikasi yang tidak seperti biasanya atau non-konvensional. Sebuah ambient akan lebih memengaruhi rasa pada konsumen atau khalayak sasarannya. *Ambient media* yang akan digunakan dalam penyampaian informasi mengenai Sukulen ini adalah dengan menempatkan *ambient media* berupa *photobooth*.



Gambar III.4 Ambient Media
Sumber: Pribadi (2019)

b. Tahap Peningat

Media yang digunakan pada tahap peningat adalah media yang berhubungan dekat dengan keseharian target khalayak. Selain itu juga media peningat ini akan berhubungan dengan tanaman Sukulen. Media peningat dibuat sebagai peningat terhadap media utama. Media peningat dibagi menjadi *merchandise* dan *gimmick*. Berikut merupakan media peningat dalam kategori *merchandise*:

) *Reusable Bag*

Reusable bag merupakan tas belanja yang bisa dipakai berkali-kali. Dengan *reusable bag* ini dapat mengurangi sampah plastik yang ada ketika kita berbelanja. Media ini digunakan sebagai media peningat sekaligus berguna sebagai tas belanja untuk mengurangi plastik. Selain itu juga masyarakat saat ini sering menggunakan tas pada kehidupan sehari-harinya, maka dari itu media dengan menggunakan tas ini dipilih.

) *Foldable/reusable Cup*

Foldable cup adalah cangkir yang dapat dilipat dan digunakan kembali, sehingga dapat mengurangi sampah plastik yang sering kita gunakan sehari-hari. *Foldable cup* dipilih sebagai media peningat karena target khalayak adalah masyarakat urban diperkantoran, kebanyakan dari mereka sering menggunakan mug atau *cup* ketika jam kerja.

) Jam Meja

Media peningat jam sangat penting, khususnya bagi masyarakat urban. Jam merupakan salah satu benda yang sering ditemui dan juga paling penting. Maka dari itu jam dipilih sebagai media peningat.

) Alat bercocok tanam

Alat bercocok tanam yang dimaksud termasuk sekop, dan penyiram tanaman. Media peningat tersebut dipilih karena berhubungan dengan bercocok tanam. Ketika bercocok tanam benda tersebut biasanya yang

digunakan sebagai alat untuk membantu dalam bercocok tanam. Maka dari itu media pengingat ini dipilih agar dapat menjadi pengingat kepada tanaman Sukulen.

) *Bantal Sofa*

Bantal yang dijadikan media merupakan bantal kecil yang biasanya terdapat sofa atau kursi. Bantal yang digunakan sebagai media berukuran kecil dan berkarakter membentuk tanaman Sukulen.

) *Notebook*

Media pengingat *notebook* merupakan media yang biasanya dipakai oleh masyarakat urban terutama ketika bekerja. Selain itu juga *notebook* sering digunakan karena untuk mencatat hal-hal yang penting. Maka *notebook* dipilih sebagai media pengingat karena sering digunakan oleh masyarakat urban.

) *Macrame*

Macrame merupakan sebuah seni atau kerajinan dalam menyimpul tali sehingga menjadi sebuah hiasan. *Macrame* biasanya dijadikan hiasan dinding dan beberapa ada yang dijadikan sebagai penggantung pot.

) *Schedule board*

Berkaitan dengan masyarakat urban yang sebagian besar sibuk, maka dari itu *Schedule board* dipilih sebagai media pengingat. *Schedule board* berguna sekali untuk menjadwalkan kegiatan yang akan dilakukan, oleh karena itu media ini selalu terkait pada kehidupan sehari-hari target khalayak.

) *Case Handphone*

Sebagian besar masyarakat urban menggunakan *handphone* sebagai alat komunikasi. Bahkan *handphone* menjadi hal yang sangat penting karena keterlibatannya dalam pekerjaan. Untuk itu media pengingat berbentuk *case* ini akan efektif.

) *Wallpaper Hp dan Laptop*

Berhubungan dengan keseharian masyarakat urban yang tidak jauh dari *gadget*, maka *wallpaper* ini dipilih sebagai media pengingat. Berkaitan dengan masyarakat urban yang sering menggunakan hp dan laptop maka media pengingat menggunakan *wallpaper* ini akan sangat berguna.

Berikut merupakan media pengingat dalam kategori *gimmick*:

) *Tanaman Sukulen*

Tanaman Sukulen digunakan sebagai *gimmick*. Tanaman Sukulen akan diberikan secara gratis jika membeli buku secara *pre-order*. Tanaman Sukulen yang diberikan berukuran kecil.

) *Postcard*

Postcard digunakan sebagai media penarik untuk pembaca. *Postcard* yang digunakan berukuran a6 dan menggunakan kertas manila. Didalamnya bertemakan tentang tanaman Sukulen.

) *Banner Gantung*

Poster yang dibuat berisikan tentang informasi seperti jenis-jenis tanaman Sukulen. Selain berisikan informasi yang berguna, poster ini juga bertujuan sebagai hiasan pada dinding. Poster akan menggunakan tali sehingga dapat digantung.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Media utama buku mengenai tanaman Sukulen akan diproduksi dengan cara dicetak, lalu akan didistribusikan pada toko buku terutama pada toko buku yang terdapat dikota Bandung, Jakarta, dan Yogyakarta. Masa pendistribusian buku dilakukan selama 3 bulan. Terhitung dari bulan Juni hingga Agustus. Pada minggu pertama dan kedua pada bulan Juni akan dilakukan promosi terlebih dahulu sebelum waktu peluncuran. Bulan Juni dipilih karena bulan juni terdapat hari lingkungan hidup sedunia.

Tabel III.3 Strategi Distribusi
Sumber: Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Juni 2020				Juli 2020				Agustus 2020			
Media Promosi	Poster 1	■	■										
	Poster 2			■	■								
	<i>Flyer</i>	■	■										
	Media Sosial	■	■	■	■	■	■	■	■				
	<i>X-banner</i>	■	■	■	■								
Media Utama	Buku			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Merchandise	<i>Reusable Bag</i>	■	■	■	■	■	■	■	■				
	Jam	■	■										
	Alat bercocok tanam	■	■										
	Bantal	■	■										
	<i>Notebook</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	<i>Macrame</i>	■	■										
	<i>Schedule Board</i>	■	■	■	■	■	■	■	■				
	<i>Case</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	<i>Wallpaper</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Gimmick	Mini Succulent	■	■									
<i>Postcard</i>		■	■	■	■								
Poster		■	■										
Visual Promotion	Ambient Media	■	■	■	■								
		■	■	■	■								

Pada peluncuran buku ini akan dilakukan strategi distribusi yang diawali dengan menyebar poster yang berisikan informasi mengenai buku dan juga *flyer* yang akan dibagikan. *Flyer* yang dibagikan memuat informasi yang lebih mendetail mengenai buku. Selain itu juga minggu pertama dan kedua akan disebar informasi mengenai peluncuran buku melalui konten media sosial seperti Instagram, Facebook dan Twitter.

-) Untuk pembelian buku yang dipesan secara *pre-order* akan dipromosikan melalui media sosial yang tersedia, seperti instagtam, facebook, dan twitter. Lalu selanjutnya pemesanan akan dilakukan dengan menghubungi kontak email yang tersedia.
-) Dalam *pre-order* buku, dilakukan secara online. Dengan *pre-order* buku pembeli mendapatkan potongan harga sebesar 20% dari harga normal
-) Dengan membeli buku, pembeli mendapatkan *postcard* pada pembelian *online* maupun *offline*.
-) Pada edisi buku pertama mendapatkan tanaman *mini Succulent* dan poster tentang tanaman Sukulen yang dapat dijadikan hiasan dinding secara gratis.
-) *Merchandise* lainnya dapat dipesan secara online dan dikenakan dengan harga normal.

Tabel III.4 Strategi Distribusi
Sumber: Pribadi (2018)

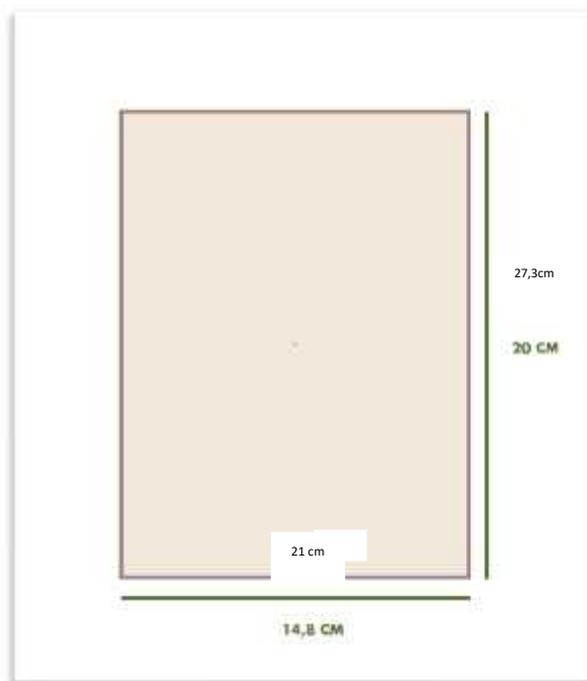
Jenis Media		Penyebaran	
		<i>Offline</i> Toko Buku	<i>Online</i> Email
Media Utama	Buku Tutorial		
<i>Merchandise Pre-order</i>	Jam		
	Alat bercocok tanam		
	Bantal		
	<i>Macrame</i>		
<i>Gimmick</i>	<i>Mini Succulent</i>		
	<i>Postcard</i>		
	Poster		

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang akan digunakan dalam pembuatan buku mengenai tanaman Sukulen ini adalah dengan membuat buku tutorial yang menarik dan juga diharapkan dapat menyampaikan informasi mengenai Sukulen dengan baik dan tepat. Konsep visual yang akan digunakan yaitu dengan perpaduan antara ilustrasi dan beberapa foto didalamnya.

III.3.1 Format Desain

Pada media utama yaitu buku akan menggunakan format desain dengan buku yaitu *custom* 21x27,3cm. Ukuran buku tersebut dipilih agar buku ini lebih terlihat detail, karena akan menampilkan tanaman Sukulennya. Pada media utama buku menggunakan format potrait. Buku akan dijilid menggunakan teknik *Hardcover* dan juga menggunakan laminasi *doff*. Bagian dalam kertas didominasi oleh jenis kertas art paper 210 gr, dan juga ada beberapa bagian menggunakan kertas kalkir 80gr dan kertas condord 210gr.



Gambar III.5 Format desain
Sumber: Pribadi (2019)

III.3.2 Tata Letak

Tata letak akan berpengaruh kepada pembaca, dengan menggunakan tata letak yang tepat akan menjadikan pembaca lebih nyaman dan juga lebih terstruktur atas informasi yang diberikan. *Layout* merupakan tata letak dapat berupa sebuah elemen desain pada suatu bidang tertentu. Dan bertujuan agar menyampaikan pesan yang diinginkan (Rustan, 2009, h.0). Prinsip *layout* pada media utama dalam buku tentang Sukulen ini adalah keseimbangan (*Balance*). Prinsip *layout* seperti ini dapat mengatur sebuah keseimbangan terhadap elemen lainnya (Anggraini & Nathalia, 2018, h.51).



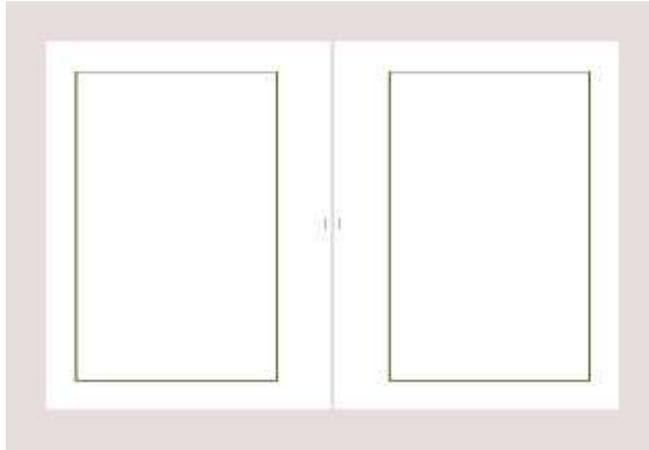
Gambar III.6 Referensi Tata Letak

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/645914771528191797/>

(Diakses pada 18 Mei 2019)

) Margin

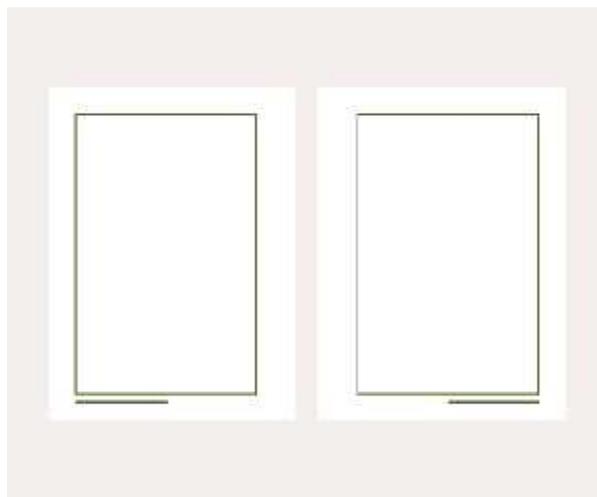
Margin dalam tata letak penting digunakan sebagai pembatas jarak antara pinggir kertas dengan ruangan yang akan ditempati dengan elemen *layout*. Pada perancangan buku ini, margin yang digunakan yaitu margin simetris. Pada margin simetris, jarak margin halaman sebelah kanan merupakan cerminan dari margin sebelah kiri. Margin bagian tengah dibuat lebih lebar dari pada bagian lainnya, dimaksudkan untuk memberi jarak ketika buku akan dijilid nantinya. Sehingga elemen layout akan berada pada posisi yang aman.



Gambar III.7 Margin
Sumber: Pribadi (2018)

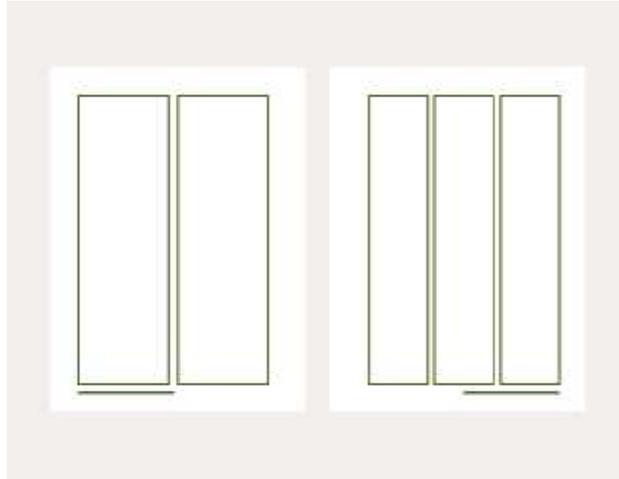
) Sistem Grid

Grid merupakan sebuah garis vertikal maupun horizontal yang menjadikan halaman terbagi lagi kedalam beberapa unit (Anggraini & Nathalia, 2018, h.78). Sistem grid sangat berguna dalam pembuatan buku, karena dapat menjaga keteraturan saat melakukan tata letak pada elemen-elemen desain. Sistem grid yang digunakan dalam buku ini adalah *manuscript grid* dan *column grid*. *Manuscript grid* merupakan grid yang terdiri dari satu kolom saja. Grid seperti ini merupakan grid yang paling sederhana dan juga terstruktur.



Gambar III.8 Sistem Grid *Manuscript*
Sumber: Pribadi (2018)

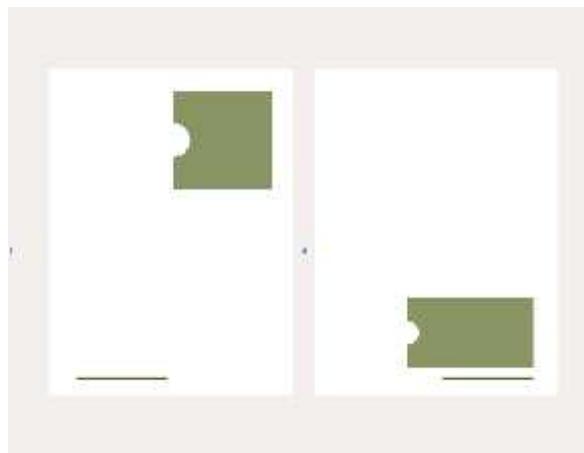
Sedangkan *column grid* adalah grid yang menggunakan beberapa format kolom yang tersusun. Bentuk grid seperti lebih dinamis karena menentukan jumlah kolom yang dibutuhkan. Pada kolom grid tersebut dapat ditempatkan elemen-elemen visual yang akan disampaikan.



Gambar III.9 *Column Grid*
Sumber: Pribadi (2018)

) *Box*

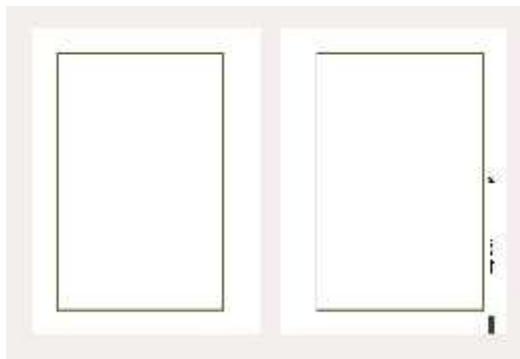
Box ini bersifat tambahan informasi yang diberikan oleh penulis. *Box* biasanya ditempatkan didalam sebuah kotak atau frame, agar pembaca dapat membedakan dengan *bodytext*. *Box* yang terdapat dalam buku ini berisikan sebuah informasi atau sebuah tambahan untuk menempatkan stiker.



Gambar III.10 *Column Grid*
Sumber: Pribadi (2018)

) Penomoran Halaman dan *Running Head*

Penomoran halaman biasanya dipakai untuk materi publikasi yang memiliki halaman lebih dari 8 halaman dan didalamnya mempunyai daftar isi pada halaman depannya (Anggraini & Nathalia, 2018, h.48). Penomoran halaman dalam buku ini diletakan dibagian pinggir halaman, dan diposisikan dibagian tengah. Selain itu pada penomoran halaman disertai dengan *running head*. *Running head* adalah text yang berisi judul buku atau bab yang sedang dibaca.



Gambar III.11 Penomoran Halaman
Sumber: Pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Tipografi atau huruf adalah salah satu elemen penting dalam proses pembuatan buku. Tipografi secara harfiah diartikan sebagai bentuk tulisan. Tipografi sendiri adalah ilmu yang sering dikaitkan dengan penataan huruf (Anggraini & Nathalia, 2018, h.76).

) Huruf pada Judul

Huruf yang digunakan pada judul utama adalah jenis huruf *serif*. Jenis huruf serif adalah huruf yang mempunyai sebuah kaki atau sirip dan mempunyai bentuk yang lancip pada bagian ujung hurufnya. Dalam huruf *serif* mempunyai garis yang cukup kontras antara ketebalan dan ketipisan hurufnya, sehingga membuat keterbacaannya cukup tinggi (Anggraini & Nathalia, 2018, h.58). Huruf *serif* dipilih pada judul utama agar memiliki kesan yang elegan pada buku.

Huruf yang digunakan pada judul utama yaitu Otama E.P. *Font* tersebut dirancang oleh Tim Donaldson, dan linsensi dari *font* ini adalah berbayar. Huruf ini memiliki ciri yaitu mempunyai ketebalan garis yang cukup tebal dan jenis huruf ini termasuk kepada jenis huruf *modern serif*. Huruf dipilih karena memiliki garis yang tebal yang mana sesuai dengan tanaman Sukulen yang memiliki daun bersifat tebal.



Gambar III.12 Huruf pada Judul
Sumber: Pribadi (2018)

Huruf yang digunakan pada judul utama yaitu Otama E.P. Font tersebut dirancang oleh Tim Donaldson. Huruf ini memiliki ciri yaitu mempunyai ketebalan garis yang cukup tebal dan jenis huruf ini termasuk kepada jenis huruf *modern serif*.

) **Huruf pada Sub Judul**

Huruf yang digunakan pada sub judul yaitu menggunakan jenis huruf *sans serif*. Huruf *sans serif* tidak mempunyai sirip pada ujung hurufnya dan juga memiliki ketebalan yang sama. Huruf *sans serif* memiliki sifat keserhanaan, lugas, modern, dan futuristik (Anggraini & Nathalia, 2018, h.58).

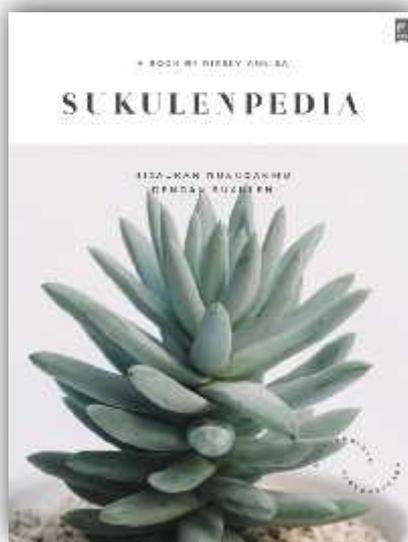


Gambar III.13 Huruf pada Sub Judul
Sumber: Pribadi (2018)

Huruf yang digunakan dalam sub judul yaitu menggunakan huruf Monserrat Regular. Huruf tersebut dirancang oleh Julieta Ulanovsky dan lisensi dari huruf ini gratis dipublikasi oleh SIL *Open Font License*. Karakter huruf tersebut memiliki ketebalan huruf yang cukup tipis. Hal tersebut ditujukan agar judul dan sub judul dapat terlihat kontras dan dapat dibedakan. Selain itu juga pada sub judul menggunakan spasi yang cukup besar.

) Huruf pada *Bodytext*

Bodytext merupakan salah satu elemen yang paling banyak mengandung informasi didalamnya. Huruf yang digunakan dalam *bodytext* dalam buku ini adalah menggunakan huruf jenis *sans serif*. Dan menggunakan huruf Monserrat Regular sama seperti yang digunakan pada huruf di sub judul. Monserrat memiliki merupakan jenis huruf *sans serif*. Karakter huruf *sans serif* memiliki garis yang lumayan tipis dan sederhana sehingga huruf-huruf kecil dapat terbaca dengan jelas (Anggraini & Nathalia, 2018, h.58). Maka dari itu pada bagian *bodytext* menggunakan huruf tersebut agar pembaca nyaman selama membaca buku. Ukuran huruf yang dipakai untuk *bodytext* adalah sekitar 12pt sampai 14pt, karena ukuran huruf 14 point keatas biasanya dipakai untuk *display type* (Rustan, 2017, h.18).



Gambar III.14 Contoh Penerapan *Font* pada Buku
Sumber: Pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi dan Fotografi

Pada media utama buku menggunakan teknik ilustrasi dan juga teknik fotografi. Ilustrasi yang digunakan merupakan ilustrasi digital. Teknik ilustrasi digital digunakan agar buku mempunyai daya tarik tersendiri agar pembaca tidak bosan memberikan kesan tersendiri terhadap pembacanya. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi semi realis yang digambar menggunakan *brush* digital pada aplikasi Adobe Photoshop. Semi realis digunakan agar informasi yang disampaikan dengan ilustrasi tersebut dapat tersampaikan dengan baik dan jelas kepada pembaca.

Lalu pada teknik fotografi digunakan sebagai referensi pembaca agar dapat melihat langsung bagaimana tanaman Sukulen seperti aslinya. Selain itu juga fotografi digunakan untuk menangkap tanaman Sukulen lebih detail dan sesuai realitasnya. Teknik fotografi yang digunakan adalah teknik fotografi foto produk. Foto produk merupakan sebuah foto yang lebih memperlihatkan atau menonjolkan sebuah produknya. Dalam menggunakan foto produk, yang akan lebih ditampilkan adalah detail, warna, tekstur agar foto yang diambil dapat sesuai dengan aslinya. *Background* yang digunakan dalam foto menggunakan warna putih polos. Warna putih dipilih agar memiliki kesan yang bersih dan juga terang, sehingga dalam foto tersebut kontras antara warna latar putih dengan objek yaitu tanaman berwarna hijau. Dengan begitu foto akan lebih fokus pada objek tanaman tersebut.



Gambar III.15 Contoh Ilustrasi pada Buku
Sumber: Pribadi (2018)



Gambar III.16 Contoh Foto pada Buku
Sumber: Pribadi (2018)

III.3.5 Warna

Warna yang akan digunakan dalam pembuatan buku mengenai Sukulen ini adalah warna turunan *earthy tone*. Warna dengan konsep *earthy tone* merupakan warna yang lebih mengarah kepada warna-warna natural, seperti tanaman, batu, tanah dan lain-lain. Dengan menggunakan turunan warna tersebut akan membawa suasana yang lebih ke alam. Namun pada buku ini warna yang akan digunakan akan cenderung lebih dominan pada warna hijau, karena tersebut diambil dari warna dedaunan pada tanaman-tanaman Sukulen.



Gambar III.17 *Earthy Tones*
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/831336412446092552/>
(Diakses pada 16 Juni 2019)



Gambar III.18 *Green Earthy Tones*
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/651544271071749524/>
 (Diakses pada 16 Juni 2019)

#393F3A	#4C554E	#5E655C	#374F52	#597A7C	#B8BCB0	#C17259	#CB8F76
R:57 C:64% G:63 M:52% B:58 Y:59% K:10%	R:57 C:66% G:63 M:51% B:58 Y:54% K:10%	R:57 C:56% G:63 M:42% B:58 Y:39% K:12%	R:57 C:79% G:63 M:55% B:58 Y:55% K:9%	R:57 C:59% G:63 M:40% B:58 Y:45% K:11%	R:57 C:20% G:63 M:20% B:58 Y:30% K:10%	R:57 C:71% G:63 M:62% B:58 Y:67% K:4%	R:57 C:10% G:63 M:48% B:58 Y:53% K:18%

Gambar III.19 Skema Warna pada Buku
 Sumber: Pribadi (2019)

Warna-warna diatas merupakan warna yang akan digunakan pada media utama yaitu pada buku dan juga media pendukung lainnya. Warna pada palet tersebut mewakili warna dari foto dan juga digunakan pada ilustrasi yang terdapat pada buku. Warna ilustrasi yang ada pada buku mengacu pada palet warna diatas dengan didominasi warna hijau. Dengan begitu keseluruhan media akan mempunyai skema warna yang seragam dengan media lainnya. Pada warna CMYK akan digunakan untuk semua media yang berbentuk cetak. Untuk warna RGB digunakan untuk tampilan pada monitor.