BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah suatu proses komunikasi mengenai minat atau kecenderungan pada khalayak yang dituju dan sesuai pada target sasaran yang ingin dicapai yang menghasilkan jawaban yang ingin diperoleh. Khalayak sasaran memiliki peran penting dalam proses komunikasi antara pemberi data serta penerima data, agar terjadinya sesuatu yang berkesinambungan antara keduanya. Faktor pemilihan khalayak sasaran sangatlah penting bagi perancang, agar info yang disampaikan dapat diterima oleh individu yang tepat. (Cangara, 2010, h. 157).

Perancang menentukan khalayak sasaran melalui 3 sisi, yaitu:

- Demografis: -Usia 17-24 tahun
  -Jenis kelamin laki-laki dan perempuan
  -Pendidikan perguruan tinggi atau sederajat
  -Status ekonomi menengah

- Geografis: Daerah berpemukiman padat di kota Bandung terutama di kecamatan Coblong. Di daerah ini terdapat banyak kos mahasiswa dan mahasiswi yang terdapat lingkungan kotor serta faktor kebersihan diri pada setiap individu yang kurang baik.

- Psikografis: Psikologis remaja akhir yang kurang memperhatikan dan merawat diri, serta tidak peduli akan kebersihan lingkungan sekitar. Seperti jarang membersihan kamar dan mandi yang tidak teratur.

Psikografis adalah tolak ukur gaya hidup yang dilakukan melaui beberapa penilaian dan pengukuran secara kuantitatif. Psikografis dipakai untuk menganalisa data untuk keperluan sebuah riset atau menggambarkan segmen konsumen dalam pekerjaan dan bisnis (Suwarman, 2004).

a) Consumer Insight

Pengetahuan khalayak sasaran tentang informasi mengenai penyakit kulit menular skabies sangat minim dikarenakan sosialisasi dan pemberian informasi yang kurang baik, sehingga banyak dari khalayak sasaran salah dalam mengidentifikasi penyakit yang mereka alami, padahal penyakit yang mereka alami adalah skabies itu sendiri. Pemikiran pada khalayak sasaran yang kurang memikirkan akan dampak yang akan terjadi pada dirinya serta lingkungan terhadap penyebab yang telah dilakukan seperti jarang membersihkan diri serta lingkungan yang akan berdampak pada kasus terjangkitnya skabies.

b) Consumer Journey

Consumer journey adalah suatu kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh khalayak sasaran terhadap suatu benda yang sering dijumpai (Boag, 2018). Berikut adalah hasil dari aktivitas khalayak sasaran yang diperoleh:

Tabel III.1 Tabel kegiatan khalayak sasaran pada hari biasa
Sumber: Dokumen Pribadi (08/17/2019)

Waktu	Kegiatan	Kontak Media
06.00	Bangun tidur	Bantal, jam
06.30	Mandi pagi	Gayung, sikat gigi
07.00	Kuliah	Buku, pulpen, tas, pin, gantungan kunci
09.00	Nongkrong	Gelas, korek, rokok
10.00	Pulang	Motor, helm, stiker
10.30	Makan	Gelas, piring, sendok
11.00	Main *handphone*	*Handphone*
12.00	Mengerjakan tugas	Buku, pulpen
15.00	Makan	Gelas, piring, sendok
15.30	Main *laptop*	*Laptop*
17.00	Mandi sore	Gayung, sikat gigi
20.00	Makan	Piring, sendok, gelas

20.30	Baca buku	Buku
21.00	Tidur malam	Bantal

Tabel III.2 Tabel kegiatan khalayak sasaran pada hari libur
Sumber: Dokumen Pribadi (08/17/2019)

Waktu	Kegiatan	Kontak Media
09.00	Bangun tidur	Bantal, jam
09.30	Main *handphone*	*Handphone*
10.30	Makan	Gelas, piring, sendok
11.00	Mandi pagi	Gayung, sikat gigi
11.30	Nonton film	*Laptop*
13.30	Tidur siang	Bantal
16.00	Ngopi	Gelas
16.00	Baca buku	Buku
17.30	Mandi sore	Gayung, sikat gigi
18.00	Makan	Gelas, piring, sendok
18.30	Nongkrong	Gelas, korek, rokok
21.00	Tidur malam	Bantal

Berdasarkan tabel kegiatan khalayak sasaran diatas maka diperoleh beberapa informasi mengenai kegiatan sehari-hari khalayak sasaran dan benda yang digunakan dalam kegiatannya. Hal ini yang menjadi tolak ukur aktivitas yang dilakukan oleh khalayak sasaran.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah sub bab yang menguraikan tentang tujuan komunikasi, pendekatan komunikasi, *mandatory*, materi pesan, gaya bahasa, strategi kreatif, strategi media, dan strategi distribusi dan waktu (Rosnani, 2010). Pada sub bab ini terdapat pemaparan tentang proses visual, referensi, serta elemen yang dibutuhkan pada proses pembuatan karya pada perancangan ini.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan ini adalah memberikan informasi tentang penyakit menular skabies, gejala, penyebab, penyembuhan dan pencegahannya. Sehingga penderita maupun khalayak umum dapat mengetahui serta menanggulanginya jika terjangkit penyakit kulit menular skabies, serta dapat memberikan informasi kepada lingkungan sekitar jika ada yang terjangkit penyakit kulit menular skabies.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi pada strategi perancangan ini dibagi menjadi 2 bagian yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal. Dalam pendekatan visual perancang menyesuaikan dengan demografis yang ada, pendekatan visual yang digunakan adalah visual yang dapat menarik minat serta perhatian dengan menggunakan desain yang disukai oleh khalayak sasaran, seperti desain ilustrasi berupa gambar ilustrasi digital.

Dalam pendekatan verbal juga disesuaikan dengan demografis yang ada, yang dimana bahasa yang sering digunakan adalah bahasa tidak baku. Pendekatan akan lebih mudah jika informasi yang disampaikan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti oleh khalayak sasaran, maka dari itu bahasa yang digunakan pada strategi perancangan ini adalah bahasa tidak baku.

III.2.3 *Mandatory*

Dinas Kesehatan Kota Bandung adalah unsur pelaksana Pemerintah kota Bandung dalam bidang kesehatan yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang bertanggung jawab kepada Kepala Daerah melalui Sekretaris Daerah. Alasan Dinas Kesehatan kota Bandung dijadikan sebagai *mandatory* adalah Dinas Kesehatan kota Bandung memiliki fungsi di bidang kesehatan yang meliputi pelayanan, sumber daya kesehatan, kesehatan masyarakat, pengendalian dan pencegahan penyakit.

Gambar III.1 Logo Dinas Kesehatan kota Bandung
Sumber: http://terasnews.id/wp-content/uploads/2018/06/Dinkes-Bandung-Siagakan-75-Puskesmas-Selama-Lebaran.png
(Diakses pada 12/04/2019)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan pada perancangan ini adalah mengenai informasi penyakit kulit menular skabies, penyebab, gejala, penyebaran, penyembuhan, serta pencegahannya terhadap kehidupan sehari-hari. Serta hal yang dapat mempengaruhi kegiatan serta dapat menurunkan faktor produktivitas pada setiap individu.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan pada perancangan ini adalah gaya bahasa baku yang mudah dipahami dan dimengerti oleh khalayak sasaran yang dipilih, agar pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah dipahami. Gaya bahasa adalah sebuah bentuk retorika, dalam penggunaan kata dalam berkomunikasi dan menulis suatu pesan untuk mempengaruhi atau meyakinkan pembaca atau penyimak (Tarigan, 2009).

Majas yang digunakan pada gaya bahasa adalah majas penegasan pleonasme yaitu jenis gaya bahasa yang memiliki tujuan untuk meningkatkan pengaruh kepada pembaca atau pendengarnya agar dapat menyetujui ujaran atau kejadian yang ingin diungkapkan oleh perancang (Tarigan, 2009). Alasan penggunaan majas penegasan pleonasme pada gaya bahasa adalah karena majas ini menggunakan kata-kata yang maknanya sama, sehingga tidak merubah makna aslinya.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah sebuah strategi atau penempatan suatu tujuan dalam mencapai suatu tujuan dengan cara kreatif atau menarik perhatian dengan cara yang penuh kreasi. Strategi kreatif yang dipilih pada perancangan ini adalah strategi pemilihan bentuk visualisasi yang disukai atau mudah diterima pada khalayak sasaran yang dipilih, serta menyesuaikan dengan kecenderungan pada setiap khalayak sasaran yang dipilih melalui suatu kreasi yang bersifat kreatif. Alasan dipilihnya strategi kreatif tersebut adalah strategi ini dapat menarik perhatian lebih terutama dari khalayak sasaran agar tertarik mengenai informasi mengenai skabies dengan mudah melalui strategi ini.

Keyword (kata kunci) merupakan elemen yang penting dalam mengkomunikasikan suatu pesan. Tetapi keberhasilan suatu informasi agar sampai ke khalayak umum tidak hanya mengandalkan *keyword* saja. Banyak informasi dengan *keyword* mampu menyampaikan pesan yang ada didalamnya, tetapi banyak pula informasi dengan *keyword* yang tidak berhasil menyampaikan pesan dari informasi tersebut (Wibowo, 2013).

Strategi kreatif pada perancangan ini mengambil dari usulan serta *keyword* informasi, kebersihan, penyakit kulit, skabies, ilustrasi dan *copywriting* yang dimiliki seperti “Kenali dan Tanggulangi”. Kata yang memiliki arti singkat dari keseluruhan tema tentang hal yang diangkat pada perancangan ini adalah mengenal skabies serta cara penanggulannya.

Berdasarkan istilah *advertising*, *copywriting* adalah rangkaian teks dari suatu iklan atau kata-kata yang diucapkan oleh individu dalam iklan. *Copywriting* merupakan sebuah proses atau cara untuk menciptakan teks dalam suatu iklan yang menjadikannya lebih menarik khalayak umum (Moriarty, 2011).

III.2.7 Strategi Media

Strategi media yang dipilih pada perancangan ini adalah strategi pemilihan bentuk hasil fisik visual dari media yang dipilih, yang berupa kreasi yang sesuai dengan

khalayak sasaran yang dipilih. Seperti media utama yang berupa buku ilustrasi yang didalamnya berisi ilustrasi tentang penyakit kulit menular skabies serta deskripsi yang menjelaskan keterkaitan yang berada pada ilustrasi ke dalam bentuk teks.

Buku adalah buah pikir dari hasil analisa yang terdapat ilmu pengetahuan secara tertulis terhadap kurikulum didalamnya yang disatukan dalam satu rangkuman yang berkaitan dalam format kliping (Kurniasih, 2014). Alasan dipilihnya media buku ilustrasi dikarenakan dalam buku ilustrasi dapat mencakup berupa ilustrasi serta visual gambar yang ingin disampaikan dengan jelas tanpa harus mengurangi informasi yang ingin disampaikan.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dan waktu penyebaran media dilakukan pada saat wabah skabies sedang terjadi yaitu pada musim peralihan musim panas ke musim penghujan (*pancaroba*) yaitu bulan Juli sampai September 2019, pada saat itulah informasi mengenai skabies sangat dibutuhkan dan dicari oleh orang yang terjangkit skabies pada waktu tersebut. Pendistribusian akan dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan yaitu pada bulan Juli sampai September 2019, pada bulan Juli 2019 akan disebarkan poster kepada khalayak sasaran agar dapat mengetahui informasi tentang penerbitan buku ilustrasi skabies.

Tabel III.3 Tabel jadwal penyebaran media
Sumber : Dokumen Pribadi (09/07/2019)

Media	Waktu Pendistribusian											
	Juli 2019				Agustus 2019				September 2019			
Buku Ilustrasi Skabies												
Poster												
Pin												
Brosur												
Gantungan Kunci												
Kaos												
Flyer												
X-Banner												
Jam												
Konten Media Sosial												

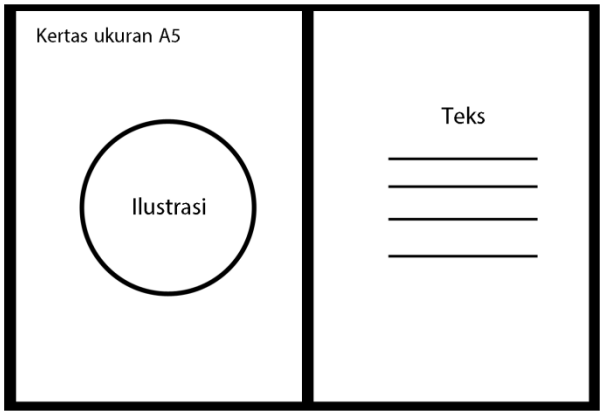
Tempat mendapatkan buku ilustrasi ini adalah di seluruh toko buku Gramedia di kota Bandung. Cara mendapatkan buku ilustrasi ini adalah dengan cara mendatangi salah satu *outlet* Gramedia yang berada di kota Bandung, buku ini berada pada bagian kesehatan dan bisa langsung membayar dan mendapatkan buku ilustrasi ini.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual adalah konsep atau gambaran perancangan yang meliputi visual, *layout*, tipografi, dan warna. Dengan suatu ide yang dikembangkan menjadi desain akhir yang dapat ditampilkan untuk khalayak sasaran (Arif, 2010). Konsep desain pada perancangan ini berupa konsep yang ingin menampilkan pengenalan penyakit kulit menular skabies, penyebab, gejala, penyebaran, penyembuhan, serta pencegahan yang berupa ilustrasi dan informasi berupa teks kepada khalayak sasaran. Konsep media yang digunakan berupa media yang mendukung akan tersampainya informasi serta visual yang ingin disampaikan melalui media fisik yang dapat dilihat serta disentuh oleh pembacanya. Seperti buku ilustrasi, poster, pin, gantungan kunci.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang dipilih pada perancangan ini adalah format desain yang berupa bentuk digital yang bisa diaplikasikan ke beberapa media yang dipilih, seperti buku ilustrasi dengan ukuran kertas A5 pada setiap halaman. Alasan pemilihan format tersebut adalah untuk menyesuaikan kepada bentuk ideal buku yaitu ukuran A5 dan format yang dipilih agar mudah dilihat dan terbaca oleh orang lain, sehingga informasi yang ingin disampaikan akan sampai dengan baik pada pembaca buku ilustrasi ini.



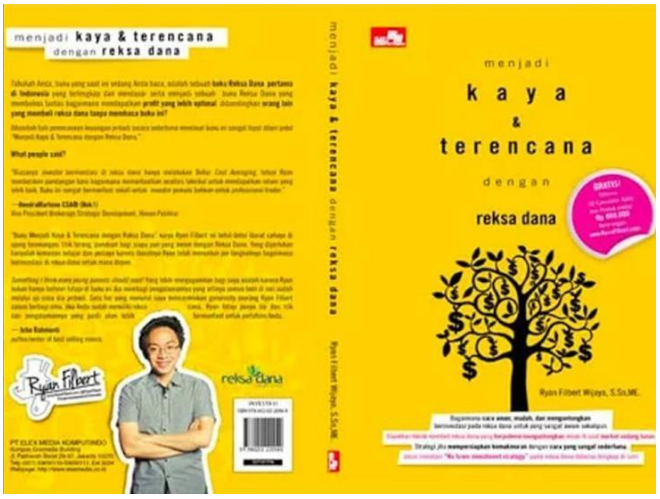
Gambar III.2 Format desain pada media utama
Sumber: Pribadi (13/07/2019)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak atau *layout* yang digunakan pada perancangan ini adalah sebuah *layout* yang memudahkan dan memungkinkan khalayak sasaran dapat melihat visual serta teks yang ditampilkan secara jelas dan mudah terbaca. Ukuran yang digunakan pada ilustrasi dan teks seimbang dengan tata letak ilustrasi dan teks yang rata tengah dengan ukuran yang *medium*.

Referensi *layout* yang digunakan pada bagian *cover* adalah referensi *layout* pada buku Kaya dan Terencana dengan Reksa Dana karya Ryan Filbert, yang menyosong tema yang dominan *simple* dengan warna dominan yaitu warna kuning. Sedangkan pada bagian isi buku mengambil referensi *layout* dari buku *Little Star* karya Mary Packard yang menggabungkan ilustrasi dan teks dalam satu *layout*.

Gaya *layout* yang digunakan adalah *layout* komperhensif yaitu *layout* memperlihatkan bagaimana hasil akhir dari suatu karya. Unsur ilustrasi, tipografi, dan warna divisualkan dengan tepat dari besar *font*, jenis *font*, warna serta jenis ilustrasi yang digunakan (Hermawan, 2010). Visualisasi *layout* komperhensif menunjukkan preview yang impresif dan memberikan kesan, sehingga orang yang melihat dapat membayangkan akan hasil akhir dalam bentuk cetak.



Gambar III.3 Referensi *layout cover* buku ilustrasi
Sumber: https://i.gr-assets.com/images/S/compressed.photo.goodreads.com/books/1426230587i/25132703._ UY630_SR1200,630_.jpg
(Diakses pada 06/07/2019)

Gambar III.4 Referensi *layout* isi buku ilustrasi
Sumber:https://mywritingpaths.files.wordpress.com/2012/01/little-star-1.jpg
(Diakses pada 25/08/2019)

III.3.3 Tipografi

Tipografi yang dipilih pada perancangan ini adalah tipografi yang menyesuaikan dengan ilustrasi yang ada, sebagaimana fungsi dari tipografi sendiri sebagai pelengkap serta pendukung dari sebuah ilustrasi. *Font* yang dipilih adalah *font* Moon Flower pada bagian *headline* dan *font* Arial Rounded MT pada bagian isi.

Moon Flower dibuat oleh Denise Bentulan pada tahun 2013. Alasan digunakannya *font* Moon Flower adalah karena *font* ini memiliki karakter unik yang jarang dimiliki oleh *font* lain yaitu memiliki struktur huruf yang tidak teratur antar huruf perhurufnya tetapi memiliki irama yang serupa jika digabungkan menjadi sebuah kalimat. Lisensi dari *font* ini adalah *commercial use* bagi setiap penggunanya.

Gambar III.5 *Font* Moon Flower
Sumber: Pribadi (21/06/2019)

Arial Rounded MT dibuat oleh Robin Nicholas pada tahun 1993. Alasan digunakannya *font* Arial Rounded MT adalah karena *font* ini cocok digunakan untuk bagian isi pada sebuah paragraf dalam sebuah rangkaian kata yang dapat terbaca jelas dikarenakan struktur teks yang baik dan tersusun rapi. Lisensi dari *font* ini adalah *commercial use* bagi setiap penggunanya.

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Gambar III.6 *Font* Arial Rounded MT
Sumber: Pribadi (21/06/2019)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang dipilih pada perancangan ini adalah ilustrasi yang berupa *digital drawing* yang menggunakan *brush* standar yang memberikan efek *hand drawing* pada ilustrasi yang dibuat, serta perancang ingin menampilkan citra pada ilustrasi ini agar tidak monoton dan kaku layaknya *vector* atau *flat design* yang kebanyakan dipilih untuk kebutuhan buku ilustrasi. Hal ini bertujuan agar khalayak sasaran tertarik untuk melihat tanpa harus merasakan kejenuhan pada saat melihat visual dari buku ilustrasi ini.

Studi visual yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan beberapa referensi visual yang merujuk pada visual yang ingin dibuat menjadi suatu karya ilustrasi dalam perancangan ini. Referensi ilustrasi yang digunakan pada perancangan ini adalah ilustrasi *digital drawing* yang diprakarsai oleh ilustrator asal Indonesia yaitu Hari Merdeka dengan gaya ilustrasi kartun, berikut adalah referensi gambar yang dibuat oleh Hari Merdeka.

Gambar III.7 Referensi ilustrasi Hari Merdeka 1
Sumber:
https://www.instagram.com/p/Bw_VgImnZqa/
(Diakses pada 06/07/2019)

Gambar III.8 Referensi ilustrasi Hari Merdeka 2
Sumber:https://www.instagram.com/p/BwM98f7Hsjp/
(Diakses pada 06/07/2019)

Gambar III.9 Referensi Ilustrasi Hari Merdeka 3
Sumber:
https://www.instagram.com/p/BwgQmS5n8DF/
(Diakses pada 06/07/2019)

Studi karakter pada perancangan ini dilakukan dengan memilih karakter atau tokoh dan properti yang dekat dengan kebiasaan khalayak sasaran. Seperti pemilihan warna kulit, warna rambut, properti yang sesuai dengan daerah dan keadaan pada khalayak sasaran.

Gambar III.10 Referensi karakter
Sumber: Pribadi (25/08/2019)

Gambar III.11 Referensi properti 1
Sumber: Pribadi (25/08/2019)

Gambar III.12 Referensi properti 2
Sumber: Pribadi (25/08/2019)

Gambar III.13 Referensi properti 3
Sumber: Pribadi (25/08/2019)

Gambar III.14 Ilustrasi karakter
Sumber: Pribadi (14/07/2019)

Gambar III.15 Referensi properti 1
Sumber: Pribadi (25/08/2019)

Gambar III.16 Referensi properti 2
Sumber: Pribadi (25/08/2019)

Gambar III.17 Ilustrasi properti
Sumber: Pribadi (14/07/2019)

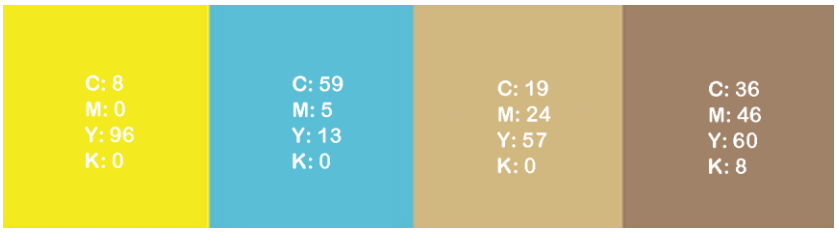
III.3.5 Warna

Warna yang dipilih pada perancangan ini adalah warna yang terdiri dari warna cerah yang meliputi kuning, merah, biru. Warna ini dipilih dengan alasan perancang ingin menampilkan kesan semangat serta keceriaan si pembaca dalam membacanya melalui warna yang digunakan.

Teori Brewster ditemukan tahun 1831. Teori yang menyederhanakan warna yang terdapat pada alam menjadi 4 kelompok warna, yaitu warna netral, sekunder, tersier, dan primer. Warna tersebut dikelompokan menjadi lingkaran warna Brewster.

Teori pendekatan warna pastel menurut Brewster adalah warna yang memiliki kontras yang lembut karena warna dasar yang dikombinasikan dengan warna putih. Warna pastel didominasi dengan warna yang lembut dan pucat. Jika dikaitkan dengan pengaruh suasana hati seseorang warna pastel akan membuat suasana hati menjadi rileks dan tenang.

Alasan dipilihnya warna pastel pada perancangan ini adalah agar khalayak umum dapat dengan mudah melihat visual yang ditampilkan dengan warna yang dominan cerah dan menarik perhatian. Ada empat warna pada ilustrasi serta *background* utama pada setiap *layout* yaitu kuning (C: 8 M: 0 Y: 96 K: 0), biru muda (C: 59 M: 5 Y: 13 K: 0), salmon (C: 19 M: 24 Y: 57 K: 0), dan coklat (C: 36 M: 46 Y: 60 K: 8). Warna ini dipilih karena komposisi yang selaras serta mendukung pada informasi serta *layout* maupun *background* yang digunakan pada perancangan ini.



Gambar III.18 Warna pada buku ilustrasi
Sumber: Pribadi (21/06/2019)