

## **BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN**

### **III.1. Khalayak Sasaran**

Khalayak merupakan orang-orang yang diterpa oleh, atau yang menanggapi kebudayaan media yang identik dengan masyarakat (Stokes, 2006, h.146). Sedangkan sasaran dapat diartikan sebagai suatu nilai yang akan dicapai melalui pelaksanaan dari beberapa kegiatan (Salusu, 2004, h.141). Sehingga khalayak sasaran dapat diartikan masyarakat yang menjadi acuan pelaksanaan kegiatan agar informasi dapat tersampaikan melalui media dengan baik. Khalayak sasaran dibutuhkan agar informasi yang disampaikan akan tepat pada objek yang dituju.

Dalam menentukan khalayak sasaran, diperlukan pengelompokan atau segmentasi yang disebut dengan segmentasi pasar. Kotler dalam Anwar (2012) mengemukakan bahwa segmentasi pasar adalah usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu dan memerlukan bauran pemasaran sendiri. Segmentasi pasar mengelompokkan khalayak sasaran menjadi tiga segmentasi, yakni segmentasi variabel demografis, segmentasi variabel geografis dan segmentasi variabel psikografis.

#### **III.1.1. Segmentasi Demografis**

Kotler dalam Royan & Kurniawan (2013) mengungkapkan bahwa segmentasi dengan menggunakan variabel demografis merupakan proses membagi atau mengelompokkan pasar berdasarkan unit-unit demografis seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, dan sebagainya. Dalam perancangan ini, segmentasi dengan variabel demografis yaitu berdasarkan unit-unit demografis seperti:

- Umur

Menurut KBBI, umur ialah lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan). Dalam perancangan informasi ini, umur dari khalayak sasaran yaitu dimulai dari umur 36 (tiga puluh enam) tahun sampai dengan 45 (empat puluh lima tahun). Menurut Departemen Kesehatan RI (2009), umur 36 (tiga puluh enam)

sampai dengan umur 45 (empat puluh lima) tahun berada dalam fase dewasa akhir. Tubuh manusia pada usia ini mulai merasakan dampak dari pola makan dan pola hidup yang tidak teratur dan harus lebih memerhatikan kesehatan dan kebugaran tubuh.

- Jenis Kelamin

Jenis kelamin memiliki dua pengertian, yakni jenis kelamin (*sex*) dan jenis kelamin (*gender*). Jenis kelamin yang diambil dalam perancangan ini merupakan jenis kelamin dalam konteks seksual. Pengertian jenis kelamin dalam konteks seksual (*sex*) menurut Hungu (2007) yaitu perbedaan antara perempuan dan laki-laki secara biologis sejak lahir. Jenis kelamin dalam konteks seksual memiliki kaitan dengan kondisi biologis tubuh manusia (laki-laki dan perempuan). Jenis kelamin yang menjadi fokus khalayak sasaran dalam perencanaan ini yaitu baik laki-laki maupun perempuan. Khalayak sasaran laki-laki dan perempuan dipilih dikarenakan tubuh laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan dan membutuhkan informasi mengenai kebugaran Merpati Putih sebagai alternatif untuk melakukan metode penyembuhan.

- Pekerjaan

Menurut KBBI, diambil dari kata dasar kerja, pekerjaan memiliki arti barang apa yang dilakukan (diperbuat, dikerjakan, dan sebagainya), bisa juga disebut tugas kewajiban dan merupakan hasil bekerja atau perbuatan. Pekerjaan yang menjadi fokus khalayak sasaran adalah pekerja kantoran, karena para pekerja kantoran yang notabene berada di dalam ruangan dan duduk selama lebih dari lima jam dapat menjadikan tubuh kaku, sehingga membutuhkan kegiatan yang dapat membuat tubuh dan pikiran sehat dan bugar.

- Pendidikan Minimal

Menurut KBBI, pendidikan merupakan proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan yaitu proses, cara, dan perbuatan mendidik. Pendidikan minimal yang dimaksudkan disini yaitu batas tingkatan terendah

pendidikan yang dimiliki oleh khalayak sasaran. Minimal pendidikan yang menjadi fokus dalam perancangan ini yaitu tingkatan SMA/ sederajat.

- **Status Ekonomi Sosial**

Menurut Soetjiningsih, status sosial ekonomi adalah suatu gambaran keadaan seseorang, keluarga, atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial ekonomi (2004, hal 28). Dalam perancangan ini, status ekonomi sosial yaitu untuk semua tingkatan ekonomi sosial, karena lembaga Kebugaran Merpati Putih dapat menjadi alternatif dengan terapi penyembuhan bagi masyarakat dari semua tingkat ekonomi sosial yang memiliki masalah kesehatan.

### **III.1.2. Segi Geografis**

Kotler dalam Royan & Kurniawan (2013) mengungkapkan bahwa segmentasi dengan menggunakan variabel geografis merupakan proses membagi atau mengelompokkan pasar berdasarkan unit-unit geografis seperti wilayah, negara, kota, dan sebagainya. Dalam perancangan informasi ini, segmentasi dengan menggunakan variabel geografis memilih masyarakat yang berdomisili di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat Negara Indonesia. Wilayah geografis ini dipilih karena merupakan wilayah yang dapat ditangani oleh Kebugaran Merpati Putih kolat Telkom apabila masyarakat tertarik terhadap informasi Kebugaran Merpati Putih ini.

### **III.1.3. Segi Psikografis**

Kotler dalam Royan & Kurniawan (2013) mengungkapkan bahwa segmentasi dengan menggunakan variabel psikografis merupakan proses membagi atau mengelompokkan pasar yang memiliki karakter psikologis dan pola hidup yang sama. Dalam perancangan informasi ini, segmentasi dengan menggunakan variabel psikografis membidik masyarakat usia 35 (tiga puluh lima) tahun sampai dengan 45 (empat puluh lima) tahun dari masyarakat menengah ke bawah yang memilih untuk menjalani pola hidup sehat dan menggunakan metode penyembuhan tanpa obat. Masyarakat usia 35 (tiga puluh lima) tahun sampai dengan 45 (empat puluh lima) tahun dipilih berdasarkan penelitian akan kinerja tubuh dan fungsi organ

yang menurun dikarenakan pola hidup yang tidak sehat. Hal ini juga didasarkan pada data penelitian menurut Kebugaran Merpati Putih kolat Telkom yang memiliki syarat untuk anggota yang sehat yaitu dengan usia minimal 35 tahun, sementara untuk yang sakit dipersilakan untuk datang mengikuti terapi tanpa minimal usia.

#### III.1.4. *Consumer Insight*

*Consumer insight* merupakan proses mencari tahu secara lebih mendalam dan menyeluruh mengenai latar belakang perbuatan, pemikiran, dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan. *Insight* dari konsumen mengenai Kebugaran Merpati Putih yakni:

- Kebugaran Merpati Putih dapat menjadi alternatif terapi penyembuhan.
- Kebugaran Merpati Putih dapat menjadi kegiatan alternatif dalam menjaga kesehatan tubuh dan menuju bugar.
- Kebugaran Merpati Putih menjadi salah satu kegiatan untuk melestarikan budaya.

#### III.1.5. *Consumer Journey*

*Consumer journey* merupakan perjalanan kegiatan konsumen dalam kesehariannya. Dengan khalayak sasaran berupa pekerja kantoran, maka *consumer journey* yang dilaluinya adalah sebagai berikut:

Tabel III. 1 *Consumer Journey*  
 Sumber: Dokumen pribadi  
 (Diakses pada 14/07/2019)

No.	Kegiatan	Tempat	<i>Point of Contact</i>
1	Bangun tidur	Kamar tidur, rumah	Selimut, bantal, tempat tidur, <i>handphone</i> , televisi, tablet, perabot rumah.
2	Mandi	Kamar mandi	Handuk, alat mandi
3	Perjalanan menuju ke kantor	Jalan, jalan raya, persimpangan	Poster, <i>billboard</i> , <i>flyer</i> / selebaran.
4	Bekerja	Kantor	<i>Laptop</i> , meja kerja, ranah bacaan ( <i>booklet</i> , buku, majalah, koran).

5	Istirahat, sholat, makan	Area sekitar perkantoran, tempat makan	<i>Handphone</i> , poster, ranah bacaan ( <i>booklet</i> , buku, majalah, koran).
6	Perjalanan pulang dari kantor	Jalan, jalan raya, persimpangan	Poster, <i>billboard</i> , <i>flyer/ selebaran</i> , <i>handphone</i> .
7	Istirahat, bersantai	Rumah	Berselancar, televisi, <i>handphone</i> , komputer, laptop, tablet, ranah bacaan ( <i>booklet</i> , buku, majalah, koran).
8	Tidur	Kamar	Selimut, tempat tidur, bantal, <i>handphone</i> .

### III.2. Strategi Perancangan

Perencanaan strategis merupakan komponen manajemen strategis yang berguna untuk memperjelas tujuan dan sasaran, memilih berbagai kebijakan, terutama dalam memperoleh dan mengalokasikan sumber daya, serta menciptakan perdoman dalam menerjemahkan kebijaksanaan organisasi (Steiss dalam Salusu: 2004). Strategi perancangan sangat mempengaruhi tujuan dari media informasi mengenai Kebugaran Merpati Putih, agar masyarakat dapat memulai pola hidup sehat, yakin dan percaya dengan pengobatan alternatif di dalam keilmuan penyembuhan Merpati Putih yang memiliki prinsip sehat tanpa obat, serta keuntungan yang didapatkan dengan mempelajari keilmuan penyembuhan ini bagi kehidupan masyarakat.

#### III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan media informasi mengenai Kebugaran Merpati Putih yaitu:

- Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keilmuan penyembuhan atau Kebugaran Merpati Putih.
- Memberikan informasi mengenai kegiatan pelatihan serta manfaat dari Kebugaran Merpati Putih.
- Memberikan informasi bahwa hidup sehat dapat dilakukan melalui pola hidup sehat dan metode penyembuhan tanpa obat.

### III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) komunikasi merupakan suatu penyampaian pesan yang menghubungkan antara satu dengan yang lain untuk memberi tahu atau untuk merubah sikap, pendapat, dan perilaku baik berupa lisan ataupun tulisan. Pendekatan komunikasi dapat dilakukan melalui dua cara yaitu:

- Verbal

Pendekatan secara verbal yaitu menyampaikan pesan melalui bahasa dan kata-kata. Penggunaannya disesuaikan dengan khalayak sasaran agar pesan yang ingin disampaikan dapat dimengerti dengan baik. Pendekatan verbal ini bertujuan untuk menginformasikan khalayak sasaran untuk mengetahui mengenai perbedaan setiap keilmuan di dalam PPS BETAKO Merpati Putih, dan mengetahui mengenai Kebugaran Merpati Putih dengan keilmuan penyembuhan yang dipelajari.

- Visual

Pendekatan visual yaitu cara berkomunikasi dengan menggunakan elemen visual atau gambar dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran, sehingga lebih mudah dipahami dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Pendekatan visual dilakukan melalui media *booklet* dengan menggunakan gambar fotografi agar khalayak sasaran dapat menerima pesan informasi dengan baik.



Gambar III. 1 Referensi visual sampul *booklet*

Sumber: <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/booklet-design-template-white-curve-line-orange-vector-1791015>

Diakses 14/07/2019)



Gambar III. 2 Referensi visual isi *booklet*

Sumber: <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/brochure-design-template-booklet-brown-yellow-vector-1852062>  
(Diakses 14/07/2019)

### III.2.3. *Mandatory*



Gambar III. 3 Logo/ Lambang PPS BETAKO Merpati Putih

Sumber: [mp-unej.blogspot.com/2014/07/logo-pps-betako-merpati-putih.html](http://mp-unej.blogspot.com/2014/07/logo-pps-betako-merpati-putih.html)  
(Diakses pada 12/08/2019)

*Mandatory* ialah pemerintah atau lembaga yang menjadi pemangku amanat. Dalam perancangan informasi ini, yang menjadi *mandatory* adalah Perguruan Pencak Silat Bela diri Tangan Kosong (PPS BETAKO) Merpati Putih melalui keilmuan penyembuhan atau lembaga Kebugaran Merpati Putih kolat Telkom cabang Bandung. Perancangan ini memberika informasi kepada masyarakat mengenai kegiatan keilmuan penyembuhan atau Kebugaran Merpati Putih dan mengubah

prasangka masyarakat terhadap PPS BETAKO Merpati Putih yang mempelajari bela diri saja.

#### **III.2.4. Materi Pesan**

Berdasarkan dari data dan kuesioner yang telah disebarakan sebelumnya, didapatkan hasil bahwa masih banyak masyarakat umum yang tidak mengetahui mengenai akan keilmuan penyembuhan atau Kebugaran Merpati Putih, bahkan beberapa atlet atau anggota Merpati Putih keilmuan *kanuragan* tingkatan dasar pun masih belum mengetahui jelas mengenai Kebugaran Merpati Putih. Maka dari itu, dalam perancangan ini materi pesan yang akan disampaikan adalah informasi mengenai lembaga Kebugaran Merpati Putih dan keilmuan penyembuhan yang diajarkan di dalamnya, salah satunya melalui olah napas. Selain itu berisi pula syarat-syarat mengikuti pelatihan Kebugaran Merpati Putih dan panduan apa saja yang harus diperhatikan dalam proses menuju bugar.

#### **III.2.5. Gaya Bahasa**

Slamet Muljana dalam Waridah (2008) menyatakan bahwa gaya bahasa merupakan susunan perkataan yang terjadi karena perasaan yang timbul atau hidup dalam hati penulis, yang menimbulkan suatu perasaan tertentu dalam hati pembaca. Gaya bahasa disebut pula majas, dan penggunaan gaya bahasa ini dapat menjadi cara pengungkapan perasaan baik secara lisan maupun tulisan. Dalam perancangan *booklet* ini tidak menggunakan gaya bahasa yang spesifik namun disampaikan secara tegas dan lugas, sehingga pembaca dapat langsung memahami dan menangkap pesan yang disampaikan.

#### **III.2.6. Strategi Kreatif**

Strategi kreatif menggunakan cara penyampaian informasi kepada masyarakat agar dapat menarik minat khalayak sasaran sehingga informasi dan pesan dapat tersampaikan dan diterima oleh khalayak sasaran dengan mudah. Dalam penyampaiannya, khalayak diajak untuk mengenali dan memahami tentang kebugaran Merpati Putih dan kegiatan yang dilakukan di dalamnya melalui media *booklet*.

Menurut *Cambridge dictionary* (2019) *booklet* ialah sebuah buku yang sangat tipis dengan halaman yang sedikit dan menggunakan sampul dari kertas (*soft cover*) yang bertujuan untuk menginformasikan sesuatu baik produk, perusahaan, atau lainnya.

Strategi kreatif yang akan digunakan yakni menggunakan unsur verbal melalui tulisan yang berisi informasi mengenai kebugaran Merpati Putih dan PPS BETAKO Merpati Putih sebagai *mandatory*, serta menggunakan unsur visual melalui fotografi dalam menggambarkan bentuk-bentuk olah napas. Pengambilan foto dengan menggunakan jenis potret fotografi (*portrait photography*) yang dilakukan dengan merekayasa adegan bentuk olah napas dengan menggunakan kamera jenis DSLR dengan lensa bawaan. Setelah hasil foto didapat, dilakukan proses *editing* menggunakan *software* Adobe Photoshop CS6, *editing* dilakukan untuk mempertajam warna, cahaya dan kesan pada hasil foto yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran. Kemudian foto akan disusun menggunakan *software* Adobe Illustrator CS6 dengan menggunakan desain yang *simple*.

#### **III.2.6.1. Copywriting**

*Copywriting* digunakan untuk menarik perhatian dan minat khalayak. *Copywriting* yang dipilih dalam perencanaan ini yaitu:

- *Headline* atau judul  
“KEBUGARAN MERPATI PUTIH”  
*Headline* atau judul ini dipilih sesuai dengan nama lembaga Kebugaran Merpati Putih itu sendiri.
- *Tagline*  
“Sehat Tanpa Obat”  
*Tagline* ini dipilih sesuai dengan moto dari Kebugaran Merpati Putih itu sendiri.

#### **III.2.6.2. Storyline**

*Storyline* atau pembabakan konten buku mengacu kepada konten apa saja yang akan disampaikan kepada khalayak yang disesuaikan dengan materi pesan. *Storyline* yang akan dibuat yaitu:

No.	Bagian	Keterangan
1.	Cover Depan	Berisi judul booklet, penyusun, logo mandatory/ lembaga Kebugaran Merpati Putih, dan ilustrasi visual.
2.	Cover Dalam	Berisi judul booklet dan tagline "Sehat Tanpa Obat".
3.	Prakata	Berisi prakata dari penyusun.
4.	Daftar Isi	Berisi daftar isi <i>booklet</i> .
5.	PPS BETAKO Merpati Putih	Berisikan informasi singkat mengenai Perguruan Pencak Silat Bela diri Tangan Kosong (PPS BETAKO) Merpati Putih.
6.	Kebugaran Merpati Putih	Berisi informasi mengenai lembaga Kebugaran Merpati Putih dan keilmuan penyembuhan.
7.	Olah Napas	Berisi mengenai proses olah napas.
8.	Napas Pembinaan	Berisi informasi mengenai bentuk dasar dalam napas pembinaan, yakni bentuk Garuda.
9.	Napas Pengolahan	Berisi informasi mengenai bentuk dasar dalam napas pengolahan dengan 11 (sebelas) bentuk.
10.	Manfaat Olah Napas	Berisi manfaat olah napas bagi tubuh manusia.
11.	Daftar Pustaka	Berisi daftar pustaka atas info yang didapatkan.
12.	Cover Belakang	Berisi pengenalan singkat mengenai Perguruan Pencak Silat Bela diri Tangan Kosong (PPS BETAKO) Merpati Putih.

Gambar III. 4 *Storyline booklet*

Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada 14/07/2019)

### III.2.7. Strategi Media

Burton dalam Albar (2011) kekuatan utama media terletak pada fakta bahwa media dapat membentuk apa yang kita ketahui tentang dunia dan dapat menjadi sumber utama pelbagai ide dan opini. Artinya, media dapat menjadi alat untuk mempresentasikan ide dan opini yang dimiliki dan membentuk pandangan baru di masyarakat akan sebuah objek. Terkait akan permasalahan yang dihadapi, maka diharapkan dalam pemilihan media dapat menjadi solusi yang menjawab permasalahan. Media yang digunakan ada dua jenis, yaitu media utama dan media pendukung. Strategi media yang efektif yaitu menggunakan metode AISAS, yaitu:

- a. *Attention* (perhatian), media ini akan berfungsi sebagai penarik perhatian khalayak sasaran terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan. Contohnya, menarik perhatian khalayak sasaran mengenai Kebugaran Merpati Putih yaitu misalnya dengan menggunakan poster, baik poster digital maupun poster cetak yang dapat membuat khalayak terpana dan memerhatikan isi dari poster tersebut.

- b. *Interest* (ketertarikan), media ini akan berfungsi sebagai penarik minat khalayak sasaran terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan. Contohnya, menarik minat khalayak melalui poster namun dengan konsep yang berbeda yakni sebagai upaya lanjutan dari konsep sebelumnya.
- c. *Search* (mencari), artinya media ini dapat menjadi cara khalayak sasaran mencari informasi mengenai Kebugaran Merpati Putih.
- d. *Action* (aksi), artinya media ini akan menjadi media utama untuk mempromosikan sesuatu. Dalam hal ini, yang menjadi *action* adalah media utama, yaitu *booklet*.
- e. *Sharing* (berbagi), artinya media ini akan menjadi media pendukung yang mengajak khalayak untuk berbagi info terkait topik perancangan yang diambil.

#### **III.2.7.1. Media Utama**

Dalam perancangan informasi Kebugaran Merpati Putih ini, media utama yang akan dipakai adalah *booklet*. Menurut Rustan (2008) *booklet* ialah sebuah media publikasi yang terdiri dari beberapa lembar dan halaman tapi tidak setebal sebuah buku. Dalam perancangan ini, *booklet* berisi informasi disertai ilustrasi gambar dari bentuk-bentuk olah napas. Dengan ukuran A5 ketika tertutup (14.8 cm x 21 cm). *Booklet* sendiri mengutamakan informasi yang disertai unsur visual berupa fotografi. Pengambilan gambar ilustrasi bentuk olah napas melalui fotografi menggunakan jenis *portrait photography* di luar ruangan dengan *background* alam hutan dengan pepohonan yang memberikan kesan segar dan menenangkan. Penyampaian informasi tidak hanya melalui satu media berupa media utama saja, ada pula media pendukung yang menjadi pelengkap untuk memperkenalkan media utama kepada khalayak sasaran.

#### **III.2.7.2. Media Pendukung**

Media pendukung merupakan media yang dibuat sebagai sarana informasi mengenai media utama, baik sebagai penarik perhatian ataupun penarik minat khalayak untuk membeli atau memiliki media utama. Media pendukung yang dipilih untuk mendukung media utama diantaranya:

- **Poster**  
Poster merupakan media yang bertujuan memberikan informasi dengan berupa kata-kata yang menarik masyarakat agar dapat ikut serta akan acara atau kegiatan yang di gelar. Media poster dipilih agar dapat menginformasikan adanya media utama berupa *booklet* mengenai Kebugaran Merpati Putih dan mengajak masyarakat untuk membeli atau memilikinya. Poster ini dapat berupa poster cetak maupun poster *digital*.
- **Flyer**  
*Flyer* merupakan media yang bertujuan memberikan informasi singkat yang berupa ajakan sebagai penarik minat masyarakat agar dapat ikut serta akan acara atau kegiatan yang di gelar. Media *flyer* dipilih karena lebih praktis dan ekonomis dalam penyebaran informasi mengenai keberadaan media utama.
- **X-banner**  
*X-banner* merupakan media yang digunakan dalam penyampaian informasi akan keberadaan media utama. Berbentuk *banner* atau spanduk yang dipasang dengan penyangga berbentuk “X” sehingga *banner* dapat berdiri. *X-banner* dipilih karena dapat menarik perhatian masyarakat akan informasi yang dimuat di dalamnya, dalam perancangan ini memberikan informasi akan keberadaan media utama dan cara membeli atau memilikinya.
- **Media gimmick** merupakan media pendukung yang berfungsi sebagai alat pengingat bagi masyarakat akan *booklet* sebagai media utama dan Kebugaran Merpati Putih sebagai objek. Media *gimmick* yang dipilih diantaranya:
  - a. *T-shirt* atau kaos sebagai media pendukung dipilih karena dapat mengandung informasi akan adanya lembaga Kebugaran Merpati Putih yang dapat digunakan ketika seminar atau juga digunakan oleh anggota kebugaran dan masyarakat ketika ingin mengikuti sesi latihan. Dapat dimiliki dengan cara membeli di *stand* penjualan *souvenir*.
  - b. Handuk sebagai media pendukung bersifat pengingat. Dapat dimiliki dengan cara membeli di *stand souvenir* Kebugaran Merpati Putih.
  - c. *Tumbler* minum sebagai media pendukung yang bersifat pengingat yang bisa didapatkan oleh masyarakat dengan cara membeli di *stand souvenir* Kebugaran Merpati Putih.

- d. Gantungan kunci akrilik sebagai media pendukung yang bersifat pengingat, dipilih karena dapat disematkan bersama kunci rumah, kendaraan, dan lain sebagainya. Dapat dimiliki dengan cara membeli di *stand souvenir* Kebugaran Merpati Putih.
- e. *Totebag* sebagai media pendukung yang bersifat pengingat dan dapat digunakan oleh anggota Kebugaran Merpati Putih untuk membawa peralatan beban olah napas. Dapat dimiliki dengan cara membeli di *stand souvenir* Kebugaran Merpati Putih.
- f. *Notes* atau buku catatan sebagai media pendukung yang bersifat pengingat dapat digunakan sebagai alat tulis dalam mencatat hal yang penting. Diberikan sebagai *merchandise* saat seminar kebugaran.
- g. *Sticker* sebagai media pendukung yang bersifat pengingat yang bisa didapatkan oleh masyarakat yang mengikuti kegiatan yang diadakan Kebugaran Merpati Putih secara gratis dan merupakan bagian dari *merchandise*.
- h. *Bolpoin* sebagai media pendukung yang bersifat pengingat yang bisa didapatkan oleh masyarakat yang mengikuti kegiatan yang diadakan Kebugaran Merpati Putih secara gratis dan merupakan bagian dari *merchandise*.

### **III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media**

Strategi distribusi merupakan usaha untuk mendistribusikan media utama dan media pendukung agar dapat sampai ke masyarakat terutama khalayak sasaran (Zaharuddin, 2006, h.86). Dalam perancangan ini distribusi dilakukan dengan mendistribusikan media pendukung berupa poster dan *flyer* sebagai *attention* dan *interest* yang dapat menarik perhatian dan minat masyarakat, sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai kegiatan seminar Kebugaran Merpati Putih. Kemudian, pada saat kegiatan seminar berlangsung akan terjadi pendistribusian media utama berupa *booklet* dan media pendukung yang menjadi bagian *merchandise* seperti *totebag*, *notes*/ buku catatan dan *sticker*.

Pendistribusian media utama berupa *booklet* dalam perancangan ini yakni melalui sebuah seminar kesehatan yang diselenggarakan oleh lembaga Kebugaran Merpati Putih. Media utama akan disebar kepada peserta seminar, dan akan diletakkan pula di area pelatihan Kebugaran Merpati Putih. Sementara itu, pendistribusian media pendukung dibagi menjadi tiga bagian. Untuk media pendukung seperti poster dan *flyer* disebar baik secara daring maupun luring untuk memberitahukan kepada masyarakat mengenai adanya media utama berupa *booklet* mengenai Kebugaran Merpati Putih yang ada pada kegiatan seminar kesehatan yang diselenggarakan Kebugaran Merpati Putih.

Untuk media pendukung *X-banner* yang menginformasikan mengenai terbitnya media utama berupa *booklet* akan disebar di *stand souvenir* Kebugaran Merpati Putih dan kegiatan seminar kesehatan yang diselenggarakan Kebugaran Merpati Putih. Kemudian, untuk media pendukung seperti *notes*, bolpoin dan *sticker* akan diberikan secara cuma-cuma sebagai bagian *merchandise* kepada peserta seminar kesehatan. Sementara untuk *t-shirt* (kaos), handuk, *totebag*, *sticker*, *tumbler* minum dan gantungan kunci akan dijual melalui *stand souvenir* Kebugaran Merpati Putih. Untuk waktu penyebaran media dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel III. 2 Waktu penyebaran media  
 Sumber: Dokumen pribadi  
 (Diakses pada 14/07/2019)

Media	Agustus				September				Oktober			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Booklet/ media utama</i>												
<i>Poster</i>												
<i>Flyer</i>												
<i>X-banner</i>												
<i>T-shirt</i>												
Handuk												
<i>Tumbler</i> minum												
Bolpoin												
Gantungan kunci akrilik												

<i>Totebag</i>																					
<i>Notes</i>																					
<i>Sticker</i>																					

### III.3. Konsep Visual

Dalam sebuah perancangan diperlukan sebuah konsep agar terstruktur dan hasil sesuai dengan tujuan. Dalam perancangan informasi Kebugaran Merpati Putih ini akan membahas mengenai PPS BETAKO Merpati Putih dan keilmuan-keilmuan di dalamnya, mengenai Kebugaran Merpati Putih dan keilmuan yang dipelajari di dalamnya, olah napas sebagai latihan dasar penyembuhan. Konsep visual yang akan ditampilkan pada media informasi ini mengacu pada pendekatan verbal dan pendekatan visual yang digabungkan menjadi suatu media yang dapat diterima oleh masyarakat terutama khalayak sasaran. Dalam konsep visual informasi Kebugaran Merpati Putih ini menyasar khalayak umur 36 (tiga puluh enam) tahun sampai dengan umur 45 (empat puluh lima) tahun, maka desain yang sederhana akan lebih mudah diterima.

#### III.3.1. Format Desain

Dalam perancangan media *booklet* ini, format yang digunakan yaitu ukuran A4 (29,7cm x 21cm) *landscape* ketika dalam ukuran terbuka, dan menjadi ukuran A5 (14,8cm x 21cm) *portrait* ketika dalam keadaan tertutup atau dilipat dengan komposisi yang teratur agar mudah dibaca dan pesan dapat tersampaikan dan diterima dengan baik oleh masyarakat khususnya khalayak sasaran. Media utama juga dilengkapi dengan ilustrasi vektor, fotografi, dan tipografi.

#### III.3.2. Tata Letak (*Layout*)

*Layout* ialah penyusunan elemen-elemen desain yang dalam sebuah media sehingga menyerupai susunan akhir yang artistik (Amborse & Harris, 2005). Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen-elemen desain seperti gambar dan teks yang disusun dengan menarik dan komunikatif sehingga memudahkan pembaca

menerima pesan yang disampaikan melalui informasi yang disajikan. Konsep tata letak/ *layout* yang akan ditampilkan dalam *booklet* yaitu:



Gambar III. 5 Tata letak sampul *booklet*  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada 14/07/2019)



Gambar III. 6 Tata letak isi *booklet*  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada 14/07/2019)

### III.3.3. Tipografi

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari segala sesuatu mengenai huruf cetak (Kusrianto, 2007, h.190). Dalam perancangan ini, pemilihan huruf atau *font* mengutamakan keterbacaan yang baik, namun tetap menyesuaikan tema yang diambil. Penyusunan tata letak dan huruf yang sesuai dengan objek diharapkan akan memberikan kenyamanan bagi pembaca. Adapun jenis huruf atau *font* yang digunakan dalam perancangan media ini yaitu menggunakan jenis huruf berikut:

## Upakarti

upakarti  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890,./<>?!@#\$%^&\*()  
the quick brown fox jump over the lazy dog

Gambar III. 7 Upakarti *regular*  
Sumber: Adien Gunarta  
(Diakses 14/07/2019)

Jenis huruf Upakarti ini dipilih karena memiliki nuansa yang sama dengan jenis huruf di lambang PPS BETAKO Merpati Putih, sehingga kesan Merpati Putih akan melekat. Jenis huruf upakarti ini dipakai untuk tulisan kata “Merpati Putih” pada *cover* atau sampul *booklet*, dan judul (*headline*) *booklet*.

## Sakkal Majalla

Sakkal Majalla - Regular  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890,./<>?!@#\$%^&\*()  
THE QUICK BROWN FOX JUMP OVER THE LAZY DOG  
the quick brown fox jump over the lazy dog

Gambar III. 8 Sakkal Majalla *regular*  
Sumber: Mamoun Sakkal  
(Diakses 14/07/2019)

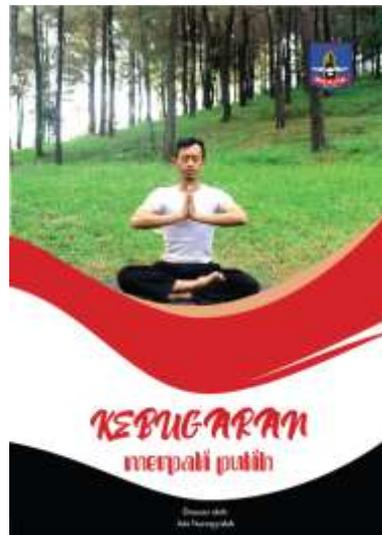
Sakkal Majalla - Bold  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890,./<>?!@#\$%^&\*()  
THE QUICK BROWN FOX JUMP OVER THE LAZY DOG  
the quick brown fox jump over the lazy dog

Gambar III. 9 Sakkal Majalla *bold*  
Sumber: Mamoun Sakkal  
(Diakses 14/07/2019)

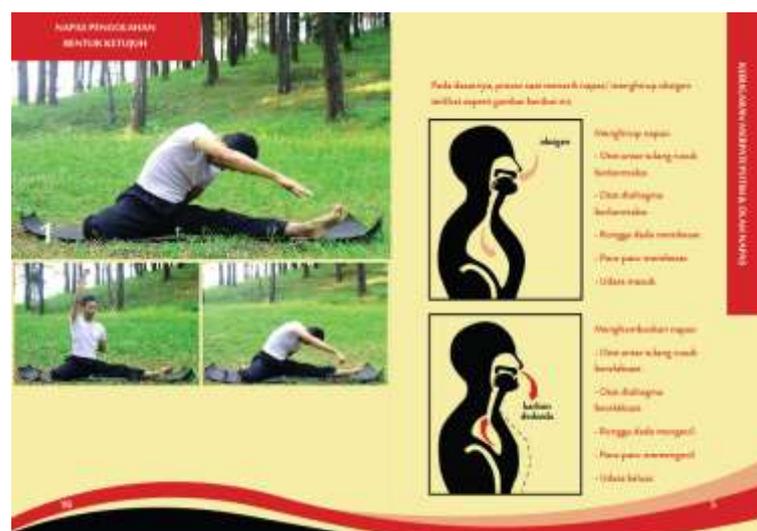
Jenis huruf bernama Sakkal Majalla ini merupakan jenis *font* sans serif yang memiliki kesan dinamis namun tetap tampak tegas. Jenis huruf Sakkal Majalla ini dipakai untuk *headline* dan *body text*.

### III.3.4. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu tujuan dalam bentuk visual (Kusrianto, 2009, h.140). Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini yakni berupa foto dan vektor yang sederhana.



Gambar III. 10 Ilustrasi sampul depan *booklet*  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses 30/07/2019)



Gambar III. 11 Ilustrasi konten *booklet*  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses 30/07/2019)



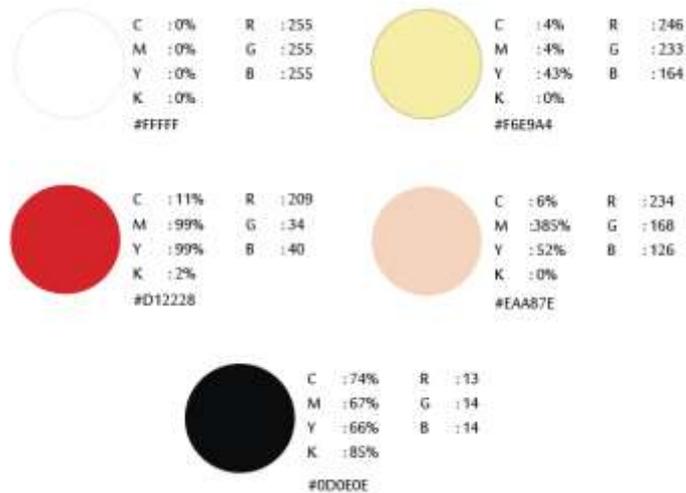
Gambar III. 12 Foto sampul *booklet*  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses 30/08/2019)

Ilustrasi foto yang digunakan dengan latar alam dan pepohonan agar dapat memberikan kesan segar dan tenang. Model pada ilustrasi foto seperti pada Gambar III. 12 dipilih karena berada pada rentang usia 36 (tiga puluh enam) tahun – 45 (empat puluh lima) tahun yang sesuai dengan target audiens atau khalayak sasaran. Selain itu, model dipilih karena kelenturan tubuh yang sesuai untuk menginstruksikan bentuk olah napas yang benar. Menggunakan kostum kaos berwarna putih dan celana berwarna hitam sesuai dengan filosofi warna PPS BETAKO Merpati Putih dan Kebugaran Merpati Putih.

### **III.3.5. Warna**

Pengertian warna menurut Anggraini & Nathalia (2018) merupakan unsur penting dalam obyek desain yang dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Warna yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan mode CMYK untuk media utama, dan beberapa media pendukung yang merupakan media cetak. Tujuannya agar warna tidak berubah pada saat proses percetakan. Pemilihan

warna disesuaikan dengan nuansa dan filosofi Merpati Putih, yakni menggunakan warna putih, merah, turunan warna merah, hitam dan kuning.



Gambar III. 13 Warna  
 Sumber: Dokumen pribadi  
 (Diakses 30/07/2019)

Warna yang digunakan dalam perancangan ini yaitu:

- Warna putih, dipilih berdasarkan filosofi PPS BETAKO Merpati Putih yang memiliki makna kesucian, ketulusan hati, kepasrahan dan keterbukaan hati, serta menjunjung tinggi nilai perdamaian.
- Warna merah dan turunannya, dipilih berdasarkan filosofi PPS BETAKO Merpati Putih yang memiliki makna berani, warna merah dan putih juga sesuai dengan filosofi bendera negara Indonesia.
- Warna hitam, dipilih berdasarkan filosofi PPS BETAKO Merpati Putih yang memiliki makna keteguhan hati.
- Warna kuning, dipilih karena memiliki kesan semangat dan segar.