BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III. 1. Khalayak Sasaran

Menentukan khalayak sasaran menjadi bagian paling penting dalam strategi perancangan. Khalayak sasaran adalah sekelompok orang-orang yang menjadi tujuan utama pesan komunikasi ditunjukan (Moriarty, 1991). Dengan memperhatikan khalayak sasaran akan mempermudah pemilihan media yang digunakan dalam penyampaian pesan agar dapat diterima dengan efektif. Hal tersebut berhubungan dengan keberhasilan proses komunikasi, dimana pesan tersampaikan dan menimbulkan efek dari tujuan pesan tersebut. Hal tersebut juga berkaitan dengan pendapat Lasswell (1948), komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan memlalui media kepada komunikan yang menimbulkan efek tertentu. Dalam teorinya Lasswell mengemukakan 5 elemen komunikasi yaitu, komunikator sebagai pengirim pesan, pesan, media, komunikan/ penerima pesan, dan efek. Maka khalayak sasaran dibagi berdasarkan demografis, geografis, dan psikografis.

III. 2. 1. Demografis

Menurut Suyanto (2004) demografi merupakan ilmu yang mempelajari jumlah, persebaran teritorial, komposisi penduduk dan terjadi pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, ras agama dan kelas sosial. Perubahan dan sebab perubahannya yang timbul karena adanya faktor kelahiran, kematian, mobilitas sosial dan migrasi. Berikut merupakan khalayak sasaran berdasarkan demografi yang menjadi kriteria dalam perancangan media informasi.

- Usia

  Khalayak sasaran ditujukan pada masyarakat yang sudah menikah, baik masyarakat yang baru menikah maupun yang sudah menikah dalam jangka waktu yang lama. Usia termuda yang menjadi khayalak sasaran adalah usia 18 tahun. Sedangkan usia paling tua dibatasi hingga usia 60 tahun. Di Indonesia sendiri usia 18 tahun menjadi usia yang dikatakan ideal untuk menikah. Sedangkan angka yang menjadi batasan usia dipilih dari usia rata-rata kehidupan orang Indonesia, dalam usia tersebut sebagian besar

masyarakat Indonesia telah kehilangan pasangan hidupnya atau telah ditinggal meninggal oleh pasangan. Dalam hal ini dapat dikatakan seseorang telah berhenti menjalani kehidupan rumah tangga.

Rentan waktu yang dipilih sangat lama karena masalah yang terjadi di dalam hubungan suami dan istri berjalan dalam waktu yang juga sangat lama. Buku dalam perancangan ini diharapkan dapat menjadi tuntunan dalam perjalanan rumah tangga, karena masalah yang diangkat pada perancangan ini merupakan masalah yang akan terus terjadi pada hubungan suami dan istri sepanjang adanya peran istri dan peran suami di dalam rumah tangga. Semakin lama usia pernikahan bukan berarti berkurangnya masalah di dalam hubungan tersebut.

- Jenis Kelamin

  Dipilihnya perempuan berkaitan dengan jenis kelamin Fatimah sebagai peran istri yang menjadi panutan muslimah. Perempuan sangat berpengaruh pada peradaban dunia karena perannya sebagai ibu yang akan mendidik anak-anaknya sebagai generasi penerus. Dalam diri wanita mempunyai potensi diri yang bisa digali dan diberdayakan, jangan malah dibiarkan. Karena potensi dalam diri wanita mampu merubah peradaban manusia (Eti Murhayati, 2012). Dengan adanya buku ilustrasi dari keteladanan Fatimah menjadikan inspirasi untuk ditiru dan menjadi panutan.

- Agama

  Khalayak sasaran utama yang dipilih beragama Islam, hal ini berkaitan dengan Fatimah yang beragama Islam sebagai panutan muslimah menjalani peran sebagai istri. Nilai-nilai keteladannya pun berkaitan dengan sebagaimana Islam mengajarkan melalui sosok Fatimah.

- Status

Khalayak sasaran utama yang dipilih adalah masyarakat yang sudah menikah, karena permasalahan yang terkait adalah masalah-masalah yang ada dalam hubungan rumah tangga atau hubungan suami dan istri. Diharapkan hasil dari perancangan ini dapat memberikan informasi atau sebagai panduan kepada khalayak sasaran bagaimana menghadapi masalah rumah tangga dengan mempelajari kehidupan rumah tangga dari sosok Fatimah. Namun tidak menutup kemungkinan untuk khalayak sasaran belum menikah mendapatkan buku ini, sebagai buku referensi ketika sudah menikah nantinya.

- Ekonomi

  Khalayak sasaran utama yang dipilih pada perancangan ini adalah orang-orang yang memiliki status sosial kelas menengah ke atas, dengan pertimbangan kelas ini mempunyai kemampuan yang cukup dalam kehidupannya sehingga adanya ketertarikan yang lebih untuk mendatangi toko buku dengan tujuan tertentu, salah satunya untuk memenuhi kebutuhan informasi yang tidak bisa didapat di tempat lain.

III. 2. 2. Geografis

Georafis sangat menentukan media dalam sebuah perancangan, hal ini berkaitan dengan kebutuhan khalayak sasaran di dalam sebuah wilayah. Menurut Setiyono (dalam Satria, 2017) menjelaskan bahwa geografi adalah ilmu yang mempelajari tentang hubungan timbal balik antara manusia dengan lingkungan dan merujuk pola persebaran horizontal dipermukaan bumi.

Terkait dengan penerbit buku ini yang akan menyebarkan buku ini secara merata di seluruh ini Indonesia. Perancangan dibuat menjadi sangat umum yang dapat diterima oleh masyarakat Indonesia.

III. 2. 3. Psikografis

Menurut Diniellah (2016) psikografis merupakan karakteristik sebuah kepribadian dan sikap yang dapat mempengaruhi perilaku serta gaya hidup seseorang.

Psikografis mencakup pendapat, sikap, dan keyakinan tentang berbagai aspek yang berkaitan dengan gaya hidup. Golongan usia yang sudah menikah dapat dikatakan sudah mengenal adanya kewajiban yang dituntut pada dirinya mengenai perannya sebagai istri. Khalayak sasaran yang dipilih memiliki ketertarikan lebih terhadap ilmu agama, atau memiliki sifat *religius.*

Secara psikologis perancangan ini dilakukan untuk masyarakat yang sudah menikah. Hal ini dikarenakan menjalani kehidupan rumah tangga merupakan hal yang tidak mudah, dibutuhkan adanya sosok panutan, dan tidak ada batas hilangnya masalah, kecuali adanya kematian. Masalah di dalam rumah tangga berlaku seumur hidup pernikahan tersebut.

III. 2. 4. *Consumer Insight*

Menurut Maulana, *consumer insight* adalah proses mencari tahu secara lebih mendalam tentang latar belakang perbuatan, pemikiran, dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya (2009). Khalayak sasaran yang dipilih adalah perempuan muslim, masyarakat Indonesia yang tinggal di kota, berdasarkan hal tersebut khalayak sasaran cenderung mengarah pada hal-hal yang bersifat umum. Namun informasi yang disampaikan tetap di sesuaikan dengan karakter khalayak sasaran yang sudah dicari tahu lebih dalam lagi. Berikut adalah *insight* dari khalayak sasaran: Sebagian besar masyarakat Indonesia yang belum menikah mengira kehidupan setelah adanya pernikahan merupakan kehidupan yang akan dipenuhi oleh cerita-cerita romantis. Masyarakat, terutama dalam usia muda, mengira pernikahan sebagai penyelesain masalah kehidupan lainnya. Sehingga ketika sudah menikah dan menghadapi tanggung jawab serta banyaknya masalah di dalam pernikahan seringkali masyrakat Indonesia merasa kaget, tidak siap, dan bahkan memilih untuk bercerai. Maka buku yang dibuat pada perancangan ini dibuat untuk digunakan sebagai tuntunan menghadapi masalah-masalah yang dihadapi pasangan setelah menikah di dalam rumah tangga.

III. 2. 5. *Consumer Journey*

Consumer Journey adalah pengalaman atau kegiatan yang dilakukan sehari-hari oleh khalayak sasaran. Menurut Italo Gani (dalam Ryan, 2015) *consumer journey* merupakan suatu kebiasaan yang selalu dilakukan oleh seseorang pada setiap harinya. Tahapan ini penting dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan dalam perancangan ini karena dapat membantu penulis menentukan media utama dan media pendukung yang digunakan. *Consumer journey* dapat dikatakan sebagai kegiatan keseharian dari khalayak sasaran.

Tabel III.1 Consumer Journey

Sumber: Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Titik Kontak
04.30	Bangun tidur	Kamar tidur	Kasur, bantal, selimut, cermin, lemari, kerudung, bros.
04.45	Solat subuh	Kamar tidur	Mukena, bros, sejadah, Al-Qur-an
05.15	Mengerjakan pekerjaan rumah	Rumah	Sapu, pel, mesin cuci, penanak nasi, sendok/ garpu, piring, *mug*.
05.30	Menyiapkan sarapan	Dapur	Teflon, panic, pisau, nampan, talenan.
06.00	Sarapan	Ruang makan	Taplak meja, sendok/ garpu.
06.30	Mandi	Kamar mandi	Sikat, gayung.
07.00	Berangkat sekolah/ kerja	Jalan	Angkot, halte, *totebag*, *pouch*, stiker, payung, poster.
07.30	Pekerjaan rumah/ bermain	Rumah dan lingkungan rumah	Mading RT/RW, handphone.
10.00	Masak	Dapur	Teflon, panic, pisau, nampan, talenan

12.00	Makan siang	Ruang makan	Taplak meja, sendok/ garpu, piring, gelas/*mug*.
12.30	Solat dzuhur	Kamar	Mukena, bros, sejadah, Al-Qur-an
12.45	Membaca/ menonton/bermain	Ruang keluarga	Kalender, hiasan dinding, sofa, *handphone*.
13.30	Tidur siang	Kamar	Handphone, Kasur, bantal, selimut, cermin, lemari, kerudung, bros.
15.00	Solat ashar	Kamar	Mukena, sejadah, Al-Qur-an
15.15	Membaca/ menonton/bermain	Ruang keluarga	Televisi, hiasan dinding, karpet, mainan, buku
17.00	Makan	Ruang makan	Gelas, piring, taplak meja, teko, sendok, garpu.
17.15	Pulang	Jalan	Angkot, halte, totebag, pouch, stiker, paying, poster
17.30	Mandi	Kamar mandi	Sikat, gayung
18.00	Solat magrib	Kamar	Mukena, sejadah, Al-Qur-an, kerudung, bros.
18.15	Membaca/ menonton/bermain	Ruang keluarga	Televisi, hiasan dinding, karpet, mainan, buku, rak buku.
19.00	Solat isya	Kamar	Kasur, bantal, guling, sperei, tirai, hiasan dinding, sejadah, mukena, kerudung.
19.15	Makan malam	Ruang makan	Gelas, piring, taplak meja, teko, sendok, garpu.
19.45	Membaca/ menonton/bermain	Ruang keluarga	Televisi, hiasan dinding, karpet, mainan, buku

21.00	Tidur	Kamar	Kasur, bantal, guling, sperei, tirai, hiasan dinding.

III. 2. Strategi Perancangan

Perancangan media ini dilakukan dengan mengamati dan mengumpulkan data mengenai khalayak sasaran agar tujuan dan manfaat perancangan ini dapat terwujud dengan baik. Masalah yang terjadi pada penelitian ini adalah salahnya panutan masyarakat Indonesia dalam menjalani kehidupan rumah tangga. Masyarakat lebih melihat sosok panutan rumah tangga dalam adegan sinetron atau film. Maka media yang dirancang adalah media informasi tentang kisah-kisah Fatimah binti Muhammad sebagai salah satu pilihan sosok teladan dalam menjalani kehidupan rumah tangga agar masyarakat mempunyai pilihan panutan yang baik sesuai dengan apa yang agama Islam ajarkan.

Berdasarkan solusi perancangan untuk mengenalkan keteladan Fatimah binti Muhammad dibutuhkan media informasi berupa buku tentang kisah-kisah Fatimah binti Muhammad. Media yang akan dibuat merupakan penggambaran rumah tangga Islam dan kisah-kisah Fatimah binti Muhammad sebagaimana pernyataan dari data yang sudah didapatkan. Selain bentuk visual, teks juga digunakan untuk memperjelas penyampaian pesan. Melalui pendekatan emosi hal ini dilakukan agar target audiens mudah menerima pesan yang ingin disampaikan.

III. 2. 1. Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan media ini yaitu untuk memberikan informasi mengenai keteladanan Fatimah binti Muhammad sebagaimana peran seorang istri dalam agama Islam. Fatimah binti Muhammad dalam kisah-kisahnya memiliki nilai-nilai keteladanan perempuan saat ini yang akan baik bagi peremuan yang memasuki usia pernikahan maupun bagi perempuan yang sudah menjadi seorang istri. Kisah Fatimah mengenai rumah tangga merupakan materi yang kompleks, maka media informasi ini adalah buku ilustrasi, dipilih karena dapat menyampaikan pesan yang banyak. Selain itu dengan media buku akan meminimalisir adanya

gangguan- gangguan bila menggunakan media digital. Seperti ketergantung adanya baterai ataupun gangguan adanya notifikasi sehingga teralihkannya fokus membaca.

III. 2. 2. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dilakukan harus sesuai dengan khalayak sasaran yang disampaikan secara verbal dan visual, yang diharap dapat membuat khalayak sasaran tertarik dalam membaca dan melihat informasi pada media ini. Berikut ini adalah penjelasan pendekatan komunikasi verbal dan visual.

a. Pendekatan Komunikasi Secara Verbal

   Pendekatan komunikasi yang dilakukan secara verbal dipilih berupa teks atau tulisan dari informasi yang terkait dengan kehidupan rumah tangga. Serta menampilkan kisah-kisah Fatimah binti Muhammad sebagai nilai-nilai keteladanan. Disajikan sebagaimana minat atau ketertarikan khalayak sasaran, serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh khalayak sasaran agar dapat menggugah perasaan atau emosi target audiens, dan yang paling penting adalah menyampaikan pesan pada khalayak sasaran.

b. Pendekatan Komunikasi Secara Visual

   Pendekatan komunikasi yang dilakukan secara visual dipilih berupa penggambaran dari rumah tangga Islam dan kisah-kisah Fatimah dalam bentuk gambar yang akan membantu menjelaskan pesan yang disampaikan agar mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

III. 2. 3. Mandatory

Mandatory merupakan lembaga yang menjadi penerbit dari media yang dilibatkan dalam pembuatan media informasi. Lembaga yang bekerja sama dalam perancangan media ini adalah penerbit Mizania. Mizania merupakan salah satu penerbit dari kelompok Mizan atau PT Mizan Pustaka. Mizan Pustaka adalah penerbit yang berbasis luas dengan kekuatan dalam genre fiksi, kesehatan, buku bisnis, buku anak-anak, referensi, agama, dan non-fiksi popular.

Karakter Mizania dalam penerbitan merupakan karya-karya keislaman yang mewakili berbagai sudut pandang, dan digarap secara serius dan modern. Mizania banyak menerbitkan karya berupa kisah romantis atau kisah inspiratif yang ditulis melalui sudut pandang religi. Meskipun tema yang diangkat beragam namun ada diantaranya mengangkat tema percintaan dan keluarga, Judul buku yang dinaungi Mizania diantaranya, “Wanita yang Dirindukan Surga” karya M.Fauzi Rachman dengan visualisasi karya Kunken, “Yuk.Berhijab!” dan “Udah Putusin Aja!” karya Felix Y.Siauw dengan visualisasi Emeralda Noor Achni.

Gambar III. 1 Logo Mizania
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019

III. 2. 4. Materi Pesan

Materi yang disampaikan pada media ini mengacu pada tujuan perancangan yaitu berupa informasi mengenai pernikahan dan keteladanan Fatimah binti Muhammad dalam kehidupan rumah tangga yang dibuat dalam 7 bagian sebagai berikut.

1. Mengenalkan definisi pernikahan secara umum, menurut Islam, dan beberapa pendapat ahli. Pada bagian 1 buku ini juga menjelaskan tujuan pernikahan, tata cara menikah, dan penyelewengan yang terjadi di dalam pernikahan menurut pandangan Islam.
2. Memberikan materi dalam hal mempersiapkan diri menjadi peran istri yang solehah. Mengenal rumah tangga Islam, peran istri yang terkait dengan kewajibannya, dan hak-hak seorang istri.
3. Menampilkan sosok Fatimah dan sosok Ali sebagai kisah cinta panutan umat muslim. Di dalamnya memperkenalkan sosok keduanya, khususnya sosok Fatimah. Bagaimana kedua dapat bertemu sebelum akhirnya

menikah. Selain itu menampilkan aturan mengadakan pesta pernikahan menurut Islam.

4. Pada bagian ini menjelaskan masalah dalam rumah tangga yang menjadi pemicu utama perceraian yaitu masalah ekonomi. Bagaimana pengaruh perekonomian di dalam hubungan rumah tangga. Pada bagian ini juga menjelaskan sosok Fatimah mengatasi masalah ekonomi keluarga tentunya menurut ajaran Islam.
5. Pada bagian ini menjelaskan peran penting adanya komunikasi di dalam rumah tangga, menjelaskan bagaimana komunikasi dengan pasangan yang dapat membangun rumah tangga itu sendiri, dan memberikan contoh komunikasi Fatimah dan Ali sebagai pandangan komunikasi yang baik di dalam hubungan rumah tangga menurut Islam, dalam hal tersebut memeperhatikan sikap dalam berkomunikasi
6. Pada bagian ini menjelaskan hubungan rumah tangga dengan mertua. Menjelaskan sikap Ali dengan mertuanya dan pengaruh orang tuannya di dalam hubungan rumah tangga Ali dengan Fatimah. Pada bagian ini juga menjelaskan adab-adab antara menantu dan mertua.
7. Pada bagian ini menjelaskan hal-hal di dalam rumah tangga yang berkaitan dengan sedekah. Seperti apa sedekah yang baik, bagaimana sedekah mengokohkan bangunan rumah tangga, dan siapa saja yang berhak atas sedekah yang sudah dikeluarkan.

III. 2. 5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan cara yang digunakan oleh penulis atau pengarang dalam memaparkan gagasannya sesuai dengan tujuan dan efek yang ingin dicapai (Aminudin, 1995, 5). Gaya bahasa yang digunakan dalam media ini adalah gaya bahasa naratif dan gaya bahasa deskriptif. Dalam situs kompasiana yang dikutip oleh Setyawan, gaya bahasa naratif merupakan bentuk tulisan yang dirangkai dan membentuk sebuah peristiwa dalam suatu waktu (2014). Gaya bahasa naratif digunakan dalam menceritakan kisah Fatimah yang memiliki nilai-nilai keteladanan terkait dengan rumah tangga. Sedangkan gaya bahasa deskriptif menurut Keraf adalah bentuk gaya penulisan yang menjelaskan secara terperinci

mengenai sesuatu, menyampaikan kesan hasil pengamatan mengenai suatu hal dan memiliki daya imajinatif mengenai hal yang ingin disampaikan (Keraf, 1981). Gaya bahasa deskriptitif digunakan dalam menjelaskan keterkaitan hubungan suami dan istri sebagaimana pandangan Islam mengenai rumah tangga.

III. 2. 6. Strategi Kreatif

Dalam perancangan suatu media dibutuhkannya stategi kreatif sebagai dasar pemikiran dalam mengolah data hasil penelitian menjadi media yang mampu menyampaikan pesan sebagaimana tujuan dari perancangan. Setiap perancangan media membutuhkan sebuah rangka pikir mengenai pesan dan materi juga bagaimana cara menyampaikan hal tersebut agar mudah diterimah oleh khalayak (Hidayat, 2017). Dalam buku ilustrasi ini akan memuat hal-hal mengenai rumah tangga Islam dan kisah-kisah Fatimah yang mempunyai nilai-nilai keteladanan dalam rumah tangga. Visualisasi dari media ini akan disesuaikan dengan demografis, geografis, dan psikografis pada zaman Fatimah hidup serta disesuaikan dengan kondisi jaman sekarang di Indonesia. Maka strategi kreatif perancangan ini sebagai berikut:

a. *Copywriting*

Copywriting adalah salah satu bentuk seni aneka gaya menulis dengan pendekatan gaya bahasa yang dapat membangun emosional dan kekuatan untuk memuat dan menyampaikan sebuah informasi (Hidayat, 2017). Copywriting digunakan dalam menentukan judul dari media yang dibuat, sub judul, judul setiap bab dalam bagian isi, dan bagian isi .

1. Judul: Mahligai Cinta
2. Subjudul: Persiapan Menjadi Istri Salihah Cara Fatimah
3. Judul Bab
    - Bab 1 : Mengenal Pernikahan
    - Bab 2 : Siapakan Diri Menjadi Istri Salihah
    - Bab 3 : Kisah Cinta Panutan Umat Muslim
    - Bab 4 : Rumah Tangga Fatimah
    - Bab 5 : Komunikasi

- Bab 6 : Mertua
- Bab 7 : Sedekah

b. *Storyline*

Storyline adalah rangkaian cerita yang dibentuk oleh tahapan-tahapan peristiwa, sehigga menjalin suatu cerita yang dihadirkan oleh para pelaku dalam suatu cerita (Aminuddin, 1987, 83). Informasi yang disampaikan disusun sebagai berikut agar memudah khalayak sasaran menerima pesan yang ingin disampaikan.

Tabel III. 2 storyline
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Halaman	Isi	Penggambaran
Cover	Mahligai cinta	Tokok muslimah dengan headline yang menjadi judul buku
Halaman *preliminaries*	halaman judul, halaman kosong, catatan hak cipta, halaman tambahan.	Siluet
Daftar Isi	Daftar Isi	Daftar Isi
Kata Persembahan	Prakata untuk pembaca	teks
1	Judul bab 1: Mengenal Pernikahan	Perempuan yang sedang melamun
2	Penjelasan singkat tentang pernikahan.	Gambar perahu dan matahari.
3-4	Penjelasan pernikahan seperti rimantisme drama korea.	Adegan seperti yang ada di drama korea (Goblin)
5-6	Pernikahan seindah pestanya.	Pasangan suami istri baru di pelaminan.
7-8	Pernikahan seperti pelarian	Perempuan yang sedang berlari kea rah sesuatu hal.
9-10	Konsep Islam Tentang Pernikahan	Sepasang suami istri yang sedang beribadah
11-12	Surah Ar-Ruum ayat 30	Tulisan huruf Arab dan artinya.
13-14	Pendapan ustad Felix Siauw dan istrinya mengenai pernikahan	Ustad Felix Siauw dan istrinya.
15-16	Pendapat Ustad Khalid Basalamah mengenai pernikahan	Ustad Khalid Basalamah
17-18	Tujuan menikah	Kepalan tangan perempuan
19-20	Tata cara menikah dalam Islam	Sepasang suami istri yang berdoa sehabis akad
21-22	Penyelewengan dalam pernikahan	Perempuan dan laki-laki yang bersentuhan.
23-24	Bagian aktivitas	Ditulis oleh pembaca
25	Bagian 2	
26	Siapkan diri menjadi istri salihah	
27-28	Penjelasan rumah tangga secara umum namun masih menurut Islam	Rumah dan pintu yang terbuka
29-30	Surah Ar-Ruum ayat 21	Tulisan huruf Arab dan artinya.
31-32	Ciri-ciri rumah tangga Islami	Pasangan suami istri yang saling mencintai.
33-34	Penjelasan perselisihan	Pasangan suami istri yang

	rumah tangga secara umum	sedang bertengkar
35-36	Mengobati kedurhakaan istri	Istri yang sedang marah
37-38	Mengobati kedurhakaan suami	Suami yang sedang marah
39-40	Istri sebagai kodrat perempuan secara umum	Sosok seorang perempuan
41-42	Peranan seorang istri dalam Islam	Sosok seorang perempuan
43-44	Surah An-nisa ayat 32	Tulisan huruf Arab dan artinya.
45-54	Kewajiban istri	Istri yang hormat, mengurus suami yang sakit, menabung, rela dihamili, menemani makan
55-58	Catatan pembaca	teks
59-76	Hak-hak istri	Perempuan yang bersandar pada Al-Quran, Tulisan huruf Arab dan artinya, Suami menyayangi istrinya
77-78	Catatan pembaca	teks
79-80	Bagian 3	teks
81-82	Penjelasan sosok Fatimah secara umum.	Tranformasi dari Fatimah kecil hingga dewasa.
83-84	Kisah cinta Fatimah dan Ali	Fatimah dan Ali yang berjauhan karena ketaatan mereka kepada Allah SWT
85-86	Pernikahan Ali dan Fatimah	Altar pernikahan yang sederhana
87-88	Nilai Fatimah yang bisa diambil	teks
89-90	Penjelasan cinta menurut pandangan Islam	Bentuk cinta
91-92	dalil	Gambar tangan menunjuk ke cinta
93-94	Bagian 4	Fatimah dan Ali yang berpelukan
95-96	Kisah Fatimah	Fatimah dan Ali bedoav
97-98	Kisah Fatimah	Fatimah menggiling tepung
99-100	Kisah Fatimah	Fatimah cium tangan Ali
101-102	Kesimpulan	teks
103-104	Finansial rumah tangga	Keuangan
105-106	Sikap menghadapi masalah ekonomi	kalkulator
107-108	Catatan pembaca	teks
109-110	Bagian 5	komunikasi
111-118	Kisah Fatimah	Fatimah mengobrol dengan Ali
119-120	kesimpulan	teks
121-122	Komunikasi dalam rumah tangga	Suami marah kepada istrinya.
123-126	Sikap dalam komunikasi,	Pasangan suami istri yang

	Etika istri bicara dengan suami	sedang mengobrol.
127-128	Catatan pembaca	teks
129-130	Bagian 6	Mertua
131-132	Cerita tentang Rasulullah memberi nama anak-anak Fatimah dan Ali	Fatimah sehabis melahirkan
133-134	Penjelasan masalah dengan mertua secara umum	Dua pasang orang tua
135-136	Penjabaran masalah dengan mertua yang lebih terperinci	Mertua yang marah-marah
137-138	Kompak dengan pasangan	Pasangan suami istri yang menyayangi ibu mertua
139-140	Berbakti kepada orang tua	Menyayangi orang tua
141-142	Adab menantu terhadap mertua	Mencuci kaki mertua
143-146	Catatan pembaca	teks
147-148	Bagian7	Memberi sedekah
149-154	Kisah buah delima	Fatimah sedang sakit, Ali memberikan buah delima, Ali diberikan 10 buah delima
155-156	Sedekah mengokohkan bangunan rumah tangga	Istri membawa sedekah
157-158	Sedekah yang paling utama	Istri memberi sedekah
159	Profil penulis	Foto, media sosial
160	Daftar pustaka	

c. Visualisasi

Visualisasi pada perancangan media ini dibuat menggunakan pensil di kertas sebagai gambaran awal. Selanjutnya dibuat visualisasi menggunakan pensil, cat air, dan kertas yang khusus untuk media cat air. Setelah proses penggambaran selesai hasilnya di *scan* dan di masukan pada aplikasi Adobe untuk proses selanjutnya yaitu proses *layout/*tata letak.

III. 2. 7. Strategi Media

Strategi media adalah rencana yang digunakan dalam pemilihan media yang bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran. Media yang digunakan harus efektif dan efisien, maka berikut adalah media yang digunakan:

1. Media Utama

Media utama merupakan media yang paling mempresentasikan pesan dan paling banyak memberikan informasi yang ingin disampaikan. Media utama yang digunakan adalah buku ilustrasi sebagaimana yang telah dituliskan pada bagian solusi perancangan. Buku ini akan memuat hal-hal yang berkaitan dengan rumah tangga Islam dan kisah-kisah Fatimah dengan nilai-nilai keteladannya. Buku ilustrasi dengan penggambaran kisah Fatimah dipilih agar memudahkan khalayak sasaran untuk berimajinasi dan menerima pesan keteladan dari sosok Fatimah.

Buku ini mengacu pada hal-hal yang berkaitan dengan rumah tangga menurut Islam, rumah tangga yang dimaksud mengacu pada 3 nilai keteladanan sosok Fatimah, yaitu kesederhanaan, kedermawanan, sikap menghargai dan menghormati pasangan. Di dalam buku ini terdapat beberapa bab atau babak berikut ini.

1. Mengenal pernikahan
   - Babak 1. Apa itu menikah
   - Babak 2. Pernikahan dalam Islam
   - Babak 3. Tujuan menikah
   - Babak 4. Tata cara menikah dalam Islam
   - Babak 5. Penyelewengan dalam pernikah
2. Siapkan diri menjadi istri solehah
   - Babak 1. Apa itu rumah tangga
   - Babak 2. Peran istri sebagai kodrat perempuan
   - Babak 3. Hak-hak istri
3. Kisah cinta panutan umat muslim
   - Babak 1. Fatimah dan Ali
   - Babak 2. Pernikahan yang sederhana
4. Rumah tangga ala Fatimah
   - Babak 1. Pengaruh ekonomi di dalam keluarga
   - Babak 2. Fatimah dan kesederhanaan
5. Komunikasi dengan pasangan
   - Babak 1. Komunikasi dengan cara

Babak 2. Komunikasi Fatimah dan Ali

Babak 3. Sikap dalam komunikasi

6. Hubungan lingkungan rumah tangga

Babak 1. Mertua

Babak 2. Fatimah dan Ali dengan mertua

Babak 3. Kompak dengan pasangan

Babak 4. Berbakti dengan orang tua

Babak 5. Adab mertua terhadap menantu

Babak 6. Adab menantu terhadap mertua

7. Sedekah

Babak 1. Kedermawanan Fatimah dan Ali

Babak 2. Sedekah mengokohkan bangunan rumah tangga

Babak 3. Sedekah yang Paling Utama

Media buku sebagai media cetak dalam penyampaian pesan dipilih karena adanya kelebihan dari media ini yaitu, adanya sensasi sentuhan dari bentuk fisik media ini, tidak memilikik efek dari radiasi seperti media digital, dan dengan media ini khalayak sasaran dapat meminimalisir gangguan seperti yang dialami media digital. Kelebihan dari media cetak ini akan mempermudah khalayak sasaran mendapatkan informasi. dapat dibaca berkali-kali jika di simpan, membuat khalayak sasaran berpikir secara lebih spesifik mengenai isi tulisan, dapat dikoleksi, dan mampu menjelaskan hal yang bersifat kompleks dengan lebih baik.

2. Media Pendukung

Media pendukung diperlukan untuk membawa atau mengarahkan khalayak sasaran pada media utama, juga dapat menjadi penguat media utama dari segi informasi juga promosi yang bertujuan untuk menguatkan dan mengingatkan pesan media utama. Media pendukung menjadi sebuah media yang menunjang media utama untuk membantu menyampaikan pesan berupa informasi yang disampaikan. Pemilihan media pendukung mengunaka medote AISAS yang merupakan sebuah ilmu yang dapat memecah pola pemikiran audiens dan interaksinya dengan media. Maka media pendukung yang dipilih, diantaranya:

a. Tahap Perhatian (*Attention*)

Pada tahap pertama ini media pendukung berfungsi memperkenalkan gambaran umum mengenai media utama kepada khalayak sasaran. Menentukan media pada tahap ini dilakukan melihat dari hasil *consumer journey*. Pada tahap ini media yang digunakan yaitu poster.

Menurut Hasnun (2006, h.253) poster adalah sebuah gambar atau tulisan yang ada di atas kertas atau kain yang dipasang pada tempat umum dan poster tersebut memiliki isi dan tujuan seperti pemberitahuan, larangan ataupun himbauan untuk masyarakat. Poster cetak digunakan sebagai media *attention* nantinya akan didistribusikan ke toko buku. Poster yang digunakan terdapat perbedaan pada tahat sebelum media utam *launching* dan sesudah media utama *launching.* Penyebaran media pendukung ini mengarah ke tempat-tempat perbelanjaan (mall) karena berdasarkan geografis khalayak sasaran berada di kota yang masyarakatnya tidak terlepas dari tempat perbelanjaan. Selain itu penyebaran media pendukung ini mengarah ke iklan media sosial agar pengenalan media utama ini lebih menjangkau khalayak yang lebih banyak.

b. Tahap ketertarikan (*Interest*)

Tahap ini kelanjutan dari tahap perhatian, pada tahap ini media pendukung dibutuhkan untuk memperjelas media yang diperkenalkan pada tahap perhatian. Pada tahap ini juga tahap untuk menanggapi ketertarikan atau rasa ingin tahu khalayak sasaran pada media utama. Media pendukung pada tahap *interest* atau ketertarikan yaitu *banner standing* atau *x-banner*.

X-banner sebagai media pendukung pada tahap ketertarikan (*interest*) yang nantinya akan didistribusikan di toko buku, sehingga nantinya dapat menarik perhatian khalayak pada saat mau membeli media utama. *X-banner* sebagai tanda tersedianya buku ilustrasi di tempat *x-banner* itu berada.

c. Tahap pencarian (*Search*)

Tahap ini adalah tahap menangani tahap sebelumnya dimana khalayak sasaran yang sudah tertarik dengan media utama mulai mencari kelengkapan informasi

berupa bentuk fisik atau keberadaan dari media utama. Media pendukung yang menjadi media tahap pencarian adalah poster digital yang disebar melalui media sosial Instagram. Media pendukung yang menjadi media pencarian atau *search* yaitu Poster Digital. Poster digital diunggah 1 bulan sebelum media utama dilakukan penyebaran. Memilih Instagram sebagai area penyebaran karena Instagram sudah sangat dekat dengan masyarakat khususnya khalayak sasaran, dengan menggunakan tanda pagar memudahkan khalayak sasaran mencari informasi media utama di media sosial. Media sosial digunakan karena banyaknya pengguna sosial media itu sendiri. Sosial media digunakan untuk memberikan informasi tentang media utama, paket dan promosi yang berkaitan dengan media utama.

Iklan Media Sosial Iklan di sosial media seperti di Facebook atau Instagram, bentuk iklan ini dapat menarik para pengguna internet untuk mengunjungi laman media sosial utama. Konten Media Sosial Konten media berupa promosi tentang pre-order buku, promosi buku, dan juga informasi mengenai Fatimah, konten berukuran 2000x2000px 72dpi.

d. Tahap tindakan/ aksi (*Action*)

Pada tahap ini khalayak sasaran yang sudah melalui ketiga tahap sebelumnya dan mulai berkeinginan untuk mendapatkan media utama. Maka pada tahap ini media utama dirilis kepada publik dengan berbagai cara. Media pendukung tujuan utamannya mengenalkan media utama. Media pendukung yang menjadi media *action* atau gerakan yaitu sebagai berikut

- *Tote bag* merupakan tas jinjing yang banyak digunakan oleh masyarakat yang berusia serupa khalayak sasaran, yaitu dewasa awal, maka *tote bag* dapat digunakan sebagai gimmick. Diberikan secara gratis kepada pembeli buku selama 1 bulan pertama saat buku diluncurkan.
- Kerudung / *scraf*

Saat ini kerudung dengan motif print sedang diminati oleh kalangan muslimah, termasuk masyarakat yang menjadi khalayak sasaran. Namun dengan warna polos juga masih banyak diminati. Sosok Fatimah sebagai seorang muslimah tidak bisa

dilepaskan dengan media pendukung ini. Disisi lain khalayak sasaran juga menggunakan media ini dalam kehidupan sehari-harinya. Ukuran kerudung yang dibuat adalah ukuran 145 cm x 145 cm, hal ini bertujuan agar bisa digunakan sebagai kerudung syar'i.

e. Tahap membagikan *(Share)*

Tahap ini adalah tahap dimana khalayak sasaran telah menerima daya tarik dari media utama melalui media pendukungnya sehingga khalayak sasaran ikut mempromosikan media utama.

- Buku catatan

Media ini dapat membuat khalayak sasaran mengingat media utama karena buku catatan ini dapat digunakan terus menerus. Buku catatan atau *notebook* merupakan salah satu media pendukung yang diberikan kepada 10 orang pertama yang melakukan pre-order buku, selain itu saat menghadiri acara pengajian atau kelas pra-nikah notebook ini diberikan kepada peserta sebagai hadiah. *Notebook* dapat digunakan menulis hal-hal penting yang dapat menjadi keteladanan.

- Stiker

Stiker merupakan media pendukung yang dapat diaplikasikan dimana saja sehingga dapat menjadi media pengingat yang baik. Stiker diberikan sebagai *gimmick* setiap pembelian media utama selama 1 bulan pertama sejak buku diluncurkan. Selain stiker cetak stiker digital juga dibuat untuk para mengguna media sosial seperti Instagram.

- Kalender hijriah

Kalender dengan penanggalan Islam dipilih sebagai salah satu media pendukung dengan alasan agar meningkatkan kecintaan kepada agama Islam. Media ini dapat menjadi media pengingat khalayak sasaran, karena kalender selalu dibutuhkan untuk mengatur waktu atau jadwal, khususnya pada kalender Islam dibuat agar mengetahui ibadah-ibadah yang dilakukan di waktu-waktu tertentu. Kalender hijriah dapat dibeli saat media utama luncurkan, di media sosial, di acara ceramah, atau di kelas-kelas pra-nikah sebagai *merchandise*. Kalender ini juga dapat menjadi hadiah *give away*.

- *Tumbler*

Tumblr menjadi salah satu media yang termasuk dalam merchandise, dapat dibeli saat media utama launching, di media sosial, di acara ceramah, atau di kelas-kelas pra-nikah sebagai *merchandise*. *Tumbler* juga bisa didapatkan pada saat pembelian media utama di toko buku.

III. 2. 8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dilakukan dalam penyaluran media-media yang telah disebutkan di atas agar sampai kepada khalayak sasaran. Buku ilustrasi sebagai media utama didistribusikan ke seluruh toko buku di Indonesia. Waktu penyebaran media informasi buku ilustrasi dan media pendukungnya dilakukan selama 3 bulan, mulai bulan Februari hingga bulan April 2020. Pemilihan waktu pendistribusian ini berdasarkan kedekatan dengan bulan Ramadhan tahun 2020, karena pada bulan Ramadhan masyarakat lebih giat mencari informasi mengenai agama Islam. Selain itu bulan Ramadhan dirasa paling cocok saat mendistribusikan buku karena berdekatan dengan bulan Syaban dan bulan Syawal dimana masyarakat Indonesia banyak mengadakan pernikahan. Buku ilustrasi pada perancangan ini dapat dijadikan kado pernikahan sebagai bekal menjalani pernikahan.

Tabel III. 3 Tabel Distribusi Media

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Media	Februari				Maret				April			
Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buku Ilustrasi												
Instagram												
Poster												
Poster digital												
X-banner												
Standee karakter												
Totebag												
Kerudung/ *scraf*												

Enamel pin												
Buku catatan/ *notebook*												
Stiker												
Kalender hijriah												
Tumbler												

Strategi penyebaran media dilakukan untuk memudahkan khalayak sasaran mendapat media utama, maka toko buku menjadi tempat utama dalam penyebaran buku ilustrasi ini. Selain itu buku ilustrasi ini bisa dipesan sebelum *launching* melalui media sosial, di acara *launcing*, di acara seperti pengajian atau kelas pra-nikah, dan setelah *launching* juga masih bisa dibeli di media sosial. Buku ilustrasi ini diluncurkan secara resmi pada tanggal 22 Februari 2020 di toko buku Gramedia seluruh Indonesia. Acara peluncuran buku ini akan dihadiri oleh penulis.

Melalui media sosial Instagram buku didistribusikan terlebih dahulu mulai tanggal 1 Februari 2020. Pembelian buku dilakukan dengan cara *pre-order*. Pada 20 orang pembeli pertama saat buku *launching* mendapat stiker dan *enamel pin* secara gratis. Sedangkan *merchandise* dijual terpisah bisa didapatkan di toko buku, media online, saat acara *lauching*, dan saat acara ceramah atau kelas pra-nikah. Dengan harga sebagai berikut:

- Totebag : Rp 175.000/pcs
- Kerudung/ scraft : Rp 350.000/pcs
- Enamel pin : Rp 20.000/pcs
- Buku catatan/ notebook : Rp 30.000/pcs
- Stiker : Rp 20.000/pax
- Kalender hijriah : Rp 50.000/pcs

Tabel III. 4 Tabel Penyebaran Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Media	Ruang Lingkup Penyebaran Media				
	Pre-launching	*Launching*	*Acara*	Toko buku	Media sosial
Poster					
Ambient media					
X-banner					
Standee karakter					
Totebag					
Kerudung/ *scraf*					
Enamel pin					
Buku catatan/ *notebook*					
Stiker					
Kalender hijriah					

III. 3. Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan dalam informasi keteladan Fatimah ini banyak menampilkan suasana romantis karena berkaitan dengan hubungan antara suami dan istri. Romantisme yang dibangun sesuai dengan romantisme kalangan dewasa awal. Penggambaran media ini menggunakan ilustrasi dari kegiatan yang berada di dalam rumah tangga. Selain itu ada pula elemen-elemen yang digunakan sebagai tambahan yaitu elemen-elemen yang mengacu pada kesenian Islam seperti kaligrafi dan mozaik ciri khas kebudayaan Islam. Selain karena sosok Fatimah yang merupakan sosok keteladanan muslimah, khalayak sasaran juga merupakan masyarakat yang beragama Islam.

III. 3. 1. Format Desain

Format ukuran yang digunakan pada media utama yaitu 10,5 cm x 14,8 cm. Ukuran ini merupakan ukuran buku saku. Menurut pendapat Imam Taufik dalam buku Kamus Praktis Bahasa Indonesia yang mengatakan bahwa, buku saku adalah buku yang berukuran kecil yang dapat dimasukkan ke saku yang berisi informasi suatu tema tertentu (Taufik, 2010). Buku saku dipilih agar khalayak sasaran tidak merasa keberatan membawa buku ini kemana-mana karena mudah digenggam. Hal tersebut selaras dengan pendapat Soekidjo Notoatmodjo dalam buku Metodologi Penelitian Kesehatan yang menyatakan manfaat buku saku adalah

media singkat yang memberikan informasi mengenai suatu hal tertentu dan mudah dibawa. Sebagai meida pendidikan adalah mengubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku yang baru (Notoatmodjo,2007).

Buku saku pada perancangan ini menggunakan *softcover* karena alasan buku merupakan buku panduan. Namun pada perencanaan jangka panjang tersedia beberapa cetakan atas permintaan pembaca yang ingin menggunakan *hardcover* dengan alasan menjadikan buku ini sebagai koleksi atau buku referensi. *Hardcover* digunakan agar buku tidak mudah rusak.

III. 3. 2. Tata Letak

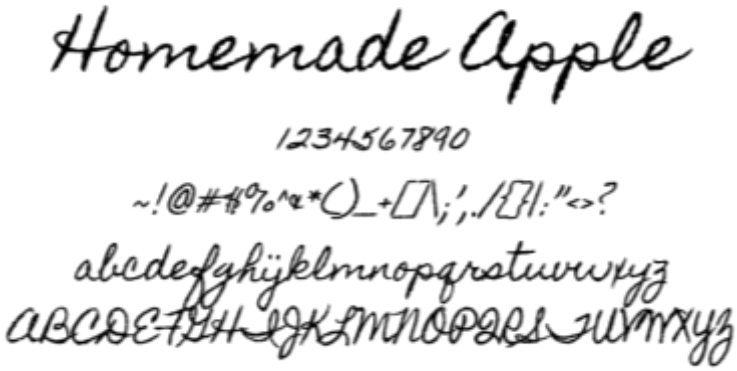
Menurut Surianto Rustan dalam buku Layout Dasar dan Penerapannya menyatakan bahwa layout ialah tata letak untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Definisi *layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang yang mengatakan me-*layout* itu sama dengan mendesain (Rustan, 2008, 12). Adapula pendapat Ambrose dan Harris (2005, 66) *layout* merupakan penataan dan penempatan sebuah elemen gambar dan teks dalam sebuah perancangan atau desain. Elemen tersebut diposisikan dengan sedemikian rupa sehingga elemen satu dengan yang lainnya akan membentuk satu kesatuan yang artistik dan menarik sehingga dapat diterima dengan baik oleh para pembaca. Tujuan utama adanya tata letak dalam perancangan adalah membuat khalayak sasaran nyaman membaca media utama perancangan ini yaitu buku ilustrasi.

Beberapa halaman pada perancangan buku ilustrasi ini menggunakan tata letak yang berisis 1 halaman untuk ilustrasi dan halaman disampingnya menjadi tempat untuk menempatkan teks bacaan. Beberapa lainnya menempatkan gambar di sisi kanan atau di sisi kiri dan menyediakan white space untuk diisi oleh teks. Hal ini bertujuan agar khalayak sasaran atau pembaca masih terfokus pada gambar dan juga pada narasinya namun dapat dinikmati dan nyaman di mata.

III. 3. 3. Tipografi

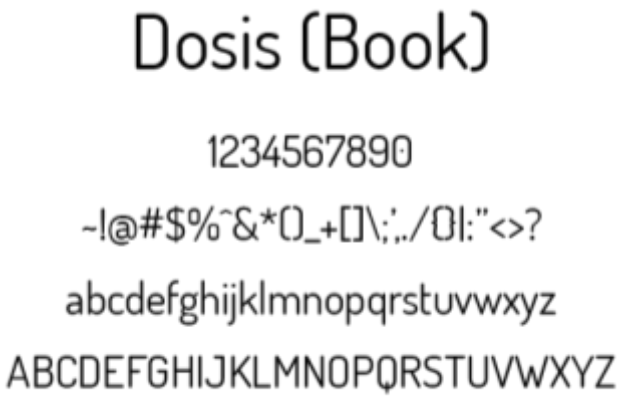
Menurut Danton Sihombing dalam buku Tipografi Dalam Desain Grafis, mengatakan bahwa pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam sebuah disiplin seni yang disebut tipografi (Sihombing, 2001, 3). Sedangkan menurut David Crystal (dalam Anggraini dan Kirana, 2014) tipografi adalah kajian tentang fitur-fitur grafis dari lembar halaman. Adapula pendapat Dendi Sudiana dalam buku Pengantar Tipografi mengatakan bahwa tipografi dapat memiliki pengertian luas, yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak atau dalam pengertian yang lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan dan berbagai hal bertalian pengaturan baris-baris susunan huruf, tidak termasuk ilustrasi dan unsur lain bukan huruf pada halam cetak (Sudiana, 2001, 2). Pemilihan huruf yang tepat dapat membuat pesan pada konten semakin mudah tersampaikan pada khalayak sasaran. *Font* yang dipilih pada perancangan ini ada 2 *font*. Pertama *font* dengan nama Homemade Apple. Kedua *font* dengan nama Dosis.

Font Homemade Apple dapat digunakan secara gratis dengan lisensi "*for commercial use*". *Font* ini di desain oleh akun Font Diner. *Font* ini merukapan font yang termasuk dalam kategori *handwriting* dan *script*. *Font* ini memberikan kesan seperti tulisan tangan dengan mengunakan pensil warna. Hal ini mendukunng adanya keselarasan antara ilustrasi dan *font* yang digunanakan. Gambar merupakan suatu unsur grafis yang paling mudah terbaca. Tetapi melalui kata-kata yang tersusun dari huruf demi huruflah yang menuntun pemahaman pembaca terhadap pesan atau gagasan. (Sudiana, 2001, 1)



Gambar III.3 Font 1
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019

Font lainnya yang digunakan adalah *font* dengan nama Dosis. *Font* ini dapat digunakan secara gratis dengan lisensi "*for commercial use*". *Font* ini di desain oleh akun Impallari Type. *Font* ini merukapan font yang termasuk dalam kategori *sans serif*. *Font* ini memberikan kesan sederhana dan minimalis. Hal ini juga membangun suasana dengan kesederhanaan.



Gambar III.3 Font 2
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019

III. 3. 4. Ilustrasi

Menurut Kusrianto (dalam Mentari, 2017) ilustrasi merupakan sebuah seni gambar yang digunakan untuk memberikan sebuah penjelasan suatu maksud dan tujuan secara visual. Pada buku ilustrasi ini pesan yang ingin disampaikan adalah nilai-nilai keteladanan Fatimah Binti Muhammad dalam kehidupan rumah tangga,

sehingga penggambaran ilustrasi pada buku ini mengacu pada hal tersebut. Adapula pendapat Soedarso mengatakan, ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai *image bitmap* hingga karya foto (Soedarso, 2014, 566).

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan ini berupa ilustrasi hasil menggambar manual dan menggunakan cat *watercolor* sebagai alat pewarnaan. Teknik ilustrasi manual atau gambar tangan yaitu menggambar ilustrasi dengan menggunakan keterampilan tangan dan bantuan dari alat bantu seperti pensil,pena, kuas,cat, tinta juga airbrush (Janottama, 2017, 29).

Isi dari buku ini adalah ilustrasi kisah-kisah Fatimah dan penggambarkan hubungan antara suami dan istri yang terjadi pada masa sekarang. Maka dalam proses pengerjaannya ilustrasi dibagi menjadi 2 bagian yang berbeda. Hal yang membedakannya diantaranya ada perbedaan karakter, perbedaan warna, dan perbedaan yang menjadi latar belakang.

Jenis ilustrasi yang digunakan pada perncangan ini objek utamanya menggunakan ilustrasi berjenis semirealis dengan tambahan unsur dekoratif. Gaya gambar ini merupakan gabungan gaya realis dan kartun. Salah satu contoh gambar semirealis adalah karikatur yang dibuat mirip pada bagian wajah. Ada juga gaya lainnya tergantung pada desainer dalam menggabungkan unsur realis dan kartun yang digabungkan (Janottama, 2017, 28). Semirealis mempunyai ciri khas tertentu sebagai daya tariknya. Semirealis diciptakan untuk menggambarkan suatu peristiwa. Sedangkan unsur dekoratif yang dimaksud pada perancangan ini adalah gambar yang menghiasi objek utama. Bentuk ilustrasi dekoratif merupakan penyederhanaan suatu bentuk dengan gaya tertentu.

Gambar III.4tampilan buku ilustrasi
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019

- Studi Karakter

Studi karakter digunakan untuk mempelajari karakter yang akan ada di dalam buku, sehingga dalam proses penggambaran ilustrasinya mempunyai acuan yang jelas. Berdasarkan data yang sudah ada, karakter yang akan ada di dalam buku diantaranya sosok istri, sosok suami, Fatimah, Ali, sosok Mertua, dan tokoh-tokoh tambahan. Penokohan pada perancangan ini, selain Fatimah dan Ali, tidak memiliki nama karena hanya berupa penggambaran sosok suatu peran, peran istri atau peran suami.

Fatimah merupakan sosok perempuan yang menampilkan kesederhanaan. Fatimah dan Ali lahir dan tumbuh di tanah Arab sehingga karakter yang digunakan hasil dari referensi perempuan Arab yang meimiliki ciri khas, mata besar, alis tebal dan hidung mancung. Selain itu cara berpaikan orang Arab juga memiliki ciri khasnya sendiri.

Gambar III.5 referensi karakter Fatimah
Sumber : https://id.pinterest.com/pin/854487729272301039/
(Diakses pada 19 Juli 2019)

Gambar III.7 referensi karakter Ali
Sumber : https://main.weku.io/
(Diakses pada 19 Juli 2019)

Disisi lain yang menjadi studi karakter pada penggambaran peran suami dan istri pada masa sekarang adalah tokoh atau pasangan suami dan istri di Indonesia yang memiki pencitraan yang baik dan dikenal banyak orang sebagai pasangan muslim yang baik juga. Maka dipilihlah pasangan suami istri yang merupakan selebriti Indonesia yaitu Tengku Wisnu dan istrinya Shireen Sungkar sebagai *role* model dalam penggambaran suami dan istri muslim pada masa sekarang, dengan adanya ciri khas seorang muslim dan muslimah. Peran suami di gambarkan berjenggot dan tidak berkumis, sedangkan peran istri menggunkanan hijab *syar'i.* Pada halaman awal hijab peran istri belum menggunakan hijab yang *syar'I,* setelah menikah peran istri baru menggunakan hijab *syar'i.* Hal tersebut untuk menunjukan adanya perubahan setelah karakter istri menikah.

Gambar III.8 keluarga muslim
Sumber : https://www.cumicumi.com/albums/read/88973/indigo-flying-high-ada-7-studio-baru-di-indigo?page=6
(Diakses pada 19 Juli 2019)

- Studi Background Latar

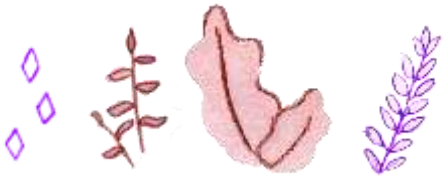
Dilihat dari data yang sudah didapatkan, yang menjadi latar tempat pada kisah-kisah Fatimah berada di tanah Arab sekitar Mekah dan Madinah. Maka yang

menjadi background latar adalah padang pasir, masjid, dan rumah ciri khas orang Arab pada masa itu.

Gambar III.9 referensi rumah Fatimah
Sumber : http://canacopegdl.com/keyword/hazrat-muhammad-house.html
(Diakses pada 19 Juli 2019)

- Studi elemen estetis

  Estetika menurut KBBI memiliki dua arti, estetika adalah suatu cabang filsafat yang membahas tentang seni, nilai keindahan, dan tanggapan manusia terhadapnya, estetika juga dapat didefinisikan sebagai kepekaan manusia terhadap seni dan keindahan. Menurut Andreas Laratsemi yang dikutip pada laman wirata.com, banyak hal dan factor pendukung yang dapat menciptakan image atau rasa yang ingin dihadirkan. Salah satunya adalah factor elemen estetis sebagai sentuhan yang diperuntukan guna memberi warna dan nuansa yang ingin dicapai oleh perancangannya dan diinginkan oleh pemakai atau pemiliknya. Elemen estetis ini bisa berupa hal-hal yang bersifat pribadi ataupun universal baik berupa permainan warna, motif maupun ukiran atau relief. Elemen estetis pada perancangan ini diharapkan dapat membantu dalam membangun suasana pada setiap halaman di buku ilustrasi.



Gambar III.10 elemen estetis
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019

III. 3. 5. Warna

Warna menurut Anggraini dan Kirana (2014, 38) warna adalah salah satu terpenting unsur dalam sebuah objek desain. Warna dapat menampilakan identitas dan juga mengangkat sebuah citra yang ingin ditonjolkan atau ditampilkan. Warna dapat berperan baik dalam membangun pesan yang membedakan sifat secara jelas. Warna juga merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, dan mempengaruhi reaksi yang ditimbulkan oleh khalayak sasaran. Hal ini di dukung juga oleh pendapatnya J. linschoten dan Drs. Mansyur yang mengatakan bahwa warna dapat mempengaruhi kelakuan dan memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseroang pada bermacam-macam benda.

Teori warna yang digunakan pada perancangan ini adalah teori warna Brewster. Teori ini membagi warna dalam 4 kelompok yaitu kelompok warna primer, sekunder, tersier, dan kelompok warna netral. Warna yang termasuk warna primer diantaranya warna merah, kuning, dan biru. Warna yang termasuk warna sekunder diantaranya oranye, hijau, dan ungu. Warna yang termasuk warna tersier diantaranya warna-warna hasil campuran warna primer dan warna sekunder. Sedangkan warna netral terdiri dari warna hitam dan putih.

Gambar III.11 Brewster
Sumber : http://www.intanpari.com/2016/11/6-cara-mengkombinasikan-warna-terbaik.html
(Diakses pada tanggal 01 Agustus 2019)

Teori Brewster juga membuat warna dibedakan menjadi 2 kelompok warna menjadi warna hangat dan warna dingin. Warna hangat erat hubungannya dengan cahaya matahari, terdiri dari warna merah, oranye, kuning, dan coklat. Warna tersebut dapat membuat objek terlihat berat dan padat. Warna hangat juga lebih terlihat menonjol dibandingkan dengan warna dingin. Warna yang termasuk kedalam kelompok warna dingin yaitu warna biru, hijau, dan ungu. Warna dingin dapat membuat objek memiliki kesan dingin dan segar.

Selain itu dari teori Brewster adapula hubungan antar warna, diantaranya warna kontras komplementer, kontras *split* komplementer, kontras *tetrad* komplenter, kontras *square*, dan kontras *analog*. Kontras komplementer adalah warna kombinasi warna yang berlawanan, kombinasi warna ini menciptakan efek hidup. Kontras *split* komplemter adalah kombinasi warna yang menggabungkan 1 warna primer dan 2 warna komplementer, kombinasi ini menciptakan kesan percaya diri yang tinggi. Kontras *tetrad* komplementer adalah kombinasi warna yang membentuk persegi panjang. Kontras warna *square* adalah penggabungan 4 warna yang membentuk persegi dengan jarak warna yang sama. Dan yang terakhir kontras *analog,* yaitu kombinasi warna dari 2 sampai 5 warna yang berdekatan.

Gambar III.12 Split komplementer
Sumber : http://www.intanpari.com/2016/11/6-cara-mengkombinasikan-warna-terbaik.html
(Diakses pada tanggal 01 Agustus 2019)

Gambar III.13 Kontras *analog*
Sumber : http://www.intanpari.com/2016/11/6-cara-mengkombinasikan-warna-terbaik.html
(Diakses pada tanggal 01 Agustus 2019)

Menurut Pujiriayanto (2005) walaupun penggunaan warna tidak terbatas pada warna-warna utama, tetapi warna-warna utama mampu mengekspresikan secara cepat objektif dari sebuah media komunikasi visual atau media komunikasi grafis. Perancangan ini mengunakan adalah teori warna Brewster dengan kontras atau kombinasi *analog* dengan menggambungkan 5 warna yang berdekatan, yaitu warna ungu, merah, merah-oranye, oranye, kuning-oranye. Namun disesuaikan dengan khalayak sasaran dan objek pada penelitian pada perancangan ini sehingga palet warna yang digunakan sebagai berikut.

Gambar III.14 Warna
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019

- *Pink*/merah muda

Warna *pink* atau warna merah muda memiliki kedekatan dengan istilah feminim. Warna ini di Indonesia lebih banyak disukai oleh wanita. Warna ini juga memberikan nuansa yang berkaitan dengan sifat-sifat seorang wanita yaitu nuansa kelembutan, kepedulian, dan nuansa romansa.

- Coklat

Warna coklat erat kaitannya dengan unsur bumi. Menurut Ni Luh (2010) warna coklat memiliki respon psikologi berupa tanah atau bumi, *realibility*, confort, dan daya tahan. Dominasi warna coklat memberikan kesan hangat, nyamann, dan aman. Secara psikologis warna ini memberi kesan kuat dan dapat diandalkan serta melambangkan sebuah pondasi dan kekuatan hidup. Hal tersebut yang mendasari dipilihnya warna ini sebagai warna dominasi pada bagaian buku yang mencertikan Fatimah, karena tujuan pada perancangan ini memberi informasi Fatimah sebagai teladan atau dapat dikatakan Fatimah sebagai pondasi menjalani kehidupan.

Pada perancangan buku ilustrasi ini menggunakan 2 warna yang mendominasi sebagai tanda adanya perbedaan waktu, masa sekarang dan masa lampau. Dominasi warna digunakan dengan tujuan menciptakan suasana yang lebih dramatis dan focus khalayak sasaran tidak banyak terbagi. Sedangkan adanya 2 warna sebagai tanda perbedaan waktu bertujuan menimbulkan adanya efek *flashback* pada kisah Fatimah yang berkitan dengan masalah rumah tangga masa kini.