

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan sebuah kelompok yang akan dituju sebagai target dalam pemasaran sebuah media yang akan dibuat dan dapat juga sebagai acuan dalam menentukan suatu keberhasilan dari media yang dibuat dengan target yang telah ditentukan.

a. Demografis

Menurut Suszczmilch (Sejati, 2019) Pembelajaran mengenai hukum ilahi yang terjadi secara alami dalam kehidupan manusia yang meliputi kelahiran, kematian dan juga pertembuhan atau bisa disebut perkembangan kehidupan. Target khalayak sasaran ini ditunjukkan pada para penata rias dan busana pernikahan Sunda dengan jangka usia dewasa awal yaitu 26-35 tahun karena, Para penata rias dan busana pernikahan Sunda banyak yang tidak mengetahui akan apa saja pakeman yang digunakan oleh pengantin dari Priangan yang meliputi Sunda Putri, Sunda Siger dan Sukapura, padahal kebanyakan pendapat yang telah diutarakan pada saat wawancara kepada para penata rias dan busana pernikahan Sunda mengatakan bahwa penting untuk mengetahui pakeman yang digunakan pada pernikahan Sunda Priangan.

Pada dasarnya walaupun sudah sepi akan permintaan dari pelanggan mengenai penggunaan pakaian pernikahan Sunda namun, tetap sebagai orang yang berkecimpung dan juga sebagai orang Sunda merupakan bukti kecintaan pada kekayaan nenek moyang yang terdahulu, dengan makna yang sangat berarti tentang pernikahan di dalamnya dan bisa dijadikan sebagai petuah sebelum menjalani kehidupan pernikahan, hal ini juga sebagai ilmu dan wawasan kepada para penata rias dan busana pernikahan Sunda sebagai bekal dan bisa dibagikan kepada para pelangganya. Pada pemilihan status ekonomi khalayak sasaran yaitu menengah dan menengah keatas sebab untuk kalangan ini masih banyak yang berpendapat bahwa penggunaan pakaian pernikahan Sunda sangat penting diketahui karena pada kalangan ini masih ada pelanggan yang meminta pakaian

pernikahan pakeman untuk digunakan, maka dari itu kalangan ini cenderung mau untuk menambah wawasan dan informasi mengenai pakaian pernikahan Sunda Priangan.

Usia	: Dewasa Awal 26-35 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Pendidikan	: Penata Rias dan Busana Pengantin
Agama	: Semua Agama
SES	: Menengah – menengah atas

b. Geografis

Menurut Mustofa (Fatma, 2017) Ilmu yang membahas mengenai permukaan bumi, penduduk di bumi yaitu merupakan pengertian dari ilmu cabang geografi. Maka dari itu geografis dari target khalayak sasaran yaitu Laki-laki dan perempuan dengan usia 26-35 tahun dengan domisili di urban dan sub urban karena pada daerah tersebut banyak penata rias yang tidak mengetahui akan hal mengenai pakaian pernikahan Sunda secara rinci

c. Psikografis

Menurut Departemen Kesehatan Indonesia (Aritra, 2015) Kategori umur dibagi menjadi remaja awal pada usia 12-16 tahun dan remaja awal pada usia 17-25 sedangkan usia 26-35 menjadi kategori dari masa dewasa awal, usia ini dianggap sudah pada masa khususnya dalam dunia kerja, terlebih untuk penata rias dan busana pengantin Sunda. Pada usia ini juga khalayak sasaran sedang senang akan mencari tahu namun tidak dengan keinginan yang kuat dan tidak mengfokuskannya secara mendalam dan hanya mengikuti pasar juga permintaan sehingga kurangnya pengetahuan tersebut tidak mengacu untuk mencari tahu lebih mendalam.

1. Consumer Insight

Sebuah proses dengan mencari tahu kegiatan apa yang dilakukan oleh target sasaran dari kegiatan sehari – hari pada kegiatan awal dan akhir target

tersebut. Dengan hal tersebut para penata rias dan penata busana pernikahan Sunda dengan usia 26 – 35 tahun dengan adanya *insight* :

- Melakukan aktifitas sehari – hari di salon dengan terdapat beberapa buku atau majalah yang tersimpan disana.
- Memiliki rasa ingin tahu akan pakaian pernikahan Sunda Priangan lebih mendalam.

2. *Consumer Journey*

Consumer journey ini merupakan suatu cara untuk mengetahui khalayak sasaran agar lebih mengenal secara menyeluruh agar mendapatkan kebiasaan secara mendalam. Dalam artian kata *consumer Journey* merupakan sebuah penggunaan jasa atau produk pada kegiatan sehari – hari dan menentukan media yang berkaitan langsung dengan khalayak sasaran.

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

Waktu	Kegiatan	Tempat	Point of contact
Pagi Hari (jam 5.00)	Bangun pagi	Kamar tidur	Jam dinding, Handphone.
Pagi Hari (jam 6.00)	Masak	Dapur	Celemek dan kulkas.
Pagi Hari (jam 7.00)	Bersantai dan juga sarapan	Ruang tamu dan ruang makan	Mug, kalender, poster, majalah.
Pagi Hari (jam 9.00)	Bersiap membuka salon	Jalan, dirumah, salon	Kunci, jaket, tas, banner, poster, helm, spanduk dan baliho.
Pagi Hari menjelang siang (jam 10.00)	Salon	Salon	Cermin, majalah, koran, baju, poster, kipas, alat salon dan media sosial.

Siang Hari (jam 12.00)	Istirahat dan makan siang	Rumah, salon, warung	Alat makan, spanduk, gelas, banner, flyer dan media sosial
Menjelang sore ke Malam Hari (Jam 13.00 – jam 18.00)	Bertemu pelanggan dan juga teman yang biasa datang ke salon	Salon	Majalah, buku, media sosial, t-shirt, poster, mug dan banner
Sore menuju Malam Hari (Jam 18.00 – Jam 20.00)	Pulang atau menutup salon	Jalan, rumah, kamar tidur	Majalah, televisi, flyer, stiker, spanduk.

Berdasarkan tabel *consumer journey* diatas terdapat *point of contact* yang didapat berdasarkan kegiatan sehari – hari pada sasaran khalayak yang dapat disimpulkan banyak media yang tidak bisa lepas dari kegiatan khalayak sasaran yang dituju seperti : Buku, Kalender, majalah, jam dinding, poster, spanduk, banner, mug, dan flyer. Media tersebut dapat digunakan sebagai sarana penyampain informasi kepada khalayak sasaran.

III.2 Strategi Perancangan

Setelah menganalisa khalayak sasaran diatas maka selanjutnya melakukan strategi perancangan yang biasanya digunakan agar dapat mencapai target yang telah ditentukan. Berdasarkan dengan penjelasan mengenai pakaian-pakaian pernikahan Sunda Priangan yang meliputi Sunda Siger, Sunda Putri dan Sukapura yang pada dasarnya pakaian pernikahan tersebut merupakan sebuah kekayaan intelektual para nenek moyang terdahulu yang menjadikanya sebagai harta yang berharga bagi tanah Sunda sendiri. Hal tersebut akan di ungkapkan melalui sebuah buku informasi yang didalamnya berisikan penjelasan dari masing-masing pakaian dan disajikan dengan gaya fotografi untuk lebih menjelaskan secara jelas tiap bagian dari pakaian

pernikahan tersebut dan juga tidak membuat bingung khalayak sasaran. Terdapat permasalahan yang ada dan sering terjadi seperti kurangnya pengetahuan sebagian besar penata rias dan busana pengantin Sunda Priangan akan penggunaan dan makna yang terkandung dalam pakaian pernikahan tersebut. Adapun strategi yang digunakan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran agar tersampaikan dengan baik maka dibuatlah strategi perancangan seperti berikut:

- Menjelaskan tentang pengertian dari daerah Priangan karena nyatanya masih banyak yang kurang mengetahui hal tersebut.
- Menjelaskan akan pembagian dari perbedaan pakaian menurut adat di Priangan, seperti adanya Sunda Putri, Sunda Siger dan Sukapura yang kurang diketahui oleh penata rias dan busana pengantin Sunda itu sendiri.
- Menjelaskan lebih rinci mengenai pakaian, perhiasaan dan tata rias dari pengantin Sunda Priangan meliputi Sunda Siger, Sunda Putri dan Sukapura
- Memasukan beberapa makna yang terkandung dalam pakaian pernikahan Sunda Priangan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Media buku informasi ini dibuat untuk menyampaikan informasi mengenai macam pakaian pernikahan Sunda yang terbagi menjadi 3 adat yaitu Sunda Putri, Siger dan Sukapura kepada para penata rias dan busana pengantin khususnya Sunda yang merupakan target utama sebagai informasi atau juga sebagai acuan apabila akan menggunakan pakaian pernikahan Sunda seperti jaman dahulu. Lalu juga sebagai sebuah solusi untuk para penata rias dan busana pengantin Sunda yang kurang mengetahui akan pakeman yang digunakan pada pakaian pernikahan Sunda Priangan yang masih sangat kental dengan kebudayaan Sunda.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Strategi komunikasi juga menjadi hal yang penting dalam perancangan karena hal tersebut menjadi acuan bahwa pesan dan informasi dapat tersampaikan dengan baik pada khalayak sasaran yang dituju. Digunakan media yang berkaitan dan juga dapat memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai pakaian pernikahan Sunda

Priangan kepada khalayak sasaran yang diharapkan dapat dipahami dengan baik dan dapat memetik makna di dalamnya. Terdapat 2 jenis dalam pendekatan komunikasi yang dilakukan yaitu adanya pendekatan visual maupun verbal.

- Pendekatan Secara Visual

Penyampaian pesan secara visual dalam perancangan ini dilakukan dengan tema *fashion photography* menurut Leibovitz (Tjin, 2011) yang merupakan jenis fotografi dengan menggunakan model dan juga fotografer dengan didukung set juga pencahayaan yang baik penggunaan pencahayaan yang pas dapat memperkuat jiwa dari foto tersebut. Pemilihan *fashion photography* ini untuk menunjukkan keseluruhan pakaian dan atribut yang digunakan pada pakaian pernikahan Sunda Priangan yang meliputi Sunda Putri, Sunda Siger dan Sukapura hal tersebut diharapkan dapat memberi informasi yang lebih kepada para penata rias dan busana khususnya Sunda untuk dapat selalu mengetahui kekayaan dan keberagaman dari pakaian pernikahan Sunda tersebut yang pada dasarnya memiliki makna yang dalam. Penggunaan tema fotografi dilakukan karena untuk lebih menonjolkan rincian yang dapat mudah di tangkap dan diketahui oleh para penata rias dan tata busana pengantin yang pada dasarnya familiar dengan hal tersebut.



Gambar III.1 Referensi fotografi

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/311381761733240953>
(Diakses pada 01 Juli 2019)

- Pendekatan Secara Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan pada perancangan media buku informasi ini dengan menggunakan dua bahasa yaitu penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Sunda. Pemakaian Bahasa Sunda lebih sedikit karena biasanya digunakan pada kata istilah, dengan dominan bahasa Indonesia bertujuan agar lebih mencakup segala usia secara umum juga dapat mudah dipahami oleh target khalayak sasaran. Lalu untuk menginformasikan bahwa pakaian pernikahan Sunda khususnya Priangan tersebut memiliki tiga pakaian yang berbeda dan dibedakan melalui adat di masyarakat sekitar dengan menunjukkan tiap bagian dari pakaian pernikahan tersebut dengan adanya penjelasan dalam kata-kata yang disimpan sebagai informasi dari setiap gambar yang ditunjukkan.

III.2.3 Mandatory

Pada buku informasi ini penulis melibatkan lembaga yang siap bekerjasama yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung juga penerbit kiblbat utama. Pemilihan lembaga ini terasa paling tepat karena untuk pemilihan Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung media informasi yang berupa buku ini akan menjadi salah satu sebuah buku informasi yang nantinya akan berguna, karena pada dasarnya untuk saat ini sangat sulit mencari buku dengan pembahasan serupa, lalu pada penerbit Kiblbat Utama dilihat karena seluruh koleksi buku terbitanya merupakan buku yang membahas mengenai kebudayaan Sunda yang mencerminkan akan tingginya kepedulian akan kebudayaan Sunda tersebut



Gambar III.2 Logo Disbudpar
Sumber: [https:// twitter.com/disbudpar_bdg](https://twitter.com/disbudpar_bdg)
(Diakses pada 01 Juli 2019)



Gambar III.3 Logo Penerbit Kiblat Utama
Sumber: <https://images.app.goo.gl/ShkRcsmkEuC3H5Wt5>
(Diakses pada 01 Juli 2019)

III.2.4 Materi Pesan

Dalam buku informasi ini ada materi pesan yang terkandung yaitu melestarikan dengan cara menginformasikan salah satu dari kekayaan tanah Sunda yaitu pakain pernikahan yang memiliki banyak macam keberagaman, walaupun pada saat ini telah masuk banyak perkembangan yang mengarah pada pakaian modifikasi yang lebih terlihat moderen. Maka dari itu adanya media buku informasi ini baik untuk menunjukkan bahwa pakaian pernikahan pakeman khususnya Sunda Priangan tetap ada walaupun gencaran modifikasi yang membuatnya tetap ada dan tidak hilang terlupakan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang memiliki arti penggunaan kata dalam melakukan komunikasi yang memiliki maksud lain untuk meyakinkan khalayak utama dengan menjelaskan atau memaparkan informasi. Dalam perancangan buku informasi ini gaya bahasa yang digunakan dengan bahasa formal dengan 80% Bahasa Indonesia dan 20% Bahasa Sunda yang merupakan istilah-istilah penting yang harus ada dan tetap digunakan. Penggunaan Bahasa Indonesia lebih utama karena untuk mempermudah dalam mengartikan informasi yang ada oleh khalayak sasaran yang telah ditentukan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Perlunya sebuah strategi kreatif untuk memberikan kesan yang dapat membekas atau diingat oleh khalayak utama maka perlu sebuah hal yang menarik seperti penggunaan foto dari pakaian pernikahan pakeman pada zaman dahulu yang dikemas atau disajikan dengan konsep yang lebih modern namun tetap memberikan

informasi yang berkaitan erat dengan zaman dahulu, jadi khalayak utama yang melihat akan lebih tertarik dan bersedia untuk membaca ataupun mempelajari buku tersebut lebih lanjut. Lalu adanya penjelasan mengenai tiap bagian dari pakainya tersebut dan tetap disisipkan sedikit makna yang menarik menjadikan buku informasi ini berbeda dengan buku informasi lainnya.

1. *Copywriting*

Salah satu teknik dalam menulis yang merupakan suatu hal yang kreatif dan juga dapat menarik minat para pembaca yaitu salah satunya penggunaan dari *copywriting* tersebut.

- *Headline* yang lebih menonjol dibuat menggunakan font yang menarik dan biasanya lebih tebal dari font lainnya. Dalam buku informasi ini seperti pada cover terdapat headline “Pakaian pernikahan Sunda Priangan” yang dibuat dengan menggabungkan unsur kebudayaan dengan memunculkan motif batik pada font agar terlihat kesan tradisional yang kuat.
- *Subheadline* yaitu “Tata Rias Busana Pernikahan Sunda Putri, Sunda Siger dan Sukapura. Tujuan lainnya yaitu untuk membuat para pembaca lebih penasaran mengenai macam pakaian pernikahan dari Sunda Priangan.

2. *Storyline*

Dalam perancangan buku informasi ini membahas mengenai pakaian pernikahan Sunda Priangan itu diawali dengan penjelasan lebih mendalam mengenai Priangan terlebih dahulu dan selanjutnya pembagian pakaian pernikahan Sunda Priangan menurut adat menjadi tiga, dan setelah itu memfokuskan pada pakaian pernikahan Sunda Priangan, lalu terdapat makna yang terkandung kedalam pakaian pernikahan tersebut.

- Konten 1 : Penjelasan Mengenai Priangan
Penjelasan pada bab ini mengenai pemaparan akan priangan sebagai pusat segala bidang orang Sunda.

- Konten 2 : Pembagian Pakaian Pernikahan Menurut Adat (Sunda Putri, Sunda Siger dan Sukapura)
Lebih menjelaskan perbedaan apa saja yang mendasari perbedaan Sunda Putri, Sunda Siger dan Sukapura.
- Konten 3 : Pakaian Pernikahan Sunda Putri, Sunda Siger dan Sukapura
Pada bab ini memberi fokus untuk pembahasan mengenai pakaian pernikahan yang digunakan pengantin Sunda Priangan atau ketiga adat tersebut.
- Konten 4 : Makna yang Terkandung Dalam Pakaian Pernikahan Sunda Priangan.
Membahas mengenai beberapa makna yang terkandung dalam tata rias, busana dan perhiasan pengantin Sunda Priangan.

3. Visualisasi

Penggunaan visual pada media informasi mengenai pakaian pernikahan Sunda Priangan berupa fotografi.

III.2.7 Strategi Media

Pemilihan strategi media bertujuan untuk mendapatkan perhatian yang mampu menyerap penyampaian pesan didalamnya.

1. Media Utama

Media yang berarti tempat dan ruang yang bertujuan untuk menjangkau para target khalayak sasaran, media akan berbeda tergantung khalayak yang akan dituju (Arifrahara, 2015). Dengan penjelasan diatas maka dipilih sebuah media utama yaitu buku dalam arti luas buku ini merupakan sebuah informasi tercetak yang pada dasarnya mengandung tema atau bahasan yang berbeda yang dapat memberi pengetahuan kepada target khalayak yang telah ditentukan. Maka dari itu informasi ini bersifat informatif karena

memiliki tujuan agar informasi dapat tersampaikan secara menyeluruh dengan baik. Penggunaan visualisasi fotografi yang dominan dinilai mampu menonjolkan maksud dalam buku ini karena, hasil foto merupakan gambaran sebenarnya pada objek yang akan ditunjukkan agar tidak ada pembaca yang merasa kebingungan akan gambar yang ada. Maksud dalam buku ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai pakaian pernikahan Sunda Priangan dan adanya fotografi tersebut dapat meningkatkan minat para pembaca karena dikemas secara moderen. Buku informasi ini dicetak dalam ukuran kertas A4, *landscape*, *hard cover* dan menggunakan kertas art paper 160 gr pada saat acara peluncuran buku lalu yang diedarluaskan di toko buku terdekat dengan ukuran kertas A4, *landscape*, dan berjenis *soft cover* juga menggunakan kertas *book paper* 150 gr.

2. Media Pendukung

Perlu adanya media pendukung untuk menunjang target khalayak agar tertarik kepada media utama, dengan adanya media pendukung yang dipilih dekat dengan keseharian para target khalayak, adanya media pendukung yang terbagi lagi menjadi dua tahap yaitu terdapat tahap informasi dan tahap pengingat.

a. Tahap Informasi

- Konten sosial media

Konten sosial media ini merupakan sebuah informasi yang diunggah melalui media sosial yang telah dipilih. Penggunaan media ini dilakukan pada tahap awal sebagai cara menginformasikan acara peluncuran buku nantinya. Media sosial yang dipilih adalah *facebook* karena pada khalayak sasaran sosial media ini paling sering mereka gunakan dan untuk ukuran yang akan digunakan yaitu 1200 x 627 *pixel* atau 1.91:1 *pixel*.

- *Flyer* cetak

Flyer ini merupakan sebuah lembaran kertas yang bertujuan untuk penambah informasi dan biasanya dibagikan di tempat umum. Berbeda dengan konten sosial media diatas karena yang ini merupakan jenis *flyer* yang dicetak dengan tujuan agar para khalayak tertarik untuk membeli buku dengan penawaran yang menarik dan juga sebagai media yang mencakup informasi secara menyeluruh. Ukuran yang digunakan pada *flyer* cetak ini adalah 14x21 cm dengan media cetak *art paper* 180gr.

- Poster A3

Poster merupakan media cetak yang digunakan sebagai informasi dan juga penawaran. Biasanya poster ini dicetak hanya pada satu muka halaman saja. Ada beberapa manfaat dari penggunaan poster yaitu dapat dengan mudah mencuri perhatian dan cara penyebarannya yang terbilang luas. Isi konten daalam poster ini yaitu mengenai kelebihan buku informasi atau penawaran agar khalayak sasaran tertarik membelinya. Untuk ukuran poster dicetak pada media *art paper* 210gr dengan ukuran A3 dengan laminasi doff.

- *X-banner*

Pengertian dari *x-banner* merupakan sebuah media yang biasanya diletakan untuk menyampaikan pesan dan juga informasi yang terbilang dapat menarik khalayak yang dipilih. Penggunaan dari *x-banner* ini untuk menunjang persebaran infromasi media utama. Bertujuan untuk para khalayak sasaran yang melihat langsung apabila penempatanya dalam pameran, pada saat *launching* buku dan penggunaan *x-banner* ini dinilai lebih menguntungkan karena dapat berdiri tegap dan mudah terlihat. *X-banner* ini dicetak pada ukuran 160cmx60cm dengan penggunaan bahanya yaitu flexi Korea.

b. Tahap Peningkat

Penggunaan media ini merupakan tahap penggunaan media yang melekat langsung pada khalayak sasaran, bertujuan untuk memudahkan khalayak sasaran untuk mudah mengingat mengenai media buku informasi tersebut.

- *Notebook*

Digunakan sebagai catatan apabila khalayak sasaran menemukan kata yang penting dari media utama buku informasi tersebut dan bisa mencatatnya di *notebook* tersebut. Ukuran pada *notebook* ini 21x14,8cm dicetak dengan bahan *art paper* 180gr.

- Kalender

Penggunaan kalender sebagai media pendukung untuk mengingatkan khalayak sasaran pada pakaian pernikahan Sunda Priangan, dengan penempatan kalender ini memungkinkan berada di salon agar bisa selalu menjadi pengingat pada khalayak sasaran. Ukuran pada kalender ini yaitu 21x15cm dengan bahan menggunakan *art paper* 180gr.

- Tas atau *pouch makeup*

Khalayak sasaran yang dipilih adalah penata rias dan busana pernikahan Sunda Priangan yang kegiatannya sebagian besar dihabiskan di salon atau butik, maka dari itu penggunaan media tas atau *pouch makeup* didasarkan pada kebutuhan khalayak sasaran dan juga bisa sebagai pengingat pada saat digunakan. Berukuran lebar 20cm dan tingginya 12,5cm dengan bahan yang digunakan yaitu kain satin.

- Gantungan kunci

Penggunaanya yang mudah maka media ini selalu dengan mudah digunakan sebagai pengingat karena pada media ini akan berisikan sedikit informasi dari pakaian pernikahan Sunda Priangan. Ukuran diameter pada gantungan kunci ini adalah 6cm.

- Jam dinding
Fungsi pengingat yang baik pada media ini karena jam dinding akan selalu dilihat oleh para khalayak sasaran, dapat dibeli ketika acara peluncuran buku tersebut selain media utama buku. Ukuran jam dinding ini berdiameter 25 cm.
- Apron *makeup*
Atau biasa yang dilihat sering berada di salon dan biasa digunakan kepada pelanggan yang akan di rias, maka dari itu media ini sangat erat kaitanya dengan penata rias dan busana pernikahan Sunda Priangan yang waktunya dihabiskan sebagian besar di salon. Untuk ukuran apron ini panjang 45cm dengan menggunakan bahan satin dan terdapat nama Priangan dengan cara di bordir.
- Bros
Penggunaan media pendukung ini sebagai pengingat akan apa yang digunakan pada pengantin Sunda Priangan itu sendiri dengan bentuk yang terbilang hampir sama dengan yang asli. Ukuran dari bros ini yaitu 3cm dengan warna emas yang menambah kesan eksklusif.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Penggunaan strategi distribusi digunakan untuk dapat mengatur waktu dan tempat yang tepat untuk penyebaran produk yang akan dipasarkan. Buku sebagai media utama yang dipilih maka dari itu lokasi penyebaran buku akan dilakukan di toko buku seperti Gramedia, Togamas dan pada saat pameran pakaian pernikahan tradisional yang biasa dilaksanakan di Bale Asri Pusdai Bandung.

Tabel III.2 Strategi Distribusi
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Maret 2020				April 2020				Mei 2020			
Media Promosi	Flyer cetak												
	Flyer sosial media												
	X-banner												
Media Utama	Buku												
Media Peningat	Notebook												
	Kalender												
	Tas makeup												
	Gantungan kunci												
	Jam Dinding												
	Apron makeup												
	Bros												

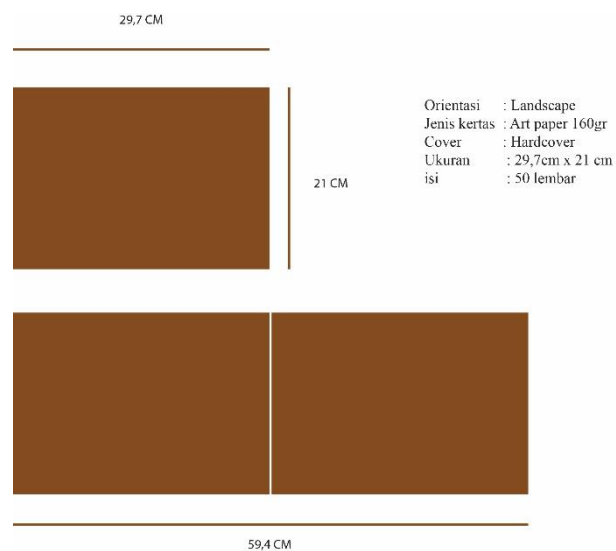
Dari daftar tabel distribusi diatas konten sosial media akan disebarakan 2 minggu sebelum acara peluncuran buku, digunakan sebagai media informasi pada khalayak sasaran bahwa akan ada acara tersebut. Lalu dilakukan pada bulan maret, april dan mei karena pada tiga bulan kedepan yaitu bulan Juni akan memasuki masa musim menikah yaitu masa *syawal*, dimana 3 bulan sebelumnya banyak orang yang akan mempersiapkan pernikahannya dan pastinya akan mengundang minat para penata rias dan busana pernikahan Sunda Priangan untuk datang ke acara tersebut. Pada acara peluncuran dimulai media utama dan media pengingat akan serentak disebarakan namun pada tas *makeup* di awal bulan april akan di ganti oleh *apron makeup* sebagai barang yang eksklusif. Untuk konten sosial media akan berhenti pada maret karena acara tersebut sudah beres. Untuk harga buku yang akan dipasarkan pada acara peluncuran buku yang dilaksanakan di Bale Asri Pusdai Bandung akan ada penawaran khusus yaitu Rp. 100.000 dengan promo mendapatkan 2 buah bros pada setiap pembelian. Namun pada penyebar luasan yang akan dijual atau disebarakan di toko buku di Bandung dengan tampilan buku yang berbeda yaitu dengan *softcover* dan juga halamannya menggunakan *book cover* akan dikenakan harga Rp. 75.000.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual dalam perancangan media buku informasi mengenai pakaian pernikahan Sunda Priangan yang terdapat unsur tata rias, busana dan juga perhiasan yang digunakan dengan penggambaran melalui visual fotografi yang dikemas secara lebih menarik diharapkan para target khalayak sasaran tidak merasa bosan dengan penjelasan yang sangat erat dengan zaman dahulu karena sudah dirancang menarik malah membuat khalayak sasaran akan merasa penasaran dan tertarik. Diharapkan buku informasi ini dapat menambah wawasan kepada para penata rias dan busana pernikahan Sunda Priangan.

III.3.1 Format Desain

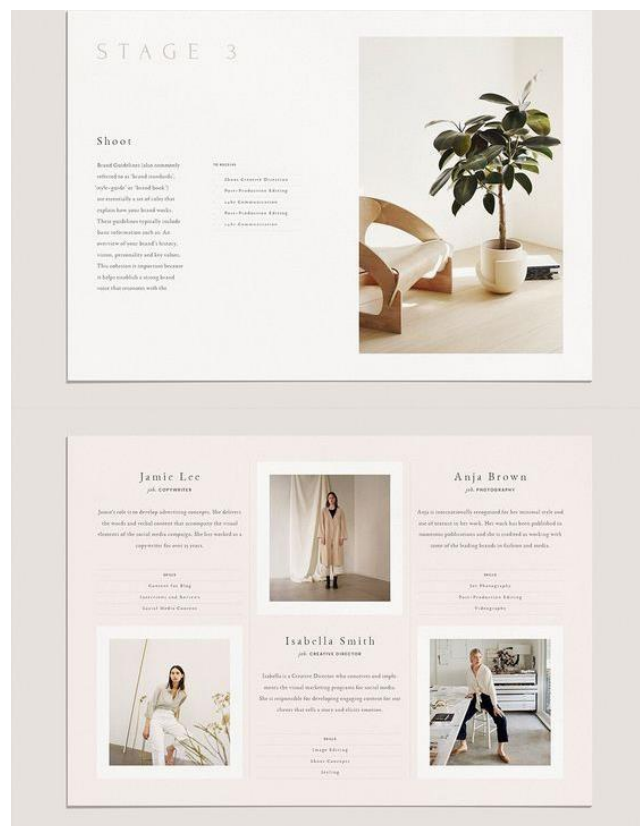
Untuk mendapatkan sesuai target yang telah ditentukan maka perlu di butuhnya sebuah format desain, dengan bentuk buku yang *landscape* bertujuan untuk memberi kepuasan pembaca karena diberi visual berupa foto yang dapat dilihat dengan jelas dan leluasa dan berukuran a4 dirasa sesuai karena ukuran ini mudah untuk dibawa oleh khalayak sasaran sehingga sangat mudah untuk dibaca dimanapun keberadaanya.



Gambar III.4 Sketsa format desain
Sumber: pribadi (2019)

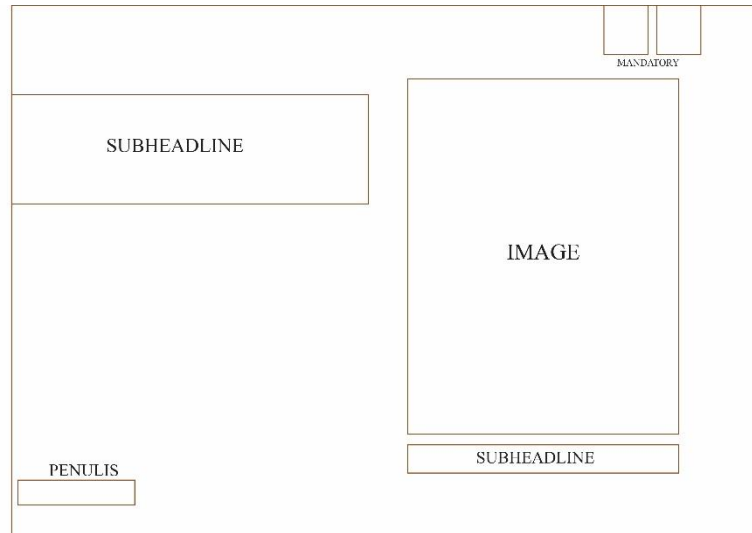
III.3.2 Tata Letak

Penggunaan tata letak yang bertujuan untuk menentukan komposisi pada buku tersebut, tujuan lain untuk kenyamanan para pembaca itu sendiri dan penggunaan *layout* yaitu *picture window layout* yang pada dasarnya tata letak ini memiliki ciri khas yang lebih menonjolkan satu foto atau gambar yang dominan dan porsi kecil untuk keterangan gambar. Pemilihan akan *layout* tersebut berdasarkan alasan agar khalayak sasaran bisa lebih fokus dengan melihat foto yang besar dan dengan *font* atau keterangan yang terlihat kecil menjadi pendukung atau pelengkap *layout* tersebut, namun ada beberapa halaman yang diberi *layout* yang berisikan keterangan lebih banyak. Penggunaan *layout* tiap halam di buat sangat berbeda agar para pembaca tidak merasa bosan dan tidak lupa menambahkan satu elemen yang berkaitan dengan perhiasan yang digunakan pada saat pernikahan Sunda Priangan.



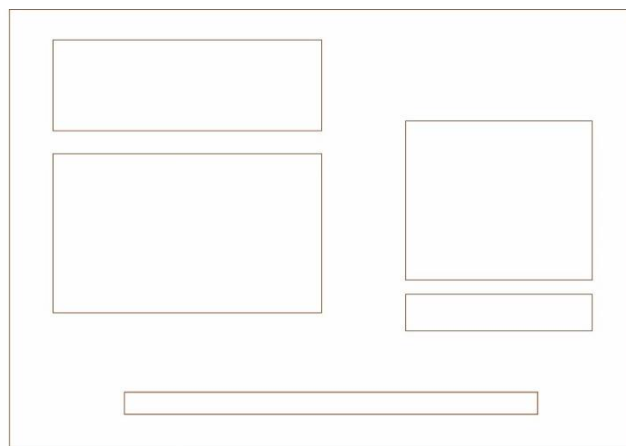
Gambar III.5 Referensi *layout*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/42697239675145449/>



Gambar III.6 Sketsa *layout* cover
 Sumber: Pribadi (2019)

Tata letak ini sebagai penyeimbang tiap bagian layoutnya mengabungkan beberapa unsur yaitu adanya penggunaan warna, fotografi dan juga tipografi yang digunakan sebagai pelengkap tampilan *layout*, apalagi pada *cover* terdapat *layout* yang sangat khas dengan Sunda. Kesan pada saat melihatnya akan terasa melihat seperti album foto karena lebih dominan namun tidak lupa penjelasan dan juga keterangan foto tersebut agar tidak membuat pembaca merasa kebingungan dan terdapat tambahan elemen yang berkaitan dengan judul yang dibuat agar menemukan keselarasan dalam *layout* dan juga judul yang diambil.



Gambar III.7 Sketsa *layout* isi halaman
 Sumber: Pribadi (2019)



Gambar III.8 *layout* isi halaman
Sumber: Pribadi (2019)

Pada tata letak ini terdapat foto dan juga pada penggunaan layout yang dilihat lebih simpel dan sederhana namun tetap menarik untuk dibaca, ada beberapa halaman yang terdapat elemen yang menjadi ciri khas dari buku informasi ini.

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan suatu elemen penambah atau juga pelengkap dalam satu kesatuan pada buku ini, karena *font* juga bisa dijadikan sebagai identitas yang dapat dengan mudah dikenali

- Huruf pada *Cover* Buku

Pada perancangan ini huruf yang digunakan pada judul buku ini pada *headline* menggunakan *font* Sangkuriang dan Gill Sans MT Condesend. *Font* Sangkuriang ini terasa sangat menyatu dengan judul karena sangat kental dengan tema Sunda sekali dengan *font* yang digunakan terinspirasi oleh aksara Sunda terutama adanya penambahan motif batik yang digunakan para pengantin. Pada pemilihan *font* Gilli Sans MT Condesend merupakan tampilan *font* yang ramping dan sederhana namun tetap memberikan kesan tegas sehingga cocok menjadikannya *font headline* dan *subheadline*.

Sangkuriang
 SANGKURIANG
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#\$%^&*()_+{}[]:”;’<>.,?/

Gambar III.9 Contoh Penggunaan *Font* Sangkuriang
 Sumber: Pribadi (2019)

GILLI SANS MT CONDESEND
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 !@#\$%^&*()1234567890_-+={}:”;’<>.,?/

Gambar III.10 Contoh Penggunaan *Font* Gili Sans MT Condesend
 Sumber: Pribadi (2019)

Gabriola
 GABRIOLA
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#\$%^&*()_+{}[]:”;’<>.,?/

Gambar III.11 Contoh Penggunaan *Font* Gabriola
 Sumber: Pribadi (2019)

Cambria math
 CAMBRIA MATH
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#\$%^&*()_+{}[]:”;’<>.,?/

Gambar III.12 Contoh Penggunaan *Font* Cambria Math
 Sumber: Pribadi (2019)

Font Sangkuriang ini dibuat oleh Gregorius Wisnu sebagai suatu hasil dari karya tingkat akhir kuliah. Dengan memiliki lisensi *font* gratis untuk semua keperluan pribadi ataupun komersil. Untuk penggunaan *font* yang lainnya ada Gilli Sans MT Condesend yang dibuat oleh Eric Gill dan *font* ini gratis untuk pemakaiannya dan *font* ini dipublikasikannya di Agfa Monotype. Selanjutnya menggunakan font

Gabriola yang digunakan pada nama pengarang buku tersebut untuk memberi kesan kaligrafi pada buku karena *font* yang dirancang oleh John Hudson ini pada dasarnya terinspirasi pada kaligrafi dengan lisensi *font* gratis dengan dipublikasikan untuk Microsoft. *Font* yang digunakan selanjutnya adalah Cambria Math yang merupakan *font* yang dipublikasikan juga oleh Microsoft dan Agfa Monotype. Dirancang oleh Steve Matteson, Jelle Bosma, Robin Nicholas. Penggunaan *font* ini digunakan pada *subheadline* untuk menambah kesan kemewahan namun tetap terlihat santai dan ringan untuk dibaca.

- Huruf Pada konten Buku

Font yang digunakan pada isi dari halaman media utama dan juga isi dari konten buku ini menggunakan Louis George Café dan juga Caviar dreams untuk *headline* atau judul karena dilihat dengan kerampingan dari *fontnya* akan tetap memberi pesan namun tidak terlalu tegas dan terlihat lebih santai agar membuat pembaca merasa nyaman. Pertama *font* Louis George Café ini dibuat oleh Yining Chen dengan gratis untuk digunakan pada pribadi atau komersil, lalu *font* selanjutnya ada Caviar dreams, dibuat oleh Lauren Thompson dan memiliki lisensi gratis apabila akan digunakan, dan juga dipublikasikan oleh Nymphont.

CAVIAR DREAMS
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 !@#\$%^&*()1234567890_-+={}[]:"';<>./?

Gambar III.13 Contoh Penggunaan *Font* Caviar Dreams Pada isi media buku
 Sumber: Pribadi (2019)

LOUIS GEORGE CAFE
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 !@#\$%^&*()1234567890_-+={}[]:"';<>./?

Gambar III.14 Contoh Penggunaan *Font* Louis George Cafe Pada isi media buku
 Sumber: Pribadi (2019)



Gambar III.15 Contoh Isi konten pada halaman buku
 Sumber: Pribadi (2019)

- Huruf Pada konten media pendukung

Pada penggunaan font untuk media pendukung yaitu menggunakan font serif seperti centaur yang terlihat merupakan font gaya klasik dengan menambah kesan yang sama pada buku. Font ini juga merupakan font lama yang dibuat oleh Bruce Rogers dan Frederic Warde dan dipublikasikan oleh Monotype Imaging dengan lisensi gratis.

Centaur
 CENTAUR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#%&^*()_+{}[]:; '<> ,.?!/

Gambar III.16 Contoh Penggunaan *Font* Centaur Pada konten media pendukung
 Sumber: Pribadi (2019)

Century Schoolbook
 CENTURY SCHOOLBOOK
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#%&^*()_+{}[]:; '<> ,.?!/

Gambar III.17 Contoh Penggunaan *Font* Century Schoolbook Pada konten media pendukung
 Sumber: Pribadi (2019)

Lalu pada penggunaan *subheadline* menggunakan *font* Century Schoolbook dengan jenis huruf serif yang akan menambah kesan klasik yang sesuai dengan tema buku dan ciri khasnya dengan kaki atau sirip. Dipublikasikan oleh American Type Founders.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi pada perancangan ini mengenai buku informasi pakaian pernikahan Sunda Priangan. Tema *fashion photography* dipilih karena demi menunjukkan secara rinci mengenai tiap bagian pakaian pernikahan Sunda tersebut. Karena pada dasarnya fotografi merupakan salah satu penggambaran secara nyata dan apa adanya sesuai dengan objek yang akan difoto. Karena apabila menggunakan gambar yang kurang sesuai dengan apa yang diinginkan maka dari itu akan menimbulkan kebingungan apalagi target khalayak sasaran merupakan orang yang berkecimpung di dunia penata rias dan busana pengantin Sunda. Penggunaan fotografi pada buku ini dibuat dengan setradisional dengan menggunakan beberapa ornamen yang identik dengan Sunda seperti penambahan elemen batik sebagai latar belakang foto tersebut, namun tetap menonjolkan sisi moderen pada foto tersebut.



Gambar III.18 Contoh Foto dalam buku
Sumber: Pribadi (2019)

- Tokoh

Pengambilan *referensi* tokoh yaitu menggunakan gambaran model yang menjadi ciri khas dari orang Sunda yang pada dasarnya untuk pengantin

wanita biasanya orang Sunda memiliki kulit berwarna kuning langsung dan juga hidung yang tidak terlalu mancung juga memiliki mata yang bulat. Namun untuk pengantin pria mencerminkan sebagaimana orang Sunda itu sendiri misalnya memiliki wajah yang santai dan postur tubuh yang tidak terlalu tinggi dan besar.



Gambar III.19 *Referensi* pemilihan tokoh
Sumber: Pribadi (2019)

- Latar
Pada latar dari pemotretan yaitu menggunakan tembok putih dengan terlihat penggunaan batu yang menambah kesan klasik namun tetap terlihat modern dengan pemilihan warna putih, tidak lupa terdapat penambahan elemen sebagai ciri khas Sunda yaitu terdapat penambahan elemen batik yang digunakan pada *background* tembok putih tersebut.



Gambar III.20 Pemilihan latar pada foto
Sumber: Pribadi (2019)

- **Properti**
Terdapat hal yang tentunya tidak kalah penting yaitu pada penggunaan properti yang dimana properti ini biasanya hal-hal yang berkaitan langsung dengan tema foto, misalnya seperti pada buku ini terdapat fotografi yang menggunakan properti pakaian pernikahan dari Sunda Priangan yang pada dasarnya berkaitan dengan tema dari buku ini.



Gambar III.21 Penggunaan pakaian pernikahan
Sumber: Pribadi (2019)

Lalu properti yang digunakan selanjutnya terlepas dari penggunaan pakaian yang digunakan oleh pengantin yaitu adanya properti ilalang pada foto tersebut bertujuan sebagai penambah kesan klasik namun tetap enak untuk dilihat.



Gambar III.22 Penggunaan properti

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/4269723967514892364/>



Gambar III.23 Contoh penambahan elemen pada *background* halaman

Sumber: Pribadi (2019)

Pada tata letak dalam buku terdapat *background* yang elemennya sangat berkaitan dengan Sunda Priangan khususnya pakain pernikahannya karena pada elemen tersebut menggunakan warna khas dari batik yang digunakan pada ke-tiga adat pernikahan Sunda Priangan yaitu *sidomukti* yang sangat melekat pada kebudayaan pernikahan Sunda. Hanya dibuat dengan bentuk

sederhana namun tetap menonjolkan sisi kebudayaan atau etnik yang dituju. Selanjut pada bagian kiri terdapat penambahan elemen yang berbentuk seperti mahkota yang digunakan oleh pengantin Sunda Siger, untuk lebih menimbulkan kesan yang kental aka tema Sunda khususnya pakaian pernikahannya maka dari itu diambil elemen yang merupakan bentuk dari mahkota yang digunakan dan tidak lupa menggunakan *background* yang sama dengan elemen lainya yaitu corak dari kain batik *sidomukti*. Hanya menggunakan sedikit elemen pada *background* namun akan terlihat menonjol karena perlu adanya *white space* agar tampilan dari halaman buku tidak terlalu ramai dan dibuat bosan untuk pembacanya.

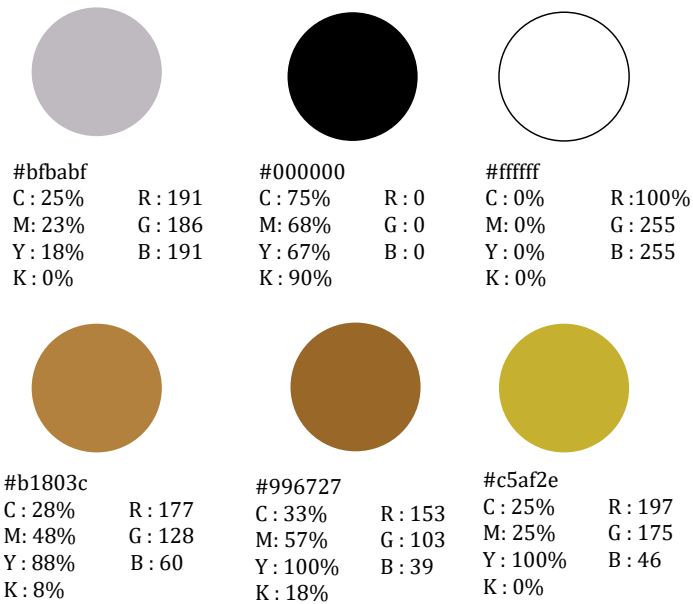


Gambar III.24 Pengambilan bentuk untuk elemen pada halaman buku
Sumber: Pribadi (2019)

III.3.5 Warna

Pada pemilihan warna untuk media buku ini digunakan warna yang merupakan yang diambil dari elemen atau foto yang berkaitan langsung pada pakaian pernikahan Sunda Priangan, warna tersebut diharapkan dapat menambah kesan tradisional yang ada dengan penggunaan warna yang digunakan adalah cmyk yang dirasa sesuai dengan warna pada proses pencetakan nantinya. Seperti warna coklat yang dominan karena penggunaan pakaian pernikahan identik dengan kain yang digunakan sebagai ciri khas daerah atau pembeda dari daerah lain, maka dari itu dipilih warna yang berkaitan seperti tadi coklat tua, coklat muda, kuning keemasan tidak lupa warna hitam dan putih dan pada pemilihan *background* digunakan warna

abu yang terlihat lebih santai untuk menyeimbangkan warna namun tetap menonjolkan foto yang dituju.



Gambar III.25 Saturasi pemilihan warna

Sumber: Pribadi (2019)

- **Abu**
Penggunaan warna ini dipilih karena abu merupakan warna yang bisa dibilang kuat namun tetap tidak terlalu menonjol karena warna abu ini bisa juga disebut dengan warna yang stabil karena dapat menjadi pemanis yang baik dan juga dapat menjadi warna *background* yang enak untuk dilihat, hanya perlu penambahan elemen warna yang lain agar tidak terlihat membosankan.
- **Hitam**
Pada penggunaan warna hitam beralasan karena warna hitam merupakan warna yang bisa dibilang merupakan warna yang tegas, pemilihan pada judul menggunakan warna hitam bertujuan untuk lebih menguatkan judul dan juga sebagai pembedaan antara *background* dan konten dalam isian buku. Namun pada pemilihan warna hitam dalam judul karena *font* yang

digunakan cenderung tipis jadi penggunaan hitam disini cukup sebagai penegas namun tidak merusak komposisi dengan *font* yang tebal.

- Putih

Merupakan warna yang netral dan menyeimbangkan dengan warna yang lain, namun warna ini juga dapat menjadi warna yang kontras yaitu sebagian pembeda dari *background* juga isi konten dan elemen pada *background*.

- Coklat muda

Penggunaan warna ini digunakan pada warna elemen keseluruhan pada buku informasi ini, coklat ini dipilih lebih dominan karena penggunaan warna tersebut dapat memberikan kesan nyaman pada yang melihatnya dan juga warna ini sesuai dengan warna kain batik yang digunakan pada pakaian pernikahan Sunda Priangan, dan dapat menjadi identitas pada buku informasi ini.

- Coklat tua

Berbeda dengan penggunaan warna coklat muda di atas, coklat tua ini tidak digunakan dominan dan hanya sebagai pengisi warna di elemen kecil, bertujuan hanya untuk sebagai pengingat dengan menyelarasakan dengan warna yang dominan agar tetap nyaman untuk dilihat.

- Kuning keemasan

Pada pemilihan warna ini bertujuan untuk mengingatkan pada pembaca sebagai warna yang digunakan pada perhiasan yang digunakan dengan memiliki arti warna yang menunjukkan kejayaan.