

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

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

Khalayak sasaran dapat diartikan sekumpulan orang dalam jumlah besar yang menjadi tujuan utama dari pembuatan media. Khalayak dapat menentukan berhasil tersampaikan atau tidaknya sebuah komunikasi. Limandoko (2000, h.87) menjelaskan “penentuan khalayak sasaran merupakan upaya merumuskan apa sesungguhnya permasalahan yang sedang dihadapi oleh produsen”. Khalayak sasaran pada perancangan ini akan dibagi menjadi dua, yaitu target primer dan sekunder dimana khalayak tersebut ditentukan berdasarkan segi demografis, psikografis dan geografis.

#### **1. Target Primer**

##### **a. Demografis**

- Usia : Anak-anak usia 6-11 tahun

Pemilihan usia diatas merupakan pada tahap operasional konkret menurut pendapat Jean Peaget, dimana anak sedang pada masa belajar atau masa sekolah rendah. (Ahmadi, 2005, h.15)

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Khalayak sasaran ditujukan kepada semua anak usia 6-11 tahun, baik laki-laki maupun perempuan. Anak perlu dididik dan minat membaca perlu ditanamkan dan ditumbuhkan sejak anak masih kecil, sebab minat membaca pada anak tidak akan terbentuk dengan sendirinya, tetapi sangat dipengaruhi oleh stimulasi yang diperoleh dari lingkungan anak (Sandjaja, 2001, h.3).

- Pendidikan : Sekolah Dasar (SD)

Pada masa ini anak berada pada tahap pendidikan dasar, dimana anak mengalami peningkatan pada penambahan kosa kata, pengucapan, pembentukan kalimat, kemajuan dalam pengertian, dan isi pembicaraan melalui percakapan dengan orang lain (Suhada,2016, h.120)

##### **b. Psikografis**

Pada tahapan operasional konkret anak-anak sudah memiliki pemahaman yang lebih mengenai konsep sebab akibat, pengelompokan, penalaran serta

angka (Suhada, 2016, h.122). Sebagaimana pengetahuan anak pada fase tersebut meluas, juga menjadi lebih sadar informasi apa saja yang penting untuk diperhatikan dan diingat.

**c. Geografis**

Khalayak sasaran berdasarkan geografis dalam perancangan ini mengacu pada segi demografis yang telah dipaparkan diatas, yang bertempat tinggal di Kota Bandung dengan iklim tropis dan memiliki beragam budaya.

**d. Consumer Insight**

*Consumer insight* merupakan upaya mengetahui dan memahami keinginan, pemikiran, dan perilaku suatu kelompok sasaran secara menyeluruh, mengenai pola pikir, perilaku yang berhubungan dengan produk (Maulana,2009, h.99). Anak-anak kelompok sasaran sedang senang dalam masa bermain, memiliki teman, tertarik visual yang menarik, menyukai buku dengan gambar, menyukai cerita mengenai hewan.

**e. Consumer Journey**

*Consumer journey* adalah suatu kebiasaan atau perjalanan interaksi yang dilakukan khalayak sasaran terhadap sesuatu atau benda yang sering dijumpai. Data tersebut memiliki peran penting dalam mengoptimalkan produk yang akan dipasarkan. Berikut merupakan hasil dari kegiatan khalayak sasaran yang didapatkan.

Tabel III.1. Tabel Kegiatan Khalayak Sasaran  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan	Media Interaksi
4:50	Bangun tidur	Kasur, selimut, lemari, bantal
5:00	Shalat	Alat shalat

6.00	Mandi/ persiapan	Perlengkapan mandi, tas sekolah, cermin, handuk
6.15	Sarapan	Piring, gelas, meja makan, botol minum
6.20	Nonton TV	TV, jam dinding, lemari, vas bunga, sofa
6.30	Berangkat Sekolah	Tiang listrik, baliho, poster, helm, kendaraan, stiker angkot
7.00	Tiba di sekolah	Lapangan, tiang bendera, tempat sampah, pot bunga,
8.00	Belajar di kelas	Papan tulis, alat tulis, jadwal piket, pot bunga, tas, jam dinding, pensil, buku, penghapus, penggaris, pulpen
10.00	Istirahat	Kantin, tempat makan dan minum, botol minum/makan, tempat sampah,
13.00	Pulang sekolah	Baliho, poster, kendaraan, tiang listrik, stiker,
13.30	Ganti Baju, Shalat	Lemari, jam dinding, peralatan sekolah, kaos, peralatan Shalat, tas
13.45	Makan siang	Piring, gelas, meja makan, sendok, lemari makan

14.00	menonton TV	TV, sofa, lemari, jam dinding, meja, bantal kecil
15.00	Tidur Siang	Kasur, selimut, bantal, jam dinding,
16.00	Shalat	Mukena, sarung, sajadah, al-quran,
16.30	Bermain/ membaca buku (apabila tidak ada maka <i>free time</i> )	Alat permainan (kartu, layangan, sepeda, boneka) baliho, tiang listrik, poster
17.30	Pulang, makan, bersih bersih	Meja makan, piring, alat mandi, cermin
18.00	Shalat	Sajadah, mukena, sarung
19.00	Makan Malam	Piring, meja makan, lemari makan, gelas
19.30	Mengerjakan PR/ belajar/ membaca buku (apabila tidak ada maka <i>free time</i> )	Alat tulis, alat hitung, meja, kursi, lampu belajar, buku, kursi, tas, kasur
21.00	Tidur malam	Kasur, selimut, lemari, bantal, lampu tidur, jam dinding

Berdasarkan tabel diatas mengenai kegiatan yang dilakukan oleh khalayak sasaran maka didapatkan beberapa informasi terkait kebiasaan sehari-hari yang dilakukan dan benda apa saja yang sering ditemui oleh khalayak sasaran. Khalayak sasaran memiliki banyak waktu disekolah dan memiliki cukup waktu luang untuk bersantai ketika di rumah.

## 2. Target Sekunder

Target sekunder atau khalayak sasaran kedua ditujukan pada orang tua. Orang tua memberikan pengaruh secara langsung kepada anaknya, sehingga memiliki peran penting untuk merawat, mengawasi dan mendidik anaknya sejak usia dini.

### a. Demografis

- Usia : 27-40 tahun  
Pemilihan usia pada khalayak sekunder yaitu pada usia 27-40 tahun dimana usia pada usia tersebut rata-rata orang tua sudah memiliki anak.
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan  
Pemilihan khalayak sasaran sekunder ditujukan kepada orang tua, baik ayah maupun ibu serta memiliki ketertarikan terhadap ilustrasi dan bacaan mengenai ilmu pengetahuan untuk diberikan kepada anaknya.
- Pendidikan : S1  
Pemilihan khalayak sasaran sekunder ditujukan kepada orang tua dengan pendidikan Strata 1 karena memiliki, keterampilan dan wawasan lebih tinggi.
- Pekerjaan : Karyawan dan wiraswasta  
Pemilihan khalayak sasaran sekunder ditujukan kepada orang tua yang memiliki pekerjaan dan penghasilan.
- Status Ekonomi : Menengah – Atas  
Pemilihan khalayak sasaran sekunder ditujukan kepada orang tua yang dengan status ekonomi menengah – Atas.

### b. Psikografis

Pemilihan khalayak sasaran sekunder berdasarkan psikografis ditujukan kepada orang tua yang telah memiliki anak usia 6-11 tahun yang mengetahui manfaat dari membaca buku untuk anaknya, dengan keinginan menyampaikan pesan yang terkandung dalam buku bergambar dapat dipahami dan diterapkan oleh anaknya melalui media cerita bergambar yang menghibur, dibalik itu menanamkan minat baca pada anak. Keluarga merupakan lingkungan utama dan pertama bagi tumbuh kembang anak maka dari itu perlu bagi anak dan orang tua adalah menciptakan komunikasi yang harmonis sebagai modal

penting dalam membentuk moral dan tumbuh kembang anak (Dwiyanti, 2013, h.166).

**c. Geografis**

Khalayak sasaran sekunder berdasarkan geografis dalam perancangan ini mengacu pada segi demografis yang telah dipaparkan diatas, yang berwilayah di Indonesia, bertempat tinggal di Kota Bandung dengan iklim tropis dan memiliki beragam budaya.

**d. Consumer insight**

*Consumer insight* kelompok sasaran sekunder adalah orang tua yang ingin membiasakan anak membaca, mengetahui hal-hal terkait hewan peliharaan, juga sebagai penghibur anak melalui cerita hewan peliharaan, dimana agar menambah kedekatan antara orang tua dan anak yang biasa dilakukan ketika menemani anak membaca dikala waktu luang.

### **III.2. Strategi Perancangan**

Media informasi mengenai peran hewan peliharaan terhadap perkembangan anak akan dikemas dalam bentuk visual baru. Informasi merupakan sebuah data yang telah diproses ke dalam sebuah bentuk yang mempunyai arti bagi penerima dan mempunyai nilai nyata (Sutabri,2012, h.1). Maka, informasi dapat disebut juga sebagai kumpulan pesan yang telah dikumpulkan atau diterima melalui proses komunikasi. Masyarakat umum maupun anak-anak membutuhkan media yang bersifat naratif, yaitu buku informasi bergambar yang berfungsi sebagai pengetahuan peran apa saja yang akan didapatkan ketika memiliki hewan peliharaan.

Informasi yang akan disampaikan dalam perancangan media informasi adalah peran positif bagi perkembangan anak, risiko dan pencegahan dalam pemeliharaan, serta panduan memelihara. Materi akan disajikan bersama visual dan penjelasan singkat agar materi lebih mudah dipahami. Konten pada materi akan menggunakan gaya visual ilustrasi anak. Pada konsep media informasi ini diharapkan dapat mempermudah pembaca dalam mendapatkan informasi, dengan memberi

kemudahan untuk anak, diharapkan dapat termotivasi untuk mengenal hewan, terutama pada hewan peliharaan.

### **III.2.1. Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi dari perancangan media informasi ini yaitu, untuk memberikan informasi mengenai peran hewan peliharaan terhadap perkembangan anak. Sehingga masyarakat khususnya anak-anak mendapatkan pengetahuan dalam mempelajari hal-hal mengenai hewan peliharaan serta meningkatkan kesadaran akan makhluk hidup lainnya dan meningkatkan minat dalam membaca buku.

### **III.2.2. Pendekatan Komunikasi**

Pendekatan komunikasi pada perancangan media informasi mengenai peran hewan peliharaan ini akan menggunakan pendekatan verbal, pendekatan visual. Adapun konsep terkait pendekatan verbal, pendekatan visual adalah sebagai berikut:

- Pendekatan Verbal

Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia non-formal, hal tersebut dikarenakan target utama yang dituju adalah anak-anak sekolah dasar di negara Indonesia agar dapat menerima informasi dengan baik.

- Pendekatan Visual

Pendekatan yang diberikan kepada target khalayak utama yaitu anak-anak usia 6-11 tahun menggunakan pendekatan visual ilustrasi berupa gambar sebagai penguat pesan dari cerita yang akan disampaikan. Ilustrasi yang digunakan mengacu pada gaya gambar dari Chaymaa Sobhy yang berasal dari Cairo, Egypt dan Ira Sluyterman van Langeweyde yang berasal dari Munich, Jerman. Bentuk ilustrasi yang ditampilkan tidak terlalu realistis, namun sederhana, menarik dan mudah dikenali. Gambar latar tempat yang dibuat tidak terlalu detail dan fokus pada bagian karakter saja.



Gambar III.1 Visualisasi Bentuk Ilustrasi dari Chaymmaa Sobhy  
Sumber: <https://www.instagram.com/p/BbJys1RjqRA/> (diakses pada 24/06/2019)



Gambar III.2 Visualisasi Bentuk Ilustrasi dari Ira Sluyterman van Langeweyde  
Sumber: <https://www.instagram.com/p/BbJys1RjqRA/> (diakses pada 27/06/2019)

Dengan menggunakan beberapa karakter berbentuk manusia yang mewakili tokoh anak dan orang tua sebagai karakter utama didalamnya, bertujuan sebagai daya tarik imajinasi target khalayak sasaran sehingga merasa terhibur dalam membaca media informasi tersebut.



Gambar III.3 Visualisasi Bentuk Ilustrasi Karakter dari Chaymmaa Sobhy  
Sumber: <https://www.instagram.com/p/Bk6VvoBASvJ/> (diakses pada 24/06/2019)

Selain gaya ilustrasi, pendekatan pewarnaan dan penggunaan huruf serta tata letak (*layout*) yang digunakan akan mudah dipahami oleh anak-anak, karena khalayak sasaran masih berusia 6-11 tahun atau masa sekolah awal.

### III.2.3. Mandatory

*Mandatory* adalah perusahaan atau lembaga yang memberikan madat. Kusrianto (2007, h.327) menjelaskan “*Mandatory* merupakan produsen atau distributor”. *Mandatory* bisa diartikan sebagai lembaga yang mendukung dan memiliki peran sebagai landasan media informasi atau distributor yang membantu penyebaran dan publikasi media. Pihak yang menjadi *mandatory* dalam perancangan buku cerita bergambar ini yaitu, Bhuana Ilmu Populer (BIP). Bhuana Ilmu Populer merupakan salah satu lembaga penerbit yang berada dibawah Kompas Gramedia yang berfokus pada penerbitan buku anak, seperti edukomik, dongeng, *picture book*, dan buku aktivitas bagi balita dan anak-anak.



Gambar III.4 Logo Bhuana Ilmu Populer

Sumber: <https://bukubip.files.wordpress.com/2017/04/cropped-bip.jpg?w=200>  
(diakses pada 27/06/2019)

Bhuana Ilmu Populer (BIP) bekerja sama dengan toko buku Gramedia, maka buku-buku yang dibuat oleh penerbit Bhuana Ilmu Populer (BIP) diterbitkan oleh Gramedia. Gramedia merupakan toko buku terbesar dan populer di Indonesia yang menyediakan berbagai buku beragam, diantaranya menyediakan buku kategori anak.



Gambar III.5 Logo PT. Gramedia Asri Media  
Sumber:[https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berkas:Gramedia\\_logo.png&filetimestamp=20170514143826&](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berkas:Gramedia_logo.png&filetimestamp=20170514143826&) (diakses pada 27/06/2019)

Gramedia Asri Media adalah anak perusahaan Kompas Gramedia yang menyediakan jaringan toko buku dengan nama Toko Buku Gramedia di beberapa kota di Indonesia dan Malaysia.

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

Materi pesan yang digunakan dalam perancangan ini adalah pesan-pesan yang mengandung edukasi secara tidak langsung, melalui cerita bergambar, juga berisikan amanat mengenai pembelajaran mengenai hewan peliharaan, mulai dari peran dan risiko hingga panduan memelihara. Hal tersebut dapat diperjelas sebagai berikut:

1. Diawali dengan pengenalan tokoh dan sifat dasarnya. Tokoh memiliki sifat yang berbeda. Hal tersebut membuat anak dapat membedakan sesuatu secara tidak langsung.
2. Materi pesan inti yang informatif berupa kehidupan sebuah keluarga dimana tokoh memiliki 2 hewan peliharaan yaitu, kucing dan anjing, dimana terdapat beberapa masalah yang berbeda dalam pemeliharaan, pihak orang tua menjelaskan hal-hal dasar yang perlu diketahui untuk anak agar dapat memahami hewan peliharaanya.
3. Pesan terakhir yaitu berupa pesan persuasif untuk anak dan orang tua agar dapat mengatasi hal-hal yang tidak menguntungkan dari memiliki hewan peliharaan.

### III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan pada perancangan ini menggunakan gaya bahasa naratif, yaitu gaya bahasa yang menceritakan sebuah peristiwa, suasana atau kegiatan dengan menggunakan kalimat. Gaya bahasa ini dipilih sesuai dengan perancangan yang menampilkan cerita naratif yang menjelaskan sebuah adegan sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik.

### III.2.6. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menampilkan gambar-gambar ilustrasi yang memperkuat isi cerita. Konsep kreatif disesuaikan dengan target khalayak sasaran yaitu anak-anak dengan usia 6-11 tahun, dengan visualisasi tokoh dan latar yang memiliki kesan lucu, penuh warna sehingga mudah dipahami dan merangsang imajinasi anak.

- **Copywriting**

*Copywriting* akan digunakan untuk menentukan nama dari media informasi berupa *headline*, *subheadline*, dan *body text*.

- *Headline* dengan nama “Bermain Bersama Choco & Molly” kata tersebut dipilih dari 2 karakter utama yang terdapat dalam buku cerita bergambar tersebut, dan kalimat “Bermain Bersama” dipilih dengan maksud menginformasikan dengan cara yang lebih menyenangkan tidak.

- **Storyline**

*Storyline* merupakan deretan kejadian dalam sebuah cerita dari kronologi awal hingga akhir. *Storyline* memisahkan beberapa adegan dalam cerita menjadi urutan yang teratur sesuai alur cerita yang telah terbagi menjadi beberapa halaman. Adapun *storyline* yang dibuat sebagai berikut:

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

Scene	Konten	Cerita
1	Pengenalan Karakter	a. Anak Laki-laki ( shaka ) b. Anak Perempuan ( shaki ) c. Ayah d. Ibu

		<ul style="list-style-type: none"> <li>e. Kucing</li> <li>f. Anjing</li> </ul>
2.	Peran Positif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suatu hari, ibu dan ayah mengajak anak-anaknya ke rumah lainnya. Tempat tersebut merupakan rumah bagi hewan peliharaanya</li> </ul>
3		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat hewan peliharaan kucing dan anjing yang sudah mereka pelihara sejak lama</li> </ul>
4		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anak laki-laknya bertemu anjing milik ayahnya, anak perempuannya bertemu dengan kucing milik ibunya, mereka terlihat sangat senang.</li> </ul>
5	a. Manfaat melatih tanggung jawab dan disiplin anak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibu dan ayah memperkenalkan peliharaan mereka kepada anak-anaknya dengan cara mengajarnya memberi makan sesuai jam makannya, membereskan peralatannya.</li> </ul>
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>b. Manfaat teman bergerak aktif</li> <li>c. Penghilang rasa stres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesudah memberi makan hewan peliharaanya, anak laki-laknya bermain dengan anjingnya</li> <li>• Kucing memberikan rasa terimakasihnya dengan cara mengeong dan mengesekan tubuhnya kepada anak perempuan. Anak tersebut terlihat kaget namun merasa nyaman.</li> </ul>
7	d. Manfaat sebagai proses belajar kehidupan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kucing, pergi ke sebuah tempat yang agak tersembunyi, ia menghampiri anak anaknya yang masih berumur 3 minggu dibawah sebuah meja.</li> <li>• Anak perempuan mengikutinya, lalu seketika kaget dan terharu melihat kucing tersebut merawat anak anaknya</li> </ul>

8	e. Manfaat sebagai interaksi sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anak anak mereka melihat diatas meja ada sebuah foto komunitas dan bertanya</li> <li>• Ayah menjelaskan bahwa itu adalah foto komunitas pecinta hewan. Saling bertemu dengan pemilik dan macam-macam hewan peliharaan</li> <li>• Ibu menyambung, hewan peliharaan juga sudah digunakan sebagai media pembelajaran bagi beberapa sekolah contohnya pada anak autism, mereka dapat berinteraksi lebih baik jika ada hewan peliharaan</li> </ul>
9	f. Mengurangi risiko alergi ringan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ada ponakan ibunya berada ditempat tersebut dan sedang bermain dengan anjing milik ayahnya</li> <li>• Anak mereka bertanya apakah tidak berbahaya anak anak bermain dengan hewan ?</li> <li>• Ayah nya menjelaskan manfaat memiliki hewan peliharaan yang ke 6.</li> </ul>
10.	Risiko dan pencegahan	
	a. Kucing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feline Viral Rhinotracheitis (penyebab flu pada kucing)</li> <li>• Ayah dan ibu mengajak jalan anak-anaknya mengunjungi ruangan khusus kucing yang sedang sakit</li> <li>• Kucing 1 sedang mengalami sakit flu, ibu menjelaskan gejala dan cara pencegahannya</li> </ul>
11		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feline Calicivirus</li> <li>• Lanjut pada kucing ke 2. Ibu menjelaskan gejala dan pencegahannya</li> </ul>

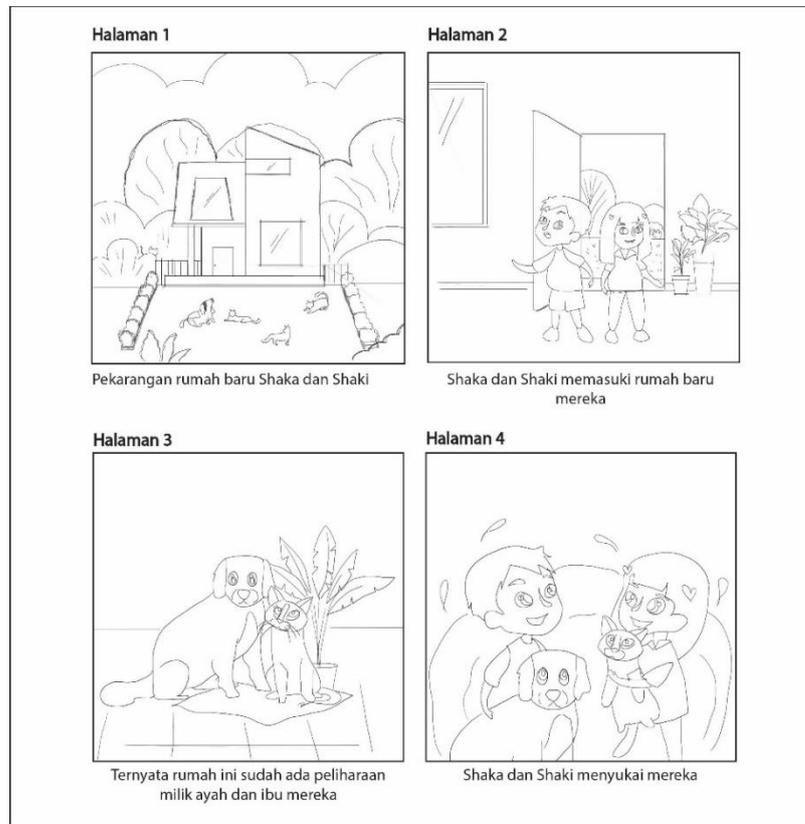
12		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chlamydiosis</li> <li>• Lanjut pada kucing ke3 ibu menjelaskan gejala dan pencegahannya</li> <li>• Ibu menjelaskan tentang vaksin. Vaksin tersebut sudah mencakup dalam pencegahan ketiga penyebab flu pada kucing</li> </ul>
13		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masuk pada penyakit umum lainnya yaitu kutu dan cacingan</li> <li>• Ibu menjelaskan gejala dan cara penanggulangannya</li> <li>• Anak perempuan bertanya tentang Tokso yang sudah melekat pada kucing</li> <li>• Ibu menjelaskan tentang tokso, dan cara pencegahannya</li> </ul>
14	b. anjing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mereka semua memasuki ruangan selanjutnya yang didalamnya terdapat anjing yang sakit</li> <li>• Cacar air, ayah menjelaskan tentang gejala dan pencegahannya</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hepatitis, ayah menjelaskan tentang gejala dan pencegahannya</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parvovirus Enteritis, ayah menjelaskan tentang gejala dan pencegahannya</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cacing hati, ayah menjelaskan tentang gejala dan pencegahannya</li> </ul>
15	Pencegahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibu menjelaskan kepada anak-anaknya bagaimana cara agar pemelihara dan peliharaanya bisa terhindar dari penyakit (jaga kesehatan disekitar, jaga kesehatan peliharaan, dan bagaimana berinteraksi dengan peliharaan)</li> </ul>

16	<p>Panduan memelihara hewan peliharaan</p> <p>a. Istirahat yang cukup jika sakit</p> <p>b. Bawa pet carrier</p> <p>c. Alat untuk memungut kotoran</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Latar : ruang awal</li> <li>• Menjelaskan petiquette</li> </ul>
17	<p>d. Imunisasi dan operasi sterilisasi</p> <p>e. Melatih hewan peliharaan</p>	
18	<p>Five of freedoms for animals</p> <p>a. Bebas dari lapar dan haus</p> <p>b. Bebas dari rasa tidak nyaman</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjelaskan 5 kesejahteraan hewan sebagai pengetahuan dasar pemeliharaan</li> <li>• Menggambarkan makan dan minum</li> <li>• Menggambarkan lingkungan/ tempat tinggal/ istirahat yang nyaman</li> </ul>
19	<p>c. Bebas dari rasa sakit, dan penyakit</p> <p>d. Bebas mengekspresikan sifat alami</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggambarkan bebas dari luka/ penyakit yang dilakukan dengan perawatan</li> <li>• Menggambarkan bebas mengekspresikan perilaku normal dengan penyediaan ruang dan kandang yang memadai sesuai dengan perilaku alami hewan</li> </ul>
21	<p>e. Bebas dari rasa takut dan stres</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggambarkan bebas dari rasa takut atau penderitaan seperti</li> </ul>

		konflik dengan spesies lain dan gangguan predator lainnya
22	Kesimpulan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat dapat dirasakan apabila hal-hal negatif dari pemeliharaan dapat dihindari/ diatasi</li> <li>• Hewan peliharaan akan sehat apabila pemiliknya juga sehat, begitupun sebaliknya</li> </ul>

- **Storyboard**

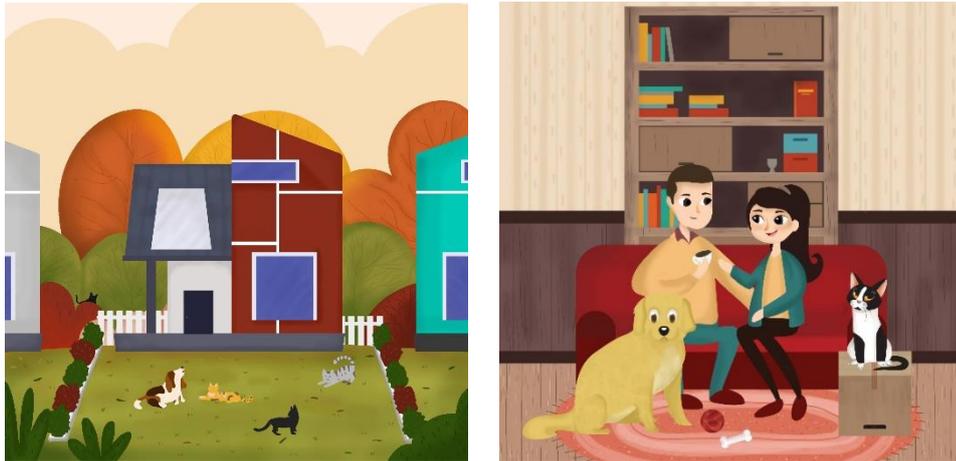
*Storyboard* adalah sebuah konten yang ada pada *storyline* kemudian dituangkan kedalam sebuah bentuk visual yang berbentuk sketsa. *Storyboard* berfungsi sebagai acuan dalam penggambaran, karakter, gestur, latar dan tempat serta objek yang berkaitan. Berikut merupakan beberapa contoh sketsa dari *storyboard*.



Gambar III.6 *Storyboard* halaman 1 sampai 4  
Sumber: dokumen pribadi (2019)

- **Visualisasi**

Gambar atau ilustrasi berperan sebagai visualisasi dari kemiripan rupa dan objek yang direpresentasikannya yang berperan sebagai pendukung pesan atau narasi cerita agar mudah dipahami alur ceritanya, sebaliknya narasi atau teks juga mesti mempresentasikan adegan dalam gambar atau sebuah ilustrasi. Kelompok sasaran perancangan ini adalah anak usia 6-11 tahun maka, gaya visual yang digunakan adalah kartun dengan gestur, latar, dan objek yang sederhana. Visualisasi pada perancangan ini bertemakan suasana interior rumah, taman, dan halaman, maka warna yang digunakan bernuansa rumah dan alam, visual karakter anak dan hewan menjadi fokus utama dalam visualisasi perancangan ini.



Gambar III.7 Visualisasi Perancangan  
Sumber: dokumen pribadi (2019)

### III.2.7. Strategi Media

Depdiknas dalam Muhson (2010) media berasal dari bahasa Latin yang merupakan bentuk jamak dari “medium” memiliki arti perantara atau pengantar. Makna umumnya adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepada penerima informasi. Media yang digunakan merupakan sarana yang menjadi solusi untuk menyampaikan pesan atau informasi menjadi hal utama dalam perancangan ini, pemilihan media harus sesuai dengan target kelompok sasaran agar dapat menarik perhatian dan dapat diterima dengan mudah. Strategi media dalam perancangan ini adalah buku cerita bergambar yang mengemas

informasi mengenai hewan peliharaan yaitu kucing dan anjing menjadi sebuah cerita. Adapun strategi media dibagi kedalam media utama dan media pendukung.

### 1. Media Utama

Media utama merupakan media yang berperan sebagai strategi utama dalam menyampaikan pesan dan tujuan yang akan dicapai kepada kelompok sasaran. Media utama yang digunakan dalam perancangan ini berupa buku ilustrasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, buku merupakan kumpulan lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong. Buku cerita bergambar adalah buku yang memiliki alur cerita dan dilengkapi dengan ilustrasi atau gambar yang memudahkan pembaca memahami situasi dalam cerita yang diberikan.

Pemilihan media utama buku cerita bergambar ini dikarenakan kelompok sasaran tertarik dengan visual dari sebuah cerita, dengan menampilkan gambar yang menimbulkan kesan yang menyenangkan bagi anak, karena anak-anak dapat mudah memahami peristiwa dalam cerita tersebut, juga dapat membantu anak untuk berimajinasi. Selain itu, pengetahuan tentang hewan peliharaan, bagaimana bentuk dan karakteristiknya dapat diketahui dengan ilustrasi yang telah dirancang.

### 2. Media Pendukung

Media pendukung merupakan media kedua yang berperan untuk membantu media utama dalam memperkenalkan, mengingatkan, dan mempromosikan media informasi yang telah dirancang kepada khalayak sasaran sehingga, dapat memudahkan dalam penyampaian informasi. beberapa media pendukung dalam perancangan ini diantaranya:

- Media Cetak Promosi

Media cetak promosi ini berperan sebagai promosi mengenai publikasi atau peredaran perancangan buku cerita bergambar ini.

- *X-Banner*

Media ini digunakan untuk memberitahukan konsumen akan keberadaan buku yang dipajang di area pada saat acara *lauching*

buku berlangsung. Media ini dipajang di sebuah toko buku, berperan untuk menarik perhatian konsumen.

- *Poster*

Media ini digunakan sebagai promosi yang berisikan pesan singkat mengenai diterbitkannya buku cerita bergambar, berperan mengajak konsumen untuk mencari buku ini, media poster ini digunakan selama promosi dan saat acara launching buku berlangsung.

- *Flyer*

Media ini merupakan salah satu media promosi yang memuat informasi terkait penjualan buku ilustrasi. Media ini akan dibagikan pada saat promosi kepada pengunjung toko buku secara langsung.

- *Hanging Banner*

Media ini biasa dipasang pada plafon toko atau *mall* dengan tujuan memancing perhatian pengunjung. Media ini akan disebar di beberapa lantai yang ada di mall acara *soft launching* buku cerita bergambar ini agar pengunjung dapat melihat promosi yang ditampilkan.

- *Media Online*

Media *online* yang digunakan merupakan media sosial yang sering digunakan masyarakat antara lain *instagram* dan *facebook* yang memuat konten informasi dan promosi mengenai *launching* buku cerita bergambar ini sebelum dan selama masa penjualan berlangsung. Media ini juga berperan sebagai media penjualan secara *online*.

- Tahap Peningat

Media pengingat yaitu menggunakan media-media yang dekat dengan keseharian khalayak sasaran, dilihat dari *consumer journey* sehingga khalayak sasaran dapat mengingat. Media berupa *merchandise* yang didapatkan dengan ketentuan khusus, dan media berupa *gimmick* akan

diberikan secara gratis saat pembelian media utama, beberapa media pengingat pada perancangan ini diantaranya:

- Jam Dinding  
Jam dinding merupakan benda yang biasa dilihat oleh semua orang sebagai penunjuk waktu, maka dari itu media ini cocok digunakan sebagai media tahap pengingat.
- Buku Catatan  
Buku catatan merupakan salah satu objek yang biasa dimiliki anak sekolah, digunakan sebagai media untuk mencatat beberapa hal yang dianggap penting. Media ini dimanfaatkan sebagai media pendukung untuk mengingat anak kepada buku cerita bergambar ini.
- Tas Serut  
Tas serut dipilih karena akan digunakan pembeli sebagai tempat untuk membawa media utama di toko buku juga bisa digunakan oleh anak sebagai tempat menyimpan barang yang biasa dibawa ke sekolah atau aktifitas luar lainnya.
- Botol Minum  
Botol minum sebagai tempat minum yang biasa dibawa anak-anak ke sekolah atau aktifitas luar lainnya.
- *Puzzle*  
*Puzzle* merupakan salah satu permainan anak-anak, media bisa dimainkan sendiri, bersama teman, atau dengan orang tuanya. Permainan ini secara tidak langsung akan melatih halusvanak melalui gambar-gambar yang telah disusun.

Beberapa media pendukung yang dikategorikan kedalam *gimmick* akan diberikan secara gratis ketika membeli media utama, antara lain:

- Stiker  
Stiker merupakan media yang mudah diaplikasikan dimanapun, biasa ditempelkan pada barang kesukaan atau benda yang biasa digunakan sehari-hari oleh khalayak sasaran.
- Gantungan Kunci

Gantungan kunci dapat digunakan sebagai media penghias pada tas, kunci, sehingga dapat menjadi media yang mudah diingat dan dapat ditemukan pada aktifitas sehari-hari.

- Pembatas Buku

Pembatas buku sebagai media pendukung dalam membaca media utama, yang berperan sebagai penanda halaman-halaman tertentu.

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

Strategi media utama akan didistribusikan pada bulan Oktober 2019 dikarenakan, pada tanggal 4 Oktober adalah peringatan hari hewan sedunia. Sebelum media utama dirilis, media yang akan dipublikasi terlebih dulu adalah media pendukung promosi yaitu berupa poster cetak, flyer, sampul facebook dan feed Instagram. Poster cetak akan disebar di beberapa tempat seperti petshop, jalan, dan taman kota, sedangkan poster digital akan disebar secara *online* pada media sosial facebook dan iInstagram untuk memperkenalkan kepada khalayak umum. Media *x-banner*, akan dipasang di beberapa petshop dan toko buku pada bulan Oktober 2019, begitu juga *flyer* akan mulai disebar diakhir bulan Septemeber 2019.

Merchandise akan didistribusikan pada bulan oktober 2019 dan *souvenir* akan diberikan secara gratis ketika pembelian media utama di bulan Oktober 2019. Waktu penyebaran tersebut dipilih sesuai karena media sudah siap didistribusikan.

Tabel III.3. Tabel Distribusi dan Waktu Penyebaran Media  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Waktu Penyebaran												
		September 2019				Oktober 2019				November 2019				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Media Utama	Buku													
Meida Promosi	Poster Cetak													
	Flayer													
	Media Sosial													
	Hanging banner													
	X-banner													
Gimmick	Pembatas Buku													

	Gantungan Kunci																		
	Stiker																		
Merchandise	Tas Serut																		
	Botol Tumbler																		
	Jam																		
	Puzzle																		
	Buku Catatan																		

\*Keterangan :

■ Acara launching buku ilustrasi Bermain Bersama Choco & Molly

Media promosi berupa media cetak atau *online*, akan berisi informasi mengenai diterbitkannya buku sebelum acara *launching* buku yang diselenggarakan selama 1 minggu, sedangkan *merchandise* diluncurkan pada saat *launching* hingga seterusnya. Dibawah ini merupakan mekanisme penyebaran media beserta cara dan ketentuan sebagai berikut:

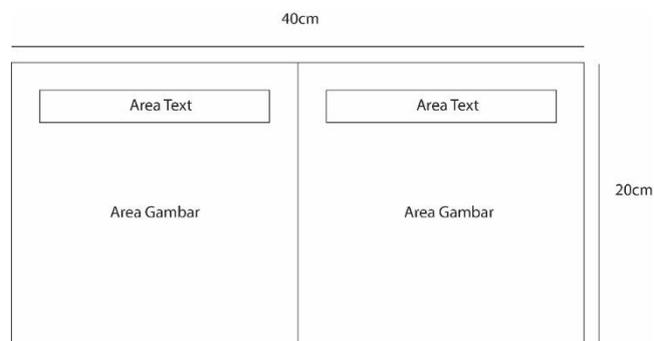
- Buku cerita akan dijual dalam paket spesial yang didalamnya sudah termasuk buku cerita, buku catatan, puzzle dan tas serut.
- Buku cerita dapat dibeli dalam paket spesial ataupun dijual satuan.
- Buku catatan dapat dibeli dalam paket spesial maupun dijual satuan.
- Tas serut dapat dibeli dalam paket spesial maupun dijual satuan.
- Puzzle dijual dalam paket spesial maupun dijual satuan.
- Botol tumbler akan diberikan secara gratis kepada 25 orang pembeli paket spesial pertama selama masa *launching* berlangsung.
- Jam akan diberikan secara gratis kepada 25 orang pembeli paket spesial pertama dalam selama masa *launching* berlangsung.
- Jam dapat dibeli dalam paket spesial ataupun dijual terpisah selama masa *launching* hingga seterusnya.
- *X-banner* dipasang di dekat pintu masuk toko buku mulai dari awal *launching* hingga seterusnya.
- Poster dipasang dimading depan toko buku dan disebarakan melalui media sosial dalam bentuk digital sebelum masa *launching*.
- *Flyer* dibagikan kepada target pasar disekitar toko buku dan tempat dimana anak-anak berada seperti sekolah dasar dan sekitar toko buku.

### III.3. Konsep Visual

Buku cerita bergambar ini menyajikan informasi ringan dan sederhana mengenai hewan peliharaan yaitu kucing dan anjing. Informasi akan disisipkan beberapa ilustrasi dengan gaya visual tertentu. Target khalayak sasaran adalah anak dengan usia 6-11 tahun yang menyukai gambar dan tertarik akan sebuah cerita. Dengan demikian gaya visual yang ditampilkan dalam buku cerita bergambar adalah gambar yang penuh warna agar menarik perhatian target khalayak sasaran.

#### III.3.1. Format Desain

Desain buku cerita bergambar akan dirancang dengan ukuran 20cm x 20cm yang berisi 50 halaman. Terdiri dari sampul depan, judul dalam, daftar isi, pengenalan tokoh, isi dan sampul belakang. Pemilihan ukuran tersebut dipilih berdasarkan ukuran, bentuk, dan kenyamanan konsumen dalam membaca buku cerita bergambar ini. Bentuk buku yang persegi dipilih karena ukuran normal buku anak dipasaran, merupakan ukuran cukup untuk anak-anak, tidak sulit digenggam dan dapat dimasukkan ke dalam tas ukuran yang digunakan anak.



Gambar III.8 Tata letak1  
Sumber: dokumen pribadi (2019)



Gambar III.9 Tata letak 2  
Sumber: dokumen pribadi (2019)



Gambar III.10 Referensi Format Desain  
Sumber: pinterest (diakses pada 12/17/2019)

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

Tata letak yang digunakan pada perancangan ini adalah dengan menampilkan gambar ilustrasi diikuti dengan teks narasi. Ilustrasi menampilkan karakter dalam sebuah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, anak laki-laki, anak perempuan, dan 2 ekor hewan peliharaan (anjing dan kucing) dengan latar tempat rumah dan taman, juga diikuti background berwarna putih atau gradasi.

Halaman dari buku cerita bergambar ini mengikuti pola baca masyarakat Indonesia yang cenderung membaca dari sebelah kanan ke kiri sehingga tidak menyulitkan pembaca. Dalam buku cerita bergambar ini, setiap halamannya memiliki 2 sisi berupa gambar dan tulisan, gambar berfungsi sebagai penjelas dari tulisan narasi yang dimana keduanya saling melengkapi.



Gambar III.11 Referensi Tata Letak  
Sumber: pinterest (diakses pada 15/17/2019)

### III.3.3. Tipografi

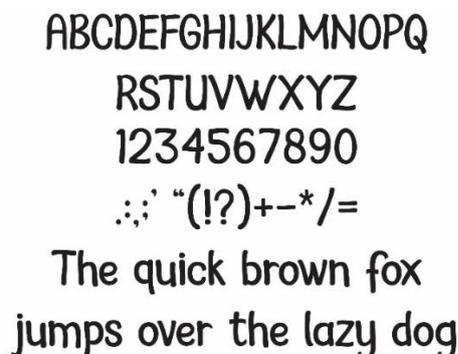
Huruf adalah salah satu elemen grafis yang penting untuk melengkapi suatu rancangan desain yang dipresentasikan kepada khalayak luas (Wantoro, 2017, h.82). Tipografi merupakan sarana untuk menerjemahkan kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca oleh pengamat, yang berperan sebagai mengkomunikasikan informasi dari halaman tersebut kepada pengamat (Wijaya, 1999, h.48).

Tipografi yang digunakan menyesuaikan dengan target khalayak sasaran dan ilustrasi yang dibuat, dengan huruf sederhana, dan menenangkan. *Typeface* yang digunakan yaitu serif dan *font* yang digunakan untuk headline yaitu Haru Biru 2 yang diciptakan oleh Haslinda Adnan dengan ukuran 72pt, *bodytext* menggunakan font Bencoleng yang dibuat oleh Azmilbahar dengan ukuran 14pt. Kedua *font* tersebut jenis *font* yang dapat dipakai gratis bila digunakan secara pribadi, namun untuk menggunakan komersial harus menghubungi desainer dan membayar royalti kepada desainer melalui *paypal*.



Font Haru Biru 2 sample showing uppercase and lowercase letters, numbers, and punctuation, along with the sentence 'The quick brown fox jumps over the lazy dog'.

Gambar III.12 Font Haru Biru 2  
Sumber: dokumen pribadi (2019)



Font Bencoleng sample showing uppercase and lowercase letters, numbers, and punctuation, along with the sentence 'The quick brown fox jumps over the lazy dog'.

Gambar III.13 Font Bencoleng  
Sumber: dokumen pribadi (2019)

### III.3.4. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah visualisasi dari suatu tulisan yang menekankan hubungan subjek dengan tulisan. Ilustrasi merupakan sebuah daya tarik yang sudah ada sejak dulu yang biasa diikuti oleh gambar dan warna yang sederhana, sehingga memberikan kesan unik (Hartanto, 2001, h.40).

Ilustrasi yang terdapat pada buku cerita bergambar hewan peliharaan ini, yaitu:

- Gambaran tokoh atau karakter dalam cerita.
- Menggambarkan contoh item
- Memvisualkan langkah

#### a. Studi Karakter

Dalam perancangan ini karakter yang terdapat pada buku cerita bergambar ialah Ayah, Ibu, 2 orang anak, dan 2 ekor hewan peliharaan.

- Ayah

Ayah merupakan seorang ayah pada umumnya yang memiliki kharismatik dalam bertutur kata, ia tidak banyak bicara, namun memiliki pengetahuan baik dalam memberi arahan kepada anak-anaknya. Ayah juga aktif bergabung dalam komunitas kehewan.

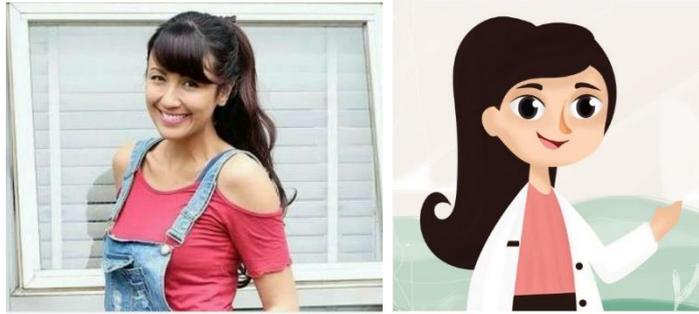


Gambar III.14 Karakteristik dari Ayah

Sumber: [www.instagram.com/tail\\_wagging](http://www.instagram.com/tail_wagging) (diakses pada 15/07/2019)

- Ibu

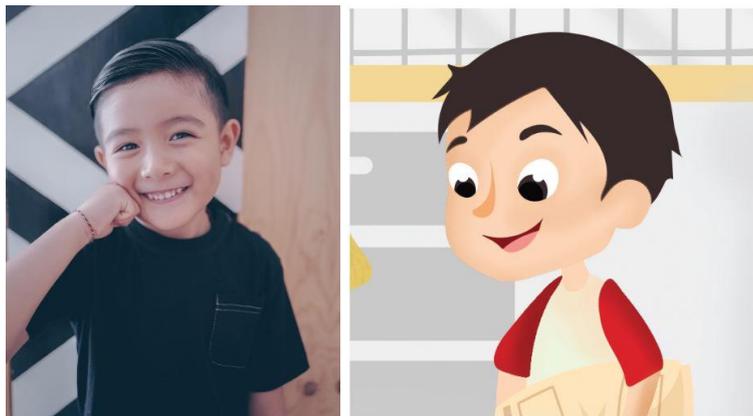
Ibu merupakan seorang dokter hewan, ibu memiliki sifat yang lembut. Memiliki rambut panjang yang diikat satu, ibu senang mengajarkan anak-anaknya mengenai hewan peliharaan.



Gambar III.15 Karakteristik dari Ibu  
Sumber: [http://dnewsstar.com/wp-content/uploads/IMG-20180214-WA0008\\_1518578973281.jpg](http://dnewsstar.com/wp-content/uploads/IMG-20180214-WA0008_1518578973281.jpg) (diakses pada 15/07/2019)

- Shaka

Shaka sebagai kakak laki-laki . Shaka adalah seorang anak laki-laki yang suka bermain bersama anjing. Shaka memiliki gaya rambut pendek berwarna hitam kecoklatan. Shaka senang bersama-sama dengan adiknya.



Gambar III.16 Karakteristik dari Shaka  
Sumber: [www.instagram.com/p/Bup60JxgWal/?igshid=1f6ff7b1mkc3j](https://www.instagram.com/p/Bup60JxgWal/?igshid=1f6ff7b1mkc3j)  
(diakses pada 15/07/2019)

- Shaki

Shaki sebagai adik perempuan. Shaki adalah seorang anak perempuan dengan rasa ingin tahu yang tinggi, memiliki rambut pendek sebau dengan warna hitam kecoklatan.



Gambar III.17 Karakteristik dari Shaki  
Sumber: [www.instagram.com/p/Bup60JxgWal/?igshid=1f6ff7b1mkc3j](http://www.instagram.com/p/Bup60JxgWal/?igshid=1f6ff7b1mkc3j)  
(diakses pada 15/07/2019)

- Choco

Choco sebagai anjing peliharaan Shaka. Choco adalah seekor anjing berjenis Golden Retriever berumur 4 tahun. Choco adalah peliharaan Ayah dan Ibu, namun ketika Shaki bertemu Choco, Choco menjadi peliharaan Shaka juga.



Gambar III.18 Karakteristik dari Choco  
Sumber: [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTuGW9MS7Q5KrKdQry4mhqv7K1KKQrcTL89p7d8TPEc7R1ZNru\\_yA](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTuGW9MS7Q5KrKdQry4mhqv7K1KKQrcTL89p7d8TPEc7R1ZNru_yA) (diakses pada 15/07/2019)

- Molly

Molly sebagai kucing peliharaan Shaki. Molly adalah seekor kucing berjenis kampung dengan corak khasnya yang berwarna hitam dan putih. Molly merupakan peliharaan Ayah dan Ibu, namun Molly juga menjadi peliharaan Shaki ketika pertama kali bertemu di rumah baru mereka.



Gambar III.19 Karakteristik dari Molly  
Sumber: <https://adearisandi.files.wordpress.com/2012/03/tuxedo.jpg>  
(diakses pada 15/07/2019)

#### b. Studi Latar

Dalam perancangan ini latar tempat pada buku ilustrasi Choco & Molly bertemakan latar sudut kota Bandung yang terinspirasi dari Studio Labo The Mori, taman pet park Bandung.

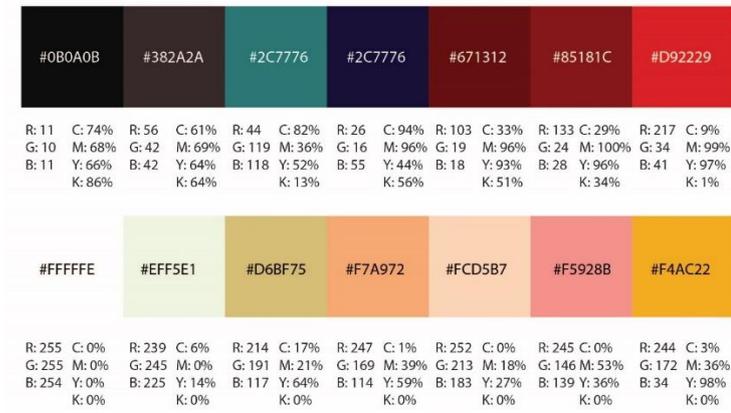


Gambar III.20 Karakteristik Latar Tempat  
Sumber: <https://adearisandi.files.wordpress.com/2012/03/tuxedo.jpg>  
(diakses pada 15/07/2019)

#### III.3.5. Warna

Warna yang digunakan untuk karakter adalah warna yang cerah, tegas namun dibebberapa halaman menampilkan warna-warna yang sejuk. Warna-warna yang sejuk cenderung lebih membuat nyaman untuk dilihat (Wantoro, 2013, h.191). Pemilihan warna disesuaikan dengan target khalayak sasaran yaitu anak-anak,

dimana anak-anak menyukai warna-warna yang cerah agar menarik perhatian target khalayak sasaran.



Gambar III.20 Warna untuk Karakter  
Sumber: dokumen pribadi (2019)