

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Khalayak ialah kelompok manusia yang dijadikan sasaran komunikasi, sedangkan sasaran ialah tujuan dari kegiatan untuk mencapai tujuan utama (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2003) jadi khalayak sasaran ialah sekelompok masyarakat yang dijadikan sasaran yang bertujuan untuk mencapai target yang sudah ditentukan.

Khalayak sasaran digunakan sebagai pertimbangan untuk penentuan media agar efektif dalam menyampaikan pesan yang dirancang dan sesuai dengan psikologis khalayak sasaran. Adanya perilaku, selera, kebiasaan, dan sikap yang berkaitan dengan khalayak sasaran (Kasilo, 2008, hal.13).

a. Demografis

- Usia : 21-40 Tahun

Khalayak sasaran yang dipilih berada dikisaran umur 21- 40 tahun. Hal ini dikarenakan usia tersebut wanita biasanya sudah dikatakan dewasa menurut usianya dan diusia tersebut tidak sedikit wanita telah menikah dan mulai berkiprah dimasyarakat. Hal ini berdasarkan kompilasi hukum Islam pasal 9 ayat (1). Batas usia anak yang mampu berdiri sendiri atau dewasa adalah dua puluh satu tahun, sepanjang anak tersebut tidak cacat fisik maupun mental atau belum pernah melangsungkan perkawinan. Artinya dewasa ketika sudah berumur 21 tahun atau sudah menikah, tidak cacat atau gila, dan dapat bertanggung jawab atas dirinya.

- Jenis kelamin : Wanita

Perancangan ini ditujukan kepada wanita dikarenakan fenomena yang terkait Asy-Syifa binti Abdullah yang merupakan wanita yang sering kali berkegiatan diluar rumah sama dengan wanita yang ada pada zaman sekarang.

- Pendidikan : S1-S2-S3

Pendidikan sangat penting dalam penerapan pengetahuan agar informasi yang didapat bisa dimengerti lebih mudah.

b. Psikologis

Menurut Alwisol (2005) kepribadian mencakup lima konsep yaitu karakter, *tempramen*, sifat, ciri, dan kebiasaan. Dalam perancangan ini dijelaskan bagaimana kebiasaan dan sifat dari khalayak sasaran yang telah ditentukan. Khalayak sasaran pada perancangan ini merupakan wanita. Wanita memiliki peran utama sebagai seorang ibu, istri, anak, dan juga hamba Allah SWT.

Dalam berkiprah diluar rumah tentunya wanita bersosialisasi dengan banyak orang dan juga melakukan berbagai macam kegiatan. Wanita cenderung memiliki emosi yang lebih menonjol dibanding lelaki (Qaradhawi, 2006: hal.25). Agama Islam memiliki aturan dalam berlaku terkait aturan bagaimana seharusnya wanita berperilaku saat berkiprah diluar rumah tanpa meninggalkan peran utamanya.

c. Geografis

Secara geografis umumnya ditunjukkan untuk seluruh wanita Indonesia, hal ini dikarenakan tempat yang menjadi studi kasus dari penelitian sebelumnya dan bahasa yang digunakan dalam perancangan adalah bahasa Indonesia.

d. *Costumer Journey*

Data ini merupakan keseharian yang berhubungan dengan khalayak sasaran yang telah didata, data yang dipaparkan terdiri dari waktu, kegiatan dan keterangan tempat lalu *point of contact*. Hal ini agar informasi yang dibuat mengenai Asy-Syifa binti Abdullah dapat sampai kepada khalayak sasaran.

• ***Weekday (Senin-Jumat)***

Tabel III.1. *Consumer Journey (Weekday)*

Sumber : Dokumen Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan dan keterangan	<i>Point Of Contact</i>
04.00 – 07.00	Di rumah : Bangun , shalat subuh, mandi, mandiin anak, siapin sarapan untuk suami dan bekal sekolah anak, berangkat kerja.	- <i>Handphone</i> (<i>Case Handphone</i>) - <i>Tumbler</i> - <i>Alat Shalat</i>

		<ul style="list-style-type: none"> - Kunci (gantungan kunci)
09.00 – 11.00	<p>Dikantor : Kerja, kalau ada dinas pergi keluar.(saat hari kerja)</p> <p>Dirumah : Bermain bersama anak dan suami, jalan-jalan keluar rumah saat ada kesempatan bersama anak dan suami (saat hari libur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Notebook</i> - Alat Tulis Kantor (Pulpen) - Laptop - <i>Pouch</i> - <i>Tumbler</i> - Membaca buku - Tas
13.00 – 15.00	<p>Dikantor : Istirahat, shalat dzuhur, menelfon suami dan menelfon keadaan anak dirumah atau mengisi waktu istirahat dengan makan siang dan membaca buku.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alat Shalat - <i>Tumbler</i> - Membaca buku
16.00 – 19.00	<p>Di kantor : Shalat ashar, menelfon suami untuk dijemput pulang kerja,</p> <p>Dirumah : Mandi, shalat magrib, makan bersama bersama anak dan suami, melihat pelajaran anak, main-main sama anak dan suami.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alat makan (<i>Mug</i>) - Buku catatan - Membaca buku
20.00 – 21.00	<p>Dirumah : Mengulas pelajaran anak disekolah bersama suami</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alat tulis - Buku catatan - Membaca buku
21.00 – 22.00	<p>Dirumah : Menidurkan anak, Shalat Isya, dan bercengkrama bersama suami</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bantal - Selimut
22.00 – 23.00	<p>Dirumah : Bila ada pekerjaan kantor dikerjakan terlebih dahulu lalu tidur</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Buku catatan - Laptop - Alat tulis

		(pulpen) - Membaca buku
--	--	----------------------------

- **Weekend (Sabtu- Minggu)**

Tabel III.2. *Consumer Journey (Weekend)*
Sumber : Dokumen Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan dan keterangan	Point Of Contact
04.00 – 07.00	Di rumah : Bangun , shalat subuh, mandi, mandiin anak, siapin sarapan	- <i>Handphone (Case Handphone)</i> - <i>Tumbler</i> - <i>Alat Shalat</i>
09.00 – 11.00	Dirumah : Bermain bersama anak dan suami, jalan-jalan keluar rumah saat ada kesempatan bersama anak dan suami, mengisi waktu luang istirahat dan membaca buku untuk ilmu baru dan mencatatat beberapa point.	- <i>Notebook</i> - <i>Pouch</i> - <i>Tumbler</i> - <i>Membaca buku</i> - <i>Tote Bag</i>
13.00 – 15.00	Istirahat, shalat dzuhur, bermain bersama anak dan suami, makan siang, dan mengunjungi rumah orang tua.	- <i>Alat Shalat</i> - <i>Tumbler</i> - <i>Membaca buku</i>
16.00 – 19.00	Mandi sore, shalat magrib, makan bersama bersama anak dan suami, melihat pelajaran anak, membaca buku	- <i>Alat makan (Mug)</i> - <i>Buku catatan</i> - <i>Membaca buku</i>
20.00 – 21.00	Mengulas pelajaran anak disekolah bersama suami sebelum kembali masuk sekolah	- <i>Alat tulis</i> - <i>Buku catatan</i> - <i>Membaca buku</i>

21.00 – 22.00	Menidurkan anak, Shalat Isya, dan bercengkrama bersama suami, mengulas beberapa buku yang sudah dibaca	<ul style="list-style-type: none"> - Bantal - Selimut - Membaca buku
23.00 – 04.00	Istirahat (tidur)	<ul style="list-style-type: none"> - Bantal - Selimut

Berdasarkan kegiatan yang dilakukan oleh khalayak sasaran diatas, dapat disimpulkan bahwa pada saat *weekday* dan *weekend* ada banyak kegiatan yang dilakukan khalayak sasaran dan mengisi waktu luangnya dengan membaca buku untuk ilmu baru yang didapat.

e. *Costumer Insight*

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya para wanita muslimah yang berkiprah diluar rumah dengan padat kegiatannya ingin berbagi waktu dengan keluarganya. Seperti membagi *shift* saat bekerja dan tidak pulang larut malam, lalu ingin mengusahakan setiap paginya mengurus anak dan suami dengan menyajikan sarapan dan lainnya. khalayak sasaran pada perancangan ini ingin menghabiskan waktu luangnya untuk menggali ilmu lewat buku atau gawai tentang *parenting* menjaga adab-adab pada saat diluar rumah. Tentunya menghabiskan waktunya lebih banyak bersama keluarganya.

III.2. Strategi perancangan

Strategi adalah cara yang mesti dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan. Agar tujuan itu tercapai maka dibutuhkan sebuah perancangan dengan sebuah solusi agar mendapatkan hasil yang baik. Media informasi mengenai Asy-Syifa binti Abdulllah dan wanita dizaman sekarang akan dibuat menjadi sebuah media cetak. Media cetak yang dibuat sebagai informasi terkait aturan-aturan dan juga hukum wanita berkiprah diluar rumah dan juga teladan Asy-Syifa binti Abdulllah pada zaman Rasulullah. Media cetak yang dirancang dapat mempengaruhi khalayak sasaran karena informasi yang dipaparkan akan dikemas sederhana dengan dengan

kalimat-kalimat singkat dan juga penggalan-penggalan ayat Al-Qur'an dan hadits, serta akan ditambah dengan visual untuk mendukung teks yang ada. Hal ini akan memudahkan khalayak sasaran memahami informasi yang ada pada media tersebut.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan dari Informasi ini untuk mengenalkan sosok Asy-Syifa binti Abdullah kepada wanita dizaman sekarang. Menjadikan Asy-Syifa binti Abdullah sebagai inspirasi untuk wanita muslim di Indonesia. Sehingga masyarakat khususnya wanita mendapatkan pengetahuan dalam mempelajari keberhasilan pada sosok Asy-Syifa binti Abdullah.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan yang dilakukan pada perancangan media informasi mengenai Asy-Syifa binti Abdullah sebagai sosok yang menginspirasi memakai bahasa Indonesia sesuai dengan khalayak sasaran dan mudah dimengerti, adapun komunikasi secara verbal dan visual adalah sebagai berikut:

a. Strategi Komunikasi Verbal

Informasi mengenai Asy-Syifa binti Abdullah sebagai sosok yang menginspirasi disampaikan memakai bahasa Indonesia dan bahasa asing yaitu Arab, mengenai istilah-istilah terkait Asy-Syifa binti Abdullah serta didalam informasi yang dikemas terdapat penggalan-penggalan ayat suci Al-Qur'an. Penggunaan Bahasa Indonesia menjadikan informasi yang dikemas menjadi mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

b. Strategi Komunikasi Visual

Visual yang digunakan berupa ilustrasi 2 dimensi, gambar yang dirancang berkarakteristik semi realis dimana media yang digunakan adalah kertas dan *water color* dan akan dipindai lalu selanjutnya akan melalui proses digital. Hal ini dikarenakan usia khalayak sasaran yang cenderung tertarik dengan gaya gambar semi realis dan desain buku yang akan dikemas secara menarik, desain mempengaruhi daya tarik dari sebuah produk, desain juga selalu berhubungan

dengan kehidupan sehari-hari dalam memilih suatu produk seperti dijelaskan oleh (Kurniawan, 2009) “Desain adalah ilmu yang berhubungan erat dengan semua aspek kehidupan manusia. Desain juga telah memberikan nilai dan makna bagi kehidupan manusia yang dipandang sebagai solusi.”



Gambar III.1 *Vignette* Ilustrasi
Sumber: <https://www.google.id/img/Vignette.jpg>
(Diakses pada 27 Juni 2019)

Pada bagian *cover* buku akan digambar jenis ilustrasi vignette, agar menarik perhatian pembaca. Vignette merupakan gambar ilustrasi berbentuk dekoratif yang berfungsi sebagai pengisi ruang kosong pada kertas narasi. Kata vignette berasal dari bahasa Perancis yang berarti batang anggur. di Perancis sendiri vignette merupakan seni hias buku, yang biasanya bentuk hiasan tersebut digunakan dalam seni grafika atau arsitektur, ada juga yang mengartikan vignette sebagai sebuah sketsa dengan gambar yang unik dan dekoratif, (Dictio, 2018).



Gambar III.2 Visual Bentuk Ilustrasi dari Kasiq Jungwoo
 Sumber: <https://instagram.com/kasiqjungwoo?igshid=syvuibutrqor>
 (Diakses pada 27 Juni 2019)

Ilustrasi yang akan digunakan dalam perancangan ini mengacu pada gaya gambar dari Kasiq Jungwoo yang berasal dari Korea. Bentuk ilustrasi yang ditampilkan tidak terlalu realistis, sederhana, menarik dan mudah dikenali. Menarik dalam arti mudah dikenali dalam bentuk dan juga jelas dalam penggambaran *outlinenya*. Alasan memilih teknik gambar sketsa *water color* karena dapat mewakili apa yang kurang mampu diucapkan melalui kata-kata atau kalimat tertentu. Bahkan keabstrakan bahan dapat dikonkretkan dengan kehadiran media gambar. Dengan demikian, khalayak sasaran lebih mudah mencerna bahan daripada tanpa bantuan media gambar (Djamarah dan Zain, 2012, h.136-137).

III.2.3. *Mandatory*

Demi melancarkan pendistribusian media yang dirancang, maka fungsi dari *mandatory* untuk menjalin kerja sama sebagai pihak yang akan menampilkan media yang dibuat. Maka dari itu *mandatory* sangat penting untuk membangun kerja sama yang akan menguntungkan bagi dua belah pihak. *Mandatory* dalam perancangan media informasi mengenai Asy-Syifa binti Abdullah yang akan dijadikan sebagai media cetak bekerja sama dengan Gramedia yang merupakan penerbit buku dan toko buk



Gambar III.3. Penerbit Gramedia
Sumber : <https://www.google.id/img/Gramedia.jpg>
(Diakses pada 13 April 2019)

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan pada perancangan ini adalah pesan-pesan yang mengandung edukasi secara tidak langsung. Seperti bagaimana seharusnya wanita muslim bersikap pada saat berkiprah diluar rumah.

Hal tersebut dapat diperinci sebagai berikut:

- Pada awal perancangan ini mengenalkan terlebih dulu tokoh Asy-Syifa binti Abdullah. Selanjutnya akan menjelaskan bagaimana perjalanan hidupnya khususnya sikap, sifat, kiprah dan pencapaian apa saja yang didapat oleh Asy-Syifa binti Abdullah guna menjadi inspirasi bagi pembacanya.
- Dilanjutkan dengan materi pesan inti bagaimana kolerasi antara wanita pada zaman sekarang yang memiliki gaya hidup *modern* dengan Asy-Syifa binti Abdullah.
- Pesan terakhir yaitu berupa pesan persuasi untuk wanita yang berkiprah, bagaimana cara bersikap diluar rumah dan juga bagaimana bersikap terhadap keluarganya apabila ia telah menikah.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan pada perancangan ini menggunakan gaya bahasa komparatif, yaitu bagaimana menceritakan perbandingan suatu peristiwa, suasana atau kegiatan dimasa lalu dengan keadaan sekarang dengan menggunakan kalimat. Gaya bahasa ini dipilih karena perancangan akan menampilkan cerita

komparatif yang menjelaskan suatu tokoh yang ada dimasa lalu dengan wanita saat ini sehingga informasi akan tersampaikan dengan baik.

III.2.6 Strategi Kreatif

Pendekatan kreatif yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan ilustrasi 2 dimensi dengan konsep *mix media*, dengan menggabungkan gaya gambar digital dan manual, gaya gambar manual menggunakan *water color*, *mix media* dipilih guna memperkuat isi cerita. Sehingga pembaca dapat dengan mudah menangkap pesan yang terkandung pada informasi ini. Konten dalam buku akan menceritakan seorang sahabat Rasul bernama Asy-Syifa binti Abdullah, diceritakan bagaimana keadaan dizaman Asy-Syifa binti Abdullah dan juga gambaran keadaan dizaman sekarang.

III.2.7 Strategi Media

Strategi Media pada perancangan ini akan membahas media utama dan juga media pendukung sebagai berikut:

a. Media utama

Strategi media pada perancangan ini berupa buku cerita bergambar, Pada data yang telah diperoleh sebelumnya terdapat masalah terkait dengan sejarah Asy-Syifa binti Abdullah yang berhubungan dengan wanita dizaman sekarang. Konten yang dibuat akan berisi kehidupan Asy-Syifa binti Abdullah pada saat sudah memeluk agama Islam dan juga kehidupan serta fenomena wanita pada saat ini serta didalamnya terdapat nilai-nilai informasi yang membahas aturan dan juga hukum sesuai dengan syari'at islam terkait wanita yang berkegiata diluar rumah.

Menurut (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2019) buku merupakan lembar kertas yang berjilid, berisikan tulisan atau gambar yang memuat suatu informasi. Menurut (Kurniasih, 2019) Buku adalah buah pikiran yang berisi ilmu atau informasi yang memuat pengetahuan hasil analisis terhadap kurikulum secara tertulis. Buku disusun menggunakan bahasa Indonesia, menarik, dan dilengkapi gambar serta daftar pustaka. Buku terbagi menjadi beberapa jenis yaitu :

- Novel
- Ensiklopedia
- Antologi
- Biografi atau Autobiograf
- Catatan Harian (Jurnal/*Diary*)
- Buku panduan
- Fotografi
- Atlas
- Komik
- Dongeng
- Cerita bergambar

Dalam perancangan ini jenis buku yang dipilih adalah cerita bergambar nonfiksi, dengan cara mengemas informasi yang telah ada sebelumnya kedalam bentuk visual baru mengenai latar belakang figur Asy-Syifa binti Abdullah dan wanita zaman sekarang. Masyarakat secara umum khususnya wanita dewasa membutuhkan media yang bersifat naratif, yaitu buku informasi bergambar yang memuat pengetahuan terkait Asy-Syifa binti Abdullah dan figur wanita zaman sekarang.

b. Media pendukung

Media pendukung sebagai penunjang media utama dari perancangan ini akan berupa media-media yang biasanya ada disekitar wanita dewasa. Akan dibuat menjadi dua bagian dimana kedua media pendukung ini berbeda dalam fungsi, tahapan informasi dan juga tahap pengingat. Tahapan informasi lebih ditujukan untuk promosi dari media utama dan tahap pengingat untuk khalayak sasaran yang sudah membeli media dan mendapatkan pengingat akan informasi yang terkandung pada media utama. Berikut adalah kejelasan dari dua tahapan tersebut:

1) Tahapan Informasi

- *X-Banner*

Dalam tahapan informasi *x-banner* berfungsi sebagai media promosi didalamnya terdapat sinopsis dari isi buku dan juga harga. Media ini dipilih karena cukup efektif dalam mempromosikan buku karena ukurannya yang cukup besar.

- *Flyer*

Media promosi ini cukup efektif untuk mempromosikan buku dengan membagikan selebaran disekitar tempat khalayak sasaran biasanya berkegiatan, didalamnya berisi sinopsis media utama dan juga informasi mengenai pembelian buku.

- Poster

Poster ini dipilih karena efektif disimpan diberbagai tempat yang telah diberi izin, seperti mading dikantor, masjid dan juga *mall*.

- Sosial media (Instagram)

Pada zaman yang semakin berkembang ini tidak sedikit masyarakat yang memiliki *smartphone* dan mengakses beberapa informasi dari sosial media salah satunya yang populer adalah Instagram, media sosial dipilih sebagai media promosi karena efektif untuk menyebarkan informasi secara nasional.

2) Tahap Pengingat

- *Notebook* Kecil

Sering kali dipakai oleh wanita untuk mencatat keseharian yang telah ia lewati, menulis pengeluaran uang ataupun *planning* yang akan dituju.

- Pembatas Buku

Berfungsi sebagai penanda saat khalayak sasaran membaca buku, pembatas buku ini akan bervisual dengan ciri media utama yang dibuat.

- Pulpen

Pulpen salah satu alat tulis yang sering digunakan saat memulai kegiatan menulis, dengan visual pulpen yang akan mencirikan dari perancangan yang dibuat akan selalu mengingatkan khalayak sasaran pada informasi yang terkandung pada media utama yang dibuat.

- *Mug*
Pada meja kantor ataupun dirumah mug biasanya digunakan untuk minum tetapi bisa juga sebagai menyimpan alat-alat kecil untuk kesan estetik pada ruangan.
- *Tumbler*
Digunakan oleh khalayak sasaran untuk menampung air lebih banyak karena tidak sedikit kegiatan yang membuat khalayak sasaran membutuhkan air lebih banyak untuk dikonsumsi.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Dalam pendistribusian akan melibatkan pihak-pihak yang berhubungan dengan objek penelitian seperti *mall*, *cafee*, disiarkan radio. Pendistribusian dimulai dengan pembagian media utama dan media pendukung *mall*, *cafee*, mading masjid. Apabila program distribusi tersebut berhasil, maka sistem yang serupa akan dilakukan di kota-kota besar secara berkala.

Tabel III.1. Waktu penyebaran
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Waktu Pendistribusian											
		September 2019				Oktober 2019				November 2019			
Media Utama	Buku Asy-Syifa binti Abdullah												
	Poster												
Media Promosi	<i>Flyer</i>												
	Sosial Media												
	<i>X-Banner</i>												
Merchandise	<i>Tumbler</i>												
	<i>Notebook</i> kecil												
	<i>Mug</i>												
	Pembatas Buku												

	Pulpen													
	Stiker													
	Gantungan Kunci													

Tabel III.2. Tempat penyebaran
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Tempat penyebaran				Ruang publik
		Masjid	Kantor	Toko Buku	Mall	Instagram
Media Utama	Buku Asy-Syifa binti Abdullah					
Media Promosi	<i>X-Banner</i>					
	Poster					
	Flyer					
	Konten Instagram					
Merchandise	<i>Tumbler</i>					
	<i>Notebook kecil</i>					
	<i>Mug</i>					
	Pembatas Buku					
	Pulpen					
	Stiker					
	Gantungan Kunci					

Tabel III.3. Cara penyebaran
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Cara Penyebaran
Media utama	Buku Asy-Syifa binti Abdullah	Dijual
Media Promosi	<i>X-Banner</i>	Dipasang
	Poster	Ditempel
	Flyer	Dibagikan

	Konten Instagram	Diposting
<i>Merchandise</i>	<i>Tumbler</i>	Dijual
	<i>Notebook kecil</i>	Dijual
	<i>Mug</i>	Dijual
	Pembatas Buku	Dijual
	Pulpen	Dijual
	Stiker	Dijual
	Gantungan Kunci	Dijual

III.2.9 Resume Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian pada perancangan ini akan diinformasikan melalui sosial media Instagram, lalu akan menyebar poster dan flyer ditempat-tempat tertentu yang telah diberi izin seperti *mall*, mading kantor, dan masjid.

III.3 Konsep Visual

Bentuk pola visual akan disesuaikan dengan khalayak sasaran, dengan membuat bentuk-bentuk visual yang merepresentasikan wanita zaman dulu dan zaman sekarang, identitasnya akan terlihat dengan gaya busana yang dikenakan serta warna-warna yang digunakan. Karena akan terlihat perbedaannya wanita zaman dulu yang hidup di zaman Rasullulah SAW masih minim menggunakan warna-warna pada pakaiannya serta model busana yang sangat sederhana, sedangkan wanita yang ada pada saat ini banyak sekali menggunakan warna pada pakaiannya. Pengembangan dari bentuk yang sebenarnya akan dikemas dengan gaya gambar yang ada. Konsep visual yang digambarkan akan dikhususkan kepada bentuk fisik dan juga gestur pada tokoh.



Gambar III.4 Referensi Visual dari wanita zaman dulu
Sumber : [https://www.google.id/img/wanitazaman dulu.jpg](https://www.google.id/img/wanitazaman%20dulu.jpg)
(Diakses pada 19 Juni 2019)



Gambar III.5 Referensi Visual dari wanita masa kini
Sumber : [https://www.google.id/img/wanita masa kini.jpg](https://www.google.id/img/wanita%20masa%20kini.jpg)
(Diakses pada 19 Juni 2019)

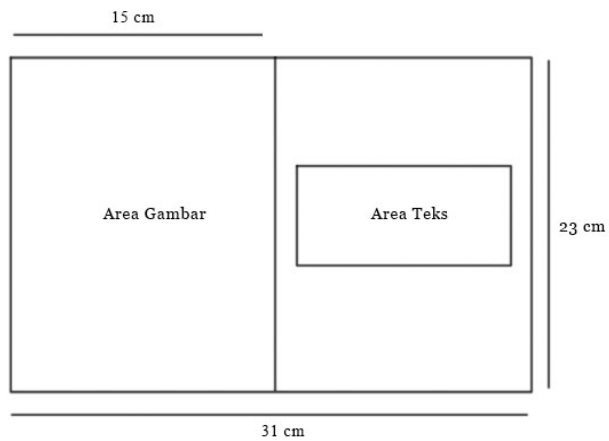
III.3.1 Format Desain

Format desain dan dimensi ukuran akan dibuat dengan ukuran 15cm x 23cm hampir sama dengan ukuran kertas A5. Ukuran tersebut dipilih agar efisien, mudah diletakan dimana saja dan mudah dibawa kemana saja karena ringan. Karena ukuran tersebut tidak terlalu besar dan tidak juga terlalu kecil sehingga tulisan dan gambar dapat terlihat dan terbaca dengan baik, ukuran dan bentuk dari buku yang *simple* sesuai dengan khalayak sasaran yaitu wanita dewasa. Ukuran buku 15cm x 23cm dengan jumlah 40 halaman, buku ilustrasi akan berwarna dan terdiri dari *cover* depan, halaman judul, halaman hak cipta, halaman isi, halaman bonus berupa lembar yang berisi stiker dan *cover* belakang.

Format desain yang digunakan adalah simetris, karena posisi gambar dan teks yang sejajar lurus dan elemen lainnya tersusun dengan rapih. Hal ini untuk memudahkan pembacanya dalam menangkap informasi yang ada pada media utama.



Gambar III.6 Referensi Format Desain
Sumber: Instagram Things & Thoughts i drew
(Diakses pada 19 Juni 2019)



Gambar III.7 Format Desain
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

III.3.2 Tata Letak / *Layout*

Layout merupakan susunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini juga bisa disebut manajemen bentuk dan bidang (Amborse & Harris, 2005, h.74). Tata letak atau dalam bahasa desain yang tidak asing didengar adalah *layout* merupakan pemetaan area yang akan dirancang pada suatu proyek desain menyusun dan memadukan elemen-elemen grafis berupa teks, gambar atau ilustrasi, tabel dan lain-lain. Bertujuan menghasilkan visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Tata letak yang digunakan pada perancangan ini adalah jenis *photography book* yang akan menampilkan gambar ilustrasi dengan teks narasi. Ilustrasi akan lebih fokus menampilkan karakter dan latar *setting* tempat yang lebih sedikit, dengan *background* yang berwarna *peach* perpaduan warna *pink* dan *orange*.

Gambar III.8 Referensi Tata Letak
Sumber : Buku Yuk Berhijab Felix Xiaw, h.28

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan unsur grafis yang dapat dibaca, melalui kata-kata yang tersusun dari huruf-huruf dan menghasilkan pemahaman terhadap pembaca, yang berisikan mengenai pesan atau gagasan (Kustrianto, 2007, h. 190-191). Istilah tipografi dan *font* sering digunakan secara bersamaan namun keduanya memiliki perbedaan. Tipografi adalah karakter desain yang disatukan oleh anatomi visual sedangkan *font* adalah satuan karakter sempurna dalam satu desain, ukuran, bentuk atau tipe gaya (KDT, 2007, h. 170).



Gambar III.9 Referensi Tipografi
Sumber: Pinterest.com
(Diakses pada 19 Juni 2019)

Font yang digunakan akan disesuaikan dengan khalayak sasaran dan menyesuaikan dengan ilustrasi yang dibuat, dengan tema huruf sambung untuk kesan elegan, menarik dan menyenangkan. *Font* yang digunakan untuk *headline* atau judul dari sampul buku menggunakan *font* LaAlddins yang dibuat oleh Typemacz Studio, lalu ditambah dengan *font* Nueva Std yang dibuat oleh Adobe System. *Bodytext* menggunakan *font* Baskerville Old Face yang dibuat oleh Stephenson Blake. *Font* yang digunakan dalam perancangan ini diunduh pada *website* dafont.com.

Penggunaan *font* LaAlddins sebagai judul dari buku karena bentuknya yang menyerupai huruf hijaiyah atau tulisan Arab sesuai dengan latar belakang tokoh utama Asy-Syifa binti Abdullah tinggal di Madinah, Arab Saudi. Lalu menggunakan *font* Baskerville Old Face sebagai *bodytext* jenis huruf serif yang memiliki garis kecil diakhir huruf dimana gestur dari *font* yang memiliki kemiripan dengan huruf Arab yang memiliki garis diakhir hurufnya.

ABCDEF GHIJKLM
NOPQRSTU VWXYZ
0123456789
!@#\$%^&* ()::”<,>.
?/{|~`’

Gambar III.10 *Font LaAladdins*
Sumber: dafont.com (2019)

ABCDEF GHIJKLM
NOPQRSTU VWXYZ
0123456789
!@#\$%^&* ()::”<,>.
?/{|~`’

Gambar III.11 *Font Baskerville Old Face*
Sumber: dafont.com (2019)

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!@#\$%^&*():"<, > . ? / { } [\ | ~ ' "

Gambar III.12 *Font Nueva Std*
Sumber: dafont.com (2019)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu gambaran yang terdiri dari elemen-elemen rupa yang membentuk suatu objek guna menerangkan, memperjelas sebuah bacaan berupa teks. Hal tersebut bertujuan untuk membuat pembaca ikut merasakan langsung mengenai sifat gerak dan kesan dari cerita yang ditampilkan melalui penglihatannya sendiri (Kustrianto, 2007, h. 110-111). Ilustrasi dalam sebuah buku dapat berfungsi sebagai berikut :

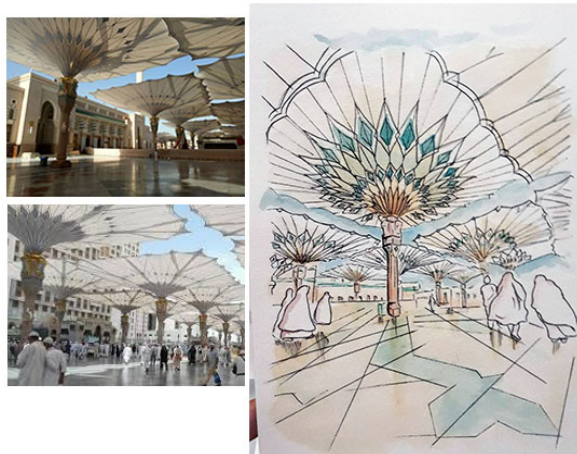
- Memberikan bayangan kepada pembaca akan bentuk objek dan suasana suatu informasi pada sebuah teks.
- Menampilkan gambaran agar suatu informasi dapat dipahami lebih mudah.
- Memvisualisasikan sebuah langkah-langkah pada intruksi dalam panduan teknik.

Dalam perancangan ini ada satu karakter utama yaitu Asy-Syifa binti Abdullah dan yang lainnya merupakan gambaran dari beberapa wanita murid Asy-Syifa binti Abdullah dan wanita saat ini.

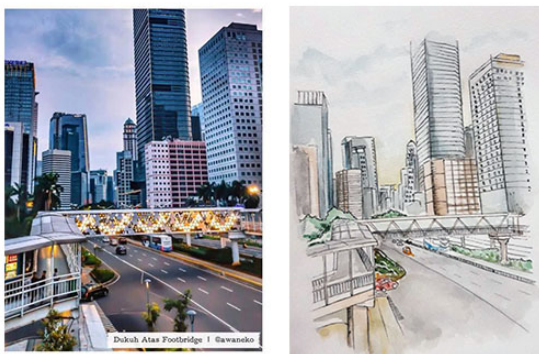
a. *Setting Tempat*

Setting latar dalam perancangan ini berguna untuk menggambarkan perbedaan antara masa lalu dan masa kini. Mulai dari transportasi yang digunakan hingga tempat tinggal dan juga tempat bekerja masyarakat pada masa lalu dan masa kini. Gambar yang dirancang mengacu pada potret asli yang sudah ada sebelumnya.

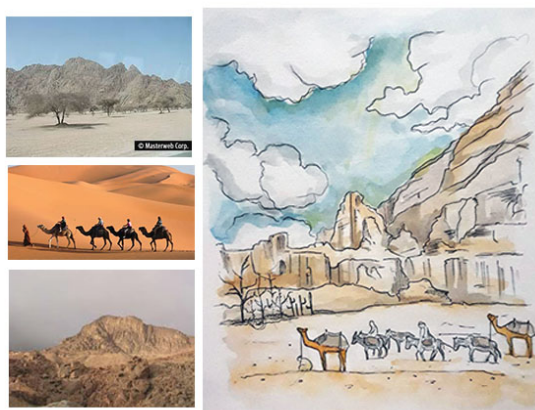
Dalam perancangan ini ada 3 *sample setting* tempat di Jeddah Madinah, kota Jakarta, dan juga perbukitan di Arab. Ilustrasi yang dibuat akan disusun secara realistis dengan situasi yang dipilih pada studi latar ini disesuaikan dengan gambaran yang pernah ada sebelumnya dan terjadi pada zaman sekarang. Hal ini dikarenakan agar penggambaran khalayak sasaran sesuai dengan keadaan sebenarnya guna memudahkan khalayak untuk memahami maksud dari informasi yang disampaikan.



Gambar III.13 *Setting Tempat* 01
Sumber : <https://www.google.id/img/Madinah.jpg>
(Diakses pada 27 Juni 2019)



Gambar III.14 *Setting* tempat 02
 Sumber : <https://www.google.id/img/Kota Jakarta.jpg>
 (Diakses pada 27 Juni 2019)



Gambar III.15 *Setting* Tempat 03
 Sumber : <https://www.google.id/img/Gurun Pasir.jpg>
 (Diakses pada 27 Juni 2019)

b. Studi Karakter

Karakter utama dalam media ini adalah Asy-Syifa binti Abdullah, karakteristik yang digambarkan sesuai dengan wanita Arab zaman dulu yang biasanya pada umumnya yang bercadar dan berpakaian lebar. Diilustrasikan bercadar karena pada zaman Rasulullah SAW wanita berpakaian sangat tertutup hingga menutupi sebagian wajah. Berdasarkan wawancara dengan Ummu Yusuf selaku narasumber dalam perancangan ini, menjelaskan bahwa tokoh Asy-Syifa binti Abdullah tidak memiliki penjelasan spesifik akan bentuk wajahnya dan pada 1 *Hijriyah* pada masa Asy-Syifa binti Abdullah hidup mayoritas wanita bercadar.



Gambar III.16 Karakter 01

Sumber : [https://www.google.id/img/Wanita Berhijab.jpg](https://www.google.id/img/Wanita%20Berhijab.jpg)
(Diakses pada 27 Juni 2019)

Lalu gambaran wanita zaman sekarang yang pada umumnya memiliki berbagai model pakaian dan juga gaya kerudung, studi karakter wanita zaman sekarang ini merupakan *sample* dari banyak banyaknya pakaian yang ada pada saat ini.



Gambar III.17 Karakter 02

Sumber : [https://www.google.id/img/Wanita zaman sekarang.jpg](https://www.google.id/img/Wanita%20zaman%20sekarang.jpg)
(Diakses pada 27 Juni 2019)

c. Ilustrasi pada sampul

Pada ilustrasi dibagian sampul buku terdapat sebuah gambar jam pasir didalamnya terdapat dua buah suasana dengan gambar yang berlawanan. Visual ini dibuat guna menggambarkan perubahan zaman berikut gambar *icon* dari sampul buku Asy-Syifa binti Abdullah



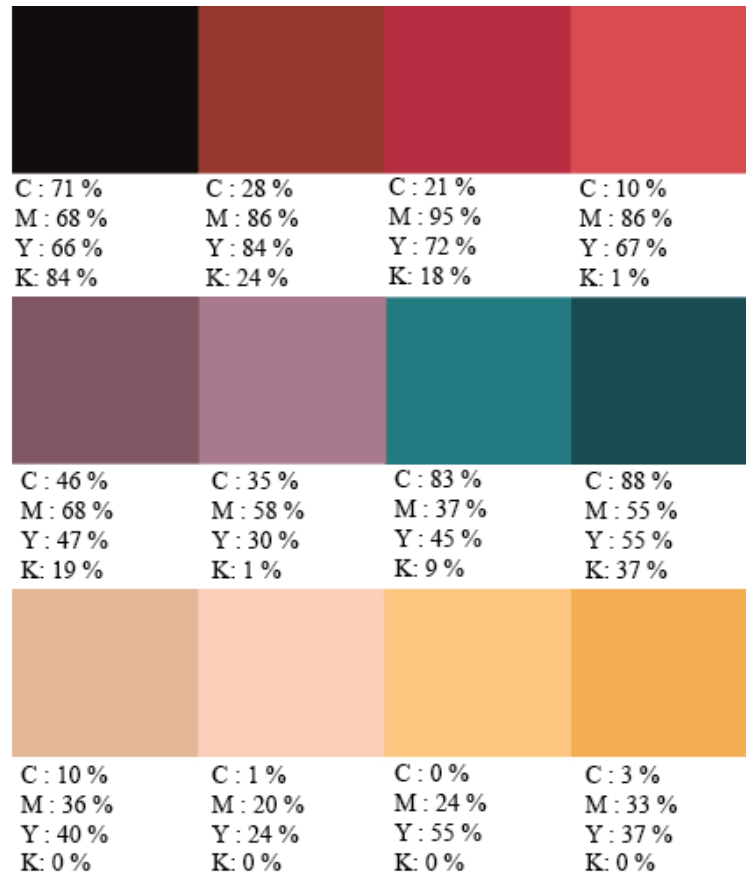
Gambar III.18 Gambar Sampul
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Kejelasan dari gambar diatas mengambil dari majas alegori dimana majas tersebut adalah majas perbandingan yang mengungkapkan suatu kiasan. Majas alegori digunakan untuk membandingkan dua hal yang berbeda menjadi suatu keutuhan yang terkait. Pada gambar diatas menunjukkan dua situasi yang berbeda *pramodern* dan *modern* dengan digambarkan menggunakan jam pasir menunjukkan semakin terkikisnya zaman dan membuat teknologi semakin maju dengan digambarkan situasi zaman dulu dimana masih banyak perbukitan dan pasir dan zaman sekarang dimana bangunan yang ada menggunakan salah satunya material pasir menjadi menjadi kokoh dan tinggi seperti diperkotaan.

III.3.4 Warna

Warna merupakan salah satu elemen dari desain, ciri-ciri sifat yang dimiliki suatu warna yaitu ada pada karakteristiknya yang berbeda-beda. Dalam mengaplikasikan warna yang harus dilakukan yaitu mempertimbangkan warna apa yang harus digunakan agar memiliki hasil yang sesuai dengan keinginan dari seorang seniman atau desainer (Kustrianto, 2007, h.46-49).

Dalam perancangan ini menggunakan warna lembut dan tegas yaitu mulai dari warna *pink*, coklat, biru, hijau, ungu dan kuning. Percampuran antara warna dari *water color* yang dipindai lalu menyunting warna yang ada pada *software* Adobe Photoshop Cs6.



Gambar III.19 *Palette* Warna Perancangan
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah CMYK, singkatan dari cyan, magenta, yellow-kuning, dan warna utamanya hitam, pewarnaan yang sering dipergunakan dalam pencetakan berwarna (Texo.co.id, 2019). Warna dominan yang digunakan pada palet diatas adalah warna sekunder merah dan turunannya sehingga memunculkan warna *pink*, *peach*, hingga *orange*. Warna dominan ini dipilih sesuai dengan karakteristik wanita yang *feminin*.