

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Penting di dalam sebuah strategi perancangan sangat diperlukan khalayak sasaran, agar lebih efektif dan lebih tepat. Khalayak sasaran merupakan kumpulan dari sabagian besar orang yang berpengetahuan, sikap, dan perilakunya yang secara cepat diubah melalui kegiatan berkampanye (McQuail & Windahl, 1993). Berdasarkan penjelasan tersebut, dalam menentukan khalayak sasaran harus selalu mempertimbangkan masalah yang terjadi dengan golongan khalayak tersebut, maka dari itu ditentukan khalayak sebagai berikut:

- Demografis

Demografis adalah salah satu ilmu yang mempelajari gambaran secara luas tentang masyarakat, demografis selalu berkaitan dengan ilmu yang mempelajari perilaku masyarakat secara menyeluruh. Maka dari itu, ada beberapa poin yang ditentukan mengenai khalayak sasaran sebagai berikut:

- Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- Usia: 15 – 17, pada usia ini merupakan tergolong dalam remaja awal.
- Pendidikan: SMP dan SMA khususnya yang berada di wilayah Majalengka, Jawa Barat.
- Status sosial: Menengah & menengah keatas.

- Geografis

- Wilayah: Masyarakat Perkotaan di wilayah Majalengka, Jawa Barat.

- Psikografis: Masa remaja merupakan fase pendewasaan dari fase anak-anak menuju fase dewasa, masa remaja mengalami perkembangan yang sangat besar atau fungsi untuk memasuki masa dewasa (Sumini & Sundari, 2004, h.53).

Maka media informasi ini ditunjukkan kepada target sasaran yang mempunyai target dan perilaku sebagai berikut:

- Remaja awal berusia 15 – 17 tahun.

- *Consumer Insight*

Consumer insight adalah salah satu sikap rasa ingin tahu secara mendalam mengenai latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen terhadap produk (Amalia, 2009).

Masyarakat memandang bahwa cerita Nyi Rambut Kasih perlu untuk diangkat kembali sebagai sebuah cerita dari Majalengaka.

- *Consumer Journey*

Consumer journey adalah suatu proses pemahaman suatu kondisi khalayak sasaran melalui proses kegiatan, yang dilakukan dengan tujuan mengetahui atau menentukan ide, untuk media-media yang akan digunakan. Dengan tujuan mendapat interaksi dan dapat tersampaikan terhadap sasaran.

Tabel III.1. Tabel Kegiatan Khalayak Sasaran Pada Hari Biasa
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Waktu	Aktivitas	Point of Contact
05.00 – 05.30	Sholat, mandi, berpakaian.	Rumah, kamar tidur, <i>handphone</i> , kamar mandi, jam weker
05.30 – 06.00	Sarapan, persiapan berangkat sekolah.	Meja makan, televisi, jam tangan, tas, jaket, rak buku, jalan raya.
06.00 – 06.30	Perjalanan sekolah	Helm, sepeda motor, jalan raya, macet.
07.00 – 11.30	Melakukan aktivitas belajar di sekolah.	Lingkungan sekolah, tempat parker, tas, alat tulis.
12.00 – 12.30	Istirahat, membuka <i>handphone</i> , makan siang, ngobrol bareng teman, sholat.	Kantin, tempat makan, dompet, <i>hanphone</i> , sosial media, jam tangan, alat sholat.
12.30 – 15.00	Kembali beraktivitas.	Buku, alat tulis, tepak, tas.

15.00- 16.00	Pulang sekolah, sholat, main <i>hanphone</i> .	Sosial media, jam tangan, jalan raya, warung, lampu merah, masjid, tempat parkir, gerbang.
16.00 – 18.00	Sampai rumah, nonton tv, ganti baju, mandi, sholat.	Rumah, garasi, ruang tv, kamar mandi.
18.00 – 21.00	Istirahat, mengerjakan PR, makan, main <i>hanphone</i> , tidur.	Sosial media, alat tulis, rak buku, meja belajar, meja makan, ruang keluarga, kamar tidur, bantal, jam weker.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah strategi untuk mencapai tujuan, dalam masalah yang telah ditentukan berdasarkan dengan masalah sebelumnya. Maka dari itu didapatkan solusi untuk perancangan ini dengan media yang telah ditentukan yaitu buku cerita bergambar, karena buku merupakan sebuah media yang paling efektif, selain itu buku cerita bergambar tergolong menarik (Fathin,2015) karena didalam isi tersebut tidak hanya menampilkan narasi melainkan banyak gambar, tujuannya untuk menginformasikan cerita Nyi Rambut Kasih beserta pesan-pesan moral positif yang ada pada cerita tersebut dan dapat menarik minat para remaja untuk mengetahui buku bergambar tersebut.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Media informasi berbentuk buku cerita bergambar bertujuan untuk menginformasikan kembali cerita Nyai Rambut Kasih yang pernah dibuat oleh Harnaeni Hamdan. HS pada tahun 1988 dengan judul NYI RAMBUT KASIH atau asal-usul Majalengka dan pesan moral positif pada cerita tersebut. Guna

memberikan ketertarikan kepada remaja untuk mencari tahu tentang cerita Nyi Rambut Kasih. Adapun tujuan melalui buku ini selain untuk menginformasikan cerita Nyi Rambut Kasih dan pesan moral positifnya yaitu, agar para remaja khususnya di wilayah Majalengka, Jawa Barat, Indonesia mengetahui tentang berdirinya kota Majalengka yang bersangkutan dengan Nyi Rambut Kasih. Sehingga diharapkan para khalayak dapat mengetahui sejarah yang sudah ada dari zaman dahulu.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Tingkah laku seseorang dapat diubah melalui media komunikasi, dimana suatu ide atau gagasan dari satu sumber penerima atau lebih (Rogers dalam Rusdan dan Hakiki, 2017). Selanjutnya agar informasi tersebut dapat disesuaikan dengan target khalayak, maka dari itu pendekatan komunikasi yang dilakukan untuk disesuaikan dengan khalayak sasaran, media ini dibuat dengan target khalayak sasaran dari 15–17 tahun.

- Pendekatan Visual

Dalam sebuah pendekatan visual untuk menginformasikan tentang cerita Nyi Rambut Kasih kepada audiens menampilkan yang berbeda dari sebelumnya yaitu, menampilkan sesuatu yang menarik berupa ilustrasi. Tema pada perancangan ini adalah sesuai dengan cerita yang ada, Penampilan visualnya menggunakan gambar semi realis dan menggunakan teknik mix media *watercolor* dan *drawing pen*. Gaya gambar tersebut digunakan agar dapat memberikan rasa ketertarikan terhadap khalayak. Fungsi dari perancangan ini yaitu menjelaskan cerita Nyi Rambut Kasih yang dituangkan melalui visual agar mudah dipahami dan khalayak merasa tertarik untuk mengetahuinya. Adapun referensi dari perancangan ini yaitu mengambil dari cerita rakyat Provinsi Bengkulu.



Gambar III.1 Cerita rakyat Provinsi BangkaBelitung
Sumber: <http://www.ceritadongenganak.com>
(Diakses pada 19/05/2019)

- Pendekatan Komunikasi Secara Verbal

Pendekatan verbal pada media informasi buku bergambar ini menggunakan Bahasa Indonesia yang formal sesuai dengan target khalayak yang merupakan orang Indonesia. Adapun bahasa Inggris yang digunakan dengan memakai bahasa Inggris yang hanya digunakan dalam media promosi.

III.2.3 Mandatory

Dalam perancangan ini diperlukan kerjasama dengan pihak-pihak tertentu agar memudahkan dan dapat mendukung dalam perancangan media informasi tentang Nyai Rambut Kasih ini. Pembuatan media informasi ini bekerjasama dengan Dinas

Kebudayaan Majalengka. Lembaga tersebut dipilih dengan tujuan dapat menyampaikan pesan yang dibuat dalam perancangan media informasi tentang Nyai Rambut Kasih.



Gambar III.2 Dinas Kebudayaan Kota Majalengka
Sumber: <http://disparbud.majalengkakab.go.id>
(Diakses pada 19/05/2019)

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan adalah menginformasikan cerita Nyai Rambut Kasih. Adapun pesan moral yang dituangkan dalam penyampaian materi tersebut kepada masyarakat khususnya remaja di Kota Majalengka, Jawa Barat. Dengan penyampaian visual yang berbeda diharapkan para remaja dapat tertarik dan mengetahui asal-usul Kota Majalengka dan dapat mengambil hikmah pesan moral positif tentang cerita Nyai Rambut Kasih.

III.2.5 Gaya Bahasa

Dalam cerita gaya biasanya selalu dihubungkan dengan pemilihan dan penyusunan bahasa. Gaya bahasa adalah sebuah cara yang khas bagi penulis dalam menggunakan bahasa, dalam pengertian inilah semua memiliki gaya (Tarigan, 1984, h.154). Unsur-unsur fiksi sangat berkaitan hubungannya dengan gaya bahasa

sehingga menghasilkan satu kesatuan (William, 1966, 57). Maka dari itu didalam perancangan ini memakai gaya bahasa litotes karena didalam perancangan ini Nyi Rambut Kasih sangat rendah hati kepada setiap rakyatnya.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif sangat diperlukan dalam sebuah perancangan, dengan tujuan agar sebuah hasil rancangan mempunyai ciri khas tersendiri, media utama dalam perancangan ini adalah buku cerita bergambar. Maka dari itu, karakter ilustrasi sangat ditonjolkan dalam perancangan ini, yang bertujuan agar pembaca tidak merasa bosan, pemberian ilustrasi dan visual yang ditampilkan pada buku tersebut menambah nilai estetika. Penambahan huruf, tata letak, dan juga warna yang dibuat semenarik mungkin akan sangat berperan penting dan mampu menambah daya tarik.

III.2.6.1 Copywriting

Copywriting merupakan salah satu cara penulisan dalam sebuah perancangan suatu media untuk membuat khalayak memberikan respon melalui buku cerita Nyi Rambut Kasih, *copywriting* juga bisa menjadi penguat dalam perancangan media pada perancangan ini yaitu buku cerita bergambar. Dalam studi perancangan ini *copywriting* yang digunakan adalah *copywriting* yang sederhana, yang memperkenalkan isi dari perancangan media secara jujur dan efektif. *Copywriting* yang digunakan sudah tertulis pada judul media perancangan ini yaitu buku cerita bergambar.

III.2.6.2 Storyline

Storyline merupakan alur atau struktur didalam pembuatan cerita, *storyline* dalam perancangan ini yaitu sebagai berikut:

Alkisah sekian abad yang lalu, disebelah barat Cirebon berdiri sebuah kerajaan yang bernama Sindangkasih. Kerajaan itu tidak seberapa besar, namun sangat subur dan makmur, rakyatnya hidup dengan aman dan damai. Kerajaan Sindangkasih

Kerajaan Sindangkasih adalah sebuah kerajaan yang terletak di tatar Sunda yaitu di Majalengka, Jawa Barat. Kerajaan ini dipimpin oleh seorang Ratu yang cantik dan mempunyai rambut yang sangat panjang. Mayoritas rakyat Sindangkasih adalah petani, terbukti karena wilayahnya berada di daerah pegunungan, tanah yang subur dan lahan hijau menjadi faktor pendukung yang paling utama, di Sindangkasih juga terdapat sebuah pohon yang bernama pohon Maja yang pada saat itu dipercaya dapat menyembuhkan berbagai penyakit. Ratu Ayu Panvidagan atau sering disebut Nyi Rambut Kasih adalah seorang ratu yang memegang tampuk kekuasaan di kerajaan Sindangkasih.

Beliau di nobatkan sebagai ratu, ketika usianya menjelang tiga puluh tahun, di usianya yang masih tergolong muda Nyi Rambut Kasih sudah berhasil memajukan Sindangkasih, sehingga mencapai kejayaannya, menjadi kerajaan yang gemah, ripah loh jinawi.

Nyi Rambut Kasih juga mempunyai rasa welas asih yang tinggi terhadap rakyatnya, dia memimpin rakyatnya dengan aman, damai dan mensejahterakan rakyatnya tanpa kepentingan apapun. Nyi Rambut Kasih juga terkenal sangat ramah, beliau sering memperhatikan dan menyapa rakyatnya setiap kali pulang kerja dari bertani. Pada Saat itu, di Cirebon juga terdapat salah satu kerajaan yaitu, kerajaan Sunan Gunung Jati yang dipimpin oleh seorang Sunan yang bernama Syeh Syarif Hidayatullah atau sering disebut Sunan Gunung Djati, selain menjadi seorang pemimpin, beliau juga adalah sosok yang membawa sekaligus menyebarkan agama Islam di wilayah Cirebon, Jawa Barat. Namun, pada saat yang bersamaan, rakyat Cirebon tengah dilanda malapetaka yang membuat rakyatnya menderita dan tidak bisa melakukan aktivitas apapun, sebagian rakyat Cirebon menderita penyakit demam yang tak kunjung membaik.

Berbagai cara telah dilakukan, mulai dari mengobati rakyatnya oleh tabib dan dukun, tetapi semuanya sia-sia dan tidak ada yang berhasil, Sunan Gunung Djati ikut mengontrol keadaan rakyatnya dengan cara mendatangi ke setiap rumah

rakyatnya, ia selalu mengingatkan bahwa dalam keadaan apapun harus tetap bersabar dan selalu ingat kepada yang maha kuasa. Pada saat itu Sunan Gunung Djati pun mengadakan perundingan dengan para tetua di kerjaan Sunan Gunung Djati untuk membahas tentang penyakit yang diderita oleh rakyatnya, dalam perundingan tersebut seorang tetua berkata bahwa ada saudaranya yang merupakan pedagang dan sering berjulan keluar daerah Cirebon mengetahui obat untuk menyembuhkan penderitaan rakyatnya. Seorang pedagang tersebut kemudian mengatakan bahwa keluarganya juga akhir-akhir kemarin menderita penyakit demam tersebut, namun ia diberi tahu oleh seorang tabib yang berasal dari Sindangkasih bahwa ada salah satu pohon paling mujarab untuk mengobati penderitaan keluarganya tersebut, yaitu pohon Maja yang hanya terdapat di wilayah Sindangkasih yang dipimpin oleh Nyi Rambut Kasih, ia menjelaskan cara menggunakan buah Maja tersebut yaitu batang pohon dan buahnya harus direbus sampai masak kemudian air rebusannya diminumkan kepada penderita penyakit tersebut.

Tidak lama dari itu Sunan Gunung Djati memanggil Pangeran Muhammad untuk mendatangi Nyi Rambut Kasih dan meminta izin mengambil buah maja, serta menyebarkan agama Islam, bahkan Sunan Gunung Jati mengatakan bila perlu kita tukar Pohon Maja dengan upeti yang akan dibawa. Para prajurit Cirebon langsung bergegas untuk menyiapkan kuda dan perbekalan yang akan dibawa. Sesampainya pasukan Cirebon akan memasuki perbatasan Sindangkasih, seorang penyidik mengetahui gerakannya yang kemudian penyidik itu segera memacu kudanya untuk melapor kepada sang ratu Nyi Rambut Kasih. Dengan tergesa-gesa penyidik menemui Nyi Rambut Kasih, dan langsung memohon untuk melapor bahwa akan ada tamu dari kerajaan Cirebon yang akan memasuki perbatasan.

Dengan memasang raut wajah murka yang dengan kesaktiannya, Nyi Rambut Kasih telah mengetahui maksud dan tujuan Cirebon datang ke Sindangkasih untuk meminta buah maja dan menyebarkan agama Islam, Nyi Rambut Kasih murka karena dia khawatir akan di Islam kan oleh rombongan dari Cirebon, sementara itu Nyi Rambut Kasih sangat menjunjung tinggi Sang Hyang Tunggal yang sudah berakar di Sindangkasih, kemudian ia menyuruh penyidik kembali melaksanakan tugasnya.

Pada saat itu juga Nyi Rambut Kasih memanggil Ki Patih dan menyuruhnya memanggil para kesatria yang ada di Sindangkasih untuk memusnahkan seluruh pohon Maja yang tumbuh subur di wilayah Sindangkasih. Pemusnahan pohon Maja pun dipimpin langsung oleh sang ratu Nyi Rambut Kasih untuk memastikan bahwa sudah tidak ada pohon Maja yang tersisa, setelah dirasa cukup karena sekalipun ada pohon yang tersisa, rombongan dari Cirebon tidak akan pernah menemukan pohon Maja tersebut. Setelah pemusnahan selesai Nyi Rambut Kasih melihat raut wajah Ki Patih dan para kesatria sangat lelah, Nyi Rambut Kasih pun meminta mereka untuk pulang ke rumah masing-masing untuk beristirahat. Setelah itu Nyi Rambut Kasih memutuskan untuk pergi ke Gunung Margatapa sebelum rombongan dari Cirebon masuk ke wilayah Sindangkasih, Nyi Rambut Kasih pergi ke Gunung Margatapa dengan maksud untuk bertapa dan dengan kesaktiannya dia berkemat-kamit kemudian mengucapkan sumpah bahwa kerajaan Sindangkasih akan hilang beserta pohon Majanya dan akan menjadi hutan belantara. Sesampainya rombongan dari Cirebon datang dan sangat terkejut karena mereka sangat kesulitan mencari kerajaan Sindangkasih dan pohon Maja, wilayah yang tadinya makmur, subur sekarang berubah menjadi hutan belantara, seorang prajurit dari Cirebon kemudian berteriak "Majane langka... Majane langka... Majane langka" yang berarti pohon Maja tidak ada. Dari sanalah Majalengka saat ini dan itu sebabnya Nyi Rambut Kasih disebut sebagai cikal bakal kabupaten majalengka saat ini.

III.2.7 Strategi Media

Dalam strategi ini pemanfaatan media sebagai sarana menyampaikan pesan menjadi paling utama dalam perancangan ini, informasi mengenai cerita nyai rambut kasih dikemas menjadi semakin menarik, dan banyaknya ilustrasi pada buku ini memberikan kesan yang berbeda dibandingkan dengan buku sebelumnya. Strategi dalam perancangan ini dibagi menjadi dua yaitu meliputi media utama dan media pendukung.

- **Media Utama**

Media utama menjadi salah satu media yang menjadi strategi utama dalam menyampaikan isi cerita, media utama lebih efisien dan mampu mencapai

tujuan utama yaitu informasi. Buku cerita bergambar dipilih sebagai media utama kepada target audiens yaitu remaja awal untuk memberikan pengetahuan tentang Nyi Rambut Kasih yang berkaitan erat dengan asal-usul Kota Majalengka saat ini. Buku merupakan buah pikir yang terdiri dari beberapa lembar dan disusun menjadi halaman, yang didalamnya terdapat teks atau gambar (Kurniasih, 2014, h. 60). Media utama yang berbentuk buku ini dirancang dengan memperbanyak ilustrasi didalamnya, yang bertujuan agar khalayak tidak cepat bosan saat membacanya dan menambah daya tarik untuk khalayak.

- Media Pendukung

Media pendukung merupakan salah satu media yang berperan penting untuk mempromosikan suatu produk agar dapat diterima oleh khalayak, adapun media pendukung diantaranya:

1. Media Cetak Promosi

- *X-Banner*

X-Banner adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang berbentuk persegi panjang dengan ukuran pada umumnya 60 cm x 160 cm, dengan penyangga berbahan dasar besi atau plastic agar dapat berdiri tegak. *X-Banner* ini yang akan digunakan sebagai media informasi dalam *launching* buku cerita bergambar dan akan ditempatkan didepan beberapa toko pada penyelenggaraan buku bergambar tersebut.

- Poster

Poster adalah media berbentuk selembur kertas dengan ukuran yang tidak ditentukan, poster biasanya memuat pesan singkat dipadukan dengan visual, kemudian poster tersebut akan diaplikasikan dengan cara ditempel pada dinding atau bidang tertentu.

- *Flyer*

Flyer adalah selebaran kertas yang dicetak dan dibagikan ditempat umum sebagai media promosi suatu produk.

2. *Merchandise*

Merchandise adalah media untuk mendukung suatu produk yang bertujuan untuk dikomersilkan atau dijual, fungsi dari *merchandise* yaitu untuk mendapatkan penghasilan lebih dalam sebuah produk, biasanya *merchandise* dibuat sebagai pengingat dan dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk para khalayak. Berikut beberapa *merchandise* yang digunakan yaitu:

- *Clothing/ Apparel*

Clothing/ Apparel adalah *merchandise* berbentuk benda pakai yang digunakan ditubuh seperti *t-shirt* dan sejenisnya. Dalam perancangan ini *merchandise apparel* yang digunakan adalah kaos, kaos adalah pakaian yang digunakan untuk keperluan sehari-hari. Kaos memiliki sifat yang cukup untuk mengaplikasikan elemen visual seperti gambar atau teks agar lebih menarik.

- *Tote Bag*

Tote Bag adalah tas berbahan dasar kanvas dengan ukuran rata-rata 30 cm x 40 cm dan memiliki tali selempang yang tidak terlalu panjang, cara pakai biasanya di sampirkan ke pundak para penggunanya.

3. *Gimmick*

Gimmick merupakan bagian dari *merchandise* yang diberikan secara gratis kepada pembeli suatu produk, dengan maksud tertentu, *gimmick* yang digunakan dalam perancangan ini diantaranya:

- *Sticker*

Sticker adalah gambar tempel yang dapat diaplikasikan pada media apapun, dalam perancangan ini *sticker* digunakan sebagai media pengingat.

- Pin Akrilik

Pin akrilik yang digunakan untuk media pendukung dalam perancangan ini yaitu pin berbahan dasar akrilik dengan ukuran 2 cm x 4 cm yang dapat digunakan untuk aksesoris pada totebag.

- Gantungan Kunci Akrilik

Gantungan kunci adalah gantungan yang digunakan untuk mempermudah menemukan kunci yang hilang atau lupa menyimpan, gantungan kunci

dalam perancangan ini berbahan dasar akrilik dan diaplikasikan dengan elemen visual seperti gambar dan teks.

- *Notebook*
Notebook yaitu buku catatan yang digunakan untuk menulis sesuatu hal menarik, dalam perancangan ini *notebook* dibuat dengan ukuran costum agar terlihat lebih unik dan mempunyai daya tarik.
- Pembatas buku yaitu sebuah alat yang digunakan untuk membatasi halaman buku yang dibaca, pembatas buku dibuat dengan desain yang menarik.
- *Standing character* pada perancangan ini memiliki fungsi sebagai penghias atau dekorasi yang akan diletakan dimeja tempat mendisplay media utama dan media pendukung guna memperkuat daya tarik.

III.2.8 Strategi Distribusi

Strategi distrubusi dalam perancangan ini dikhususkan untuk wilayah Majalengka, Jawa Barat, Indonesia. Penyebaran meliputi toko buku yang sudah terkenal dan mempunyai nama besar seperti Gramedia. Gramedia menjadi target pendistribusian buku informasi mengenai cerita Nyi Rambut Kasih dan Majalengka.

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

Media	Bulan											
	Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3			
Media Utama												
Buku Ilustrasi												
Media Pendukung												
1 Flyer												
2 Poster												
3 X-Banner												
Media Pengingat												
1 Gantungan Kunci												
2 Pin												
3 Kaos												
4 Tote Bag												
5 Sticker												
6 Notebook												
7 Pembatas Buku												

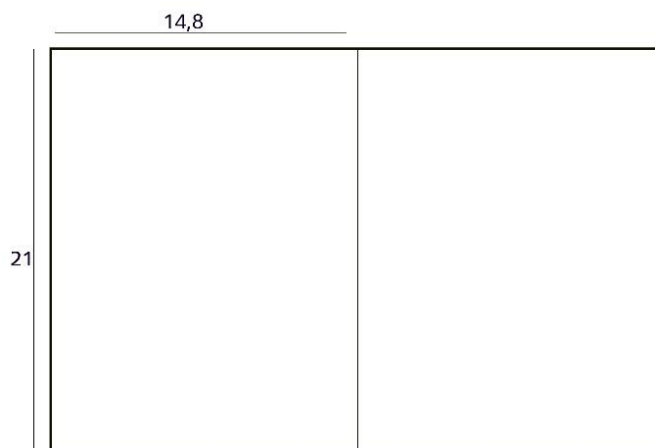
Pada peluncuran buku ini dilakukan strategi distribusi yang diawali dengan menyebarkan poster pada mading sekolah dan halte-halte jalan kemudian akan dilanjutkan dengan membagi-bagikan *flyer* dan akan dipasang *x banner* pada toko Gramedia yang ada guna memberikan informasi kepada setiap pengunjung yang datang. Untuk penjualan buku dan *merchandise* dijual secara paketan dimana dengan membeli buku tersebut sudah lengkap dengan semua *merchandise* yang ada.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan informasi ini menggunakan ilustrasi bergaya semi-realis, dengan memperbanyak ilustrasi agar terlihat menarik dan penambahan teks pada buku cerita bergambar ini, guna memudahkan khalayak untuk dapat memahami isi cerita. Agar perancangan ini lebih maksimal ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatannya, diantaranya format desain yang akan dibuat berdasarkan media utama, bagaimana tata letak dan pemilihan huruf serta warna yang akan digunakan.

III.3.1 Format Desain

Buku cerita bergambar dengan judul *Nyi Rambut Kasih dan Majalengka* memiliki format desain dengan ukuran 21 cm x 14 cm berbentuk potrait, format desain ini dipilih karena akan terlihat lebih praktis, hal ini menjadi daya tarik bagi pembacanya.

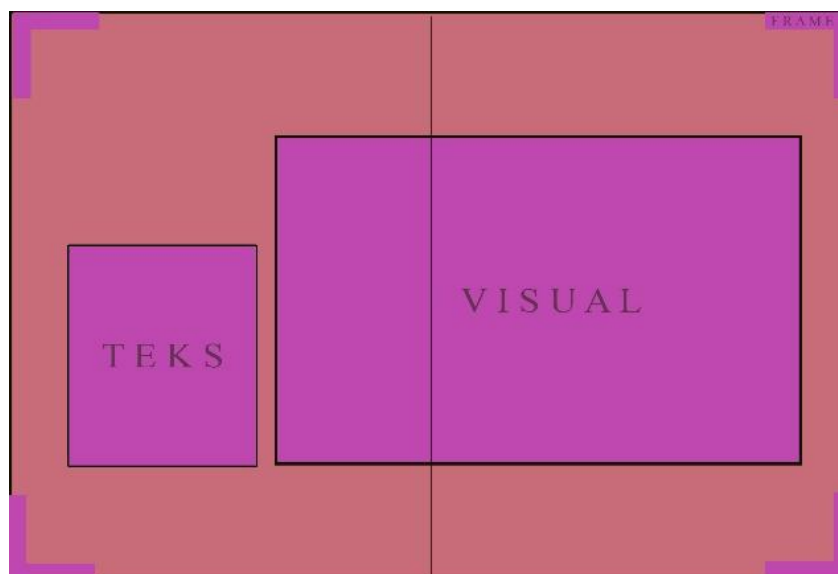


Gambar III.3 Ukuran Halaman
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak merupakan pengaturan susunan dari beberapa elemen visual seperti ilustrasi dan teks. Tata letak biasanya diatur sedemikian rupa, agar orang-orang yang membaca bisa lebih mudah memahami konten yang terdapat dalam sebuah buku Hendratman dalam Guruh (2008, h. 25).

Maka dengan ini tata letak dalam perancangan buku bergambar dengan judul Nyi Rambut Kasih & Majalengaka yang berisi 70% ilustrasi dan 30% teks, diatur dan diperhitungkan agar pembaca merasa nyaman dan mudah mengerti.



Gambar III.4 Layout Halaman
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan elemen grafis yang mudah dibaca, kejelasan huruf, bentuk dan keterbacaan menjadi faktor utama untuk dapat memudahkan pembaca untuk memahami suatu pesan atau ide yang dituangkan (Sudiana, 2001, h.1)

Tipografi dalam perancangan media buku bergambar ini menggunakan *font* berbayar, penggunaan *font* yang baik dan mudah untuk dibaca dapat membuat kesan terhadap karya yang dibuat. Warna, bentuk, dan ukuran akan memberikan kesan yang berbeda, jenis *font* yang digunakan adalah *font* yang dapat dengan

mudah dipahami oleh remaja, maka dari itu *font* yang digunakan terkesan santai namun sangat jelas dan mudah dibaca.

- Tipografi Judul

Jenis huruf pada judul memakai *font* “Bird Of Paradise” yang dibuat custom dengan menambahkan elemen mahkota yang terdapat pada gambar mahkota Nyi Rambut Kasih, guna memberikan kesan yang selaras dengan cerita utama yaitu cerita Nyi Rambut Kasih.

Lisensi *Font*: Lisensi pada *font* Bird Of Paradise yaitu berbayar dan gratis hanya untuk personal.

Desainer *font*: Al Eliot 1975

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
!@#%&*()



Gambar III.5 *Font* Judul Buku Nyi Rambut Kasih
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Tipografi Primer

Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan buku bergambar ini yaitu menggunakan jenis huruf *sans serif* dimana jenis huruf ini terkesan tidak kaku, *font* ini juga digunakan sebagai copywriting, tagline, keterangan

penerbit, keterangan penulis, dan bodytext. *Font* yang dipilih yaitu “Avenir Next”.

Lisensi Font: Lisensi pada font avenir next yaitu bebas untuk personal dan berbayar komersil.

Desainer *font*: Adrian Frutiger, Akira Kobayashi, Akaki Razmadze.

Avenir Next

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y

Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

!@#\$%^&*()

The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Gambar III.6 Font Avenir Next
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.3.4 Ilustrasi

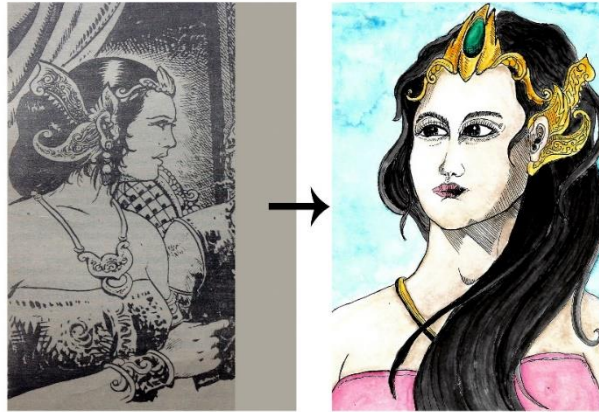
Ilustrasi adalah suatu ekspektasi suatu gambaran ketidakmungkinan yang tidak jauh berbeda dengan yang dibayangkan atau dipikirkan, mempunyai sifat virtual maya dan bekerja dalam berbagai diverikasi. Alan (2007). Ilustrasi pada perancangan ini memacu pada cerita Nyi Rambut Kasih, dengan gaya gambar semi-realis yang terkesan menarik, selain itu gambaran ilustrasi pada perancangan ini menggunakan teknik manual yang memadukan *drawing pen* dan *watercolor* membuat buku bergambar ini menjadi sangat eksklusif.

- Studi Karakter

Studi karakter dilakukan untuk menentukan tokoh-tokoh yang ada dalam cerita Nyai Rambut Kasih, dimulai dari tokoh utama:

- Nyai Rambut Kasih

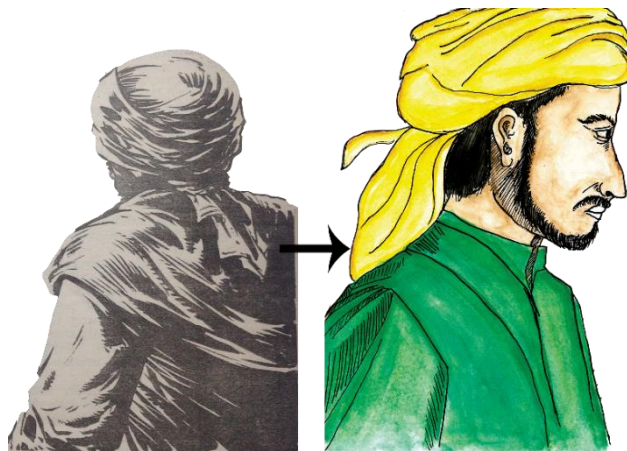
Nyai Rambut Kasih adalah tokoh utama dalam perancangan ini, dalam ceritanya Nyai Rambut Kasih dikenal sebagai Ratu di kerajaan Sindangkasih yang mempunyai wajah yang cantik dan rambut yang panjang serta dikenal dengan sifatnya yang welas asih.



Gambar III.7 Karakter Nyi Rambut Kasih
Sumber: Buku Cerita Rakyat karya Harnaeni Hamdan

- Sunan Gunung Dati

Sunan Gunung Djati merupakan bagian dari wali songo. Wali songo merupakan salah satu pelopor penyebar agama Islam terutama ditanah jawa. Sunan Gunung Djati memiliki nama Raden Syarif Hidayatullah. Merupakan keturunan seorang penguasa dari mesir yang menikah dengan Nyi Rara Santang dari kesultanan Demak. Sunan Gunung Djati merupakan raja kedua kedua Cirebon setelah pamannya dan diberi gelar Maulana Djati.



Gambar III.8 Sunan Gunung Jati
Sumber: Buku Cerita Rakyat karya Harnaeni Hamdan

- Pangeran Muhammad

Pangeran Muhammad adalah putra dari Sunan Gunung Djati. Untuk mencari buah dari pohon Maja tersebut, pangeran Muhammad diutus untuk menemukan pohon tersebut ke kerajaan Sindangkasih. Sembari melakukan perjalanan ke kerajaan Sindangkasih, Sunan Gunung Djati memerintahkan mereka menyebarkan agama Islam.



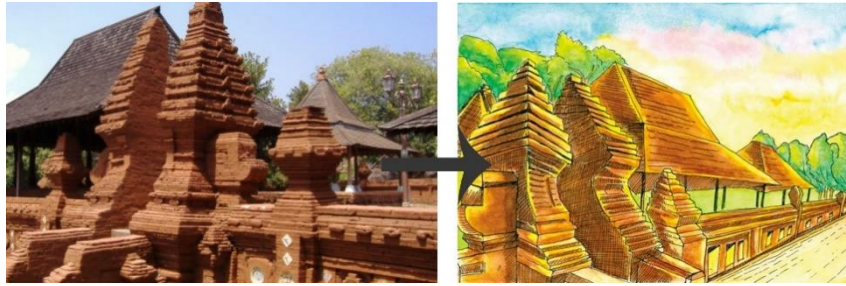
Gambar III.9 Pangeran Muhammad
Sumber: Buku Cerita Rakyat karya Harnaeni Hamdan

• Studi Lokasi

Pada Saat itu wilayah Sindangkasih merupakan wilayah yang subur dan banyak lahan pertanian serta hutannya yang hijau, begitu juga dalam perancangan ini memunculkan gambaran kerjaan Sunan Gunung Jati yang berada di daerah Cirebon.



Gambar III.10 Wilayah Sindangkasih
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.11 Kerajaan Sunan Gunung Jati
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.3.5 Warna

Dalam seni lukis warna merupakan aspek terpenting, warna juga dapat mempengaruhi setiap mata yang melihatnya. Kusrianto (2017).

Warna yang digunakan dalam perancangan ini yaitu warna tersier, penggabungan antara warna primer dan sekunder, karena pada perancangan ini banyak sekali penggambaran nuansa alam dan nuana saat berada diruangan serta gradasi pada objek yang ada didalamnya.

#013810 R: 1 C: 83% G: 56 M: 48% B: 16 Y: 92% K: 62%	#18592D R: 19 C: 87% G: 89 M: 38% B: 32 Y: 100% K: 37%	#1B7F37 R: 27 C: 86% G: 127 M: 26% B: 55 Y: 100% K: 13%
#0E16029 R: 225 C: 7% G: 96 M: 76% B: 41 Y: 98% K: 1%	#EF9B06 R: 239 C: 4% G: 155 M: 44% B: 6 Y: 100% K: 0%	#FFDA00 R: 255 C: 2% G: 218 M: 11% B: 6 Y: 100% K: 0%
#243A7B R: 36 C: 100% G: 58 M: 90% B: 123 Y: 22% K: 8%	#325EAB R: 50 C: 87% G: 94 M: 68% B: 171 Y: 0% K: 0%	#4788C7 R: C: 71% G: 56 M: 39% B: 16 Y: 0% K: 0%
#FF0000 R: 255 C: 0% G: 0 M: 99% B: 0 Y: 100% K: 0%	#E02E41 R: 224 C: 6% G: 46 M: 96% B: 67 Y: 76% K: 0%	#DD2F9B R: 221 C: 10% G: 47 M: 92% B: 155 Y: 0% K: 0%
#492210 R: 73 C: 44% G: 34 M: 77% B: 16 Y: 85% K: 66%	#000000 R: 0 C: 75% G: 0 M: 68% B: 0 Y: 67% K: 90%	#FFFFFF R: 25 C: 0% G: 25 M: 0% B: 25 Y: 0% K: 0%

Gambar III.12 Skema Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Warna diatas adalah warna-warna yang digunakan dalam perancangan ini, penggabungan dari warna-warna tersebut dan hingga didapatkan warna tersier yang cocok. Pada warna RGB akan digunakan untuk tampilan digital dan warna CMYK akan digunakan untuk media cetak.