

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

McQuail dan Windahl (1993) menyatakan bahwa khalayak sasaran adalah orang-orang yang menjadi tujuan utama bagi pembuatan sebuah media. Dalam membuat sebuah perancangan media, yang harus dilakukan yaitu menentukan khalayak sasaran, agar media dapat disesuaikan dengan khalayak sasaran. Khalayak sasaran pada perancangan ini akan terbagi menjadi dua yaitu target primer dan sekunder yang ditentukan berdasarkan segi demografis, psikografis dan geografis.

1. Target primer

a. Demografis

- **Usia : Anak-anak yang berusia 6 sampai 7 tahun**
Dipilih anak-anak pada usia 6 sampai 7 tahun karena, kasus aksi saling ejek antar suku yang jika dibiarkan dapat tumbuhnya rasa tidak nasionalis ini terjadi diantara anak-anak usia tersebut, sehingga perlu ditanamkannya karakter nasionalis pada anak-anak tersebut.
- **Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan**
Fenomena aksi saling ejek antar suku tidak hanya terjadi di kalangan anak perempuan saja, melainkan terjadi di kalangan anak laki-laki juga.
- **Pendidikan : Sekolah Dasar Negeri**
Kasus aksi saling ejek antar suku terjadi di Sekolah Dasar Negeri favorit di Kota Bandung krena di SD Negeri tersebut terdapat siswa siswi yang latar belakang sukunya berbeda beda

- Status Ekonomi: Menengah

Fenomena aksi saling ejek antar suku dilakukan oleh anak-anak dengan orangtua yang memiliki status ekonomi menengah, karena orang dengan status ekonomi menengah atau berpenghasilan tinggi, biasanya individualis.

b. Psikografis

Para pembaca dari media informasi ini adalah anak-anak yang memiliki kecenderungan sikap intoleran dan memiliki ikatan batin yang rendah dengan orangtua. Media informasi ini juga dibuat untuk menumbuhkan karakter toleransi pada anak dan kerekatan hubungan bagi orangtua dan anak.

c. Geografis

Khalayak sasaran berdasarkan geografis dalam perancangan ini mengacu kepada segi demografis yang telah dipaparkan di atas, yang bertempat tinggal di kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan target khalayak yang bertempat tinggal di kota Bandung dikarenakan untuk kemudahan distribusi yang mudah dijangkau dengan baik, karena toko buku dapat dengan mudah ditemukan.

2. Target sekunder

Target sekunder atau khalayak sasaran kedua ditujukan kepada orangtua si anak, karena orangtua adalah orang yang paling berperan dalam merawat dan mendidik anak.

a. Demografis

- Usia : 27 - 37 Tahun

Pemilihan khalayak sasaran sekunder yaitu pada usia 27-40 tahun yang dimana pada usia tersebut rata-rata orang tua sudah memiliki anak.

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Khalayak sasaran sekunder ditujukan kepada orangtua si anak, baik ayah atau ibu yang memiliki ketertarikan terhadap buku cerita bergambar yang berisi nilai-nilai pendidikan karakter yang baik untuk anak.

- Pendidikan : S1

Pemilihan khalayak sasaran sekunder ditujukan kepada orangtua dengan pendidikan Strata 1 karena orangtua dengan pendidikan S1 memiliki keterampilan, pengetahuan dan wawasan yang lebih tinggi.

- Pekerjaan : Karyawan dan wiraswasta

Pemilihan khalayak sasaran sekunder ditujukan kepada orangtua yang memiliki penghasilan relatif tinggi.

- Status Ekonomi : Menengah

Pemilihan khalayak sasaran sekunder ditujukan kepada orangtua dengan Status Ekonomi Menengah – Atas.

b. Psikografis

Pemilihan khalayak sasaran sekunder berdasarkan psikografis ditujukan kepada kedua orangtua target primer, yang bertempat tinggal di kota. Orangtua yang bertempat tinggal di kota biasanya lebih individual, pekerja aktif sehingga memiliki ikatan batin yang cenderung rendah dengan sang anak. Media informasi ini dibuat untuk selain menumbuhkan nilai-nilai karakter nasionalis, juga untuk menumbuhkan kerekatan hubungan antara anak dan orangtua.

c. Geografis

Khalayak sasaran berdasarkan geografis dalam perancangan ini mengacu kepada segi demografis yang telah dipaparkan di atas, yang bertempat tinggal di kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan target khalayak yang bertempat tinggal di kota Bandung dikarenakan untuk kemudahan distribusi yang mudah dijangkau dengan baik, karena toko buku dapat dengan mudah ditemukan.

III.2 Strategi Perancangan

Menurut Siagian (2004) strategi merupakan keputusan-keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Untuk mencapai tujuan maka dibutuhkan perancangan dengan sebuah solusi agar hasilnya dapat berjalan dengan baik. Di dalam data yang sudah diperoleh sebelumnya, terdapat masalah yang berhubungan dengan rasa nasionalisme pada anak, salah satunya yaitu tingginya potensi untuk membuat media informasi dengan cara mengemas informasi yang sudah ada kedalam bentuk visual baru mengenai cerita rakyat Indonesia yang beragam. Masyarakat secara umum dan anak-anak secara khusus membutuhkan sebuah media yang bersifat naratif, yaitu buku informasi bergambar yang berfungsi sebagai sumber edukasi penanaman karakter nasionalis.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi ini adalah memberikan pengetahuan mengenai perbedaan yang terdapat di Negara Indonesia. Dengan tujuan tersebut, masyarakat Indonesia khususnya anak-anak mendapatkan pendidikan karakter dalam menghargai perbedaan yang ada, sehingga dapat tumbuhnya rasa nasionalisme pada anak serta meningkatkan kemauan anak dan orangtua dalam membaca buku.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi pada perancangan media informasi interaktif mengenai penanaman rasa nasionalisme pada anak ini akan menggunakan pendekatan sosial. Berupa buku cerita bergambar yang di dalamnya berisi informasi mengenai hal-hal baik yang terdapat dalam setiap perbedaan.

a. Strategi Komunikasi Verbal

Bahasa yang digunakan dalam pendekatan verbal yaitu menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa daerah yang ada di Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia akan menjadikan informasi mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat khususnya

anak-anak dan secara tidak langsung anak-anak dapat memahami bahasa dan menambah kosa kata dalam berbicara.

b. Strategi Komunikasi Visual

Pendekatan visual yang dibuat dalam perancangan ini menggunakan ilustrasi yang menggambarkan cerita kehidupan sehari-hari anak-anak di rumah dan di sekolah, cerita gambar cerita tersebut dijadikan sebagai pengantar dari teka-teki kuis, gambar-gambar yang belum selesai dan harus diselesaikan oleh target khalayak.

III.2.3. Mandatory

Mandatory adalah perusahaan atau lembaga yang memberikan mandat. Berdasarkan perancangan yang telah dibuat, maka *mandatory* dari perancangan ini adalah Penerbit Yudhistira sebagai badan yang mencetak dan menerbitkan media utama dari perancangan ini, selain penerbit buku, *mandatory* yang lain adalah Dinas Pendidikan Kota Bandung, Dinas ini yang mengeluarkan diharuskannya penerbitan media utama yang akan membantu anak-anak sekolah dasar dalam menumbuhkan karakter nasionalis, hal ini diperkuat oleh pernyataan Menteri Pendidikan, Prof. Dr. Muhajir Effendy, M.A.P (2019) mengatakan bahwa perlunya pendidikan karakter bangsa.



Gambar II.2.3 Logo Dinas Pendidikan Kota Bandung
Sumber: <https://disdik.bandung.go.id/ver3/>



Gambar II.2.3 Logo Penerbit Yudhistira
Sumber: <http://www.yudhistira-gi.com/>

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan yang digunakan dalam perancangan ini adalah pesan-pesan yang mengandung edukasi secara tidak langsung, seperti bagaimana cara mengatasi sikap yang cenderung intoleran terhadap sesama.

Hal tersebut dapat diperinci sebagai berikut.

1. Diawali dengan pengenalan tokoh dan sifat dasarnya. Tokoh-tokoh akan memiliki sifat dan latar belakang yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Karena hal tersebut akan menstimulus otak anak, bagaimana anak belajar mengenai hal baik dalam perbedaan.
2. Dilanjutkan dengan materi pesan inti yang informatif berupa cerita pengantar yang berisi tentang budaya-budaya Indonesia. Cerita pengantar dapat memudahkan target khalayak yang masih anak-anak untuk dapat menyelesaikan kuis-kuis yang terdapat pada halaman-halaman selanjutnya.
3. Pesan terakhir yaitu berupa pesan persuasi untuk anak-anak berupa kuis-kuis yang harus diselesaikan, hal ini bertujuan agar anak-anak dapat menghargai perbedaan sehingga dapat menghilangkan sikap yang cenderung intoleran serta dapat tumbuhnya rasa nasionalisme.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan ini adalah gaya bahasa yang persuasif atau mengajak agar target khalayak, khususnya anak-anak dapat dengan mudah mengikuti jalan cerita yang dipaparkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia,

persuasif bersifat membujuk secara halus (supaya menjadi yakin). Sedangkan menurut Betinghaus (1973), mengemukakan bahwa komunikasi persuasif ini dapat mempengaruhi pemikiran dan perbuatan seseorang, hubungan aktivitas antara pembicara dan pendengar dimana pembicara berusaha mempengaruhi tingkah laku pendengar melalui perantara pendengaran dan penglihatan.

Di dalam buku cerita bergambar interaktif terdapat beberapa kata yang bersifat persuasif atau bersifat mengajak. Kata-kata tersebut bertujuan untuk mengajak target audiens untuk melakukan kegiatan yang terdapat di dalam buku. Hal tersebut dapat membantu kelancaran dalam mencapai tujuan utama, yaitu menumbuhkan karakter anak yang nasionalis.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi yang digunakan dalam perancangan ini yaitu dengan dibuatnya cerita-cerita pengantar sebelum halaman-halaman cerita interaktif. Anak-anak dibuat membaca cerita sebelum mengerjakan kuis-kuis, sehingga anak-anak akan mendapatkan informasi dan nilai nasionalisme dapat tertanamkan pada anak tanpa ada paksaan.

III.2.7 Strategi Media

a. Media Utama

Media buku cerita bergambar interaktif digunakan sebagai media utama. Di dalamnya mengandung nilai-nilai penanaman karakter nasionalis anak. Konten di dalamnya berisi mengenai cerita pengantar yang berlatarkan kehidupan anak-anak sehari-hari, serta terdapat permainan interaktif.

Media buku cerita bergambar interaktif dipilih karena, pada dasarnya anak-anak menyukai gambar dan suka bermain, seperti yang dikatakan oleh Bobby Hartanto, MPsi dalam acara Konferensi Smart Parents “Otak manusia cenderung lebih menyukai hal yang bergambar dan berwarna. Karena gambar dapat memiliki banyak arti, sedangkan warna menjadikan segala sesuatu menjadi lebih hidup”

b. Media Pendukung

- *X-Banner*

X-Banner berisi informasi singkat mengenai buku cerita bergambar interaktif tersebut. Isi singkat dan *merchandise* yang didapat akan ditampilkan di *X-Banner*. Media ini juga bertujuan untuk menambah promosi kepada target audiens agar penyampaiannya lebih efektif.

- Poster

Fungsi poster juga sebagai media promosi yang efektif. Poster akan berisi informasi singkat mengenai media utama buku cerita bergambar interaktif. Penyebaran poster dilakukan dengan menempelkan poster di tempat umum yang dapat dengan mudah terlihat oleh target khalayak seperti mading sekolah.

- *Backpack*

Backpack yang ukurannya disesuaikan dengan ukuran anak-anak berfungsi untuk tempat menaruh dan membawa peralatan sekolah anak-anak. Backpack bisa menjadi daya tarik target audiens terhadap media utama.

- Permainan Congklak

Permainan tradisional congklak digunakan sebagai alat untuk menarik perhatian target khalayak. Selain untuk menarik perhatian, Permainan Congklak juga bisa dijadikan alat pemersatu perbedaan, karena Congklak harus dimainkan minimal oleh dua orang.

- *Lunchbox*

Tempat bekal makanan untuk anak-anak yang warna dan ilustrasinya akan disesuaikan dengan media utama, digunakan untuk membawa makanan-makanan yang sudah diinstruksikan di media utama.

- *Tumbler*

Tumbler digunakan sebagai tempat minum, seperti tempat bekal makanan, warna dan ilustrasi yang terdapat *tumbler* akan disesuaikan dengan media utama. Bentuk *tumbler* akan seperti tempat minum anak-anak SD yang terdapat tali pada *tumbler*.

- Tempat Pensil

Tempat pensil berfungsi untuk mewadahi pensil, penghapus, dan alat tulis lainnya.

Warna dan ilustrasi pada tempat pensil akan disesuaikan dengan media utama. Tempat pensil tersebut bertujuan untuk menarik perhatian target khalayak anak anak

- *Sticker*
Sticker merupakan salah satu media pendukung yang efektif, karena anak anak menyukai *sticker*, maka *sticker* dapat dengan mudah perhatian target khalayak anak anak.
- Gantungan Kunci
Gantungan kunci yang dibuat menyesuaikan dengan media utama dapat menjadi penarik perhatian para target khalayak, gantungan kunci akan disitu pakatkan dengan *backpack* dan pin
- *T-Shirt*
Tshirt atau kaos dengan gambar ilustrasi karakter dari media utama di bagian depan dapat menarik perhatian target khalayak anak anak.
- *Notes*
Notes selain bisa digunakan untuk mencatat, bisa juga digunakan anak-anak untuk menggambar, karena isi dari *notes* tersebut tidak bergaris.

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian pada sebuah media penting dilakukan bagi terwujudnya target pada pasar yang diinginkan, maka dengan begitu, perlu perlu diperhatikan dengan baik dan benar strategi distribusi dan waktu pendistribusiannya. Berikut adalah waktu penyebaran media antara lain:

Tabel III.2.8 Waktu Penyebaran media
Sumber: Dokumen Pribadi

Waktu	Media	Tempat
Mei-Agustus	Buku Interaktif	Sekolah
Mei-Agustus	X-Banner	Sekolah
Maret-April	Tshirt	Sekolah
Maret-April	Poster	Sekolah
Maret-April	<i>Backpack</i>	Sekolah
Maret-Agustus	<i>Lunchbox</i>	Sekolah
Maret-Agustus	<i>Tumbler</i>	Sekolah
Maret-Agustus	Tempat Pensil	Sekolah
Maret-Agustus	<i>Sticker</i>	Sekolah
Maret-Agustus	Gantungan Kunci	Sekolah
Maret-Agustus	Congklak	Sekolah
Maret-Agustus	ATK	Sekolah
Maret-Agustus	Notes	Sekolah

III.3 Konsep Visual

Konsep visual dari buku interaktif akan disesuaikan dengan kehidupan sehari-hari anak SD pada umumnya. Visual karakter buku interaktif anak akan menggambarkan anak-anak dengan latar rumah dan sekolah. Visual keseluruhan menggunakan gaya ilustrasi yang tidak realis. Visual akan disesuaikan dengan benda-benda atau hal-hal yang mengandung nilai budaya dan kultur Indonesia.

III.3.1 Format Desain

Buku cerita bergambar interaktif akan dibuat dengan ukuran 21x25cm. ukuran yang tidak terlalu besar dibuat agar dapat memudahkan target audiens khususnya anak-anak untuk membawa buku interaktif tersebut.

III.3.2 Tata Letak

Menurut Hakim (2019) menyatakan bahwa *Layout* secara harfiah berarti tata letak. Menurut istilah, layout adalah menata, memadukan, atau menyusun unsur-unsur dan elemen-elemen pesan grafis yang akan dijadikan sebagai alat komunikasi. Tata letak menjadikan komunikasi secara visual menjadi lebih mudah dipahami, cepat dalam hal menyampaikan pesan, menarik, dan artistik.

Letak visual latar tempat akan memenuhi seluruh halaman, sedangkan karakter dan objek-objek pendukung lainnya akan terletak di bagian atas, bawah, sisi kiri, sisi kanan dan atau di bagian tengah halaman, objek-objek tersebut akan disesuaikan dengan kebutuhan. Teks narasi akan menempa latar, letaknya bisa di bagian atas atau di bagian bawah halaman.

III.3.3 Tipografi

Menurut Sudiana (2001) Gambar merupakan salah satu elemen grafis yang sangat mudah dibaca. Tetapi, pesan dan ide dapat dipahami melalui panduan dari kata-kata yang terdiri dari huruf-huruf.

Tipografi atau font yang akan digunakan disesuaikan dengan target khalayak dengan tema yang berkaitan yang berkaitan dengan anak-anak sehingga font yang dipilih pun tidak terlalu formal, tidak kaku, terlihat fleksibel dan santai tetapi keterbacaannya tinggi.

Nama *font* : Childhood Memories
Creator : Inopatype
Lisensi : *Free for personal use*

Nama *font* : Turtles
Creator : Pixel Sagas
Lisensi : *Free for personal use*

Berikut adalah *review* dari *font* yang digunakan di dalam media:

abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRST
UVWXYZ
1234567890

Gambar III.3.3 *Review Font*
Sumber: Kotak Kuning Studios

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTU
12345567890
!@#\$%^&*()_+-=O[];:'<>.,/?

Gambar III.3.3 *Review Font*
Sumber: Pixel Sagas

III.3.4 Ilustrasi

Dalam perancangan ini, terdapat ilustrasi yang dibuat untuk dijadikan sebagai *focal point* dari media. Menurut Rohidi (1984) Ilustrasi adalah penggambaran suatu elemen rupa guna menjelaskan, menerangkan, dan memperindah sebuah teks, agar pembaca dapat merasakan secara langsung melalui mata sendiri, sifat, dan kesan yang ada dalam cerita yang disajikan. Ilustrasi yang ditampilkan berupa visual dari anak-anak beserta objek-objek pendukung lainnya yang berhubungan dengan anak-anak dan sekolah. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang bergaya gambar kartun, di dalam media utama buku cerita bergambar interaktif, ilustrasi-ilustrasinya digambarkan sesuai dengan kehidupan sehari-hari, hanya saja gambarnya lebih berwarna dan karakter-karakter di dalamnya digambarkan terlihat lebih menyenangkan, dengan leher yang

lebih panjang, senyum lebih lebar, dan rona pipi yang sangat bulat dan merah. Menurut Hornby dalam Husin (1988) Kartun adalah lukisan tentang peristiwa-peristiwa yang digambarkan secara menyenangkan dan menarik, kartun dapat menyampaikan pesan dengan cepat dan tepat. Teknik yang dilalui untuk membuat ilustrasi pada perancangan ini adalah dengan tahap pertama yaitu sketsa pada *sketchbook*, sketsa ini dijadikan sebagai acuan untuk membuat ilustrasi agar proses pembuatan ilustrasi berjalan dengan mudah dan sesuai. Setelah membuat sketsa manual pada kertas gambar, sketsa difoto lalu dimasukkan ke computer kemudian mulai ke tahap berikutnya yaitu membuat ilustrasi *digital* menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop.

a. Studi Karakter

Karakter-karakter yang terdapat dalam media utama dibuat berdasarkan kehidupan realitas. Anak-anak SD yang sangat senang bermain digambarkan ceria. Berikut adalah referensi riil dan referensi ilustrasi serta hasil akhir dari karakter-karakter yang terdapat dalam media utama. Di dalam media utama, terdapat 4 karakter yang berasal dari suku Sunda, Jawa, Batak, dan Lampung. Suku-suku tersebut dipakai sebagai perwakilan dari Indonesia. Diantara banyak suku yang terdapat di Indonesia, sering terjadi konflik diantara suku Sunda, Jawa, dan Batak, oleh sebab itu ketiga suku tersebut dipilih sebagai suku-suku yang terdapat dalam buku cerita interaktif. Keempat suku yang terdapat di dalam buku, diceritakan dan digambarkan akur dan hidup bahagia berdampingan.

Berikut adalah visual dari anak-anak perempuan sekolah dasar. Anak-anak perempuan sekolah dasar berbadan kurus, berambut lurus dan bergelombang, memiliki kulit yang beragam, jika pergi ke sekolah, rambut mereka ada yang terurai, dan ada jugayang diikat atau dikepang. Potret anak perempuan sekolah dasar dijadikan referensi riil dalam pembuatan karakter.



Gambar III.3.4 Referensi real anak-anak SD perempuan
Sumber: <https://majalahkartini.co.id/berita/hari-anak-nasional>

Selain anak perempuan sekolah dasar, terdapat pula anak laki-laki, visual dari anak laki-laki tidak berbeda jauh dengan anak perempuan, memiliki warna kulit yang beragam, berbadan kurus, berambut lurus dan bergelombang. Potret di bawah dijadikan sebagai referensi riil dalam pembuatan karakter anak laki-laki yang masih bestatus sekolah dasar.



Gambar III.3.4 Referensi real anak-anak SD laki-laki
Sumber: Sumber: <https://bundapedia.id/cara-mendidik-anak-sd-yang-baik>

Setelah mempelajari bagaimana visual riil dari anak laki-laki dan perempuan sekolah dasar, karakter-karakter dalam buku cerita bergambar interaktif akan mengenakan pakaian baju adat. Oleh karena itu, berikut adalah referensi riil dari baju adat.



Gambar III.3.4 Referensi real baju adat laki-laki dan perempuan
Sumber: <https://medium.com/@aliatina00/sewa-baju-adat-lampung>
<http://lililooo/2016/06/pakaian-adat-batak-simalungun-hiou.html>
<https://www.silontong.com/2018/07/27/pakaian-adat-jawa-barat/>
<https://kalimat.id/pakaian-adat-jawa-timur/>

Yang pertama adalah referensi riil baju adat dari Provinsi Lampung. Yang kedua adalah visual dari baju adat yang berasal dari Provinsi Sumatera Utara, atau biasa disebut baju adat suku batak. Sedangkan yang ketiga adalah referensi riil dari baju adat yang berasal dari Provinsi Jawa Barat, atau baju adat suku Sunda. Yang terakhir adalah baju adat yang berasal dari Provinsi Jawa Timur. Referensi riil baju adat di atas dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan pakaian karakter anak laki-laki dan perempuan sekolah dasar, hal tersebut bertujuan agar nilai budaya Indonesia tidak hilang atau terlewat saat proses pembuatan karakter.

Referensi ilustrasi karakter anak diambil dari aplikasi Pinterest, karya Christian Sanhuenza



Gambar III.3.4 Referensi ilustrasi karakter
Sumber: <https://pin.it/rs4fvonixyfgw>

Setelah melihat referensi riil dan referensi ilustrasi laki-laki dan perempuan anak sekolah dasar, tahap berikutnya adalah pembuatan sketsa dasar, berikut adalah visual dari sketsa yang sudah dibuat, sketsa dijadikan sebagai alat acuan dalam pembuatan karakter *digital*



Gambar III.3.4 Sketsa karakter anak Batak dan Anak Sunda
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar III.3.4 Sketsa karakter anak Lampung
Sumber: Dokumen pribadi

Berikut adalah visualisasi akhir dari karakter laki-laki yang terdapat di buku interaktif. Karakter laki-laki bernama Dimas dan Adit, Dimas berasal dari suku Sunda sedangkan Adit berasal dari suku Jawa. Dipilih nama Dimas dan Adit karena nama tersebut sangat umum dipakai oleh orangtua Indonesia untuk menamai anak mereka.



Gambar III.3.4 Visual akhir dari karakter laki-laki dalam media utama
Sumber: Dokumen pribadi

Berikut adalah visualisasi akhir dari karakter perempuan yang terdapat di buku interaktif. Karakter perempuan bernama Rara dan Sekar, Rara berasal dari salah satu suku yang ada di Lampung, sedangkan Sekar berasal dari suku Batak. Dipilih nama

Rara dan Sekar karena nama tersebut sangat umum dipakai oleh orangtua Indonesia untuk menamai anak mereka, sehingga buku cerita bergambar interaktif bisa sesuai dengan kehidupan Indonesia.



Gambar III.3.4 Visual akhir dari karakter perempuan dalam media utama
Sumber: Dokumen pribadi

b. Studi Latar

Latar yang terdapat di dalam media utama disesuaikan dengan tempat beraktivitasnya anak-anak SD, seperti kamar tidur, bagian-bagian rumah lainnya, kelas belajar di sekolah. Berikut adalah referensi real dan referensi ilustrasi serta hasil akhir dari latar-latar yang terdapat dalam media utama.



Gambar III.3.4 referensi real dari kamar tidur
Sumber: <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbyogyakarta/sd-negeri-percobaan-4-wates/>



Gambar III.3.4 referensi real dari kamar tidur

Sumber: <https://womantalk.com/horoscope/articles/pakar-feng-shui-jangan-menaruh-cermin-di-kamar-tidur-AnvKN>

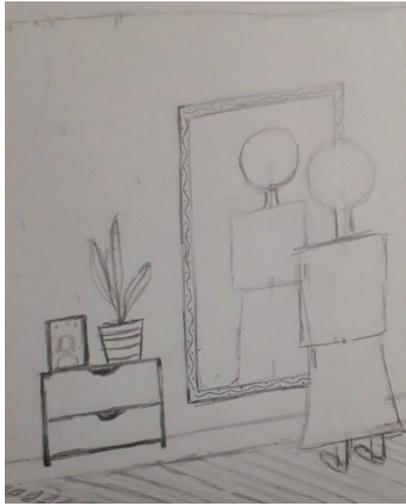
Referensi ilustrasi latar berdasarkan dari karya Ilustrator asal Kota Jakarta, Kathrin Honesta. Memilih referensi ilustrasi karya Kathrin karena, dalam membuat karya ilustrasi digital, Kathrin Honesta menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop dan menggunakan *brush default*, sehingga perancang dapat dengan mudah menyesuaikan karya *digital*



Gambar III.3.4 Referensi ilustrasi kamar tidur

Sumber: <https://instagram.com/kathrinhonesta?igshid=1pyu84yp0icx8>

Setelah melihat referensi riil dan referensi ilustrasi, tahap berikutnya adalah pembuatan sketsa dasar, berikut adalah sketsa dari ruang kamar tidur yang akan dijadikan sebagai acuan dasar dalam pembuatan karya ilustrasi *digital*.



Gambar III.3.4 Sketsa dari kamar tidur
Sumber: Dokumen pribadi

Selain ruang kamar tidur, terdapat juga ruang kelas yang dijadikan sebagai latar tempat cerita pengantar, berikut adalah sketsa dasar dari ruang kelas yang akan dijadikan sebagai acuan dasar dalam pembuatan karya ilustrasi *digital*.



Gambar III.3.4 Sketsa dari kamar tidur
Sumber: Dokumen pribadi

Setelah selesai membuat sketsa acuan, hal yang selanjutnya dilakukan adalah pembuatan karya ilustrasi latar tempat secara *digital*, berikut adalah visual digital dari latar tempat yang terdapat dalam buku cerita bergambar interaktif.



Gambar III.3.4 Visual akhir dari kamar tidur dan ruang kelas
Sumber: Dokumen pribadi

c. Studi Properti

Selain referensi riil karakter anak sekolah dasar dan referensi riil latar tempat, terdapat pula referensi riil property makanan, berikut adalah visual riil dari pisang yang akan dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan sketsa dasar.



Gambar III.3.4 Referensi real properti
Sumber: <https://aceh.tribunnews.com/>

Selain pisan, terdapat beras ketan sebagai salah satu property dalam buku cerita bergambar interaktif. Referensi riil beras ketan dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan karya ilustrasi *digital* makanan.



Gambar III.3.4 Referensi real properti
Sumber: <https://berasmerahsemarang.wordpress.com/>

Setelah beras ketan, referensi makanan riil selanjutnya adalah seplastik gula pasir. Berikut adalah visual riil dari gula pasir kemasan yang dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan karya ilustrasi *digital* makanan.



Gambar III.3.4 Referensi real properti
Sumber: <https://aceh.tribunnews.com/>

Setelah mempelajari visual yang riil, dibuatlah karya ilustrasi digital dari property-property makanan yang akan dimasukkan ke dalam media utama buku cerita bergambar interaktif.



Gambar III.3.4 Visual akhir properti
Sumber: Dokumen pribadi

III.3.5 Warna

Warna yang digunakan untuk ilustrasi dan teks dalam perancangan ini adalah warna-warna bernuansa hangat dengan format CMYK. Warna hangat yang terang dan ceria cocok untuk target khalayak khususnya anak-anak, sehingga anak-anak dapat merasa senang saat melihat ilustrasi dengan warna hangat.



Gambar III.3.5 Palet Warna
Sumber: Dokumen Pribadi