

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak merupakan suatu kelompok yang ada dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi, sedangkan sasaran adalah sesuatu yang menjadi tujuan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016). Dapat diartikan bahwa khalayak sasaran adalah sekelompok masyarakat yang menjadi target atau sasaran komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menentukan khalayak sasaran penting untuk dilakukan dalam pembuatan perancangan dan konsep desain. Hal ini terkait dengan keberhasilan penyampaian pesan kepada target yang dituju. Adapun khalayak sasaran dari perancangan media ini adalah sebagai berikut:

1. Target Primer

a. Demografis

- Usia: Anak-anak dengan usia 7-9 tahun.
Usia ini dipilih karena pada usia tersebut anak-anak tidak memiliki pemahaman mengenai kematian. Kematian adalah aspek yang tidak terhindarkan dalam kehidupan sehingga penting untuk memberikan edukasi mengenai hal tersebut kepada anak-anak.
- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan.
Edukasi serta pemahaman mengenai kematian perlu dilakukan kepada anak-anak dengan jenis kelamin laki-laki serta perempuan.
- Pendidikan: Sekolah Dasar.
Anak-anak pada rentang usia tersebut kebanyakan telah bersekolah atau akan memasuki pendidikan sekolah dasar.
- Status Ekonomi dan Sosial: Menengah-Atas.
Edukasi mengenai kematian perlu dilakukan pada anak-anak pada status sosial menengah hingga atas. Hal ini dipilih karena anak-anak dengan status sosial tersebut cenderung tidak dekat dengan orang tuanya.

b. Psikografis

Khalayak sasaran dari perancangan ini adalah anak-anak yang tidak memiliki pemahaman mengenai kematian. Karena kematian adalah konsep yang bersifat abstrak media informasi ini dibuat dengan bahasa yang dapat dimengerti oleh anak dengan bimbingan yang diberikan orang tua.

c. Geografis

Khalayak sasaran berdasarkan geografisnya adalah anak-anak yang bertempat tinggal di daerah perkotaan di Indonesia, karena mandatory yang digunakan adalah PT. Gramedia Pustaka Utama distribusi dapat dilakukan ke seluruh toko buku Gramedia yang ada di Indonesia.

2. Target Sekunder

Target sekunder yang dituju adalah orang tua anak-anak yang menjadi target primer. Karena peran orang tua penting dalam perkembangan anak-anak dan dalam memberikan informasi atau edukasi kepada anak.

a. Demografis

- Usia: Orang tua dengan usia 25-30 tahun.
Usia khalayak sasaran tersebut dipilih karena pada usia tersebut rata-rata adalah orang tua yang telah memiliki anak.
- Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan.
Khalayak sasaran dari perancangan ini adalah orang tua yang telah memiliki anak, ibu ataupun ayah.
- Pendidikan: Strata 1
Pemilihan khalayak sasaran dengan latar pendidikan strata 1 karena orang tua dengan latar pendidikan tersebut memiliki kemampuan dan wawasan yang lebih baik.
- Status Ekonomi dan Sosial: Masyarakat menengah - atas.

Pemilihan khalayak sasaran ditujukan kepada orang tua dengan status ekonomi menengah – atas.

b. Psikografis

Pemilihan khalayak sasaran berdasarkan psikografis ditujukan kepada orang tua anak-anak yang memiliki status sosial menengah hingga atas dan bertempat tinggal di daerah perkotaan. Orang tua dengan status sosial tersebut cenderung tidak memiliki banyak waktu dengan anak-anak mereka. Perancangan media informasi ini selain untuk memberikan edukasi mengenai kematian tetapi dapat berfungsi untuk membuat hubungan orang tua dan anak menjadi lebih dekat

c. Geografis

Khalayak sasaran berdasarkan geografisnya adalah orang tua yang telah memiliki anak dan bertempat tinggal di daerah perkotaan di Indonesia, karena mandatory yang digunakan adalah PT. Gramedia Pustaka Utama distribusi dapat dilakukan ke seluruh toko buku Gramedia yang ada di Indonesia.

III.2 Strategi Perancangan

Berdasarkan permasalahan mengenai perlunya pembelajaran mengenai kematian untuk anak-anak. Orang tua sebagai orang terdekat anak, membutuhkan media informasi penyampaian pesan mengenai kematian dan bagaimana cara menghadapi perilaku anak yang berbeda-beda saat dihadapi dengan kematian. Tahapan pertama dalam melakukan prancangan ini adalah mencari data sumber masalah, lalu pencarian data melalui studi literasi dan wawancara dengan ahli. Berdasarkan hal tersebut perancangan media informasi ini memerlukan pendekatan visual dan verbal yang tepat, sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran. Media informasi tersebut berupa buku cerita bergambar.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ini adalah untuk memberikan informasi kepada anak-anak mengenai kematian. Bahwa kematian merupakan hal alamiah yang sudah pasti terjadi kepada semua makhluk hidup, begitu juga dengan manusia. Selain itu melalui media informasi ini diharapkan hubungan orang tua dengan anak dapat menjadi lebih dekat sehingga terjalin komunikasi yang baik.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Menurut Fisher (seperti dikutip Rakhmat dalam dalam 'Psikologi Komunikasi'). menjelaskan bahwa "secara psikologis pendekatan komunikasi memiliki 4 ciri, yaitu penerimaan *stimuli* dengan cara inderawi (*Sensory Reception of Stimuli*), kemudian proses antara *stimuli* dan *response* (*Internal Mediation of Stimuli*), prediksi *response* (*Prediction of Response*) dan penguatan *response* (*Reinforcement of Response*)". Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa pendekatan komunikasi mempengaruhi psikologi seseorang. Hal tersebut diawali dengan adanya panca indera yang dapat menerima stimuli, stimuli yang diterima kemudian di proses dalam otak yang kemudian memberikan respon akan stimuli tersebut.

Pendekatan komunikasi yang digunakan pada perancangan media informasi mengenai kematian untuk anak-anak ini adalah melalui pendekatan kemanusiaan. Dengan menggunakan buku cerita bergambar yang menceritakan mengenai proses berkabung yang dialami seorang anak karena kematian neneknya.

a. Strategi Komunikasi Verbal

Bahasa yang digunakan dalam pendekatan verbal yaitu menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia akan menjadikan informasi mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat secara luas.

b. Strategi Komunikasi Visual

Strategi komunikasi visual penting dilakukan dalam perancangan media informasi. Hal tersebut dilakukan untuk dapat menyampaikan informasi dengan tepat kepada khalayak sasaran sehingga makna pesan dapat diterima dengan baik. Pendekatan visual yang dibuat dalam perancangan ini menggunakan ilustrasi berupa gambar sebagai penguat pesan dari isi cerita yang akan disampaikan. Ilustrasi yang akan digunakan mengacu pada gaya gambar dari Pascal Champion, Ilustrator dari Los Angeles. Bentuk ilustrasi yang ditampilkan tidak terlalu realistis, memiliki warna yang *eye catching*. Selain gaya ilustrasi, pendekatan pewarnaan dan penggunaan huruf serta tata letak (*layout*) yang digunakan akan memperkuat penyampaian informasi.

III.2.3. Mandatory

Mandatory adalah perusahaan atau lembaga yang memberikan mandat. Pada perancangan buku cerita yang berisi informasi mengenai kematian ini akan melakukan kerja sama dengan pihak PT. Gramedia Pustaka Utama sebagai penerbit yang melakukan distribusi buku cerita.



Gambar III.1 Logo PT. Gramedia Pustaka Utama
Sumber: gpu.id
(Diakses pada 09/04/2019)

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan pada perancangan ini meliputi:

- Memberikan informasi mengenai kematian sebagai suatu kemestian dalam hidup.
- Memberitahu bahwa kematian haruslah disikapi dengan bijaksana.

III.2.5 Gaya Bahasa

Menurut Keraf (2007) menyatakan bahwa “gaya bahasa adalah cara penyampaian melalui bahasa yang khas, untuk dapat memberikan pesan tertentu kepada khalayak sasaran”. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa merupakan cara penulisan yang unik atau berbeda yang digunakan oleh penulis untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang dituju.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) naratif merupakan cerita yang berisi penjelasan atau menguraikan suatu karangan melalui serangkaian kejadian. Pada perancangan media informasi buku cerita ini menggunakan bahasa Indonesia umum dengan cara penyampaian atau gaya bahasa naratif.

Sedangkan Resmini (2007) berpendapat bahwa “narasi adalah suatu bentuk tulisan atau percakapan yang memiliki tujuan untuk menceritakan atau untuk menyampaikan serangkaian pengalaman atau peristiwa seseorang berdasarkan perkembangannya seiring dengan waktu”. Melalui cerita, anak-anak dapat lebih mudah memahami pesan yang akan disampaikan pada perancangan media ini. Gaya bahasa yang digunakan dalam media utama adalah gaya bahasa narasi. Pemilihan gaya bahasa narasi tersebut bertujuan agar dapat memudahkan target khalayak yang masih anak-anak dalam mengikuti dan memahami alur cerita yang terdapat pada buku media utama.

III.2.6 Strategi Kreatif

Dalam melakukan perancangan suatu media informasi diperlukan adanya strategi kreatif sehingga dapat membuat media yang menarik dan dapat menyampaikan pesan dengan baik. Berikut ini adalah strategi kreatif tersebut:

III.2.6.1 *Copywriting*

Copywriting secara umum adalah cara penulisan dalam perancangan suatu media untuk membuat khalayak sasaran memberikan respon yang diinginkan dalam hal ini

adalah menerima informasi melalui buku cerita. *Copywriting* digunakan sebagai penguat dalam pemberian informasi melalui buku cerita bergambar. Dalam perancangan buku cerita ini akan menggunakan cerita yang cukup sederhana sehingga dapat dengan mudah dipahami. Sub judul yang digunakan pada perancangan media informasi ini akan terdapat pada media pendukung dan media utama.

III.2.6.2 Sinopsis

Sinopsis adalah ringkasan cerita yang dibuat bersama dengan karangan utama (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016). Berikut ini adalah sinopsis dari media informasi yang akan dibuat:

Menceritakan mengenai perasaan dan pengalaman seorang anak perempuan setelah kematian neneknya. Dia merasa sedih karena kematian neneknya, dia merasa sedih tidak bisa melakukan hal-hal yang biasa mereka lakukan bersama lagi. Namun sedikit demi sedikit dia akhirnya dapat mengerti dan menerima kematian neneknya melalui nasihat dari kedua orang tuanya.

III.2.6.3 Skenario

Field (2005) berpendapat bahwa “skenario merupakan naskah cerita yang berisi uraian dari adegan dan dialog”. Media informasi ini akan berisi monolog dari karakter utama mengenai kesedihannya karena telah kehilangan neneknya namun pada akhirnya dia dapat menerima kematian neneknya tersebut dengan caranya sendiri. Berikut adalah skenario dari perancangan media informasi ini:

Rumah terasa sepi hari ini.

Karena Nenek sudah pergi.

Nenek sudah meninggal.

Aku sangat menyayangi Nenek, tapi tetap saja dia tidak kembali.

Terkadang, aku ingin membicarakan mengenai semua hal ini kepada seseorang, seperti Ibu ku.

Tetapi, terkadang aku tidak ingin membicarakannya dan menyimpannya hanya untuk diriku sendiri.

Aku sudah pernah melihat kematian.

Dan mungkin kamu juga.

Seperti serangga yang ku temukan di halaman belakang.

Dan bunga.

Oh... Nenek sangat menyukai bunga.

Begitu juga dengan ku.

Dan kami akan merawat bunga-bunga itu pada minggu pagi yang cerah.

Kami tertawa

Dan kami merasa senang.

Namun, sekarang hanya ada kesedihan.

Aku merasa sedih karena sekarang kita tidak bisa merawat bunga bersama lagi.

Aku merasa sedih karena sekarang kita tidak bisa saling bercerita lagi.

Ayah bilang kita tidak bisa menghindari kematian.

Bahwa kematian akan selalu ada.

Seperti bayangan akan selalu ada bersama dengan cahaya.

Terkadang aku merasa marah saat melihat bunga, karena itu membuatku mengingatnya.

Karena membuatku mengingat bahwa Nenek sudah pergi

Tapi Ibu bilang bahwa aku tidak boleh melupakannya.

Ibu bilang untuk tidak merasa sedih karena tidak bisa bertemu nenek lagi.

Ibu bilang untuk merasa senang karena kenangan yang sudah dia berikan.

Jadi aku berdoa kepada Tuhan untuk menjaganya, memberikannya tempat yang nyaman agar punggungnya tidak sakit

Dan agar kakinya tetap hangat.

Terkadang aku sangat merindukan Nenek.

Jadi aku melihat foto-foto kami untuk mengingatnya.

Terkadang aku membuat gambar juga.

Nenek dan kebun bunga kami.

Dan aku tahu, bahwa semuanya akan baik-baik saja.

III.2.7. Strategi Media

Media yang akan dibuat nantinya akan dibagi menjadi dua, yaitu media utama serta media pendukung. Berikut adalah konsep mengenai kedua media tersebut :

III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang akan dibuat pada perancangan ini adalah buku cerita bergambar. Buku cerita bergambar ini akan berisi informasi mengenai kematian dengan menggunakan isi cerita yang naratif. Penggunaan gambar atau ilustrasi pada pembuatan media informasi ini dimaksudkan dengan tujuan sebagai penguat materi narasi dan pesan.

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung adalah bagian dari perancangan media sebagai pemberi informasi kepada khalayak sasaran mengenai media utama, yaitu buku cerita bergambar. Berikut adalah media pendukung dari perancangan ini:

a. Tahap Promosi

Asri (1991) berpendapat “promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan sebagai usahanya untuk menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan”. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan hal penting yang perlu dilakukan untuk dapat menarik minat khalayak sasaran, sehingga khalayak sasaran terdorong untuk membeli produk yang ditawarkan. Berikut ini adalah media pendukung pada tahapan promosi:

- Poster A3

Poster adalah media pendukung yang digunakan untuk menarik minat khalayak sasaran sehingga dapat mendorong khalayak sasaran untuk mencari tahu lebih banyak mengenai media utama berupa buku cerita bergambar.

- *X-Banner*
Media pendukung yang digunakan pada pemasaran buku, media pendukung ini dibuat untuk dapat menarik perhatian dan minat dari khayak sasaran.
- Sosial Media
Sosial media digunakan sebagai media pendukung untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran mengenai buku ceerita bergambar tersebut. Sosial media yang akan digunakan adalah laman Facebook dan Instagram.

b. Tahap Peningat

Pada tahap peningat media pendukung bertujuan untuk dapat membuat khalayak sasaran terus mengingat media pada perancangan ini, hal ini juga bertujuan untuk mempromosikan media melalui khalayak sasaran melalui media pendukung yang dibuat. Berikut ini adalah media pendukung pada tahap peningat:

- *Sticker Pack*
Sticker adalah media yang menyenangkan untuk anak-anak, selain itu *sticker* dapat diaplikasikan dengan mudah dimana saja.
- *Notebook*
Media pendukung ini dibuat sebagai media peningat kepada khalayak sasaran. Karena *notebook* seringkali digunakan untuk menulis catatan atau membuat gambar/sketsa.
- *Totebag*
Totebag dapat digunakan sebagai alat untuk menyimpan barang dan digunakan untuk berpergian selain sebagai media peningat yang baik, *totebag* juga dapat digunakan sebagai media promosi karena akan dilihat oleh banyak orang.
- *T-shirt*
Kaos T-shirt digunakan sebagai media peningat untuk khalayak sasaran dan sebagai bagian dari media promosi.
- Gantungan Kunci

Gantungan kunci adalah media pengingat yang baik, karena dapat diaplikasikan dengan mudah oleh anak-anak, seperti pada tas yang mereka gunakan saat sekolah atau pada kunci kamar.

- Pin
Pin merupakan media pendukung yang dapat menarik minat khalayak sasaran dan sebagai media pada tahap pengingat.
- Pembatas Buku
Pembatas buku digunakan sebagai media pengingat karena dapat digunakan oleh khalayak yang gemar membaca buku untuk menandai halaman yang telah dibaca.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Distribusi dan penyebaran media dilakukan ke sejumlah wilayah di Indonesia melalui toko buku. Distribusi dan penyebaran media melalui toko buku Gramedia. Distribusi media dilakukan sehingga media dapat mencapai khalayak sasaran yang diinginkan. Berikut ini adalah waktu distribusi dan penyebaran media.

| Media | Bulan | | |
|--------------------------|---------|---------|---------|
| | Bulan 1 | Bulan 2 | Bulan 3 |
| Media Utama | | | |
| 1. Buku Cerita Bergambar | | | |
| Media Pendukung | | | |
| 1. Poster A3 | | | |
| 2. X-Banner | | | |
| 3. Sticker Pack | | | |
| 4. Notebook | | | |
| 5. Totebag | | | |
| 6. T-shirt | | | |
| 7. Gantungan Kunci | | | |
| 8. Pin | | | |
| 9. Pembatas Buku | | | |

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

III.3 Konsep Visual

Pada perancangan ini, konsep visual yang dibuat adalah dengan menampilkan suasana dingin dan sepi serta imajinatif. Konsep visual pada perancangan ini mengadaptasi ilustrasi yang dibuat oleh Pascal Campion seorang ilustrator asal Los Angeles dan Quentin Blake, seorang kartunis asal Inggris.



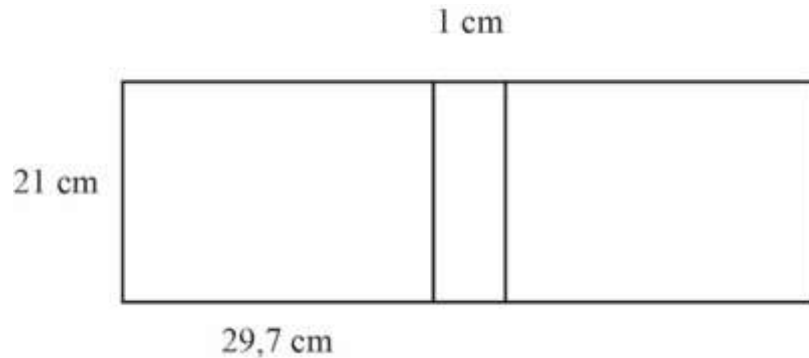
Gambar III.3 Ilustrasi Pascal Campion
Sumber: id.pinterest.com
(Diakses pada 09/04/2019)



Gambar III.4 Ilustrasi Quentin Blake
Sumber: id.pinterest.com
(Diakses pada 09/04/2019)

III.3.1 Format Desain

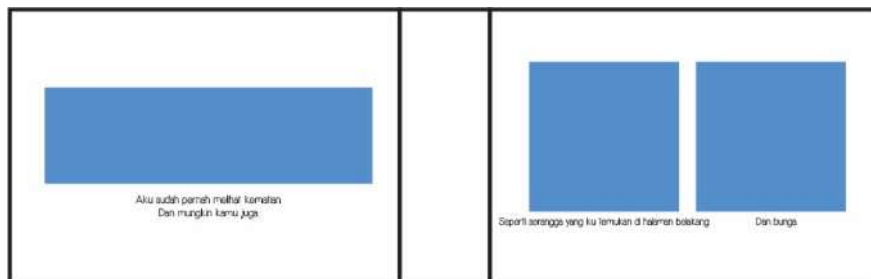
Buku cerita bergambar ini akan dibuat dengan format *landscape* dan berukuran A4 21 cm x 29,7 cm. Arah baca pada media ini adalah dari kiri ke kanan. Berikut adalah format dari media buku cerita bergambar:



Gambar III.5 Format Desain
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Rustan (2008) menjelaskan “*layout* merupakan tata letak yang berisi elemen-elemen pada desain yang terdapat pada suatu bidang didalam media tertentu untuk dapat mendukung konsep dalam sebuah perancangan”. *Layout* yang digunakan dalam pembuatan buku cerita bergambar ini adalah simetris. Tata letak simetris memiliki kesamaan pada kedua sisinya. Buku cerita bergambar ini akan berisi 50:50 visual dan tulisan. Berikut adalah *layout* dari media utama:



Gambar III.6 Desain tata letak/layout
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

III.3.3 Tipografi

Morison, seperti dikutip Sihombing (2015) berpendapat “tipografi merupakan sebuah cara yang efisien untuk dapat mengendalikan huruf sehingga dapat mencapai fungsi dasarnya, hal tersebut adalah untuk dapat memaksimalkan pemahaman dalam membaca teks”. Tipografi yang digunakan pada perancangan media ini menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang telah ditentukan, yaitu anak-anak.

Wantoro & Kasmana (2017) mengemukakan bahwa “huruf adalah media komunikasi yang sejak lama telah ada dan berkembang di Indonesia. Penggunaan huruf ini banyak dilakukan dengan huruf latin. Penggunaan huruf latin tersebut dapat dilihat dari cara manual hingga secara digital. Huruf digital tersebut disebut dengan font”. Karena itu digunakan *font* yang terkesan seperti tulisan tangan yang terlihat lebih organik namun tetap mudah dibaca. Berikut adalah font yang akan digunakan pada buku cerita bergambar:

Nama font : Simplicity
Kreator : bythebutterfly
Lisensi : *Free for personal use*



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
[]{} "<>?.,';- = +

Gambar III.7 font *review*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

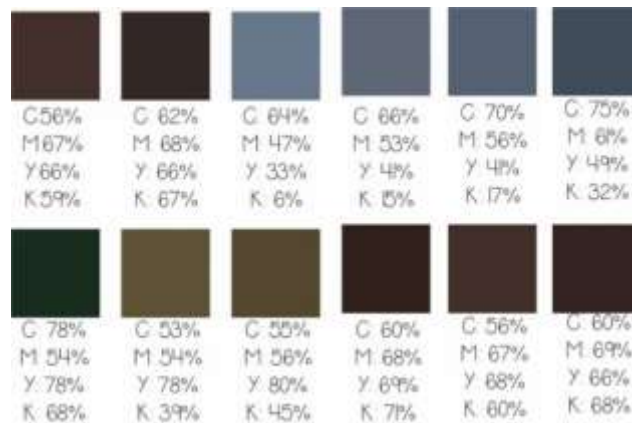
III.3.4 Ilustrasi

Perancangan media informasi ini menggunakan ilustrasi yang menjadi poin utama dari buku cerita bergambar. Ilustrasi yang ditampilkan berupa visual yang menyesuaikan dengan cerita. Tahapan pada perancangan ini yaitu adalah pembuatan cerita dilanjutkan dengan pembuatan sketsa, sketsa yang telah dibuat dijadikan

sebagai acuan dalam proses pembuatan ilustrasi secara *digital* pada *software* Adobe Photoshop.

III. 3.5 Warna

Warna yang digunakan untuk ilustrasi dan teks dalam perancangan ini adalah warna-warna bernuansa hangat dan bernuansa dingin 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. Sedangkan warna dingin bertujuan untuk menyeimbangkan warna hangat yang ceria, warna dingin untuk memperkuat kesan sedih atau kehilangan. Perubahan nuansa warna ini digunakan untuk memperkuat cerita dari buku cerita bergambar ini. Berikut adalah palet warna yang digunakan:

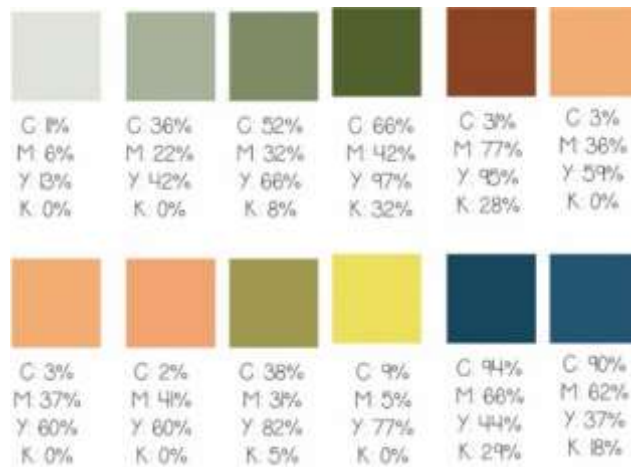


| | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| C: 56% M: 67% Y: 66% K: 59% | C: 62% M: 68% Y: 66% K: 67% | C: 64% M: 47% Y: 33% K: 6% | C: 66% M: 53% Y: 4% K: 5% | C: 70% M: 56% Y: 4% K: 17% | C: 70% M: 6% Y: 49% K: 32% |
| C: 78% M: 54% Y: 78% K: 68% | C: 53% M: 54% Y: 78% K: 39% | C: 55% M: 56% Y: 80% K: 45% | C: 60% M: 68% Y: 69% K: 7% | C: 56% M: 67% Y: 68% K: 60% | C: 60% M: 69% Y: 66% K: 68% |

Gambar III.8 Palet warna bernuansa dingin

Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Berikut adalah palet warna hangat yang terang dan cenderung ceria, warna bernuansa hangat didominasi oleh warna coklat, kuning, dan hijau.



Gambar III.9 Palet warna bernuansa hangat
 Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

III.3.6 Studi Karakter

Terdapat dua karakter pada buku cerita bergambar ini, yaitu seorang anak perempuan sebagai karakter utama dan neneknya. Buku ini bercerita mengenai perasaan seorang anak perempuan yang telah kehilangan neneknya. Pada permulaan buku akan menunjukkan bagaimana perasaan sedih yang dialami karakter utama karena kehilangan neneknya, oleh karena itu nuansa warna dibuat dingin pada awal cerita. Seiring perkembangan cerita anak tersebut mulai memahami dan menerima kematian sebagaimana adanya, pada bagian ini nuansa warna dibuat lebih hangat.

- Karakter Anak Perempuan



Gambar III.10 Referensi visual 1
Sumber: id.pinterest.com
(Diakses pada 09/04/2019)



Gambar III.11 Visual Karakter
Sumber: id.pinterest.com
(Diakses pada 09/04/2019)

III.3.7 Studi Latar

Pada perancangan media ini latar dibuat dengan menyesuaikan alur dari cerita. Berikut ini adalah referensi latar:



Gambar III.12 Referensi visual 2
Sumber: id.pinterest.com
(Diakses pada 09/04/2019)