

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan segelintir orang yang menjadi target utama dalam merancang sebuah media. Khalayak sasaran digunakan untuk mempertimbangkan informasi perancangan yang efektif agar sesuai dan berkaitan dengan target yang dipilih, seperti sikap, kebiasaan dan perilaku (Kasilo, 2008, h.13). Khalayak sasaran pada perancangan ini ditentukan berdasarkan demografis, psikografis dan geografis. Serta menargetkan pelajar yang masih berusia remaja yang dirasa perlu diberikan informasi yang lebih tentang sikap bertoleransi antar umat beragama.

a. Demografis

- * Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- * Usia : 10 – 13 tahun
- * Pekerjaan : Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama

Pada umumnya usia remaja merupakan titik tolak dari fase anak-anak menuju dewasa. Dikarenakan jika dibandingkan dengan anak-anak, remaja cenderung mampu berpikir lebih maju dan efisien. (Amalia, 2011, h.30) Maka dari itu, diharapkan remaja di usia 10-13 tahun yang masih duduk di bangku sekolah dapat menambah ilmu yang didapat untuk menumbuhkan sikap toleransi antar umat beragama.

b. Psikografis

Masa remaja merupakan masa dimana pemikiran tidak dibatasi oleh pemikiran yang bersifat logis dibandingkan dengan masa kanak-kanak. Para remaja masih memilih pertemanan dan pergaulan yang dirasa cocok dengannya. Menyukai kebaruan, tertarik dengan *trend* dan kegiatan-kegiatan sosial. Serta masih mencari pendirian yang perlu diterapkan pada kesehariannya. (Amalia, 2011, h.30).

c. Geografis

Khalayak sasaran berdasarkan geografis pada perancangan ini mengacu pada remaja yang tinggal pada daerah urban di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan informasi yang disampaikan dapat dijangkau dengan mudah pada kota-kota besar di Indonesia

d. *Consumer Insight*

Consumer Insight merupakan kedalaman latar belakang pemikiran dan perilaku konsumen terhadap suatu produk. (Maulana, 2010, h.1) Dalam perancangan ini, *insight* dari khalayak sasaran adalah ingin hidup lebih toleran dengan lingkungan yang beragam.

e. *Consumer Journey*

Consumer journey merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan sehari-hari oleh khalayak sasaran terhadap tempat dan objek yang sering dijumpai, yang bertujuan untuk mengetahui media apa saja yang akan dibuat dan digunakan dalam perancangan. Berikut hasil *consumer journey* khalayak sasaran:

Tabel III.1 Consumer Journey
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan	Tempat	<i>Point of contact</i>
04.50	Bangun tidur	Kamar Tidur	Kasur, bantal, selimut, meja, buku,
05.30	Mandi	Kamar mandi	Alat mandi
06.00	Sarapan	Ruang keluarga/ ruang makan	Alat makan
06.30	Berangkat sekolah	Jalan	Iklan, <i>sticker</i> , poster, banner
08.00	Belajar	Sekolah	Buku, pulpen, pensil, tempat pensil, meja
11.45	Istirahat	Kantin, ruang kelas	<i>Banner</i> , poster, mading

15.10	Pulang sekolah	Jalan	Poster, baliho, <i>banner</i> , iklan
16.00	Ganti baju	Kamar	Lemari, cermin
16.15	Makan	Ruang keluarga/ ruang makan	Alat makan
17.00	Mandi	Kamar mandi	Alat mandi
19.00	Mengerjakan tugas	Kamar	<i>Smartphone (Browsing)</i> buku, meja, alat tulis, lampu
20.30	Main <i>gadget</i>	Kamar	<i>Smartphone (Browsing, game)</i>
21.00	Sebelum Tidur	Kamar	Bantal, selimut, kasur, lampu

Berdasarkan tabel diatas mengenai kegiatan yang dilakukan oleh khalayak sasaran maka didapatkan informasi mengenai kebiasaan sehari-hari yang sering dilakukan dan beberapa benda yang ditemui oleh khalayak sasaran. Sehingga didapatkan *Point of Contact* yang sering terlihat pada tabel diatas yaitu perlengkapan sekolah dan media-media periklanan yang sering ditemukan pada lingkungan sekolah dan jalan.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan cara yang harus dilakukan untuk mendapatkan tujuan yang akan dicapai. Tujuan yang akan dicapai membutuhkan perancangan disertai solusi permasalahan didalam data yang telah diperoleh sebelumnya. Terdapat permasalahan yang terkait dengan gang Luna sebagai kampung toleransi di kota Bandung, serta perlunya solusi dengan membina para remaja untuk dapat mencontoh dan memahami nilai-nilai toleransi yang diterapkan pada kesehariannya melalui bentuk visual yang baru. Para remaja dituntun dapat melihat sudut pandang baru tentang sikap toleransi yang diterapkan oleh gang Luna melalui buku informasi bergambar yang bersifat naratif.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi perancangan yang dibuat adalah memberikan pengetahuan mengenai keseharian dan ciri khas gang Luna sebagai Kampung Toleransi di kota Bandung. Sehingga masyarakat khususnya remaja mendapatkan pengetahuan dalam mempelajari tentang Kampung Toleransi serta meningkatkan kesadaran akan sikap toleransi yang perlu diterapkan dengan melihat sikap toleransi yang diterapkan oleh warga gang Luna. Selain itu, perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan kemauan dalam membaca buku diusia remaja.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pada perancangan media informasi mengenai gang Luna sebagai kampung toleransi akan menggunakan pendekatan komunikasi sosial. Berupa buku informasi bergambar yang didalamnya berisi informasi keberadaan kampung toleransi di gang Luna. Adapun dua pendekatan yang dapat membangun pendekatan komunikasi, yaitu sebagai berikut:

a. Strategi Komunikasi Verbal

Pendekatan verbal dalam perancangan media informasi ini menggunakan bahasa Indonesia yang informal secara sederhana. Penggunaan bahasa Indonesia yang formal mudah dipahami dan dimengerti dikarenakan bahasanya yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari.

b. Strategi Komunikasi Visual

Pendekatan visual dalam perancangan ini dibuat menggunakan warna, huruf dan tata letak (*layout*) yang lebih mudah dipahami oleh remaja awal yang berusia 10-13 tahun. Selain itu, ilustrasi berupa gambar digunakan sebagai penguat pesan dari isi informasi yang akan disampaikan. Ilustrasi menggunakan beberapa karakter berbentuk manusia yang mengacu pada gaya gambar dari Phapfah Puttharugsa (Binko), yang berasal dari Bangkok, Thailand. Bentuk ilustrasi yang ditampilkan tidak terlalu realistis, menarik dan tajam pada bentuk mata sebagai ciri khas karakter yang akan dibuat.



Gambar III.1 Visualisasi Bentuk Ilustrasi Karakter dari Phapfah Phuttharugsa
Sumber: <https://www.instagram.com/p/BAhHwd7FdIZ/?igshid=th1a2c47vmpr>
(Diakses pada 12/07/2019)

Selain itu, visual karakter dan tempat akan dipadupadankan dengan gaya gambar dari Ira Sluyterman van Langeweyde yang cenderung menggunakan cet air dan pensil warna pada teknik menggambar.



Gambar III.2 Visualisasi Bentuk Ilustrasi Ira Sluyterman van Langeweyde
Sumber: https://www.instagram.com/p/_XQfiCxjjc/?igshid=bqg0e8fiteow
(Diakses pada 12/07/2019)

III.2.3 *Mandatory*

Berdasarkan perancangan yang telah dibuat maka *mandatory* dari perancangan media ini yaitu PT Gramedia Pustaka Utama sebagai penerbit dan memberi beberapa ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak lembaga. Dipilihnya PT Gramedia Pustaka Indonesia karena penerbit tersebut menerima karya yang bertemakan sosial.



Gambar III.3 Logo Gramedia Pustaka Utama

Sumber: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn%3AANd9GcSXA8HvSNbSC8F4RB1p3qE1xNWIIavv51s79JE40jAnp98FNJ0y>
(Diakses pada 06/07/2019)

Adapun perancangan ini bekerjasama langsung dengan Kampung Toleransi RW 04 Kelurahan Jamika yang merupakan lembaga yang dibentuk oleh pengurus Kampung Toleransi di gang Luna.



Gambar III.4 Kampung Toleransi RW 04 Kelurahan Jamika

Sumber: Pengurus Kampung Toleransi RW 04 Kelurahan Jamika (2019)

Selain bekerjasama dengan Kampung Toleransi RW 04, perancangan pun akan bekerjasama dengan PEMDA (Pemerintah Daerah) kota Bandung. Mengingat Kampung Toleransi telah diresmikan oleh pemerintah kota Bandung pada tanggal 20 Agustus 2017.



Gambar III.5 Logo Pemerintah Kota Bandung

Sumber: https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn%3AANd9GcQv7IxA_07jlxCwLFYPkPBQWsnJKOxMEuCKLRy0OyJWAQAB3ZTx
Diakses: (06/ 07/2019)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang digunakan dalam perancangan ini adalah pesan-pesan yang mengandung edukasi secara tidak langsung, seperti cara menghadapi orang atau teman yang berbeda keyakinan. Diawali dengan pengenalan tokoh dan pengenalan tempat tinggal tokoh yang tidak secara langsung disebutkan letaknya. Hal tersebut bertujuan agar khalayak sasaran dapat membayangkan tempat tinggal yang penuh dengan toleransi. Lalu menggunakan materi pesan informatif yang menggambarkan kejadian secara nyata yang terjadi di gang Luna sebagai Kampung Toleransi. Serta pesan persuasi untuk remaja agar lebih bijak menghormati dan menghargai teman yang berbeda keyakinan beragama.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan pada perancangan ini menggunakan gaya bahasa naratif, yaitu gaya bahasa berupa kalimat yang mengungkapkan suatu kisah, peristiwa atau suasana. Gaya bahasa naratif dirasa mampu memberikan informasi berupa cerita dengan baik dan dapat dengan mudah dipahami oleh remaja awal, dikarenakan bacaannya yang ringan dan disampaikan apa adanya dengan bahasa Indonesia informal yang lebih santai.

III.2.6 Strategi Kreatif

Pendekatan kreatif pada perancangan ini lebih memfokuskan pada visualisasi yang menggunakan gambar-gambar ilustrasi untuk menguatkan informasi buku, sehingga para remaja awal bisa mendapatkan pengetahuan melalui gambar yang disediakan. Ilustrasi lebih mengutamakan bentuk karakter, latar tempat dan bentuk bangunan yang menjadi ciri khas gang Luna sebagai Kampung Toleransi. Bangunan-bangunan akan dibuat sesuai dengan keadaan nyata keberadaan gang Luna, namun bentuk visual akan disederhanakan melalui gaya ilustrasi minimalis dengan menggunakan cet air dan pensil warna. Sedangkan untuk bahasanya lebih memfokuskan menggunakan kata “kami” untuk membuat khalayak sasaran menyadari bahwa “kami” merupakan satu bagian dari beberapa, bahwa hidup harus berdampingan dan bersama. Serta tidak bisa dipisahkan dari apapun.

III.2.7 Strategi Media

Strategi media merupakan suatu bentuk yang dirancang untuk menyalurkan informasi atau pesan agar dapat tersampaikan dengan jelas dan dapat dengan mudah dimengerti. Media ditentukan berdasarkan analisis terhadap khalayak, adapun media utama sebagai media yang menjadi pokok penyampaian informasi dan media pendukung sebagai penunjang media utama.

III.2.7.1 Media Utama

Strategi media pada perancangan ini yaitu berupa buku ilustrasi cerita, yang didalamnya terdapat nilai-nilai informasi dan edukasi bagi remaja awal. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), buku merupakan lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong. Konten yang dibuat pada buku akan berisi kehidupan para remaja awal yang duduk di bangku sekolah menengah pertama merasakan bagaimana tinggal di sebuah daerah yang penuh dengan sikap saling menghargai antar warganya yang berbeda keyakinan beragama. Dibuatnya buku ilustrasi ini bertujuan untuk meningkatkan daya baca pada usia remaja yang cenderung mulai berpindah pada *gadget*. Selain itu, kehadiran ilustrasi dapat membantu para pembacanya dapat menikmati setiap bacaan dan merasakan dunia, membuat pribadi dapat mengkomunikasikan atau menggambarkan lika-liku kehidupan (Zeegen, 2009, h.6).

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung sebagai penunjang media utama sekaligus memudahkan penyampaian informasi kepada khalayak sasaran. Media pendukung dari perancangan ini akan berupa media-media yang biasanya ada disekitar para remaja awal yang duduk di bangku sekolah menengah

1. Tahap Informasi

a. X-banner

X-Banner adalah media promosi yang biasanya berbentuk memanjang kebawah dan memakai tiang berbentuk huruf x. *X-banner* berisi informasi mengenai sinopsis dari isi buku, harga hingga promosi.

b. *Flyer*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *flyer* atau selebaran merupakan lembaran kecil barang cetakan untuk memudahkan penyebaran dengan tujuan promosi. *Flyer* pada perancangan ini berisi informasi mengenai media utama yaitu berupa sinopsis, informasi mengenai pembelian buku.

c. Poster

Poster merupakan media informasi dengan perpaduan gambar dan tulisan yang diletakkan pada dinding di tempat umum. (Fitria, 2018, h.68). Poster dipilih karena efektif untuk ditempatkan di berbagai tempat seperti mading sekolah, toko buku dan lain sebagainya.

2. Tahap Peningat

a. *Totebag*

Totebag adalah tas bertali yang dapat membuat barang-barang. *Totebag* digunakan sebagai tempat untuk membawa media utama dan barang-barang, biasanya dipakai untuk berekreasi ataupun membawa perlengkapan yang tidak bisa dimasukkan pada tas utama (*backpack*).

b. Stiker

Stiker merupakan media promosi yang dapat ditempel dan digunakan sebagai identitas atau simbol informasi (Fitria, 2018, h.73). Stiker dipilih karena stiker mudah didapatkan dan digunakan dimana saja.

c. Pin

Pin merupakan aksesoris yang dapat digunakan sebagai pemasnis baju, tas, dan lain sebagainya (Yunita, 2004, h.10). Pin merupakan media yang cukup tahan lama dan bisa ditempatkan dimana- mana seperti tas, jaket dan pakaian.

d. Gantungan kunci

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), gantungan kunci merupakan alat untuk menggantungkan kunci yang terbuat dari kayu, plastik, atau logam dan bentuknya bermacam-macam. Gantungan kunci dapat digunakan dimana saja karena sifatnya sebagai penghias.

e. Buku catatan

Buku catatan merupakan buku yang dapat ditulis atau digambar karena berisi lembaran kosong. Buku catatan dapat digunakan oleh remaja sebagai buku catatan belajar ketika disekolah dan dapat digunakan juga sebagai buku harian.

f. Pembatas buku

Pembatas buku merupakan penanda untuk buku cetak atau semacamnya. Pembatas buku digunakan sebagai daya tarik media yang dapat digunakan pada buku lainnya selain buku informasi bergambar sebagai media utama.

g. Kartu Pos

Kartu pos merupakan media cetak untuk mengirim pesan kepada kerabat dan teman. Dalam perancangan ini, kartu pos dibuat menggunakan visualisasi rumah ibadah di gang Luna sebagai Kampung Toleransi di kota Bandung.

h. Kalender

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kalender merupakan daftar hari dan bulan dalam setahun. Kalender merupakan media pengingat buku Kampung Toleransi dengan berisikan tanggal-tanggal merah bentuk perayaan hari raya agama yang ada di Indonesia.

III.2.8 Strategi Pendistribusian

Pendistribusian digunakan untuk menjangkau media utama dan media pendukung kepada khalayak sasaran. Pendistribusian akan melibatkan pihak-pihak yang berhubungan dengan objek perancangan, seperti sekolah, museum nasional, Kampung Toleransi dan juga setiap kecamatan yang ada di kota Bandung. Pendistribusian dimulai dengan mengadakan *launching book* pada tanggal 16 November 2019 di toko buku Gramedia, tanggal tersebut dipilih karena berkaitan dengan diperingatinya hari Toleransi Internasional. Media pendukung akan diberikan dalam bentuk paket dengan buku dan dapat diberikan secara gratis saat *launching book* diselenggarakan. Jika program distribusi tersebut berhasil, maka tata cara *launching book* tersebut dapat digunakan kembali di kota-kota besar Indonesia secara bertahap.

Tabel III. 2 Jadwal Penyebaran Media
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Media	Bulan											
	Oktober 2019				November 2019				Desember 2019			
Buku Kampung Toleransi												
X-Banner												
Poster												
Flyer												
Totebag									*	*		
Stiker									*	*		
Pin									*	*		
Gantungan Kunci									*	*		
Buku Catatan									*	*		
Pembatas Buku												
Postcard									*	*		
Kalender												
Jam Tangan												

 *Launching Book* * Jika masih ada pesediaan

Adapun pendistribusian dilakukan secara gratis karena buku ilustrasi Kampung Toleransi ini bekerja sama dengan Pemerintah Kota Bandung, sehingga jangkauan yang diberikan hanya sebatas wilayah kota Bandung. Pendistribusian pun akan dilakukan di beberapa sekolah, dan kecamatan. Buku hanya diberikan 1 untuk setiap lembaganya, dan untuk menarik minat khalayak sasaran.

III.3 Konsep Visual

Visual lebih dikonsepsikan dengan bentuk yang disesuaikan dengan khalayak sasaran, dengan membuat visual yang merepresentasikan keadaan kampung toleransi. Bentuk visual dibuat lebih sederhana dan mudah diingat oleh khalayak. Ilustrasi dalam buku akan mewakili isi tulisan yang memperkuat informasi.

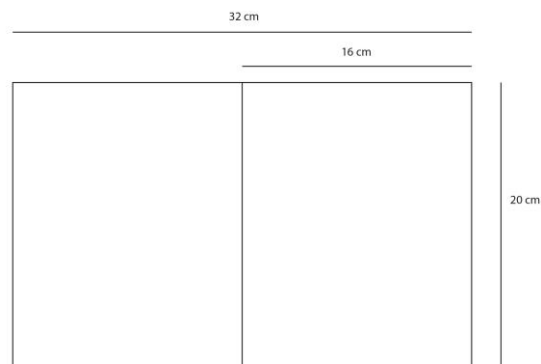
Konsep visual yang digambarkan akan dikhususkan kepada beberapa tempat beribadah dan objek pendukung lainnya seperti pohon-pohon dan jalan.



Gambar III.6 Referensi Konsep Visual
Sumber: <https://pin.it/jh3ifnyzyso>
Diakses: (15/07/2019)

III.3.1 Format Desain

Format desain dan dimensi ukuran akan dibuat dengan ukuran 16 x 20 cm dan berisikan 50 halaman terdiri dari sampul depan, halaman judul, hak cipta, halaman isi, dan *cover* belakang. Ukuran dibuat dalam bentuk potrait agar buku menyerupai buku pelajaran para remaja namun dalam ukuran sedang, sehingga buku dapat diletakkan dimana saja dan mudah untuk dibawa bersama dengan buku pelajaran lainnya.



Gambar III.7 Format Desain
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak (*layout*) merupakan penempatan elemen desain yang diletakkan pada suatu media untuk mendukung konsep yang dirancang. (Rustan, 2008, h.0). Tata letak yang dipakai dalam perancangan ini menggunakan tata letak jenis *two mortises layout*, yaitu tata letak yang memiliki dua sisi berupa gambar dan tulisan yang saling melengkapi satu sama lain, dimana fungsi dari gambar dan teks adalah sebagai penjelas (Nuraeni, 2008). Tata letak tersebut digunakan agar pembaca tidak jenuh dan dapat menikmati bacaan yang disajikan dengan visual yang menarik.



Gambar III.8 Referensi Konsep *Layout*
Sumber: <https://pin.it/awxbfaqftshnk>
Diakses: (06/07/2019)

III.3.3 Tipografi

Dalam perancangan ini, ada tipografi dan *font* yang digunakan. Keduanya memiliki perbedaan meskipun digunakan secara bersamaan. Tipografi adalah jenis desain yang berkaitan dengan tulisan, seperti tulisan tangan (*handwriting*) atau pun *calligraphy*. (Kusrianto, 2010, h.1).



Gambar III.9 Referensi Konsep Tipografi
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Sedangkan Wantoro (2017) menjelaskan bahwa “*font* merupakan *file* berekstensi TTF (True Type Font) atau OTF (Open Typr Font) yang didalamnya berisi digitalisasi huruf, angka, simbol, tanda baca dan lainnya yang dirancang menggunakan *software* khusus.” Adapun *font* yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan *font* yang dengan jenis *handwriting*. *Font* jenis *handwriting* memberikan kesan yang bersifat pribadi dan akrab (Triadi, 2010, h.23). Hal tersebut pun disesuaikan dengan khalayak sasaran dan ilustrasi yang dibuat pada perancangan ini. *Font* yang dipilih adalah *font* Happy Champer Regular karya Erika Fisher yang digunakan pada bagian *headline cover* buku ilustrasi.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Gambar III.10 *Font* Happy Champer Regular
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

Sedangkan untuk bagian *sub-headline* dan *bodytext* menggunakan *font* Alphabetized Cassette Tapes karya Brittney Murphy dengan ukuran 23 pt. Serta penomeran halaman menggunakan *font* Gethania yang dibuat oleh Takiyuddin dengan ukuran 12 pt. Semua *font* yang digunakan merupakan jenis *font* yang dapat dipakai gratis untuk kepentingan pribadi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar III.11 *Font* Alphabetized Cassette Tapes
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar III.12 *Font Gethania*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

III.3.5 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan seni gambar dengan tujuan sebagai penjelas suatu pesan atau informasi yang disampaikan (Kusrianto, 2007, h.140). Pada perancangan ini, konsep ilustrasi menggunakan ilustrasi manual dengan menggunakan teknik pewarnaan dengan cet air dan pensil warna. Ilustrasi yang telah dibuat akan dipoles dengan mengatur warna dan kecerahan pada komputer. Adapun ilustrasi karakter dibuat dengan mengacu gaya ilustrasi yang dimiliki oleh desainer ternama asal Bangkok, dan gaya ilustrasi bangunan yang mengacu pada gaya ilustrasi yang didapat dari Pinterest.

- Studi Karakter

Ilustrasi karakter yang digunakan pada buku *Kampung Toleransi* menggunakan karakter remaja awal yang masih duduk di bangku sekolah dasar dan sekolah menengah pertama, hal tersebut bertujuan agar karakter visual yang ditampilkan pada buku ilustrasi sejajar dengan khalayak sasaran.



Gambar III.13 Konsep Visual Karakter Nazwa
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar III.14 Konsep Visual Karakter Kayleen
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar III.15 Konsep Visual Karakter Ravi
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

- Studi Bangunan dan *Background*

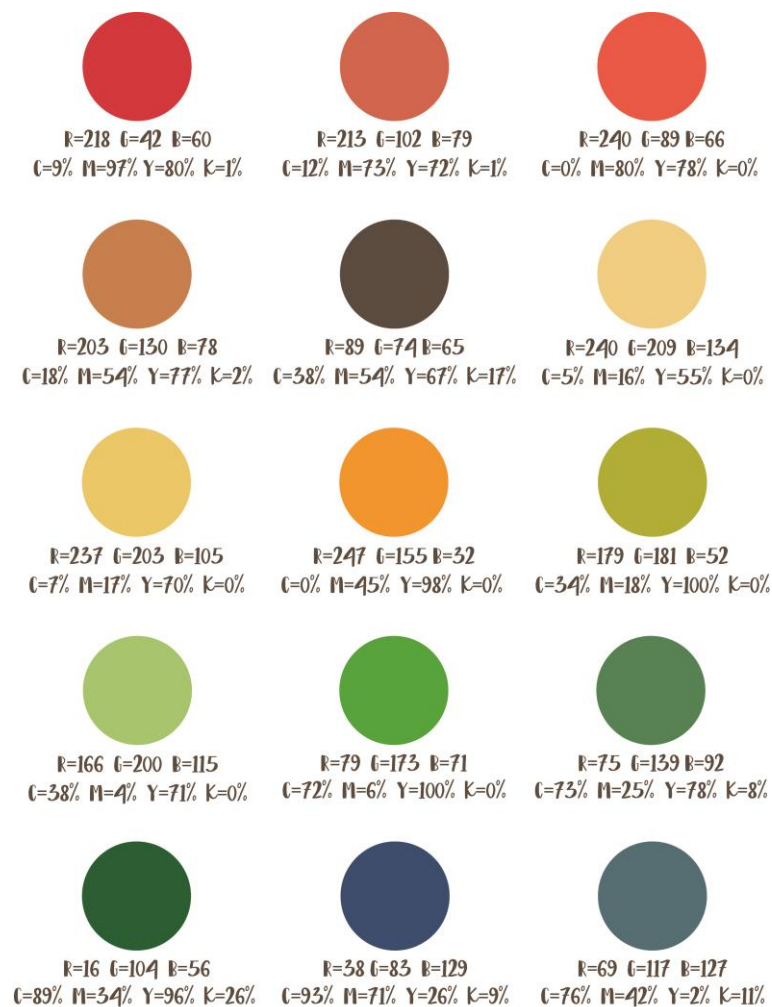
Visual bangunan yang digunakan pada buku ilustrasi menggunakan bentuk bangunan rumah ibadah yang ada di gang Luna dengan menggunakan bentuk bangunan tampak depan.



Gambar III.16 Konsep Visual Bangunan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.3.6 Warna

Warna merupakan pancaran dari sifat cahaya, warna dapat dilihat dengan adanya pantulan cahaya yang mengenai suatu objek (Nugroho, 2015, h.22-23). Warna yang digunakan pada perancangan ini menggunakan warna-warna yang cerah dan beberapa diambil dari warna logo Kampung Toleransi RW 04 Kelurahan Jamika. Warna dipakai adalah warna cerah yang hangat dan dingin yang saling mendominasi. Kata cerah yang dimaksudkan adalah warna terang yang ceria dan mewakili keseharian para remaja untuk menyukai hal-hal baru yang bersifat filentropis.



Gambar III.17 Konsep Warna

Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Warna yang digunakan diberi kode warna RGB dan CMYK agar memudahkan untuk memilih warna yang sesuai dengan warna yang digunakan dalam

perancangan agar warna yang dihasilkan saat mencetak sesuai dengan warna yang sudah dipilih. Adapun RGB merupakan warna singkatan dari *Red*, *Green*, dan *Blue* yang biasa digunakan pada monitor komputer. Sedangkan CMYK merupakan merupakan singkatan dari *Cyan*, *Magenta*, *Yellow*, dan *Black*. Mode warna ini digunakan untuk cetak (Yoga, 2004, h.90-91).