

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Pagunadi (2017), khalayak sasaran merupakan sebuah kelompok masyarakat atau individu yang ditargetkan sebagai penerima pesan dan memberikan sebuah timbal balik atau respon darinya. Tujuan dari pemilihan khalayak sasaran adalah dalam penyampaian pesan tidak terjadi penyimpangan yang menyebabkan pesan yang disampaikan tidak dapat diterima dengan baik oleh target yang dituju. Sebuah pesan akan diterima dengan baik apabila khalayak sesuai dengan pesan yang akan disampaikan. Dalam hal ini, khalayak sasaran yang dipilih meliputi demografis, psikografis, dan geografis.

III.1.2 Demografis Khalayak

Demografis khalayak mencakup jenis kelamin, usia, tahapan perkembangan, status ekonomi, sosial, dan pendidikan.

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Usia : 15-22 tahun
- Tahapan Perkembangan : Remaja awal – remaja akhir
- Pendidikan : Pelajar SMA – Mahasiswa
- Status Ekonomi : Menengah – menengah ke atas

Berdasarkan hasil jawaban responden dari kuisioner yang sudah diberikan, demografis khalayak dari perancangan ini berusia 15-22 tahun dan juga berpendidikan dari pelajar SMA hingga mahasiswa. Khalayak tersebut dipilih karena masih dalam masa pembelajaran khususnya bagi yang mengambil atau tertarik dengan bahasa Jepang dan mengalami kesulitan dalam mempelajari terutama dalam menulis huruf-huruf Jepang.

III.1.3 Geografis Khalayak

Dalam perancangan ini, geografis yang dipilih adalah wilayah perkotaan di Bandung. Geografis khalayak yang dipilih merupakan remaja yang tinggal dan menjenjang pendidikan di Kota Bandung.

III.1.4 Psikografis Khalayak

Usia remaja adalah usia yang menumbuhkan rasa penasaran dan keingintahuan yang ada pada lingkungan sekitarnya. Menurut Sri Rumini & Sundari (2004), remaja khususnya dari usia 15-20 tahun cenderung memiliki keingintahuan dan mencoba hal-hal yang baru bagi dirinya. Selain itu, remaja merupakan tahapan yang mudah terpengaruh pada sesuatu hal yang asing baginya. Contohnya, dalam hal ini adalah pengaruh budaya Jepang yang masuk ke Indonesia. Remaja itulah yang harus menentukan sendiri apakah pengaruh tersebut ditangkap secara negatif atau positif.

III.2 Strategi Perancangan

Dalam pembelajaran bahasa Jepang tentunya ada kesulitannya tersendiri. Sebagian besar kesulitan tersebut terletak pada sistem huruf dan tulisan yang dimiliki bahasa Jepang yaitu huruf Kanji. Kesulitan ini kadang membuat para pembelajar menjadi kurang termotivasi bahkan hingga takut dalam mempelajari bahasa Jepang lebih lanjut. Oleh karena itu, media informasi yang akan dirancang diharapkan bisa mengurangi tingkat kesulitan dalam mempelajari cara menulis huruf Kanji. Selain itu, informasi yang akan disampaikan bersifat singkat dan jelas. Dengan kata lain, hanya menyampaikan bagian-bagian terpenting saja. Dalam hal ini, media utama berupa kartu dapat digunakan sebagai media yang dapat menyampaikan informasi sesingkat mungkin tanpa menghilangkan bagian yang pentingnya. Penulisan huruf Kanji menggunakan *Hitsujun Kanji* hanya memperlihatkan langkah demi langkah cara penulisan huruf Kanji yang baik dan benar. Selain itu juga menambahkan arti dan cara baca dari huruf tersebut sehingga audiens juga tidak hanya bisa menulis huruf dengan baik, tapi juga bisa membacanya dengan benar. Pembuatan identitas untuk media informasi berupa maskot karakter yang bertujuan untuk meningkatkan

daya tarik pembelajar agar termotivasi dalam proses belajarnya. Selain itu, karakter maskot ini juga akan digunakan dalam media pendukung.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ini adalah membuat sebuah media informasi yang dapat memudahkan para pembelajar dan penggemar bahasa Jepang dalam mempelajari cara menulis huruf Kanji dasar sehingga dapat digunakan untuk melanjutkan ke ranah bahasa Jepang yang lebih tinggi. Perancangan ini diharapkan menjadi awal mula atau dasar dari pembelajaran huruf Kanji sebelum mengikuti materi yang lebih kompleks.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi adalah cara penyampaian pesan kepada target audiens, yang dirancang sesuai karakteristik dari target audiens tersebut. Dalam hal ini, pendekatan visual dan verbal dirancang dengan tujuan untuk mudah tersampaikan oleh audiens.

III.2.2.1 Pendekatan Verbal

Bahasa yang digunakan untuk media utamanya adalah bahasa Indonesia baku yang memiliki makna yang sebenarnya menurut kamus bahasa Jepang - bahasa Indonesia. Hal ini dikarenakan untuk menghindari perbedaan makna antara huruf Kanji dengan arti sebenarnya.

Bahasa yang digunakan untuk kemasan dari media utama adalah bahasa Indonesia yang tidak terlalu baku. Selain itu, gaya bahasa yang digunakan adalah deskriptif. Hal ini bertujuan untuk memberikan spesifikasi dan keunggulan dari media informasi ini.

III.2.2.2 Pendekatan Visual

Mengingat media utama yang akan digunakan adalah kartu, maka hanya menggunakan visual berupa huruf Kanji dan cara penulisannya tahap demi tahap saja. Kemudian ditambahkan dengan tampilan besar dari huruf salah satu huruf Kanji. Dalam hal ini, komunikasi secara visual lebih ditekankan. Menurut

Nakilcioglu dalam Arifrahara dan Maulina (2017), komunikasi secara visual terjadi dalam bentuk gambar.

Tema yang digunakan berdasarkan beberapa hal yang benuansa negara Jepang. Dalam hal ini, bendera negara Jepang digunakan untuk tema media utamanya yang bertujuan untuk menambahkan nuansa “negara matahari terbit” agar audiens termotivasi dalam pembelajarannya. Selain itu, tema yang mengangkat nuansa Jepang digunakan untuk penggambaran identitas karakter maskot dari media utama ini.

Menurut Rick Enrico (2017), karakter maskot atau dalam dunia *branding* disebut *Brand Mascot*, adalah salah satu jenis pembuatan identitas suatu produk atau *brand* yang diambil dari sosok manusia, hewan, hewan antropomorfik (menyerupai manusia), atau benda mati. Rick Enrico melanjutkan bahwa sebuah maskot juga bisa memperkuat *brand* dari suatu produk agar lebih melekat pada audiens.

Oleh karena itu, karakter maskot dikonsepsi sedemikian rupa agar dekat dengan audiens yang menyukai budaya Jepang juga. Gaya gambar yang digunakan mengarah ke budaya Jepang *anime* dan *manga* karena gaya gambar tersebut sering diminati oleh khalayak sasaran



Gambar III.1 Referensi Bendera Negara Jepang

Sumber : <https://www.worldatlas.com/articles/what-do-the-colors-and-symbols-of-the-national-flag-of-japan-mean.html>

(Diakses 15 Juli 2019)



Gambar III.2 Contoh Karakter dengan Gaya Gambar *Anime* dan *Manga*

https://vsbattles.fandom.com/wiki/Mirai_Kuriyama

(Diakses 15 Juli 2019)

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory adalah pihak-pihak yang dilibatkan dalam hal publikasi (Pangunadi, 2017). Lembaga yang akan melakukan penerbitan media informasi ini adalah Elex Media Komputindo. Lembaga ini berdiri pada 15 Januari 1985. Lembaga ini dipilih sebagai distributor dari media informasi ini karena lembaga ini juga pernah menerbitkan media informasi pembelajaran berupa kartu.



Gambar III.3 Elex Media Komputindo

Sumber : <http://terbitinkarya.blogspot.com/2017/03/cara-menerbitkan-naskah-kategori-novel.html>

(Diakses 15 Juli 2019)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan merupakan isi utama yang ingin disampaikan kepada target audiens. Dalam perancangan media informasi ini, materi pesan yang ingin disampaikan adalah melalui metode *Histujun Kanji*, pembelajaran menulis huruf Kanji akan menjadi lebih mudah. Dengan mengikuti langkah-langkah dasar dalam cara menulis huruf Kanji, diharapkan juga menumbuhkan kepekaan dan mengetahui pola dari penulisan huruf.

III.2.5 Gaya Bahasa

Dalam perancangan media utamanya, gaya bahasa yang digunakan sebagai judul dari media informasi ini merupakan makna sebenarnya atau makna leksikal yaitu sebuah kartu belajar menulis huruf Kanji. Selain itu, gaya bahasa yang digunakan untuk perihal seperti media pendukung dan promosi, yaitu persuasif. Gaya bahasa tersebut digunakan dengan tujuan untuk mengajak dan membujuk audiens agar lebih percaya diri untuk mempelajari cara menulis huruf Kanji dan juga tertarik untuk menggunakan media informasi ini dalam proses pembelajarannya.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan tahapan konsep dan perencanaan dari media informasi yang akan dirancang. Dalam hal ini, media utama untuk menyampaikan cara menulis huruf Kanji menggunakan *Histujun Kanji* adalah dalam bentuk kartu belajar. Kartu belajar ini akan dikemas dengan tampilan dan susunan tata letak yang dapat membantu audiens dalam mempelajari cara menulis huruf Kanji yang baik dan benar.

- *Copywriting*

Judul atau nama dari kartu belajar ini menggunakan penggabungan antara bahasa Jepang dan bahasa Indonesia. Untuk bagian *headline*, penulis menggunakan nama karakter maskot sebagai judul media utama ini yang merupakan “anak” yang suka belajar huruf. Penggabungan antara kata “Kanji” dan “anak” tersebut menumbuhkan arti baru dalam bahasa Jepang yaitu “Kanjiko” ditulis menggunakan huruf Kanji “Kanji” dan “anak” (漢

字 dan 子). Untuk bagian *Sub-headline* adalah “Kartu Belajar Kanji” dengan tujuan agar audiens mengetahui sebenarnya apa maksud dari media informasi ini.

- **Visualisasi**

Visualisasi berupa tema atau *key visual* dari media informasi ini diambil dari bendera negara Jepang. Kemudian, tampilan utama dari kartu belajar ini adalah sebuah langkah demi langkah dari cara menulis huruf Kanji. Kartu belajar ini akan menuntun audiens untuk mengikuti langkah-langkah tersebut coretan demi coretan menggunakan visual yang ada pada kartu belajar ini. Kemudian audiens juga bisa melihat lalu mengikuti alur dari penulisan huruf berupa garis tipis dari setiap coretan yang bisa diikuti.

Setelah itu, desain karakter maskot menggunakan tema dari salah satu budaya Jepang yaitu *anime & manga*. Tema tersebut dianggap cocok dengan target audiens yang menyukai budaya Jepang.

- **Komponen**

Kartu belajar Kanjiko memiliki 4 komponen, yaitu kartu utama, penjelasan tentang *hitsujun*, kartu panduan cara penggunaan, dan kemasan atau *packaging*. Kartu utama yang berjumlah 80 kartu merupakan media informasi utama yang menyampaikan tentang cara menulis huruf Kanji. Kartu panduan berisi tentang semua keterangan yang ada dalam kartu utama dan juga penjelasannya. Penjelasan tentang *hitsujun* adalah sebuah panduan tentang bagaimana cara penulisan huruf Kanji yang baik dan benar menurut aturan *hitsujun*. Kemudian kemasan atau *packaging* mengemas kedua komponen tersebut menjadi satu.

III.2.7 Strategi Media

III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang pilih dalam perancangan media informasi ini adalah kartu belajar atau kata lainnya adalah *flashcards*. Menurut Rudi Susilana dan Cepiriyana (dalam Syarifah, 2014), *flashcards* adalah salah satu bentuk media pembelajaran yang berbentuk kartu berukuran 8 x 12 cm atau bervariasi tergantung kebutuhannya. Pesan yang disampaikan dalam *flashcards* atau kartu belajar dominannya adalah gambar dengan keterangan yang singkat.

Keunggulan dari kartu belajar atau *flashcards* adalah dalam penyampaian pesannya terbilang efektif dikarenakan kartu hanya menggunakan visualisasi dan sedikit teks agar materi yang disampaikan mudah diterima dan cepat diingat. Selain itu, sifatnya yang kecil juga bisa digunakan dimana saja dan kapan saja. Berbeda dengan media buku, kartu juga bisa mengurangi rasa jenuh dalam proses pembelajarannya jika dikemas dengan visual yang menarik dan cocok dengan target audiens.

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung digunakan untuk membantu media utama dalam hal publikasi dan juga menambahkan daya tarik media utama. Media pendukung digunakan pada saat penerbitan pertama atau *launching*. Hal ini mencakup seperti poster promosi, *x-banner*, dan *life size-standing character* dari karakter maskot identitas Kanjiko untuk publikasian. Publikasi online juga dilakukan untuk promosi awal agar audiens mengetahui terlebih dahulu tentang kartu belajar Kanjiko seperti promosi menggunakan media sosial *Instagram*. Selain itu, akan dibuat juga beberapa *merchandise* bagi yang sudah membeli dari karu belajar Kanjiko. *Merchandise* ini juga dibuat untuk mengarahkan kepada tema dari media utama ini yaitu pembelajaran huruf Kanji melalui benda-benda dari lingkungan sekitar. Hal ini mencakup seperti, gantungan kunci, pembatas buku atau *bookmark*, kalender, stiker, dan *standee acrylic*.

III.2.8 Strategi Distribusi

Media	Juli	Agustus	September	Oktober dst.	Lokasi Tempat
Media Utama Kanjiko					Toko buku
<i>Life-size standing character</i>					Toko buku
Poster Promosi					Toko buku
Media Sosial <i>Instagram</i>					Media sosial
Gantungan Kunci					Toko buku
<i>Standee acrylic</i>					Toko buku
Stiker					Toko buku
Pembatas buku					Toko buku
Kalender					Toko buku

Tabel III.1 Jadwal Distribusi Media Utama dan Media Pendukung

Media utama dan media pendukung akan didistribusikan secara bersamaan pada saat penerbitan pertama. Akan tetapi, seperti poster promosi dan media sosial di *Instagram* dilakukan terlebih dahulu agar audiens mengetahui tentang kartu belajar Kanjiko. Setelah itu, *merchandise* akan ditawarkan kepada audiens yang tertarik seperti gantungan kunci dan *standee acrylic* dan juga beberapa tambahan *merchandise* gratis seperti pembatas buku dan stiker bagi audiens yang sudah melakukan pembelian kartu belajar Kanjiko.

Selain itu, ada jadwal dalam pendistribusian media utama dan media pendukung dari kartu belajar Kanjiko yang dapat dilihat pada tabel di atas.

Warna hijau merupakan acara COMIC FRONTIER 13 yang diadakan selama 2 hari pada bulan September dimana target audiens terutama di kalangan remaja yang menyukai budaya Jepang menghadiri acara tersebut untuk membeli produk dan barang yang dibuat oleh industri kreatif bertema *anime* dan *manga*. Poster promosi hanya digunakan hingga Agustus karena hanya bertujuan untuk promosi awal saja. Setelahnya, promosi dilakukan melalui media sosial *Instagram*.

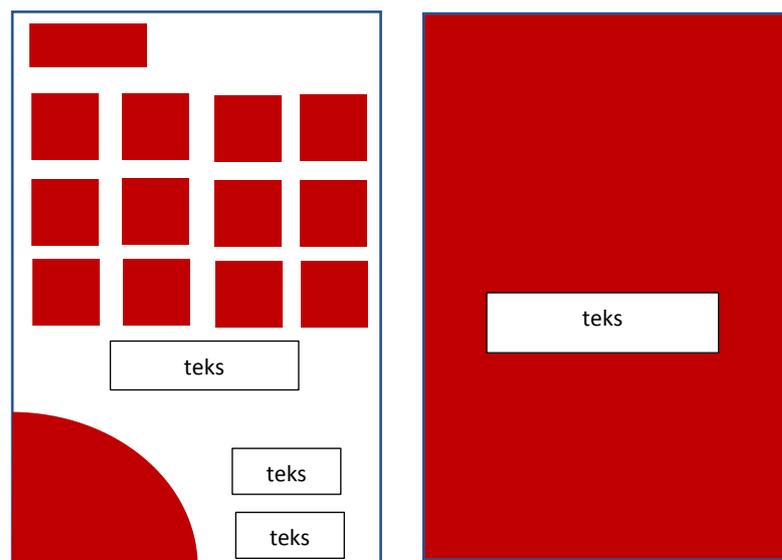
III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format kartu berukuran 10 x 7 cm menggunakan kertas *art paper* laminasi *doff* 260gsm. Hal ini bertujuan agar kartu terlihat tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil. Selain itu juga ukuran tersebut bertujuan agar nyaman dilihat dan digunakan satu demi satu. Kemudian akan dibuat sebuah kemasan atau *packaging* dengan menggunakan kertas *artpaper* 300gsm menjadi sebuah kemasan berbentuk kotak. Kemasan tersebut berukuran panjang, tinggi dan lebar 7,7 x 11 x 3,5 cm.

III.3.2 Tata Letak

Tata letak atau *layout* dari kartu belajar Kanjiko dimulai dari kiri atas sampai kanan bawah. Audiens akan melihat mulai dari jumlah coretan atau *stroke* yang dibutuhkan dalam penulisan huruf Kanji, kemudian dilanjutkan pada cara penulisan huruf Kanji tahap demi tahap. Audiens juga bisa melihat gambar huruf Kanji besar sebagai pandangan utama dari kartu belajar Kanjiko. Penempatan huruf Kanji dipojok dengan ukuran besar bertujuan agar audiens tahu dan melihat lebih jelas akan bentuk dari huruf yang dipilihnya. Kemudian audiens bisa membaca arti dan cara baca dari huruf Kanji tersebut. Bagian belakang dari kartu belajar Kanjiko dibuat menggunakan tipografi dari Kanjiko yang diletakan dibagian tengah.



Gambar III.4 Contoh Tata Letak Bagian Depan dan Bagian Belakang Kartu Belajar Kanjiko
Sumber Pribadi

III.3.3 Tipografi

Font utama yang digunakan dalam cara penulisan huruf Kanji adalah Hakusyu Kaisho Bold karya perusahaan Hakuho Shoji. *Font* ini dipilih terlihat tidak kaku dan fleksibel karena masih memperlihatkan tarikan dan tekanan kuas, jadi terlihat masih seperti tulisan tangan. Lisensi *font* ini adalah *free non-commercial* dan *commercial with exceptions*

あのイーハトーヴォの
すきとおった風、
夏でも底に冷たさをもつ青いそら、
うつくしい森で られたモリーオ市、
外のきらきらひかる草の波。

A a B b C c D d E e F f G g H h
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
~ ! @ # \$ % ^ & * () + - = < >

Gambar III.5 Font Hakusyu Kaisho

Sumber: <https://www.freejapanesefont.com/hakusyu-kaisho-bold-calligraphy/>
(Diakses 15 Juli 2019)

Font yang digunakan untuk tulisan latin menggunakan *font* Nunito karya Vernon Adams. *Font* ini dipilih karena pada bagian ujungnya berbentuk bulat atau *rounded* sehingga terlihat konsisten mengikuti visual yang tidak memiliki sisi tegas dan runcing. Lisensinya adalah *free for use*.

ABCČĆDĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽabcčć
dďefghijklmnopqrsštuvwxyzžĂÂÊÔŮUăâêôů123
4567890‘’“!”(%)[#]{@}/&\<-+÷×=>®©\$€£¥¢;,:.*

Gambar III.6 Font Nunito

Sumber : <https://fonts.google.com/specimen/Nunito>
(Diakses 15 Juli 2019)

Font yang digunakan untuk tipografi nama kartu Kanjiko menggunakan *font* Corporate Logo Maru yang dibuat oleh Adobe Systems Corporate. *Font* ini mengikuti bentuk dari *font* huruf latin Nunito yang berbentuk bulat atau *rounded*.

Selain itu *font* ini dipilih berbeda dengan *font* yang digunakan pada kartu utama karena digunakan sebagai logo atau identitas dari media utama ini. Lisensinya adalah *free for use*.

Corporate Logo Maru Bold

あのイーハートヴォの
すきとおった風、
夏でも底に冷たさをもつ青いそら、
うつくしい森で飾られたモーリオ市、
郊外のきらきらひかる草の波。
祇辻飴葛蛸鯖鱒噌庖箸
ABCDEFGHIJKLM
abcdefghijklm
1234567890

Gambar III.7 Font Corporate Logo Maru Bold
Sumber : <https://www.freejapanesefont.com/corporate-logo-maru-download/>
(Diakses 15 Juli 2019)

III.3.4 Ilustrasi

- **Desain Kartu**

Ilustrasi pada kartu utama dari kartu Kanjiko ini menggunakan tema bendera Jepang yang berbentuk lingkaran dan berwarna merah. Hal ini bertujuan untuk menciptakan nuansa yang lebih terasa untuk audiens dalam mempelajari bahasa dari “negara matahari terbit”. Kemudian diperlihatkan langkah demi langkah tentang cara menulis huruf Kanji yang baik dan benar sesuai aturan *histujun kanji*.



Gambar III.8 Referensi Visual Bendera Jepang
Sumber : <httpswww.behance.net/gallery/3363379/Minimalism-Voll>
(Diakses 15 Juli 2019)

- **Studi Karakter Maskot**

Untuk ilustrasi karakter maskot menggunakan gaya ilustrasi yang diminati oleh khalayak sasaran. Dalam hal ini, gaya *anime* dan *manga* digunakan karena khalayak sasaran sebagian besar peminat budaya Jepang seperti *anime* dan *manga*. Karakter maskot ini digambarkan dengan 2 versi, yaitu versi manusia dan versi *chibi*. Versi manusia digambarkan dengan proporsi tubuh manusia seperti biasanya, sedangkan versi *chibi* adalah penyederhanaan atau pengurangan dari versi manusia. Dalam hal ini, versi *chibi* memiliki ukuran kepala lebih besar dan tubuh yang kecil atau mungil. Kemudian mata digambarkan lebih besar dari versi manusia.



Gambar III.9 Perbandingan Versi Manusia dan Versi *Chibi*
Sumber : <https://www.behindthevoiceactors.com/characters/Haruhi-Suzumiya/Haruhi-Suzumiya/>
(Diakses 15 Juli 2019)

Referensi yang diambil dalam ilustrasi dari karakter maskot Kanjiko adalah perempuan yang selalu ceria, menggunakan pakaian tradisional Jepang yang disebut *Yukata* dan menggunakan topeng rubah putih di samping kepalanya. Hal ini menambahkan nuansa dari tema budaya Jepang seperti pada desain kartu utama. Selain itu, karakter maskot didesain menggunakan *yukata* bertujuan untuk memberikan kesan sederhana, dalam artian audiens tidak perlu membutuhkan alat atau teknologi untuk mempelajari cara menulis huruf Kanji, cukup dengan berlatih dengan sungguh-sungguh saja. Karakter ini terinspirasi dari komik karya Nagaru Tanigawa yang bernama *Watahasi Yasumi*.



Gambar III.10 Baju Tradisional Yukata dan Topeng Rubah Putih

Sumber : (a) <http://yabai.com/p/2243>

(b)

http://www.uniqlo.com/sg/corp/pressrelease/2015/07/uniqlo_takes_traditional_japan.html
(Diakses 15 Juli 2019)



Gambar III.11 Referensi Karakter Kanjiko
Sumber : <https://mangarock.com/manga/mrs-serie-247955/chapter/mrs-chapter-248048>
(Diakses 15 Juli 2019)



Gambar III.12 Karakter Maskot Kanjiko
Sumber Pribadi

III.3.5 Warna

Warna yang digunakan dalam kartu belajar Kanjiko ini didominasi oleh warna merah dan putih sebagai warna *background* yang mengambil dari skema warna bendera negara Jepang. Selain itu warna biru digunakan sebagai kontras untuk memperlihatkan cara menulis huruf Kanji. Warna yang digunakan kontras dari warna merka bertujuan agar audiens fokus dan melihat secara jelas setiap tarikan yang ada. Warna hitam dan abu-abu mewakili tarikan sebelum dan sesudah langkah yang dilakukan dalam tahapan penulisan huruf Kanji.



Gambar III.13 Skema Warna Media Utama

Sumber Pribadi