

## **BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN**

### **III.1 Strategi Perancangan**

Berdasarkan pada fokus masalahnya ditemukan pemecahan masalah yang akan menjadi aspek dasar dalam strategi perancangan, yaitu media informasi yang informatif dan mudah dipahami. Maka dipilihlah perancangan media informasi buku tentang *hand lettering* untuk pemula, sehingga dengan media informasi ini bisa menjadi salah satu sumber referensi tertulis untuk pembelajaran *hand lettering*, khususnya bagi para peminat baru/pemula.

#### **III.1.1 Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi dari perancangan media informasi *hand lettering* untuk pemula adalah agar para peminat *hand lettering* mendapatkan informasi mengenai pengetahuan secara teori yang dapat menjadi dasar dalam pengembangan ilmu dan kemampuan mereka dalam berkarya *hand lettering*.

#### **III.1.2 Pendekatan Komunikasi**

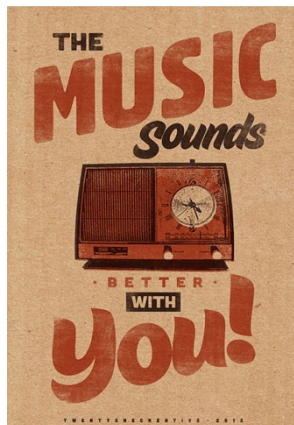
Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Pendekatan komunikasi media informasi ini disesuaikan kepada khalayak sasaran yang akan dituju, yaitu untuk dewasa awal. Pendekatan komunikasi yang akan dilakukan menggunakan dua cara pendekatan yaitu pendekatan verbal dan visual.

##### **III.1.2.1 Pendekatan Visual**

Pendekatan visual yang akan dibuat dalam perancangan ini adalah menggunakan tipografi dan *hand lettering*. Penggunaan tipografi dan *hand lettering* dimaksudkan karena untuk lebih menguatkan secara visual terhadap pesan dan informasi yang tertulis. Kemudian menggunakan tata letak yang minimalis sehingga nyaman saat dilihat dan menggunakan huruf-huruf yang mudah dan nyaman dibaca. Berikut referensi visual yang akan digunakan dalam perancangan ini :

- *Retro*

Menurut Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan (seperti dikutip Devin, 2008) kata '*retro*' sendiri merupakan kependekan dari retrospektif, yaitu kembali ke masa lalu menurut kamus Besar Bahasa Indonesia menyiratkan suatu pergerakan ke arah masa lalu sebagai pergantian suatu kemajuan ke arah masa depan. Jika sekarang kita hidup di tahun 2000an, maka kita bisa mengambil rentang waktu beberapa dekade ke belakang, kira-kira dari era tahun 40an hingga awal awal 70an. Desain grafis retro dapat diartikan sebagai desain yang menampilkan *typeface*, warna, layout, dan gaya yang berkembang pada era tersebut. Saat itu, desain berkarakter sederhana dengan penggunaan warna yang masih terbatas karena teknologi belum berkembang secanggih sekarang. Selain itu, penggunaan tekstur adalah ciri khusus yang menonjol sebagai bahan identifikasi. Hal itu untuk menciptakan kesan usang atau dicetak pada media yang lama.



Gambar III.1.1 Contoh poster *retro*.  
<https://id.pinterest.com/pin/49961877091825698/> (Januari 2017)

### III.1.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan adalah Bahasa Indonesia. Dengan tata bahasa yang digunakan tidak terlalu baku serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh target audiens dan informasi dapat tersampaikan secara jelas kepada target audiens.

### III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan dalam perancangan ini diantaranya :

1. Pengertian umum mengenai *hand lettering*
2. Pengertian tipografi
3. Klasifikasi Bentuk Huruf
4. Anatomi Huruf
5. Jenis *Hand Lettering* berdasarkan peralatan dan media
6. Tutorial dasar secara bertahap

### III.1.4 Khalayak Sasaran Perancangan

1. Berdasarkan analisa terhadap khalayak sasaran agar informasi dapat tersampaikan dengan tepat, maka ditentukan beberapa segmentasi sebagai berikut:

- Demografis

Khalayak sasaran yang dituju adalah Remaja Akhir yang berusia 18-24 tahun yang meminati *hand lettering*.

1. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
2. Pekerjaan : Pelajar dan Mahasiswa
3. Ekonomi : B - A

- Geografis

Menurut Phillip (1995) segmentasi geografis adalah pembagian geografi seperti negara, wilayah kota, dan desa. Daerah yang dipandang potensial dan menguntungkan akan menjadi target. Berdasarkan lokasi yang menjadi khalayak sasaran perancangan ini adalah masyarakat yang berada di Kota Bandung.

- Psikografis

Sasaran audiens secara psikografis mengarah kepada kategori remaja akhir yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan, mengkoleksi buku dan menyukai hal-hal baru. Berikut karakteristik remaja akhir;

- Memiliki intensitas bersosialisasi

- Bergaul dengan kelompok sebaya
- selalu mengikuti tren (up-to-date)
- Imajinatif

## 2. *Consumer Insight*

Menurut Maulana, seperti yang dikutip Maulana (2016), *Consumer Insight* adalah proses mencari tahu secara lebih mendalam tentang pemikiran dan perilaku konsumen, dan untuk menemukan emosi dan perasaan tersembunyi dari konsumen. Untuk perancangan ini target audiens yaitu remaja akhir yang berusia 18-24 tahun memiliki perilaku dan emosi yaitu remaja akhir menyukai hal-hal baru untuk mengaktualisasi dirinya sesuai dengan tren dan hal-hal yang mereka mulai minati agar mendapatkan penghargaan dari kelompok sebayanya.

## 3. *Consumer Journey*

Agar informasi dan pemilihan media dapat tersampaikan dengan baik, diperlukan daftar aktifitas dari target audiens. Berikut adalah daftar aktifitas dan tempat yang memungkinkan untuk dikunjungi dan berinteraksi dengan target audiens.

Tabel III.1 *Consumer Journey*  
Sumber : Dokumentasi Pribadi (Januari 2017)

| No | Kegiatan          | Tempat                     | <i>Point of Contact</i>                                                    |
|----|-------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Bangun tidur      | Kamar                      | Handphone, Jam Dinding/Jam meja                                            |
| 2  | Mandi             | Kamar Mandi                | Peralatan Mandi                                                            |
| 3  | Sarapan           | Ruang Makan/Ruang Keluarga | Televisi, Handphone, Koran                                                 |
| 4  | Berangkat Sekolah | Jalan, Sekolah             | Gantungan Kunci, Tas, Poster, Sticker, Tempat Pensil, Buku, <i>Tumbler</i> |
| 5  | Pulang Sekolah    | Jalan                      | Banner, Flyer, Buku Catatan                                                |

|   |           |       |                                                     |
|---|-----------|-------|-----------------------------------------------------|
| 6 | Istirahat | Kamar | Televisi,<br>Komputer/Laptop,<br>Handphone, Majalah |
| 7 | Tidur     | Kamar | Mug, Jam Dinding                                    |

### III.1.5 Strategi Kreatif

Perancangan ini berisikan pengetahuan dasar tentang *hand lettering*. Buku ini memberikan informasi tentang pengenalan tipografi yang berkaitan dengan *hand lettering*. Selain itu, pada buku ini juga memberikan tutorial dasar perancangan *hand lettering*. Sehingga para pembaca tidak hanya sekedar mendapatkan informasi namun juga mendapatkan pengalaman dalam membuat *hand lettering* secara bertahap melalui tutorial tersebut. Visualisasi buku ini pun dirancang dengan konsep retro dengan tatanan halaman yang minimalis. Gaya visual retro tersebut menguatkan kesan kuno dan halaman yang minimalis memberikan kenyamanan dalam membaca, sehingga para pembaca dapat fokus terhadap elemen tipografi dan *hand lettering* pada buku ini.

- ***Copywriting***

Copywriting adalah kemampuan dalam mengolah kata dan menciptakan naskah yang menggabungkan kerja intelektual dan seni untuk memenuhi pesan penjualan. Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, *copywriting* yang digunakan dalam perancangan ini adalah :

1. Headline : *Hand Lettering*
2. Subheadline : Untuk Pemula

- ***Storyline***

1. Halaman 1-2

Definisi *Hand Lettering*.

2. Halaman 3-4

Definisi Tipografi.

3. Halaman 5-8

Menjelaskan klasifikasi bentuk-bentuk huruf.

Menjelaskan tentang anatomi huruf dan pembedahannya.

Menjelaskan tentang *chalk lettering*.

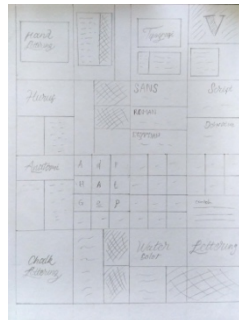
Menjelaskan tentang *watercolor lettering*.

Menjelaskan tentang *brush lettering*.

Menjelaskan proses pembuatan *hand lettering*.

Tutorial singkat *brush lettering*.

- *Storyboard*



Gambar III.1.2 Contoh *Storyboard* Buku  
Sumber : Dokumen Pribadi (Januari 2017)

- **Visualisasi**

Visualisasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah tipografi. Semua konten yang terdapat didalam buku ini menyesuaikan dalam bentuk tipografi dan *hand lettering* agar mudah selaras dengan tema dan menguatkan visualisasi pembaca.



Gambar III.1.3 Contoh tipografi sebagai elemen visual buku

<http://lettershoppe.com/wp-content/uploads/2014/11/lettering-resources27.jpg>  
(Januari 2017)

### III.1.6 Strategi Media

Berdasarkan kepada permasalahan yang dihadapi, diharapkan pemilihan media dapat menjadi solusi permasalahan. Didalam perancangan ini media yang digunakan terbagi menjadi dua jenis media.

#### III.1.6.1 Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah buku pengetahuan dasar dan tutorial singkat *hand lettering*.

Surahman (Seperti dikutip Maulana, 2016) secara umum membedakan buku menjadi empat jenis, yaitu :

1. **Buku sumber**, yaitu buku yang biasa dijadikan rujukan, referensi, dan sumber untuk kajian ilmu tertentu, biasanya berisi suatu kajian ilmu yang lengkap.
2. **Buku bacaan**, adalah buku yang hanya berfungsi untuk bahan bacaan saja, misalnya cerita, legenda, novel, dan lain sebagainya.
3. **Buku pegangan**, yaitu buku yang bisa dijadikan pegangan guru atau pengajar dalam melaksanakan proses pengajaran.
4. **Buku teks**, yaitu buku yang disusun untuk proses pembelajaran, dan berisi bahan-bahan atau materi pelajaran yang akan diajarkan.

Menurut Wibowo (Seperti dikutip Maulana, 2016) anatomi buku terdiri dari :

- Sampul Depan

Sampul depan buku biasanya terdiri dari judul, nama penulis, penerbit dan edisi. Bagian yang penting dari sampul buku adalah judul buku. Judul buku memegang peranan penting karena menggambarkan sekilas isi buku.

Judul berarti nama yang diberikan untuk menunjukkan sebuah buku. Judul terdiri atas tiga jenis, yaitu judul umum, judul bab dan sub-bab. Judul umum tampak pada halaman sampul. Judul bab umumnya dapat dilihat di dalam buku.

- Punggung Buku

Punggung buku terdiri atas judul buku, nama penulis dan logo penerbit. Penulis tidak perlu membuatnya karena penerbitlah yang akan membuatnya.

- Sampul belakang buku berisi sinopsis, logo dan nama penerbit dan *barcode*. Bagian yang cukup penting dari sampul belakang adalah sinopsis.

- Halaman judul

- Halaman *Copyright*

- Halaman persembahan/dedikasi

- Kata Pengantar

Kata pengantar biasanya disusun oleh penulis sendiri. Didalam kata pengantar, penulis menyajikan tujuan penulisan buku, pokok pikiran buku.

- Prakata

Tujuan prakata adalah untuk memperkenalkan buku dan pengarang oleh orang lain yang tidak secara langsung berhubungan dengan buku tersebut.

- Daftar Isi

Tujuan daftar isi adalah menunjukkan sekilas apa yang ada di dalam buku. Di dalam daftar isi, pengarang menyajikan semua bab, sub-bab.

- Ilustrasi

Ilustrasi merupakan tambahan penjelasan teks yang diwujudkan dalam bentuk visual. Fungsi ilustrasi bagi suatu buku adalah menjelaskan dan mendukung teks yang tidak dapat digantikan dengan kata-kata.

- Daftar Pustaka

Berisi daftar buku-buku yang dijadikan referensi dalam menulis materi buku.

- Biografi Penulis

Penjelasan tentang latar belakang penulis yang melahirkan buku.

### III.1.6.2 Media Pendukung

- **Tahap Informasi**

1. **X-Banner**

Dipasang di toko buku lokasi tempat media utama dijual atau pada saat acara peluncuran buku.

2. **Poster**

Berfungsi untuk menarik perhatian baik target audiens primer maupun sekunder.

3. **Flyer**

Media yang memberikan informasi produk secara detail dan dibagikan didalam jangka waktu tertentu.

- **Tahap Peningkat**

1. ***T-Shirt***

Media ini digunakan sebagai cinderamata yang akan dijual selain media utama pada saat bulan pertama penerbitan buku dan kepada pembeli buku diberi akan diberi harga khusus.

2. ***Notepad***

*notepad* diberikan gratis kepada seratus orang pembeli pertama.

3. ***Sketchbook***

Buku sketsa yang juga diberikan gratis kepada seratus pembeli pertama.

4. ***Totebag***

Totebag banyak digunakan oleh semua kalangan terutama remaja karena sederhana dan cukup modis jika dirancang dengan baik. Media ini bagian dari cinderamata yang diberikan gratis kepada seratus orang pembeli pertama.

5. **Stiker**

media yang bisa diaplikasikan dimana saja, maka dari itu stiker salah satu media pendukung yang tepat untuk dijadikan media pengingat. Stiker terdapat didalam buku.

### III.1.7 Strategi Distribusi dan Penyebaran Media

Buku pengenalan *hand lettering* akan didistribusikan sesuai pada tabel berikut :

Tabel III.2 Distribusi Media Tahun 2017 Awal

| No | Media                  | Februari |  |  |  | Maret |  |  |  | April |  |  |  |
|----|------------------------|----------|--|--|--|-------|--|--|--|-------|--|--|--|
|    | Media Utama            |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
| 1  | Buku                   |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
|    | <b>Media Pendukung</b> |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
|    | Media Informasi        |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
| 1  | X-banner               |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
| 2  | Poster                 |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
| 3  | <i>Flyer</i>           |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
|    | Media Peningkat        |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
| 1  | <i>Notepad</i>         |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
| 2  | <i>Sketchbook</i>      |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
| 3  | Stiker                 |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
| 4  | Totebag                |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |
| 5  | <i>T-Shirt</i>         |          |  |  |  |       |  |  |  |       |  |  |  |

Penjualan buku *Hand Lettering* “Untuk Pemula” akan memberikan cinderamata kepada seratus orang pembeli pertama pada bulan pertama *launching* atau penerbitan buku berupa *notebook* dan *sketchbook*. Harga untuk buku ini di proyeksikan seharga Rp. 69.000,00

- Lokasi penyebaran media utama : Toko Buku.  
Toko buku merupakan lokasi utama untuk untuk menyebarkan media. Khususnya di Bandung, toko buku yang sudah dikenal oleh masyarakat seperti Gramedia, Togamas, dan toko buku lainnya.
- Lokasi penyebaran media pendukung : Toko Buku dan Pusat Perbelanjaan.  
Media pendukung pun banyak bertempat di toko buku karena merupakan tempat masyarakat untuk mencari buku-buku. Biasanya penempatan media pendukung bertempat pada meja kasir, sehingga masyarakat yang mengadakan transaksi juga mendapatkan informasi tentang terbitnya buku ini.

### III.2 Konsep Visual

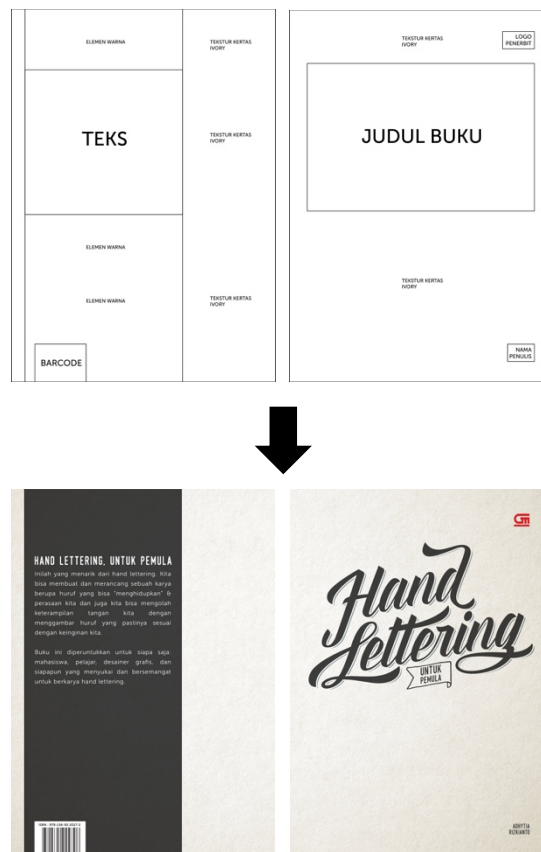
Konsep visual perancangan media informasi *Hand Lettering* untuk Pemula ini menggunakan teknik tipografi dan *hand lettering* yang disesuaikan dengan tema dan target audiens. Pemilihan warna didominasi oleh kertas *ivory* dengan warna putih gading yang mengindikasikan visualisasi retro.

#### III.2.1 Format Desain

Format desain buku dibuat dengan ukuran *custom* 17x24cm. Sampul buku akan dicetak dengan teknis *hardcover*, sedangkan isi buku dicetak pada kertas *Concord*.

#### III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout dibuat dengan menggunakan unsur tipografi dan *hand lettering* yang menjadi satu kesatuan. Layout disesuaikan dengan media yang akan di buat dengan mengedepankan kesan retro minimalis.



Gambar III.2.1 Contoh *Layout* Sampul Buku  
Sumber : Dokumen Pribadi (Januari 2017)

### III.2.3 Huruf

Jenis huruf dan tipografi merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah buku. Untuk pemilihan jenis huruf yang dipilih pada perancangan media utama, menggunakan jenis huruf *brush script* untuk judul buku dan judul bab, jenis huruf *slab serif* untuk *body text* dan jenis *sans serif* untuk sub judul dan elemen pada media pendukung. Berikut adalah spesifikasi jenis huruf yang digunakan pada perancangan ini :

- *Everglow Script*



Gambar III.2.2 Tipografi Judul Buku  
Sumber : Dokumen Pribadi (Januari 2017)

Jenis huruf ini digunakan berdasarkan tema perancangan yang mengangkat *hand lettering*. Desain dari jenis huruf ini merupakan bentuk dari *brush lettering* yang dinamis dan pada tiap huruf terdapat elemen *swash* dan *terminal* yang menjadi elemen tambah yang dekoratif. Jenis huruf ini digunakan untuk judul buku dan judul tiap bab pada buku ini.

- *Museo*

**Museo (300)**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !@#\$%^&\*()\_+:"'/?

**Museo (700)**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !@#\$%^&\*()\_+:"'/?

Gambar III.2.3 Tipografi *Body Text*  
Sumber : Dokumen Pribadi (Januari 2017)

- *Monthoers*



Gambar III.2.4 Tipografi Media Pendukung  
Sumber : Dokumen Pribadi (Januari 2017)

### III.2.4 Ilustrasi

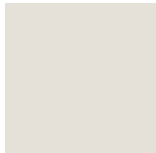
Ilustrasi yang digunakan untuk memvisualisasikan pesan verbal dalam perancangan ini adalah Tipografi dan *Handlettering*. Keduanya digunakan dengan maksud untuk mempertegas tema dan pesan yang disampaikan. Sehingga, pembaca tidak hanya mendapat informasi secara tulisan maupun dapat mendapatkannya secara visual dengan ilustrasi yang ada.



Gambar III.2.5 Ilustrasi  
Sumber : Dokumen Pribadi (Januari 2017)

### III.2.5 Warna

Warna dalam perancangan media informasi ini menggunakan warna-warna yang berkaitan dengan retro, sehingga memunculkan warna yang klasik yang mengedepankan kesan *handmade*.

| WARNA UTAMA                                                                       |                                                                                   | WARNA PENDUKUNG                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |
| C : 0<br>M : 0<br>Y : 0<br>K : 75                                                 | C : 10<br>M : 10<br>Y : 15<br>K : 0                                               | C : 0<br>M : 70<br>Y : 95<br>K : 0                                                | C : 80<br>M : 20<br>Y : 40<br>K : 0                                                | C : 55<br>M : 5<br>Y : 0<br>K : 0                                                   |

Gambar III.2.6 Skema Warna  
Sumber : Dokumen Pribadi (Januari 2017)

Berikut adalah pemaknaan makna menurut Rustan (2013) :

- **Hitam**

Warna hitam merupakan warna klasik, kecerdasan, gaya, profesional

- **Abu-Abu**

Warna abu memiliki makna kepandaian, masa lalu, netral, rendah hati

- **Jingga**

Warna Jingga memiliki makna antusias, menonjol, kesenangan, dan kebahagiaan.

- **Hijau**

Warna hijau memiliki makna alami, segar, masa muda, kreatif dan keseimbangan.

- **Biru**

Warna biru memiliki makna produktif, harmoni, tenang, dan bersih.