

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, khalayak merupakan suatu kelompok dalam tatanan masyarakat tertentu yang dijadikan sasaran komunikasi, sedangkan sasaran merupakan sesuatu yang diprioritaskan atau ditargetkan. Setelah analisa dan solusi perancangan telah didapatkan, maka harus ditentukan khalayak sasaran guna menentukan konsep perancangan yang disesuaikan dengan demografis kelompok sasaran, geografis, psikografis, *consumer journey* beserta *consumer insightnya* agar dapat menyampaikan informasi lebih efektif dan dapat diterima dengan tepat sasaran yang sesuai dengan harapan komunikator. Buku informasi ini adalah karya ilmiah yang ditujukan untuk wanita usia dewasa, adapun kategori dari target audiens yang dituju adalah:

- **Demografis Kelompok Sasaran**

- Jenis Kelamin : Perempuan (yang sedang hamil bayi kembar)
- Usia : 20-40 tahun.
- Tahapan Perkembangan : Dewasa awal (*early adult*).
- Pendidikan: Tamatan SMA dan perguruan tinggi

Pemilihan kelompok sasaran untuk perancangan ini adalah dewasa awal. Dewasa awal dimulai umur 20 tahun sampai umur 40 tahun. Dalam kategori pendidikan kelompok sasaran mulai dari SMA sampai dengan perguruan tinggi membuat buku informasi ini akan mudah dimengerti oleh pembaca. Alasan dipilihnya kelompok sasaran ini adalah karena yang terlibat dengan kehamilan (kembar) langsung adalah adalah kelompok usia ini.

- **Demografis Target Pasar**

- Jenis Kelamin : Perempuan dan laki-laki.
- Usia : 20 - 40 tahun.
- Tahapan Perkembangan : Dewasa awal (*early adult*)
- Pendidikan : SMA dan Perguruan Tinggi.
- Status Sosial : Menengah dan menengah atas.

Pemilihan target pasar untuk perancangan ini adalah wanita dewasa atau laki-laki dewasa yang sebagai subjek yang sedang hamil bayi kembar, keluarga atau kerabat dengan ibu hamil kembar dan wanita yang memiliki jalur gen lahir kembar sebagai bahan bacaan untuk mempersiapkan diri apabila wanita ini mendapatkan kesempatan hamil bayi kembar. sebagai target sekunder yang berkontribusi dalam keselamatan dan keamanan ibu hamil kembar supaya ibu hamil kembar akan didampingi oleh keluarga selama masa kehamilan hingga masa melahirkan secara siaga. Penjualan media yang dirancang cukup membutuhkan modal cukup besar, maka ditentukanlah status sosial menengah dan menengah keatas untuk target pasar.

- **Geografis**

- Wilayah : Indonesia
- Iklim: Tropis
- Luas: 1,905.000 km²

Berdasarkan geografis, perancangan ini mencakup kelompok sasaran pada wanita dewasa awal sebagai kelompok sasaran di seluruh Indonesia karena selain masyarakat kota besar masyarakat dari kota lain juga dapat mengetahui informasi persiapan melahirkan normal bayi kembar ini, beserta penggambaran proses persalinannya sehingga masyarakat dapat memahami dan mempelajarinya.

- **Psikografis Kelompok Sasaran**

Individu apabila sudah menikah maka mereka akan memiliki peran sebagai orang tua pada usia 20-40 tahun. Masa dewasa adalah usia yang paling produktif dalam mempunyai anak dan memperbanyak keturunan dengan tujuan membina keluarga besar pada suatu saat nanti. (Elizabeth B.Hurlock. 2009. h.246-250). Selain itu, dewasa awal akan membentuk keluarga baru (selain dari keluarga sebelumnya sebagai anak) yang sebagian besar telah membina hubungan yang sejak saat remaja. Havighurst Turner dan Helms (1995) menjelaskan tugas-tugas pada masa dewasa awal adalah mencari dan menentukan calon pasangan, berkeluarga dan berumah tangga, mengejar karier dengan tujuan menstabilkan ekonomi rumah tangga, dan menjadi warga negara yang baik.

- **Psikografis Target Pasar**

Dari segi emosional, usia dewasa awal adalah usia dimana keinginan untuk mendapatkan sesuatu sangatlah tinggi, masa dewasa awal merupakan suatu masa dalam perkembangan usia manusia yang ditandai dengan penyesuaian diri dengan kondisi baru yang akan ditempuh di lingkungannya nanti. Ciri-ciri lain dari masa dewasa awal yaitu, usia dimana seseorang mulai memantapkan letak kedudukan, mulai mengatur hidup dan bertanggung jawab dengan kehidupannya, masa dewasa awal adalah usia seseorang mulai mengenal komitmen, masa dewasa awal juga merupakan masa dimana manusia mulai menerapkan perubahan nilai yang disebabkan oleh beberapa hal contohnya karena keinginan untuk diakui pada kelompok orang seusianya, dan yang terakhir masa dewasa awal merupakan masa kreatif seseorang yang tercermin sesuai dengan minat dan kemampuan individual. Orang dewasa yang telah memiliki pemikiran yang matang dan sudah bisa memilah-milah informasi yang akan mereka konsumsi. Ciri-ciri umum pada dewasa awal adalah bentuk kreatifitas yang dilandasi pada minat dan kemampuan yang kemudian disalurkan pada pekerjaan dan hobi, memiliki keinginan dan kegiatan yang dapat memberikan kepuasan (Hurlock, 1996).

- ***Consumer Insight***

Consumer insight merupakan sebuah upaya untuk mencari tahu dan memahami keinginan, perilaku, dan pemikiran kelompok sasaran dan target pasar secara menyeluruh, tentang perilaku, pola pikir, perbuatan yang ada hubungannya dengan produk (Maulana, 2009, h.99). Bagi orang dewasa selaku kelompok sasaran bukan berarti tidak menyukai bacaan yang disertai gambar menarik didalamnya. Sedangkan consumer insight bagi target pasar adalah kerabat dekat yang memunyai saudara yang sedang hamil anak kembar, selain untuk mengedukasi tentang apa saja yang akan dialami ibu dalam persalinan normal tetapi juga menambahkan motivasi kedalamnya dengan menekankan dan menggambarkan indahnya mengandung anak kembar apalagi dengan persalinan normal proses persalinan yang dipilih. Didalam buku ini akan ditambahkan beberapa kisah menarik dari wanita-wanita yang pernah hamil kembar dan

melahirkannya melalui jalan persalinan normal. Kisah-kisah mereka akan diangkat dalam buku ini untuk meningkatkan motivasi dan semangat ibu dalam mempersiapkan persalinan normalnya.

- **Consumer Journey**

Consumer Journey dilakukan untuk memahami keadaan target audiens secara mendalam, untuk memudahkan untuk menentukan cara penyampaian yang dapat potensial untuk mempengaruhi khalayak. Dengan mengetahui keseharian dan interaksi target audiens didapat cara penyampaian dengan tepat.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Waktu	Aktifitas	<i>Point of Contact</i>
04:30	Bangun tidur, sholat	Kasur, Bantal, Handuk , Alat sholat.
05:00	Membereskan kamar dan mandi	Baju, Kasur, Selimut, Handuk, Sikat gigi, Sabun, Sampo.
05:30	Menyiapkan sarapan	Piring, Kulkas, Televisi, Jam dinding, kompor, wajan, wastafel.
06:30	Sarapan, menyiapkan keperluan kerja suami	Piring, Tas, Sepatu, Baju.
08:00	Kegiatan di rumah	Sapu, Kain Pel, Kemoceng, Deterjen, Mesin Cuci.
09:30	Istirahat	Buku, Handphone, Televisi, Remote.
10:00	Kepasar atau tempat perbelanjaan	Keranjang Belanja, Dompot, Sendal.
12:00	Pulang kerumah dan memasak makanan	Piring, Kulkas, Televisi, Jam dinding, kompor, wajan, wastafel.

13:00	Istirahat, sholat, makan siang, tidur siang, menonton televisi.	Buku, Kaos, Piring, Televisi, Boneka, Tempat tidur.
16:00	Mandi, sholat	Handuk, Sikat gigi, Sabun, Sampo, Alat sholat.
18:00	Sholat, makan malam	Alat sholat. Piring, Kulkas,
19:00	Waktu bersama keluarga, mencari informasi kehamilan dan melahirkan, sholat.	Buku, Alat sholat, Pensil, Pulpen, Tas, Mainan.
21:30	Waktu tidur.	Buku, handphone, Baju tidur, Tempat Tidur, Bantal, Selimut.

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa ibu hamil kembar lebih cenderung menghabiskan waktunya di rumah, berinteraksi dan beraktifitas dengan orang-orang disekitarnya. Benda-benda yang dipakai dan ditemui sehari-hari dapat menjadi media pengingat sebuah informasi yang ingin disampaikan.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sebuah rancangan dalam sebuah kegiatan dengan tujuan sasaran yang khusus. Strategi perancangan dalam hal ini merupakan rangkaian konsep yang bertujuan untuk menyampaikan informasi pada kelompok sasaran yang dituju supaya pesan yang akan diinformasikan dapat mudah tersampaikan dan dimengerti dengan baik. Strategi perancangan yang akan dibuat bertujuan untuk menyelesaikan masalah tentang pengembangan media informasi tentang persalinan normal bayi kembar, maka dibuatlah buku informasi dan motivasi yang bertujuan untuk menjadi media informasi sekaligus memotivasi ibu hamil kembar untuk mempersiapkan persalinan normalnya.

Maka dari itu ibu hamil kembar dijadikan target audiens, sedangkan keluarga yang memiliki hubungan dengan ibu hamil menjadi target pemasarannya, karena peranan orang dekatlah yang akan membantu ibu hamil dalam keadaan darurat. keluarga juga berperan aktif untuk siaga memperhatikan kondisi ibu agar dengan cepat dan tanggap melakukan tindakan yang tepat sesuai dengan kondisi darurat ibu.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menurut Liliweri (2003) “komunikasi adalah pengalihan atau penyampaian pesan dari suatu sumber ke penerima untuk dapat dipahami” (h.21). Tujuan komunikasi dari perancangan ini bersifat informatif, selain bertujuan untuk menyampaikan informasi tahapan persalinan normal bayi kembar melalui media buku cetak, juga untuk menyampaikan tanda-tanda mendekati waktu persalinan dan resiko persalinan yang bersifat edukatif, serta menegaskan bahwa ibu hamil kembar masih bisa menjalani persalinan normal apabila semua kondisi terpenuhi. Juga bertujuan untuk mengedukasi keluarga untuk bisa selalu siaga dalam memantau kondisi ibu hamil agar terhindar dari resiko-resiko kehamilan dan persalinan. Adapun tujuan dari penyampaian informasi ini adalah supaya mengubah pola pikir masyarakat bahwa persalinan normal bisa dijalani bagi hamil kembar serta memotivasi dan mengajak ibu hamil kembar untuk mempersiapkan persalinan normalnya dengan aman dan selamat.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan Komunikasi dilakukan dengan melakukan pendekatan verbal dan visual yang akan dekat dan disenangi oleh target audiens kelompok sasaran.

1. Pendekatan Visual

Dalam perancangan buku motivasi persalinan normal bayi kembar ini menginformasikan tentang persalinan normal bayi kembar sesuai dengan data yang didapat dari studi penelitian yang sudah dilakukan serta informasi tambahan dari beberapa buku dan ahli persalinan. Seluruh objek visual yang meliputi organ reproduksi wanita, janin atau gambar karakter dengan latar waktu dan tempat dibuat mewakili seluruh informasi dalam buku ini dan disesuaikan dengan segmentasi orang dewasa. Digambarkan dengan gaya *realism* dan kartun yang menggunakan teknik penggambaran

digital painting sehingga dapat menghilangkan kebosanan dalam membaca. Menggunakan komposisi warna-warna yang cerah dan lembut agar visual dapat dengan mudah dipahami dan memberikan kesan yang ceria untuk memotivasi ibu, keseluruhan objek visual dipadukan dengan tujuan agar target audiens memahami pesan yang disampaikan dan bertujuan untuk mengedukasi dan memotivasi. Visual dalam perancangan ini berfungsi menjelaskan atau menggambarkan keadaan yang ada pada konten maupun topik dalam setiap bahasan agar setiap informasi lebih mudah dipahami.

2. Pendekatan Verbal

Menurut Kusrianto (2007) verbal atau lisan merupakan proses komunikasi dengan cara berbicara antara satu sama lain (h.2). Pendekatan verbal dalam perancangan buku motivasi persalinan normal bayi kembar ini menggunakan bahasa Indonesia formal karena tujuan utamanya adalah penyampaian pesan motivasi dan ilmu medis kepada orang dewasa, maka dari itu bahasa yang digunakan akan lebih baik menggunakan bahasa yang baku serta penggunaan bahasa non formal atau bahasa keseharian dalam konten teks yang berbentuk dialog supaya tidak merubah makna dialog sebenarnya dan untuk menambah nuansa santai dalam konteks informasi. Sehingga pembaca diharapkan dapat rileks saat membaca buku ini.

III.2.3 Mandatory

Menurut Kusrianto (2007) “*Mandatory* merupakan produsen atau distributor” (h. 327). *Mandatory* adalah lembaga yang memiliki peran sebagai pihak yang memberi mandat, karena distribusi, promosi, hingga publikasi akan didukung oleh lembaga tersebut. Pihak yang menjadi *mandatory* dalam perancangan buku ini adalah Kementerian Kesehatan Republik Indonesia sebagai *mandatory* utama dalam pengawasan dan penyaringan konten terkait penyusunan buku ini. Kementerian kesehatan juga menjadi pihak yang akan memberi izin untuk buku ini diterbitkan dan dipublikasikan kepada masyarakat luas. Kementerian Kesehatan ini dipilih sebagai *mandatory* utama karena instansi pemerintah yang memiliki fokus kepada dunia medis dan kesehatan jadi akan lebih baik jika langsung diawasi oleh instansi

ini. Mandatory kedua sebagai pihak penerbitan adalah Penerbit Erlangga, merupakan salah satu lembaga penerbit yang berada dibawah Erlangga Group yang menerbitkan buku terjemahan atau buku karya dalam negeri yang bermutu baik. Walaupun terkenal dengan buku-buku pelajaran sekolah hingga perguruan tinggi, namun Penerbit Erlangga juga tidak kalah dalam menerbitkan buku-buku karya penulis dalam negeri maupun luar negeri. Keberagaman jenis buku yang diterbitkan diantara lain buku pelajaran, buku fiksi, buku informasi dan masih banyak yang lain. Diantara banyak jenis buku Penerbit Erlangga juga menerbitkan buku Kesehatan dan Medis. Oleh karena itu Penerbit Erlangga dipilih karena media perancangan yang berbentuk buku informasi motivasi yang perlu diterbitkan oleh penerbit yang berkualitas dan populer seperti Penerbit Erlangga ini sehingga buku ini bisa dengan mudah tersampaikan kepada target khalayak.



Gambar III.2 Logo Penerbit Erlangga
Sumber: <https://pngimage.net/erlangga-png-6/>
(Akses tanggal 11/12/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Buku ini berisikan berbagai macam informasi tentang persiapan ibu hamil kembar dalam menjalani persalinan kembar dari terbentuknya bayi kembar, hingga persalinan bayi kembar. Di dalam buku ini juga dimasukkan pengalaman salah seorang ibu hamil kembar untuk memberikan gambaran kepada pembaca proses dan peluang persalinan normal bagi bayi kembar. Materi ini dimasukkan untuk

memotivasi ibu hamil kembar dalam meninjau keputusannya dalam menjalani kehamilan kembarnya. Buku motivasi persalinan bayi kembar ini bukan hanya untuk memotivasi ibu hamil kembar agar memilih persalinan normal untuk proses pengeluaran bayi kembarnya tetapi juga untuk mengedukasi ibu hamil kembar dan orang terdekatnya untuk tau hal-hal berkenaan dengan persalinan normal bayi kembar. Hal ini penting disampaikan untuk meminimalisir kendala dan resiko yang akan terjadi.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan pemilihan kata-kata seorang penulis atau pengarang dalam karangannya yang menciptakan perasaan tertentu karena menggambarkan suasana, tempat, benda-benda, atau keadaan tertentu (Achmadi, 1988, h.155). Dalam perancangan ini gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa persuasif, deskriptif dan eksposisi yang bersifat informatif, Bahasa persuasif adalah teknik penyampaian sebuah informasi yang menggunakan kalimat ajakan atau rayuan. Bahasa deskriptif adalah teknik penyampaian informasi dengan menggunakan kalimat terperinci dan mendetil dengan penggambaran sebuah objek atau kejadian menggunakan kalimat. Sedangkan Bahasa eksposisi adalah teknik penyampaian informasi menggunakan kalimat dengan cara menjelaskan atau memaparkan dengan tujuan menginformasi dan menambah wawasan. Menyampaikan secara lugas agar pembaca mampu memahami isi dari buku. Bahasa yang digunakan disesuaikan dengan kelompok sasaran yaitu orang dewasa, menggunakan gaya bahasa Indonesia formal agar lebih lugas dan jelas, lebih komunikatif dan bernuansa formal karena membahas topik yang memang penting dan serius. Disamping itu gaya bahasa non formal juga dipakai dalam kutipan dialog di dalam konten buku ini untuk tidak mengubah dialog sebenarnya yang dimuat di dalam informasi buku ini.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan upaya menyampaikan informasi kepada kelompok sasaran menggunakan solusi kreatif yang terstruktur agar menarik dan tersampaikan dengan baik. Tampilan desain tidak cukup hanya indah dilihat, sebuah desain harus memiliki konsep visual yang kaya dan mengacu pada isi pesan yang akan

disampaikan (Arthur, 2009, h.12). Sebaliknya, audiens akan mengabaikannya jika konsep visualnya miskin.

Dalam hal ini disusunlah suatu konsep kreatif untuk mengemas informasi tentang informasi persalinan normal bayi kembar beserta motivasi persuasi yang ditujukan untuk meningkatkan keyakinan dan kesiapan ibu dalam menjalani persalinan normalnya nanti yaitu buku motivasi bergambar. Konsep kreatif disesuaikan dengan kelompok sasaran yaitu orang dewasa, mulai dari konsep visualisasi gambar yang jelas, *layout* buku dibuat dinamis dan tidak kaku supaya pembaca tidak mudah bosan. Kemudian material dan pengemasan media buku dibuat dalam bentuk yang nyaman digunakan bagi pembaca.

- ***Copywriting***

Copywriting adalah kemampuan untuk mengolah kata sehingga tercipta tulisan yang baik agar dapat dipahami dan menarik perhatian khalayak sehingga pesan dapat tersampaikan secara efektif. *Copywriting* adalah tulisan atau rangkaian kata-kata yang dapat memengaruhi pembacanya untuk berbuat sesuai dengan apa yang dituliskan (Agustrijanto, 2006). *Copywriting* yang digunakan dalam perancangan ini berupa *tagline* yang bertuliskan “Mempersiapkan Kelahiran Normal Si Kembar”, yaitu kalimat singkat yang menekankan titik masalah pada pokok bahasan utama dalam buku ini. Kata “Si Kembar” di beri efek tebal untuk memberikan *eye catching* yang kuat kepada pengunjung toko buku agar yang sedang hamil kembar atau memiliki kerabat yang sedang hamil kembar bisa langsung tahu jika buku ini ditujukan untuk mereka.

- ***Storytelling***

Storytelling merupakan cara penyampaian informasi dari penulis kepada pembacanya dalam sebuah buku dari kronologi awal hingga akhir. *Storytelling* memisahkan beberapa hal yang terjadi dalam cerita menjadi urutan yang teratur sesuai alur cerita yang telah terbagi menjadi beberapa halaman buku. Adapun *Storytelling* dibuat sebagai berikut.

- Bahasan 1
Membahas hasil penelitian para ahli tentang bayi kembar akan lebih bagus jika dilahirkan melalui persalinan normal. Pembahasan akan dimulai dari menjelaskan aspek-aspek yang membuat persalinan normal baik bagi ibu hamil kembar hingga syarat utama ibu melakukan persalinan normal.
- Bahasan 2
Membahas tentang proses terbentuknya bayi kembar. Pembahasan akan didahului dengan menjelaskan proses pembuahan, proses tumbuh kembang bayi di dalam rahim hingga terbentuknya dua buah jenis kembar (kembar dizygotic dan kembar monozygotic) serta menjelaskan perbedaan diantara keduanya.
- Bahasan 3
Membahas tentang tahap perkembangan fungsi organ dan janin. Pembahasan mengenai tumbuh kembang organ pada bayi beserta keberfungsian mulai dari awal usia gestasi 6 sampai dengan usia gestasi matang yaitu usia 37-38
- Bahasan 4
Membahas tentang resiko dalam kehamilan bayi kembar. Pembahasan akan dimulai dari menjelaskan resiko-resiko kehamilan kembar seperti preeklampsia, diabetes gestasional, anemia, persalinan premature, keguguran, *twin-twin transfusion syndrome*, plasenta lepas dari dinding Rahim sebelum persalinan hingga penyebab dari setiap resiko-resiko tersebut.
- Bahasan 5
Membahas tentang tips untuk bisa melakukan persalinan normal bagi hamil kembar. Pembahasan dimulai dengan menjelaskan tentang kondisi kesehatan yang paling ideal bagi ibu untuk bisa melahirkan normal hingga tips-tips dalam mempersiapkan segala aspek terkait persalinan normal yang akan ibu jalani.

- Bahasan 6

Membahas tentang 9 tanda-tanda waktu persalinan sudah dekat. Pembahasan akan dimulai dari menjelaskan semua tanda-tanda mendekati waktu persalinan seperti, bayi merosot turun, leher rahim membuka, kram perut dan nyeri punggung yang semakin parah, dll. Pembahasan juga menjelaskan cara-cara menghadapi dan melewati kondisi tersebut dengan aman.

- Bahasan 7

Membahas tentang 10 tanda bahaya pada saat persalinan. Pembahasan akan diawali dengan menjelaskan semua tanda-tanda bahaya pada saat persalinan normal kembar hingga menjelaskan semua penyebab dari kondisi bahaya tersebut bisa terjadi.

- Bahasan 8

Membahas tentang peran suami dan keluarga selama kehamilan. pada pembahasan ini akan menjelaskan tentang semua peranan dan tugas keluarga terutama suami untuk siaga dalam mengawasi dan memastikan keamanan dan keselamatan ibu dan bayi selama kehamilan sampai persalinan.

- Bahasan 9

Membahas tentang kesalahan pandangan masyarakat kebanyakan yaitu tentang bayi kembar harus dilahirkan secara cesar untuk keselamatan bayi dan ibu. Maka di pembahasan ini akan menjelaskan tentang tidak harus cesar, persalinan normal masih sangat bisa ibu jalani. Disini akan dijelaskan cara-cara dan kegiatan yang harus ibu lakukan untuk meningkatkan kemungkinan bisa lahiran normal. Dalam pembahasan ini juga terdapat Motivasi-motivasi untuk menyemangati ibu dalam mempersiapkan kelahiran normal bayinya.

- Bahasan 10
Membahas tentang proses persalinan normal bayi kembar. Pembahasan menitikberatkan pada penjelasan proses persalinan normal yang akan dijalani oleh ibu hamil kembar selain itu disini juga akan dijelaskan tentang kemungkinan ibu untuk melakukan persalinan bedah cesar apabila syarat-syarat tak terpenuhi untuk melakukan persalinan normal.

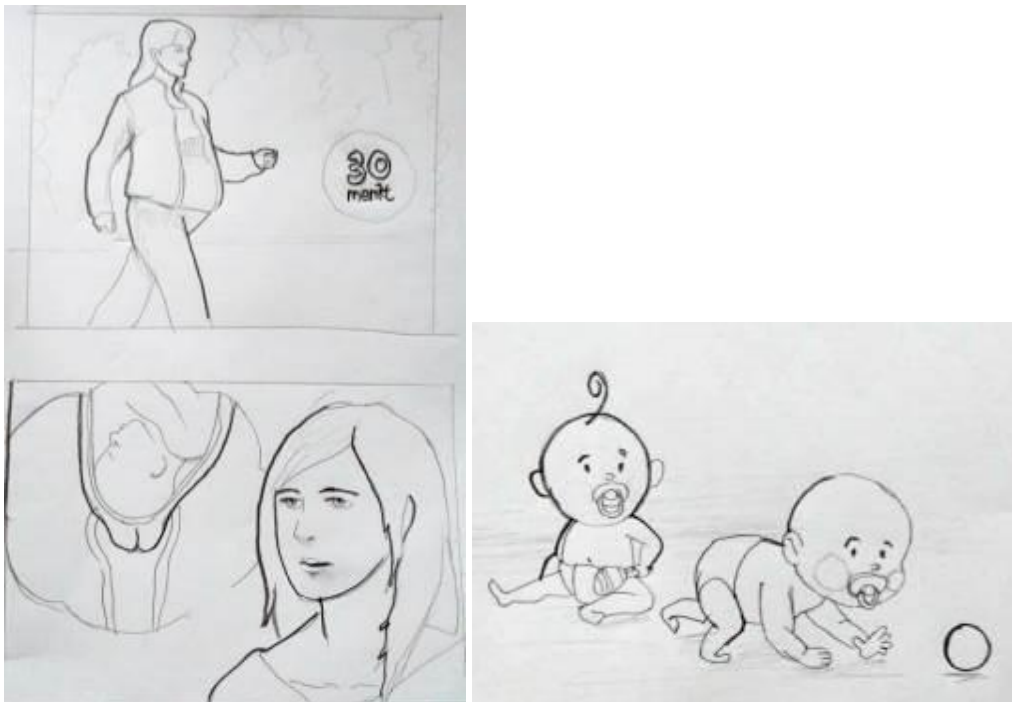
- Bahasan 11
Membahas tentang asuhan kebidanan yang akan diterima ibu pada saat persalinan. Pembahasan menitikberatkan pada penjelasan apa saja pelayanan yang akan diberikan dan dilakukan oleh praktisi persalinaan nanti asuhan kebidanan ini terbagi dari 4 tahapan sesuai dengan tahapan persalinan yang berlangsung nantinya.

- Bahasan 11
Membahas tentang tahap-tahap persalinan normal bayi kembar. Pembahasan akan dimulai dari menjelaskan semua tahapan persalinan normal yaitu dibagi melalui 4 kala yang kurang lebih sama dengan persalinan normal bayi tunggal. Serta pembahasan tentang asuhan kebidanan setiap kala yang akan diterima ibu.

- Bahasan 12
Membahas tentang salah satu kisah ibu hamil kembar dengan persalinan normal yang pernah dia jalani. Pada pembahasan ini akan diceritakan setiap detail yang dialami narasumber terkait suka duka yang dialaminya sewaktu hamil, melahirkan dan akhirnya menyambut kedatangan bayi kembarnya. Pembahasan ini diharapkan akan menumbuhkan motivasi ibu dan memberi gambaran kepada ibu bahwa kira-kira begitu kurang lebih yang akan di jalani, sehingga ibu diharapkan akan jauh lebih siap menjalani persalinan normal.

III.2.7 Visualisasi

Sebuah visualisasi haruslah memiliki kemiripan yang menunjukkan rupa dari objek yang direpresentasikannya. Gambar atau ilustrasi berperan mendukung pesan atau konteks informasi agar dapat mudah dicerna dan dipahami oleh pembaca, sebaliknya, teks mempresentasikan adegan dalam gambar atau ilustrasi. Mengingat kelompok sasaran perancangan ini adalah usia dewasa 20 - 40 tahun maka gaya visual utama yang digunakan adalah kartun realis naturalis dengan penggambaran gestur, latar, dan objek yang proporsional dan disederhanakan agar semua bentuk visual mudah dipahami pembaca. Karena buku ini adalah buku motivasi maka ditambahkan satu bentuk gaya visualisasi lagi yaitu gaya kartun yang proporsi bentuknya dibuat sedikit lucu dengan tujuan saat ibu membaca buku ini maka akan sedikit lebih rileks. Visualisasi dibuat dalam bentuk-bentuk gambaran keseharian ibu hamil. Warna yang digunakan warna lembut yang mengarah ke warna putih, visual ibu hamil dan elemen kedokteran menjadi fokus utama dalam visualisasi perancangan ini.



Gambar III.6 Beberapa Sketsa Visualisasi
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.2.8 Strategi Media

Media adalah sarana untuk digunakan komunikasi dalam menyampaikan pesan kepada khalayak (Cangara, 2006, h.119). Pemanfaatan media merupakan alat atau sarana dan menjadi solusi untuk menyampaikan pesan menjadi hal utama dalam perancangan ini, pemilihan strategi media harus sesuai dengan target kelompok sasaran dan berdasarkan dengan *insight* orang dewasa agar dapat menarik perhatian dan dapat diterima dengan mudah. Strategi media dalam perancangan ini adalah buku motivasi bergambar yang mengemas informasi persalinan normal bayi kembar. Adapun strategi media dibagi kedalam media utama dan media pendukung.

1. Media Utama

Media utama merupakan media yang berperan sebagai strategi utama dalam proses menyampaikan pesan serta tujuan yang ingin dicapai kepada kelompok sasaran. Penyampaian informasi tahapan persalinan normal bayi kembar dirancang menggunakan media utama berupa buku motivasi bergambar. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, buku merupakan sekumpulan kertas yang berisi tulisan atau gambar yang dijilid, berisikan informasi atau pesan yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan. Sedangkan buku motivasi bergambar adalah buku yang alurnya dilengkapi atau diperkuat dengan ilustrasi untuk memudahkan pembaca memahami setiap bahasannya.

Pemilihan media ini disesuaikan dengan kebutuhan dari khalayak dari hasil studi yang sudah dilakukan. Dengan menampilkan ilustrasi di dalam buku ini akan menimbulkan kesan yang menyenangkan dan informasi akan lebih dimengerti oleh para pembaca, karena ilustrasi pada buku ini berfungsi sebagai penguat informasi dan diharapkan akan terserap dengan baik oleh pembaca.

2. Media Pendukung

Media pendukung merupakan media sekunder yang berperan untuk membantu media utama dalam memperkenalkan, mengingatkan, dan mempromosikan media informasi yang dirancang kepada khalayak sasaran

sehingga dapat mempermudah penyampaian informasi. Beberapa media pendukung untuk buku cerita bergambar ini diantaranya:

- Media Cetak Promosi

Media cetak promosi merupakan media yang berperan dalam proses promosi mengenai publikasi atau peredaran perancangan buku cerita bergambar ini yang bersifat untuk mengajak konsumen.

- *X-Banner*

Digunakan untuk mempertegas keberadaan buku yang di *display* di area komersil pada saat acara *launching* buku berlangsung. Dipajang di sebuah toko buku, berperan untuk menarik perhatian konsumen.

- Poster

Poster digunakan sebagai promosi komersil berisikan pesan singkat mengenai diterbitkannya buku cerita bergambar, berperan mengajak khalayak sasaran untuk mencari buku ini, media poster ini digunakan selama promosi dan saat acara *launching* buku berlangsung.

- Flyer

Flyer merupakan salah satu media promosi yang didalamnya memuat lebih banyak informasi untuk dibaca dibandingkan dengan poster maupun *x-banner*. Flyer ini akan dibagikan pada saat masa promosi kepada pengunjung toko yang dengan harapan bisa diketahui oleh ibu hamil kembar, memiliki gen kelahiran kembar atau yang memiliki keluarga yang sedang hamil kembar sehingga akan menginformasikan kepada target utama tersebut.

- *Voucher* Konsultasi

Voucher merupakan salah satu media promosi untuk meningkatkan minat pembeli dalam membeli edisi paket buku ini. *Voucher* konsultasi ini akan diberikan pada pembeli edisi paket pada saat *launching*. *Voucher* ini berlaku sampai 31 Juli. Durasi konsultasi adalah setengah jam. Konsultasi bisa dilakukan beberapa hari setelah hari *launching*.

- *Media Online*

Media *online* digunakan sebagai sarana untuk penyebaran informasi yang mengandalkan jaringan internet, media sosial yang dimaksud meliputi media sosial yang sering digunakan khalayak target pasar antara lain *instagram* dan *facebook* yang memuat konten informasi dan promosi mengenai launching buku cerita bergambar ini sebelum *launching* dan selama masa penjualan berlangsung, juga sebagai media yang akan menjual media utama dan beberapa *merchandise* secara online. Media online ini di tempatkan di poster dan flyer agar khalayak bisa tahu akan media online buku ini dan bisa mendapatkan informasi tambahan mengenai buku motivasi dan informasi seputar hamil kembar dan persalinan kembar di media online ini.

- Tahap Peningkat

Media pendukung yang berperan sebagai penguat bagi media utama, menggunakan media-media yang dekat dengan keseharian khalayak sasaran yang dilihat dari *consumer journey* sehingga khalayak sasaran bisa dapat mengingat. Media berupa *merchandise* didapatkan dengan ketentuan khusus, dan media berupa *gimmick* akan diberikan secara gratis saat pembelian media utama, beberapa media penguat diantaranya :

- Handuk

Handuk bayi berfungsi untuk membersihkan bayi dari kotoran seperti sisa makanan yang tersisa disekitar mulut, air liur bayi dll

- Sarung Tangan Bayi Kembar

Sebagai alat untuk melindungi tangan dari kotoran dan melindungi wajah dari cakaran tangan bayi. Serta untuk mencegah bayi menjilati tangannya sendiri.

- Buku Diary Ibu

Untuk media menuangkan ibu pengalaman-pengalaman selama kehamilan kembar yang dia jalani. Jadi buku ini nantinya diharapkan

bisa menjadi kenang-kengan bagi ibu maupun anak kembarnya kelak.

- Pulpen

Pulpen disatukan dengan buku diary untuk mempermudah ibu langsung mencatat apa saja pengalaman yang telah dia lalui.

- *Tote Bag*

Tote Bag dipilih karena akan digunakan pembeli sebagai tempat untuk membawa media utama beserta krayon dan buku mewarnai yang sudah termasuk paket pembelian di toko buku.

- Buku Catatan Ibu

Sebagai media pengingat ibu atau sekedar catatan untuk menjadi pedoman selama kehamilan jika mendapat informasi-informasi baru dari dokter, bidan, internet atau dari sumber lainnya ibu bisa mencatat nya ke dalam buku ini.

Beberapa media pendukung yang dikategorikan ke dalam *gimmick* akan diberikan secara gratis ketika membeli media utama.

- Stiker

Merupakan media yang dapat diaplikasikan dimanapun, biasanya ditempelkan pada benda kesukaan atau benda yang khalayak gunakan sehari-hari.

- Gantungan Kunci

Media ini dapat digunakan sebagai hiasan di tas, kunci rumah, dan tempat lainnya, sehingga dapat menjadi media pengingat yang mudah untuk ditemukan di aktifitas sehari-hari khalayak sasaran.

III.2.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Setelah media telah dirancang maka dilanjutkan dengan kegiatan distribusi yang berfungsi untuk menyalurkan media sehingga sampai pada tangan khalayak sasaran. Melalui peran penerbit, buku informasi motivasi Mempersiapkan Kelahiran Normal Si Kembar ini akan di distribusikan ke seluruh toko buku Gramedia dan toko buku besar di daerah perkotaan seluruh Indonesia yang dominan

dihuni oleh khalayak dengan status sosial menengah dan menengah atas karena sesuai dengan target pasar buku ini.

Distribusi atau penyebaran buku ini dilakukan pada saat liburan kebanyakan sekolah negeri yang biasanya jatuh pada pertengahan bulan juni, sedangkan *launhcing* buku ini jatuh pada hari Minggu tanggal 9 Juni 2019 karena kemungkinan banyak orang yang mengisi waktu liburannya dengan berkunjung ke toko-toko buku. Launching akan diselenggarakan di toko buku Gramedia jl. Merdeka Bandung selama satu minggu (7 hari) sampai tanggal 15 Juni. Isi kegiatan yang akan diadakan adalah bedah buku pada hariupertama launching yang dihadiri langsung oleh penyusun konten buku bidan Zulmainar serta pembedah buku dari perwakilan dinas kesehatan yang ahli di bidang persalinan normal. Buku ini akan ditempatkan di rak buku yang tergolong dalam kategori buku kesehatan dan dijual dengan harga Rp. 90.000.

Buku juga tersedia dalam bentuk paketan yang terdiri dari buku Si Kembar serta media pendukungnya. Penjualan dalam bentuk paket ini dikemas di dalam *Tote bag* dengan isi Buku Si Kembar dan media pendukung lainnya yaitu *voucher* konsultasi, buku *diary*, buku catatan, pulpen, topi bayi, sarung tangan/kaki bayi, handuk bayi gantungan kunci si kembar dan stiker si kembar. ditempatkan di rak kategori souvenir dijual dengan harga Rp. 200.000. penjualan dalam bentuk paket ini di dijual terbatas hanya pada saat launching dan disediakan hanya 100 paket saja selama satu minggu acara launching.

Berikut adalah strategi distribusi media utama beserta media pendukung berupa tabel jadwal distribusi, adapun waktu-waktu yang telah diatur dalam jadwal distribusi sebagai berikut:

Tabel III.2 Jadwal Distribusi Media
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Jenis Media	Media	Mei			Juni			Juli		
Media Utama	Buku Motivasi					★	★	★	★	★
Media Promosi	X-Banner					★	★	★	★	
	Poster	★	★	★	★	★	★			
	Flyer				★	★	★			
	Voucher					★				
	Media Sosial	★	★	★	★	★	★	★	★	★
Media Peningat	Buku Diary					★				
	Buku Catatan					★				
	Pulpen					★				
	<i>tote bag</i>					★				
	Topi bayi					★				
	Sarung Tangan & Kaki					★				
	Handuk Bayi					★				
Gimmick	Gantungan Kunci					★				
	Stiker					★				

Keterangan:
 Acara Launching Buku ★ Waktu Penggunaan

Beberapa media promosi baik berupa media cetak maupun media *online* yang berisi informasi tentang diterbitkannya buku cerita bergambar ini diluncurkan sebelum acara *launching* buku yang diselenggarakan selama seminggu. Sedangkan *merchandise* diluncurkan pada saat *launching* hingga seterusnya. Adapun mekanisme penyebaran media beserta cara dan ketentuan untuk mendapatkannya yaitu sebagai berikut:

- Buku motivasi persalinan normal bayi kembar akan dijual sepaket maupun dijual satuan.
- Buku informasi motivasi bergambar yang dijual sepaket didalamnya sudah termasuk buku informasi, dan semua media penyertanya yang tergabung dalam satu *tote bag*.
- *Totebag* diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.
- *Voucher* konsultasi diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* buku saja.
- Sarung tangan dan kaki bayi diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.

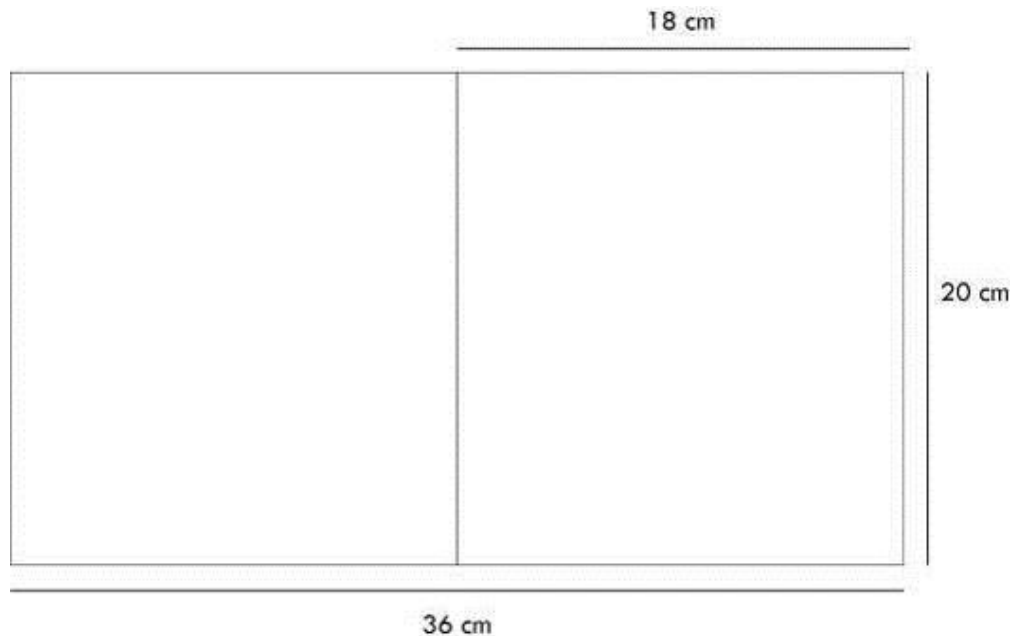
- Handuk Tangan diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.
- Buku *diary* diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.
- Buku catatan diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.
- Pulpen diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.
- Topi Bayi diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.
- Gantungan kunci diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.
- Stiker diberikan jika membeli paket istimewa maupun pembelian satuan pada saat *launching* sampai seterusnya.
- Pin diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.
- *X-Banner* dipasang di dekat pintu masuk toko buku mulai dari awal *launching* hingga seterusnya.
- Poster dipasang didepan toko buku dan disebarakan melalui media sosial dalam bentuk digital sebelum masa *launching*.
- Flyer dibagikan kepada target pasar disekitar di toko buku dan tempat perbelanjaan pasar modern juga dibagikan kepada pengunjung toko.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual merupakan ide yang melandasi proses perancangan yang mampu menyampaikan informasi secara utuh dan efektif, dengan konsep visual yang terstruktur maka terciptalah media yang baik dari segi fungsi maupun keindahannya, sehingga dapat memengaruhi khalayak sasaran. Unsur-unsur visual berupa desain, tata letak, tipografi, ilustrasi dengan gaya realis dan kartun, serta warna dibuat dinamis sehingga tidak terkesan datar dan monoton, serta menyesuaikan visualisasi pada buku motivasi tahapan persalinan normal bayi kembar ini.

III.3.1 Format Desain

Pemilihan format desain untuk perancangan buku ini dikemas dalam bentuk persegi dengan ukuran 18cm x 20cm yang berisi 62 halaman. Terdiri dari cover depan, prakata, halaman judul, halaman isi, dan cover belakang. Ukuran tersebut dirancang dengan mempertimbangkan aspek ukuran, bentuk, dan kenyamanan pemakaian. Ukuran tersebut dipilih karena disesuaikan dengan konten informasi sehingga ruang baca dan komposisi penempatan visualnya tidak terlalu sempit. Tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar untuk dibawa oleh ibu hamil yang tidak dianjurkan membawa bawaan yang berat seperti tas besar. Buku ini dengan ukuran yang tidak terlalu besar bisa diselipkan kedalam tas jinjing ibu hamil. Maka diharapkan dapat dibawa kemana-mana.

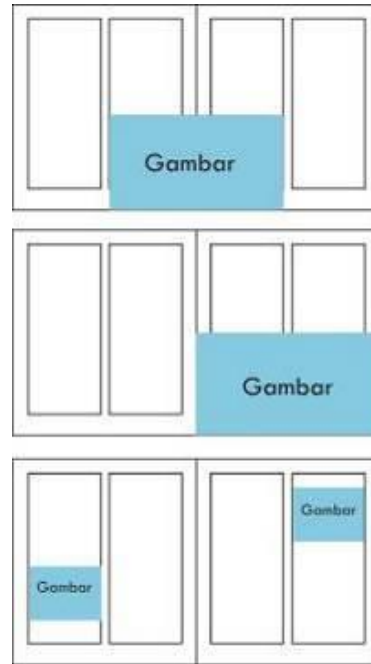


Gambar III.7 Ukuran Halaman
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

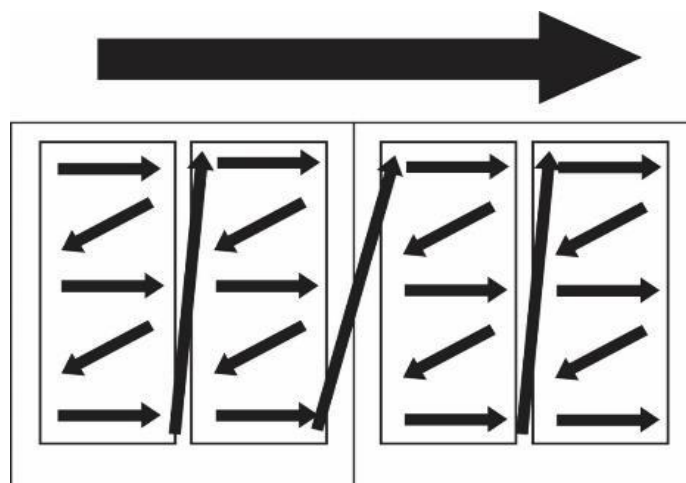
Tata letak atau layout adalah seni mengatur elemen-elemen visual maupun tulisan dalam suatu media agar dapat menunjang pesan yang tertera didalamnya (Rustan, 2014, h.4). Penerapan *layout* harus menampilkan visual dan tulisan yang tersusun dengan baik dan menarik supaya dapat diterima dengan baik dan komunikatif. Bentuk *layout* dalam perancangan buku motivasi bergambar ini menggabungkan ilustrasi dan teks narasi yang komposisinya disesuaikan berdasarkan alur

pembahasan. Tata letak gambar dalam buku ditempatkan dalam hamper setiap halaman, untuk teks informasi ditempatkan dengan tersusun dan rapi tanpa terlalu mengintervensi visual yang akan ditampilkan, hal ini dibuat supaya tidak terkesan monoton sehingga pembaca tidak bosan.



Gambar III.8 Tata Letak Buku Cerita Bergambar
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Alur baca dalam buku cerita bergambar ini dimulai dari kiri atas menuju ke kanan bawah, seperti alur membaca buku pada umumnya.



Gambar III.9 Alur Baca Cerita
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan sebuah seni untuk menentukan *font* yang berupa huruf, angka, maupun tanda baca yang berperan penting dalam penyampaian pesan. Tipografi yang baik adalah huruf yang nyaman dibaca dari segi ukuran, bentuk, maupun penempatannya. Pemilihan *font* akan mempengaruhi kesan dan persepsi khalayak sasaran, maka dari itu sebuah *font* harus diperhatikan jenis dan karakteristiknya agar sesuai dengan psikologi khalayak sasaran. Rustan (2014) mengatakan “Tipografi merupakan sesuatu disiplin yang berkaitan dengan karakteristik dari huruf” (h.103).

Pemilihan tipografi pada perancangan buku cerita bergambar ini menggunakan jenis font *Sans Serif* yang mudah dibaca, tidak kaku, dan terkesan ekspresif seperti tulisan tangan agar terlihat dinamis Serta juga menggunakan font *Serif* untuk teks informasi di dalam buku ini yang bertujuan untuk menekankan pentingnya informasi yang dalam buku ini karena pada umumnya font *Serif* bertema formalitas.

- **Tipografi Judul**

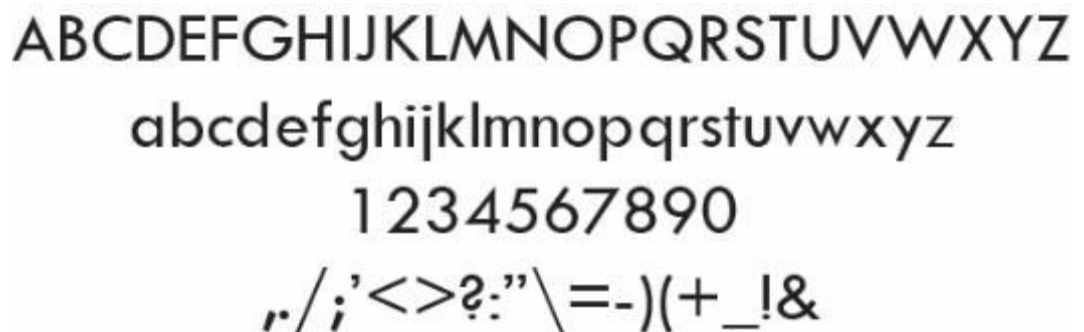
Huruf pada judul buku informasi motivasi bergambar *Mempersiapkan Kelahiran Normal Si Kembar* berjenis *Sans Serif* yang dibuat secara *custom* menggunakan *software* Illustrator. Karena untuk membuat target utama lebih rileks dengan menampilkan hal yang tidak selalu kaku meskipun menyampaikan informasi yang penting. Bagian tipografi dalam judul terbagi atas dua bentuk yang berbeda yang pertama judul yang bertuliskan MEMPERSIAPKAN KELAHIRAN NORMAL memakai font Tw Cen MT dan judul dengan tulisan SI KEMBAR memakai font bentukan pribadi. pemilihan warna untuk tulisan judul menggunakan warna coklat yang tidak terlalu gelap tetapi masih jelas keterbacaanya. Warna coklat muda ini dipilih untuk menggantikan warna hitam yang pada umumnya dipakai untuk warna font karena warna hitam terlalu pekat dan gelap jika digunakan untuk judul buku ini.

MEMPERSIAPKAN KELAHIRAN NORMAL SI KEMBAR

Gambar III.10 Tampilan Tipografi Judul
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- **Tipografi Primer**

Jenis huruf yang sering digunakan dalam perancangan buku cerita bergambar ini menggunakan jenis huruf *serif* bernama Tw Cen MT, yang tegas keterbacaan yang jelas yang dibuat oleh Sol Hess tahun 1937 yang dapat digunakan untuk keperluan pribadi maupun komersil. *font* ini digunakan dalam *copywriting*, *tagline*, *copyright*, keterangan penerbit dan penulis, prakata, halaman identitas pemilik buku, biografi penulis, dan juga digunakan sebagai font paragraf penegas, karena memiliki ketegasan dan ketebalan untuk tulisan-tulisan tersebut sehingga dapat dibedakan dengan tipografi *bodytext* untuk informasi.

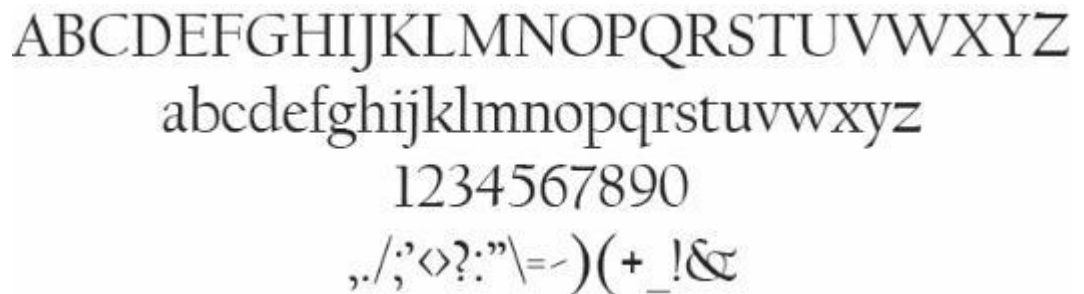


Gambar III.11 Tampilan Tw Cen MT
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- **Tipografi *Bodytext***

Bodytext memiliki peran sebagai teks pada bacaan berupa tulisan narasi maupun percakapan dalam cerita, huruf pada *bodytext* menggunakan jenis huruf *sans serif* bernama Californian FB yang dibuat oleh David Berlow dan Roger Black tahun 1989 yang dapat digunakan untuk keperluan pribadi maupun komersil. Dipilih karena memiliki keterbacaan yang baik dan

hurufnya memiliki nuansa sedikit formal. Hal ini bertujuan untuk menegaskan bahwa informasi yang disampaikan adalah informasi yang penting dan serius.



Gambar III.12 Tampilan Californian FB
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ilustrasi merupakan gambar, foto, atau lukisan untuk mendukung atau memperjelas tulisan, karangan, informasi, dan sebagainya. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini mengacu pada pembahasan tahapan persalinan normal bayi kembar menggunakan penggambaran bergaya kartun naturalis dengan gaya proporsional manusia untuk menekankan informasi agar tersampaikan dengan baik dan gambar kartun dengan teknik *digital painting*. Selain itu objek dan warna dalam ilustrasi yang dibuat digambarkan lebih sederhana dari objek aslinya agar lebih mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

Adapun karya ilustrasi yang dijadikan sebagai referensi atau inspirasi dalam teknik penggambaran dan gaya visualnya adalah sebagai berikut:



Gambar III.13 Referensi Ilustrasi Untuk Informasi
Sumber: <https://web.facebook.com/photo.php?fbid=1620936974609371>
(Akses tanggal 13/08/2018)



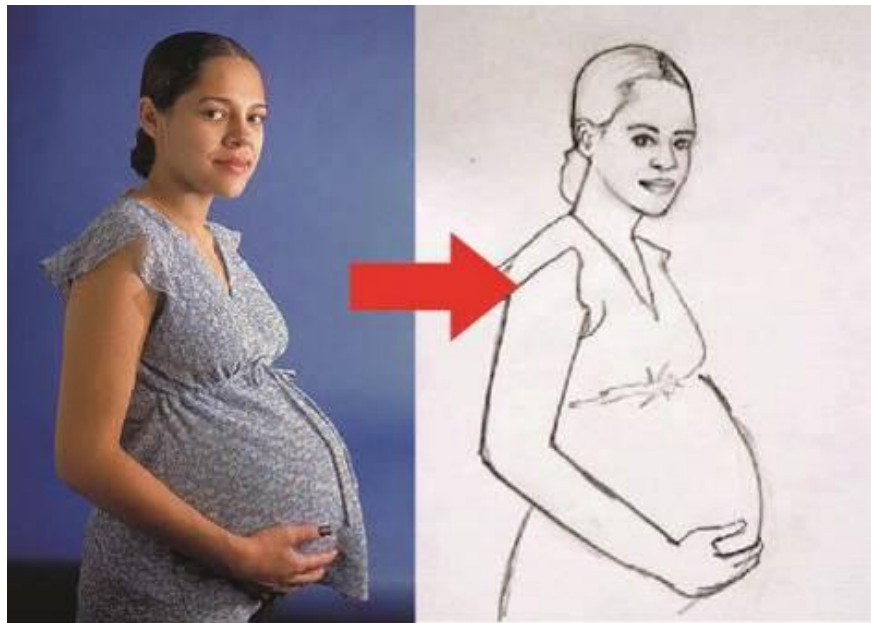
Gambar III.13 Referensi Ilustrasi untuk Motivasi
Sumber: Dokumen Pribadi

- **Studi Visualisasi**

Studi visualisasi dilakukan untuk mencari tahu karakteristik suatu bentuk benda hidup dan mati ataupun penggambaran organ dalam tubuh manusia yang harus sesuai dengan normalnya bentuk yang akan divisualisasikan, baik secara postur, bentuk dan detilnya dengan cara mengadaptasi dari sumber asli, dalam perancangan ini studi visualisasi mengacu langsung pada karakteristik bentuk benda aslinya. Karakter yang dijadikan referensi visual adalah wajah orang eropa. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan rasa percaya ibu dengan persalinan normal untuk bayi kembarnya karena visualisasinyamenampilkan orang eropa yang pada dasarnya maju dibagian ilmu medisnya namun tetap berusaha untuk melahirkan normal. Berikut studi visual yang dilakukan untuk visulisasi utama dalam buku ini:

- Ibu Hamil

Dalam buku ini, karakter utama yang sering ditampilkan adalah ibu yang sedang hamil kembar. Visualisasi didalam buku ini akan menampilkan segala macam kondisi dan kegiatan ibu hamil ini seperti konsultasi ke dokter, senam hamil dll.



Gambar III.14 Studi Karakter ibu hamil
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Bayi/Janin

Karakter kedua adalah janin atau bayi. Karakter ini akan sering ditampilkan pada visualisasi didalam Rahim ibu yang menjelaskan tentang kondisi bayi dan posisi bayi di dalam Rahim ibu.



Gambar III.15 Studi Karakter bayi/janin
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Dokter atau Bidan

Karakter Dokter atau Bidan akan di visualisasikan berdasarkan tampilan bidan atau dokter pada umumnya. Dan karakter ini akan ditamnoilkan pada saat ibu hamil konsultasi atau dokter yang sedang mengingatkan.



Gambar III.16 Studi Karakter Dokter/Bidan
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Suami

Karakter suami di adopsi dari bentuk laki-laki dewasa. Karakter suami akan muncul ketika pembahasan tentang peran keluarga bagi ibu hamil kembar.



Gambar III.17 Studi Karakter suami
Sumber: Dokumen pribadi (2018)





















III.3.5 Warna

Warna merupakan elemen dalam seni lukis yang memberi kesan dan suasana sehingga mempengaruhi perasaan orang yang melihatnya. Selain itu warna juga berperan membangun nilai estetik dalam sebuah karya maupun media. Menurut Dameria (2007) mengatakan “Warna adalah aspek penting dalam bidang ilmu seni rupa, warna juga merupakan aspek penting dalam hidup manusia” (h.10).

Penggunaan warna dalam perancangan buku informasi motivasi bergambar ini menggunakan warna lembut dan halus warna-warna pada visualisasi buku ini pada umumnya mendekati ke warna putih hal ini bertujuan untuk menjaga suasana hati ibu tetap rileks selama membaca buku ini. Warna yang sering ditampilkan dalam buku ini yakni warna biru dan merah muda sebagai representasi bayi laki-laki dan bayi perempuan yang bertujuan untuk meningkatkan netralitas gender. Jadi ibu akan semakin penasaran dengan jenis kelamin bayinya nanti apakah laki-laki atau perempuan. Selain itu warna biru memiliki makna profesionalisme, integritas ketenangan serta ketulusan. Sedangkan warna merah muda memiliki makna

feminin, romantisme, kelembutan dan menyenangkan. Kedua warna ini sangat cocok untuk mewakili karakter kedua jenis kelamin ini (laki-laki dan perempuan).

Warna yang digunakan dalam buku cerita bergambar ini adalah sebagai berikut:

F27283	F38499	E2AFB9	F2B48D	9E7072
				
C: 0% M: 69% Y: 32% K: 0%	C: 0% M: 60% Y: 21% K: 0%	C: 9% M: 35% Y: 15% K: 0%	C: 3% M: 33% Y: 45% K: 0%	C: 43% M: 62% Y: 53% K: 0%
F69FA1	F0C0B4	829A67	F3D9C7	AA8774
				
C: 0% M: 46% Y: 24% K: 0%	C: 3% M: 27% Y: 23% K: 0%	C: 52% M: 25% Y: 71% K: 4%	C: 3% M: 15% Y: 19% K: 0%	C: 32% M: 45% Y: 53% K: 5%
99D5C6	53C8E9	6FA3B0	FDFBE1	FDDCA6
				
C: 39% M: 0% Y: 26% K: 0%	C: 58% M: 0% Y: 5% K: 0%	C: 58% M: 23% Y: 26% K: 0%	C: 1% M: 0% Y: 13% K: 0%	C: 0% M: 13% Y: 38% K: 0%
00BDF2	7298CF	C0DCBB	FFF5AA	F8F186
				
C: 74% M: 0% Y: 0% K: 0%	C: 56% M: 33% Y: 0% K: 0%	C: 25% M: 2% Y: 32% K: 0%	C: 0% M: 1% Y: 41% K: 0%	C: 4% M: 0% Y: 59% K: 0%

Gambar III.20 Contoh Skema Warna
Sumber: Dokumen pribadi (2018)