

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Strategi perancangan perlu dibuat agar informasi yang diberikan dapat dengan mudah dipahami dan dimengerti oleh khalayak sasaran yang dituju. Khalayak sasaran disini sebagian besar adalah dewasa awal usia 18-28 tahun, usia tersebut termasuk kedalam usia dewasa awal yang dikategorikan menurut Departemen Kesehatan RI (2009) yang mengkategorikan dewasa awal adalah usia 18-40 tahun. Usia tersebut dipilih karena berdasarkan pengamatan dilingkungan sekitar yang mulai banyak memelihara burung Lovebird, selain itu yang menjadikan usia tersebut menjadi khalayak sasaran adalah pengamatan diarea kontes, sebagian besar yang datang dan mengikuti perlombaan adalah orang-orang dengan kategori seperti diatas.

1. Demografis

Menurut Guillard (1855), demografis merupakan ilmu yang mempelajari segala sesuatu dari keadaan dan sikap manusia yang dapat diukur. Berdasarkan demografis sasaran yang dituju adalah:

- **Usia**

Usia yang menjadi khalayak sasaran adalah usia dewasa awal yaitu 18 – 28 tahun. Menurut Hurlock (1980) pada masa ini sebagai masa keterasingan sosial dan masa kreatif. Adanya semangat bersaing dan hasrat kuat untuk unggul dalam berbagai hal. Oleh karena itu, pada usia diatas seseorang akan mencari berbagai cara agar kepuasannya dapat disalurkan dengan benar.

- **Jenis Kelamin**

Sebagian besar adalah laki-laki, hal ini berdasarkan pengamatan diarea kontes dan dilingkungan sekitar yang memelihara burung Lovebird. Saat diarea kontes hampir semua yang mengikuti perlombaan tersebut adalah laki-laki.

- **Pendidikan dan Pekerjaan**

Tingkat sekolah menengah ke atas hingga seseorang yang sudah bekerja. Hal ini didapatkan saat menghadiri acara kontes, sebagian besar yang datang merupakan orang yang sudah memiliki pekerjaan. Namun ada beberapa yang hadir juga berstatus mahasiswa.

- **Status Ekonomi**

Menurut Soetjiningsih (2004), status ekonomi merupakan gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial ekonomi. Sebagian yang menjadi khalayak sasaran merupakan kategori menengah hingga menengah ke atas. Untuk membeli dan memenuhi kebutuhan burung Lovebird yang akan diikutsertakan dalam ajang kontes atau perlombaan terdapat biaya yang tidak murah. Sehingga hanya yang memiliki kondisi ekonomi menengah hingga menengah ke atas yang menjadi khalayak sasaran.

2. Geografi

Selain demografis, geografis menjadi hal yang diperlukan untuk menentukan khalayak sasaran. Menurut Alexander (1958), geografis merupakan ilmu mengenai pengaruh lingkungan alam terhadap berbagai aktivitas manusia dan hubungan timbal balik yang terjadi antara aktivitas manusia serta pengaruhnya. Berdasarkan geografis, yang menjadi khalayak sasaran adalah dewasa yang bertempat tinggal di daerah perkotaan, karena di wilayah perkotaan ajang kontes atau perlombaan burung Lovebird lebih sering diselenggarakan. Hal itu bertujuan untuk memudahkan seseorang untuk mengetahui dan memiliki akses yang mudah untuk mencapai lokasi tersebut. salah satunya adalah daerah leuweung ti'is yang berada dekat dengan pusat kota.

3. Psikografis

Psikografis merupakan identifikasi karakteristik kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup seseorang (Engel, 1994, h.368). Setelah melakukan

pengamatan dan wawancara pada beberapa pemelihara burung Lovebird yang sering mengikuti perlombaan

- **Gaya Hidup**

Memelihara burung menjadi bagian yang selalu ada pada kehidupan sehari-hari. Burung menjadi suatu hewan yang menunjukkan identitas diri seseorang, salah satu burung yang sedang banyak dipelihara adalah burung lovebird. Orang-orang yang memelihara burung Lovebird cenderung memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi dalam mencari dan memberi perawatan yang terbaik untuk diberikan, lebih mengutamakan perhatiannya pada burung yang dipeliharanya untuk melampiaskan hasratnya terhadap suatu yang sangat disukainya.

4. *Consumer Insight*

Consumer Insight merupakan pemahaman terhadap perasaan terdalam konsumen yang mempengaruhi bagaimana mereka menjalani hidup dan alasan memilih sebuah produk (Pitaloka dkk, 2013, h.35).

Maka diketahui *consumer insight* khalayak sasaran sebagai berikut:

- Senang berkumpul bersosialisasi
Orang yang menyukai burung Lovebird selalu berkumpul dengan pemelihara burung Lovebird lainnya, baik itu dengan komunitas, atau dengan orang yang baru dikenalnya karena memiliki peliharaan yang sama.
- Ingin berbeda dari orang lain.
Sesuatu yang berbeda pada burung Lovebird menjadikan suatu yang disukai dan diunggulkan bagi sebagian orang.
- Perhatian.
Perhatian yang diberikan terhadap burung Lovebird peliharaannya menjadi suatu kepuasan tersendiri bagi mereka.
- Menyukai hal-hal yang baru.
Mencaoba memberikan atau mencoba hal-hal baru yang di anggap dapat memberikan sesuatu yang baik untuk burung Lovebird peliharaannya menjadi suatu yang sering dilakukan oleh sebagian orang.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dilakukan dengan menata Bahasa yang digunakan, seperti pemilihan kata dan kalimat yang menarik dan mudah dimengerti, pemilihan gaya visual dan pendekatan lainnya yang sesuai dengan gaya hidup target audiens. Hal itu dilakukan agar informasi yang diberikan dapat diterima dan tersampaikan dengan baik kepada target audiens.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Perancangan informasi tentang perawatan burung Lovebird yang baik dan benar untuk perlombaan ini bertujuan untuk memberikan informasi dan arahan kepada para pemelihara burung Lovebird yang mengetahui perlombaan akan tetapi tidak mengetahui tata cara dan perawatan yang dibutuhkan untuk perlombaan. Menambah pengetahuan dan gambaran kepada para pemelihara burung Lovebird bahwa dengan memberikan perawatan yang baik dan benar dapat mengetahui potensi dan meningkatkan kualitas yang dimiliki oleh burung Lovebird tersebut.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Desain berhubungan erat dengan berbagai aspek kehidupan manusia, desain mampu memberikan nilai dan makna bagi kehidupan manusia yang dilihat sebagai solusi dari sebuah masalah Kurniawan (2009). Oleh karena itu dalam perancangan media ini perlu adanya sebuah pendekatan agar informasi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik dan dapat menjadi sebuah solusi untuk memecahkan sebuah masalah, maka dilakukan pendekatan komunikasi. Pendekatan komunikasi yang diberikan melalui 2 cara yaitu:

- **Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal dilakukan dengan menggunakan Bahasa Indonesia. Dengan gaya bahasa keseharian atau tidak baku yang biasa digunakan dalam pergaulan dalam lingkungan para pemelihara burung Lovebird. Penggunaan bahasa Indonesia dilakukan untuk memudahkan khalayak

sasaran dalam memahami informasi yang diberikan, selain itu digunakan bahasa Inggris untuk beberapa istilah dalam media ini.

- **Pendekatan Visual**

Pendekatan visual dilakukan dengan menggunakan fotografi hewan dan ilustrasi digital dengan gaya vector. Fotografi dipilih karena hasil yang ditampilkan tidak berbeda jauh dengan apa yang dilihat sehingga lebih dapat dipercaya.



Gambar III.1 Referensi 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (30 Oktober 2018)

Referensi yang digunakan merupakan buku dengan judul ‘Seri Lingkungan Hidup Hak asasi Satwa’ dimana buku ini membahas mengenai perlakuan terhadap hewan, kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk hewan peliharaan. Dengan demikian referensi ini sangat cocok diterapkan dan jadi acuan dalam perancangan buku ini.



Gambar III.2 Referensi 2
Sumber: <https://dribbble.com/shots/5528404-Indonesia-Megadiverse-Birds>
(Diakses pada 13 Februari 2019)

Referensi ini diambil dari salah satu situs yaitu www.dribbble.com yang bertujuan untuk menampilkan hasil karya dari berbagai desainer dan ilustrator dari berbagai negara. Gambar tersebut menampilkan sebuah desain dengan gaya visual vector, sementara untuk ilustrasi digital dibuat dalam bentuk *vector* untuk menggantikan objek yang sulit diambil oleh tehnik fotografi dan memungkinkan audiens lebih fokus dan tertarik kepada pesan dibalik visual yang disajikan.

III.2.3 Mandatory

Mandatory dari perancangan informasi mengenai Lovebird kebutuhan dan Perawatan untuk lomba ini adalah PT Gramedia Pustaka Utama sebagai penerbit buku ini. PT Gramedia Pustaka Utama yang bergerak dalam bidang penerbitan buku ini merupakan anak dari kelompok Kompas Gramedia yang didirikan sejak 25 maret 1974. Selain telah menerbitkan buku-buku baik terjemahan maupun karya asli dalam negeri. Selain sebagai penerbit, Gramedia juga mendistribusikan buku-buku ke beberapa toko buku Gramedia yang tersebar di Indonesia.



Gambar III.3 Logo PT. Gramedia Pustaka Utama

Sumber: <http://www.jadipenulis.co.id/logo-penerbit-gramedia/> (Diakses pada 10 Januari 2019)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan atau isi pesan yang terdapat dalam perancangan informasi perawatan burung Lovebird yang baik dan benar untuk perlombaan ini adalah:

- **Informasi Dasar**

Pembahasan mengenai Lovebird sebagai hewan peliharaan, Lovebird dalam perlombaan dan kriteria penilaian lomba.

- **Kebutuhan**

Pada bagian ini akan dijelaskan pakan utama dan pakan tambahan yang akan diberikan serta peralatan yang dibutuhkan untuk burung Lovebird

- **Perawatan**

Pada bagian ini akan dijelaskan perawatan apa saja yang diberikan untuk burung Lovebird supaya dapat diikutsertakan dalam perlombaan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Berdasarkan penjelasan pada perancangan komunikasi secara verbal, gaya bahasa yang digunakan merupakan gaya bahasa eksposisi, yaitu gaya bahasa yang bertujuan untuk memaparkan, menjelaskan, dan menyampaikan informasi. Penggunaan gaya bahasa dalam media utama dijelaskan lebih deskriptif, yaitu menjelaskan secara jelas tentang suatu pembahasan atau gambaran tertentu agar khalayak sasaran dapat dengan mudah memahaminya.

III.2.6 Strategi Kreatif

Media informasi dibuat semenarik mungkin dengan mengacu pada target audiens. Strategi kreatif yang dilakukan dengan menggunakan foto dan ilustrasi dengan warna yang cerah. Ilustrasi yang digunakan merupakan gambar vector yang dibuat secara digital. Warna yang digunakan merupakan warna-warna cerah yang terdapat pada burung Lovebird. Selain itu penggunaan fotografi dipilih untuk memperkuat informasi yang diberikan dalam media ini.

III.2.7 Strategi Media

Media yang dibuat berisikan mengenai informasi burung Lovebird mulai dari burung Lovebird sebagai hewan peliharaan, burung Lovebird dalam perlombaan, kebutuhan dan perawatan yang diperlukan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka media yang nantinya dibuat merupakan sebuah buku. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Buku merupakan lembar kertas berjilid yang berisi tulisan ataupun gambar bisa juga kosong. Buku ini dipilih sebagai media utama karena dapat menyampaikan informasi secara jelas.

III.2.7.1 Media Utama

Menurut Azi sebagai seorang pemelihara burung Lovebird yang sering mengikuti perlombaan, di Indonesia sendiri buku yang membahas tentang perawatan burung Lovebird untuk perlombaan itu masih sulit ditemukan kebanyakan buku tentang cara berternak burung Lovebird. Oleh karena itu media berupa buku ini menjadi penting untuk dibuat, terutama menyangkut pembahasan tentang perawatan burung Lovebird yang baik dan benar untuk perlombaan. Didalam buku ini berisikan informasi mengenai burung Lovebird serta kebutuhan yang diperlukan untuk perawatan burung Lovebird yang sering diikutsertakan dalam ajang perlombaan.

III.2.7.2 Media Pendukung

Ada beberapa media pendukung yang bertujuan untuk menunjang media utama, media pendukung tersebut diantaranya:

- **X-Banner**
X-banner merupakan media untuk menyampaikan informasi berbentuk banner dengan penyangga berbentuk “X” dibelakang sehingga *banner* bisa berdiri sendiri. Informasi yang disampaikan berupa promosi tentang suatu produk atau acara tertentu.
- *Sign Holder Vertical*
Sign Holder vertical merupakan papan informasi berbentuk vertikal yang digunakan untuk media promosi dan tanda. *Sign holder vertical* terbuat dari bahan akrilik dan sering diletakan pada meja. Ditujukan kepada khalayak sasaran untuk mengarahkan pada media utama.
- *Flyer*
Flyer merupakan selebaran berisi informasi untuk menarik perhatian terhadap sebuah acara, pelayanan, produk dan pada umumnya berisi informasi secara garis besar untuk dibaca secara cepat.

- *Merchandise*

Media ini berupa aksesoris yang berfungsi sebagai pendukung dari media utama, beberapa *merchandise* tersebut diantaranya:

- a. Stiker

Stiker menjadi *merchandise* yang diberikan untuk pembelian media utama dan dapat menjadi pengingat dari media utama karena dapat ditempelkan dimana saja.

- b. Gantungan Kunci

Gantungan kunci digunakan untuk mengingatkan target audiens terhadap hewan yang berada pada buku tersebut.

- c. Tas Untulan (untuk membawa burung peliharaan)

Tas untulan digunakan seseorang sebagai tempat membawa burung peliharaan ke area kontes dan sebagai tempat untuk membawa hewan yang akan dijual atau baru saja dibeli.

- d. Kerodong (Kain penutup sangkar)

Kerodong digunakan sebagai media pengingat karena kerodong sering digunakan oleh orang yang memelihara burung baik untuk rumahan ataupun yang sering mendatangi area kontes.

- e. *Sprayer* (Alat semprotan burung)

Sprayer dipilih sebagai media yang mengingatkan pada isi buku yang digunakan sebagai salah satu alat untuk merawat burung peliharaan.

- f. Tebok (Bagian bawah pada sangkar burung Lovebird)

Tebok merupakan bagian yang sangat penting pada bagian sangkar burung Lovebird berfungsi untuk menampung kotoran dan pakan sisa yang berjatuhan. Selain dari sisi fungsi, tebok ini merupakan kebutuhan atau alat yang diwajibkan dalam sebuah perlombaan.

- g. Tempat Pakan Dispenser

Tempat pakan dipilih karena sebagai salah satu bagian penting dalam pemeliharaan burung Lovebird, wadah pakan ini memiliki kelebihan dapat meminimalisir pakan yang terbuang sia-sia.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Agar khalayak sasaran dapat menerima informasi dengan baik maka dilakukan strategi distribusi dan waktu penyebaran media. Media utama akan dijual pada *event* yang diselenggarakan dan akan tersedia di *booth* Kebutuhan dan perawatan untuk burung lovebird.

III.2.8.1 Strategi Distribusi

Pendistribusian media akan dilakukan melalui beberapa proses tahapan, yaitu:

- **Waktu**

Waktu pendistribusian dibagi dalam tiga bulan. Pada bulan pertama akan dilakukan pendistribusian media melalui *flyer*. *Flyer* berfungsi sebagai penarik perhatian terhadap khalayak sasaran. Pendistribusian *flyer* dilakukan pada awal pekan selama 2 minggu berturut-turut. Pada akhir pekan media utama dan media pendukung didistribusikan bersamaan dengan diadakannya perlombaan *event anniversary* MST 016 yang akan diadakan pada akhir bulan Januari 2019 di lapang Leuweung Ti'is Bandung. Pada bulan kedua dan ketiga akan sama dengan pada bulan pertama *flyer* dibagikan pada awal pekan sampai akhir sebagai penarik perhatian dan pengingat.

- **Tempat**

Flyer akan disebar di area lomba. Area lomba dipilih sebagai tempat untuk menyebarkan *flyer* karena khalayak sasaran banyak yang sering mendatangi area lomba untuk melihat, mengikuti, dan mencari-cari informasi yang bersangkutan dengan burung Lovebird tersebut sehingga dalam penyampaiannya akan lebih tepat sasaran. Kemudian tempat pendistribusian berikutnya untuk media utama dan media pendukung akan dilakukan di tempat penjualan kebutuhan untuk burung peliharaan. Tempat tersebut dipilih karena berdasarkan observasi dan. Tempat seperti itu selalu banyak dikunjungi oleh para pemelihara burung untuk membeli kebutuhan yang diperlukan seperti pakan atau peralatan untuk burung peliharaan. Oleh

karena itu tempat tersebut dipilih sehingga media utama tersebut dapat diterima oleh khalayak sasaran.

- **Cara**

Pendistribusian *flyer* dilakukan dengan cara membagikan kepada orang yang mengunjungi area lomba tersebut. *Flyer* yang disebarakan bersifat mengingatkan sehingga membuat khalayak sasaran penasaran untuk melihat dan mencari lebih dalam mengenai media utama tersebut. setelah khalayak sasaran mengetahui informasi tersebut kemudian akan timbul rasa penasaran untuk datang secara langsung pada *booth* yang berada di area lomba tersebut. Pada acara tersebut kemudian khalayak akan diberitahukan untuk setiap pengunjung yang mengikuti perlombaan dan menjadi juara 1 sampai juara 3 akan mendapatkan potongan harga pada pembelian paket yaitu berupa media utama beserta media pendukung lainnya yang disediakan setiap *event* besar yang diselenggarakan pada akhir pekan di setiap bulannya.

III.2.8.2 Waktu Penyebaran Media

Penyebaran media yang dilakukan sesuai kebutuhan. Bulan Januari hingga maret 2019 dipilih karena pada awal tahun selalu terdapat *event* besar yang berlangsung di Leuweung Ti'is Bandung dan *event* tersebut selalu menarik banyak pengunjung yang datang untuk mengikuti atau sekedar menonton acara tersebut. Sehingga pada jangka waktu tersebut dirasa akan sangat tepat. Berikut table waktu penyebaran media:

Tabel III.1 Waktu Penyebaran Media
 Sumber: Data Pribadi (10 Januari 2019)

Media	Januari 2019		Februari 2019		Maret 2019	
Media Utama						
Flyer						
X-Banner						
Sign Holder Vertical						
Kerodong						
Tas Untulan						
Sprayer Burung						
Tebok						
Gantungan Kunci						
Stiker						

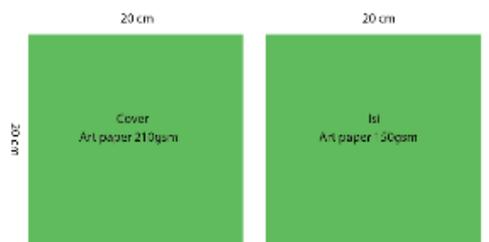
III.3 Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan media utama ini bertujuan untuk memberitahukan kebutuhan dan perawatan apa saja yang diberikan pada burung Lovebird yang akan memulai mengikuti ajang lomba. Oleh karena itu konsep visual menggunakan fotografi dan ilustrasi digital vector yang lebih memperlihatkan bentuk dan ciri dari burung Lovebird

III.3.1 Format Desain

Media utama yang berupa buku akan dibuat dengan format:

- Buku dibuat dengan ukuran 20x20
- Jenis kertas yang dipakai untuk isi buku ini menggunakan 150 gsm
- Jenis kertas yang dipakai untuk sampul buku ini menggunakan 210 gsm



Gambar III.4 Format Buku
 Sumber: Dokumtasi Pribadi (10 Januari 2019)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

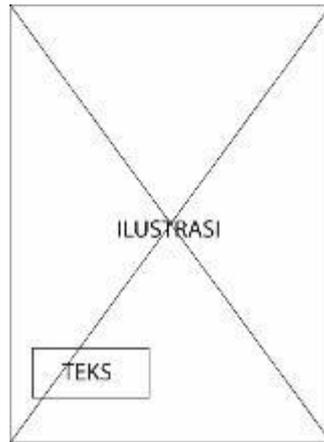
Layout merupakan cara untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, table) menjadikan komunikasi visual yang komunikatif, estetik, dan menarik Hakim (2012). *Layout* yang digunakan merupakan *layout Picture Window Layout* dimana sebuah ilustrasi/gambar berukuran besar mendominasi bidang layout, keterangan gambar hanya sebagian kecil.



Gambar III.5 *Picture Window Layout*
Sumber: <http://lte-4g.info/picture-window-layout-42208/>
(Diakses pada 10 Januari 2019)

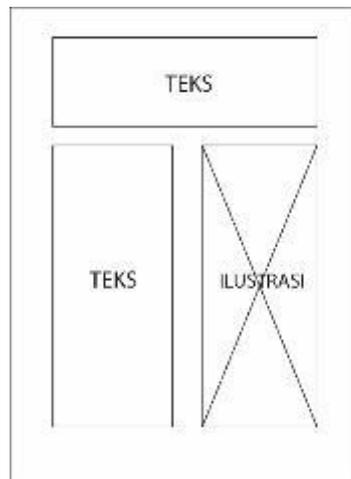
- *Grid Sistem*

Grid system yang digunakan pada perancangan media utama yaitu menggunakan *Manuscript Grid* dan *Column Grid*. *Manuscript grid* dipilih karena jenis ini menitik beratkan pada ilustrasi di dalamnya sedangkan *Column grid* digunakan pada beberapa halaman yang banyak mengandung teks.



Gambar III.6 *Manuscript Grid*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (10 Januari 2019)

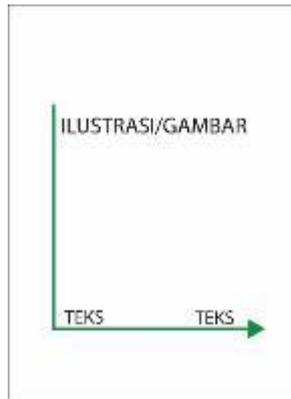


Gambar III.7 *Column Grid*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (10 Januari 2019)

- Arah Baca

Arah baca yang digunakan merupakan arah baca L dari atas ke bawah dan kesamping. Pemilihan arah baca L disesuaikan untuk meratakan perhatian seluas mungkin pada halaman. Sehingga pola arah bacanya mulai dari ilustrasi kemudian ke teks di bawahnya.



Gambar III.8 Arah Baca
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (10 Januari 2019)

III.3 Tipografi

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari huruf, yang memiliki dua fungsi sebagai fungsi komunikasi dan fungsi estetis (Sihombing, 2001). Pada perancangan ini *font* yang digunakan merupakan *font* Rimouski Sb. *Font* ini digunakan pada judul utama dan sub judul karena memiliki ketebalan yang tinggi sehingga memiliki tingkat keterbacaan yang jelas. Karakter *font* yang tidak terlalu kaku memberikan rasa nyaman pada saat dibaca.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
 Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! @ # \$ % ^ & * () - _ + = [] { } \ | " ' : ; , . < > / ?

Gambar III.9 *Font* Rimouski Sb
 Sumber: Dokumentasi Pribadi, (10 Januari 2019)

Font Rimouski Sb didesain oleh Typodemic Font Inc dan memiliki lisensi gratis. Tipe *font* ini merupakan tipe *font* Sans Serif dimana untuk jenis tersebut tidak memiliki garis pada ujung huruf.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
 Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! @ # \$ % ^ & * () - _ + = [] { } \ | " ' : ; , . < > / ?

Gambar III.10 *Font* Calibri
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (10 Januari 2019)

Untuk penggunaan *bodytext font* yang digunakan adalah Calibri. *Font* ini dibuat oleh Lucas de groot dan dihak cipta oleh Microsoft, Sudah terdapat pada sistem operasi Windows. *Font* ini dipilih sebagai *bodytext* dikarenakan kejelasannya yang tidak menyulitkan pembaca dan mudah untuk diingat.

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ilustrasi merupakan gambar, foto, lukisan, desain yang digunakan untuk memperjelas isi buku. Pada media utama terdapat ilustrasi yang digunakan untuk memperjelas sebuah penjelasan. Ilustrasi tersebut berupa gambar dengan gaya visual realis yang digambar ulang melalui tehnik *vector*, ilustrasi digital dan foto. Penggunaan gaya visual ini dipilih karena dapat memberikan kesan menarik dan juga mudah dipahami. Selain itu tehnik *vector* dipakai karena warna yang terdapat pada burung Lovebird akan lebih menonjol saat dibuat dalam ilustrasi *vector*.



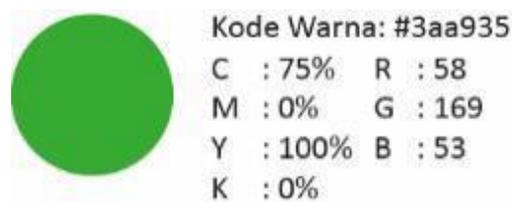
Gambar III.11 Contoh ilustrasi dengan tehnik *vector*
Sumber: Dokumentasi pribadi (8 Januari 2019)

III.3.5 Warna

Warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur-unsur visual yang lain (Prawira, 1989:4). Agar menarik perhatian pembaca dan memberikan kesan yang menyenangkan, dalam perancangan media utama ini warna yang digunakan warna primer dan warna sekunder yang di ambil dari warna yang terdapat pada burung Lovebird itu sendiri.

- Warna utama

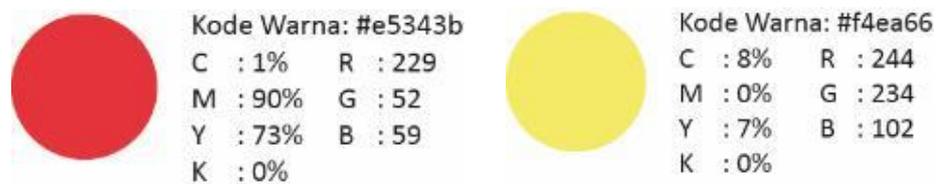
Warna hijau digunakan karena warna ini merupakan warna yang banyak dan sering ditemui pada burung Lovebird. Warna hijau ini juga identic dengan keadaan alam yang asri dan dapat memberikan suasana santai dan nyaman. Sehingga diharapkan dapat memberikan kesan tersebut bagi para khalayak sasaran yang menggunakan media utama ini.



Gambar III.12 Warna Utama
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11 Januari 2019)

- Warna Pendukung

Selain warna utama hijau, terdapat beberapa warna yang digunakan untuk menjadi warna pendukung pada media tersebut yaitu merah dan kuning. Warna ini digunakan karena warna tersebut warna yang masih terdapat pada burung Lovebird, warna merah merupakan warna kuat yang memberi energi untuk melakukan suatu tindakan. Dan warna kuning menjadi warna yang memberikan kesan hangat dan bahagia.



Gambar III.13 Warna pendukung
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11 Januari 2019)