Bab III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan.

Permasalahan yang diangkat penulis tentang Museum Pos Indonesia adalah kurangnya informasi tentang Museum Pos Indonesia. Sebagai solusi dari permasalahan tersebut penulis merancang sebuah media informasi berupa buku ilustrasi yang diperuntukan bagi siswa Sekolah Dasar yang dimana dalam usia mereka yang rata-rata berumur 6-9 tahun.

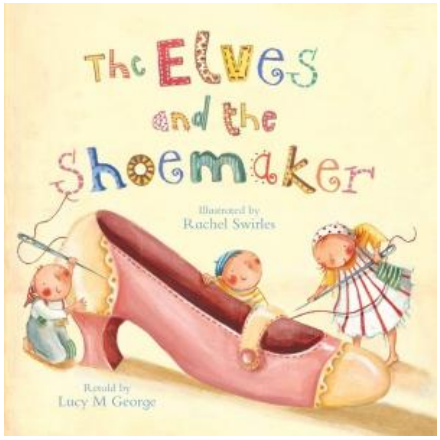
Buku ilustrasi tersebut mengambil konsep *Learning by doing* dimana informasi yang ditampilkan tidak hanya berupa lokasi gedung maupun alamat museum tetapi juga informasi mengenai apa saja yang ada didalam Museum Pos Indonesia seperti berbagai macam koleksi-koleksi museum, sehingga diharapkan para siswa Sekolah Dasar sebagai target sasan, menjadi lebih bersemangat untuk mengunjungi Meseum Pos Indonesia karena rasa ingin tahu yang besar terhadap Museum Pos Indonesia, berkat informasi sekaligus promosi yang ada didalam buku ilustrasi.

3.2 Pendekatan Komunikasi.

Materi pesan mengenai pengenalan Museum Pos Indonesia kepada para pelajar Sekolah Dasar dilakukan melalui media gambar dengan bentuk

buku ilustrasi. Karena anak-anak lebih tertarik terhadap gambar yang dapat membuat anak berimajinasi lebih tinggi untuk menerima pesan yang ingin disampaikan dari gambar tersebut. Agar komunikasi lebih jelas dan lancar, maka diberikan sedikit teks atau tulisan dengan gaya bahasa yang tentunya cocok bagi anak-anak agar mudah diterima oleh mereka.

Penggunaan ilustrasi yang berupa kartun dengan gaya gambar eropa karena memiliki pewarnaan yang lembut dan sederhana, detailnya pun dibuat lebih sederhana sehingga tidak berat dilihat.



Gambar 3.1. Referensi gaya gambar eropa karya Rachel Swirles.

Sumber : www.erlanggaforkids.com

Pewarnaan dilakukan dengan teknik gabungan antara teknik manual dengan menggunakan pensil warna dan teknik digital (*digital painting*).



Gambar 3.2. Referensi teknik pewarnaan yang digunakan oleh Sour Sally.

Sumber :www.soursally.com

Untuk *layout* pada buku ilustrasi ini teks yang ada hanya berfungsi sebagai penjelas detail cerita dan dibuat akan tidak mendominasi. Hal ini dilakukan karena anak-anak usia Sekolah Dasar akan cepat merasa lelah dan bosan jika harus membaca buku yang dimana teks yang lebih mendominansi.

Gaya bahasa yang digunakan pun menggunakan gaya bahasa yang akrab dipikiran mereka, yakni Bahasa Indonesia yang tidak baku dengan penggunaan kata-kata yang singkat agar pesan di dalam buku ilustrasi ini dapat diingat oleh anak-anak.

3.3 Strategi Kreatif.

Agar pesan yang ada pada buku ilustrasi mengenal Museum pos Indonesia dapat tersampaikan pada *target audience*, maka diperlukan pendekatan-pendekan khusus yang sesuai dengan karakteristik target yang akan dituju. Pendekatan tersebut dilakukan dengan informasi yang tidak kaku yakni dengan mengemas informasi tersebut ke dalam bentuk visual.

Untuk pendekatan mengenai pesan yang ada dalam buku ilustrasi ini disampaikan lewat alur cerita yang sederhana namun menarik. Ilustrasi yang ada pun dibuat sesuai dengan *target audience* yakni siswa Sekolah Dasar yang berusia 6-9 tahun dan ditampilkan lebih dominan dari pada teks agar pesan yang akan disampaikan lebih tertuang melalui ilustrasi.

Konten yang terdapat dalam buku ilustrasi ini mencakup beberapa hal yang dapat merangsang daya pikir anak. Salah satu contohnya ketika anak mulai membuka buku ilustrasi tersebut, maka pop up yang ada didalam buku akan muncul, sehingga anak akan semakin tertarik untuk terus membuka dan membaca buku ilustrasi tersebut hingga akhir.

3.4 Konsep Visual.

3.4.1. Format Desain.

Format desain buku adalah kotak dengan ukuran 20 cm x 20 cm. pemilihan format kotak ini adalah untuk memudahkan bagi anak-anak-anak untuk mencerna gambar sekaligus agar anak-anak semakin tertarik untuk membacanya lagi, karena cara membukanya yang berbeda dengan kebanyakan buku ilustrasi pop up yang lain yang di buka dari samping sehingga anak - anak membacanya dari kiri kekanan. Cara membuka buku ini ialah dengan membukanya dari atas, sehingga anak-anak tidak kesulitan untuk menikmati pop up tanpa kesulitan untuk membaca teks

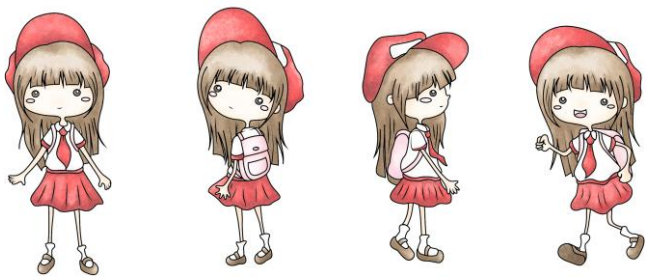
3.4.2. Ilustrasi.

Ilustrasi yang digunakan adalah gaya gambar kartun eropa dengan detail dan pewarnaan yang lembut dan sederhana agar diterima oleh anak-anak Sekolah Dasar yang usia 6-9 tahun.

Karakter utama yang ditampilkan pun dibuat seperti anak-anak usia 6-9, dengan tampilan visual yang lucu layaknya anak-anak pada umumnya.

a. Kansa

Kansa adalah tokoh utama dalam cerita iniyang merupakan seorang gadis kecil berusia 7 tahun. Sifatnya periang dan sangat ingin tahu, namun sedikit cengeng dan manja.



Gambar 3.3. Karakter “Kansa”.

b. Rizal

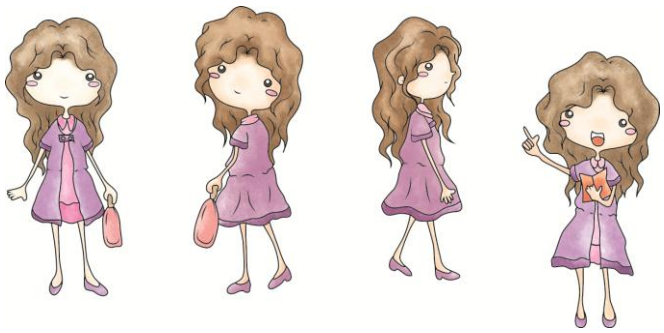
Rizal adalah kakak laki-laki Kansa yang berusia 8 tahun yang memiliki sifat sama periang dan sangat ingin tahu seperti adiknya. Rizal sangat suka dengan sejarah dan petualangan, dia gemar membaca buku-buku cerita tentang sejarah, karena itu penulis menggambarkannya tengah membawa tumpukan buku.



Gambar 3.4. Karakter “Rizal”.

c. Ibu

Tokoh ibu dalam cerita ini adalah tokoh pendukung. Tokoh ibu merupakan ibu muda yang berusia sekitar 30 tahun. Dia memiliki sifat yang penyabar, penuh kasih sayang kepada anak-anaknya namun tegas jika anak-anaknya berbuat nakal.



Gambar 3.5. Karakter “Ibu”.

3.4.3. Studi Lokasi

Lokasi yang digunakan dalam buku ilustrasi diambil langsung dari Museum Pos Indonesia, baik itu lokasi luar gedung, gedung, dan dalam gedung, ada pula beberapa gambar yang diambil dari internet.

a. Lokasi Gedung.

Lokasi ini di ambil untuk menunjukkan bahwa lokasi gedung Museum Pos letaknya bersebelahan dengan Kantor Pusat Pos.





Gambar 3.6. Lokasi Museum Pos Indonesia.

Sumber : Dokumen pribadi (23/02/2011)

b. Gedung.

Lokasi gedung museum dari tampak depan yang merupakan pintu masuk utama menuju museum yang ada disebelah kiri.





Gambar 3.7. Lokasi gedungi Museum Pos Indonesia tampak depan.

Sumber : Dokumen pribadi (23/02/2011)

c. Lokasi dalam gedung.

Menampilkan lokasi pertama yang ditemui ketika masuk ke dalam museum. Di sini ditampilkan beberapa benda perposan.





Gambar 3.8. keadaan di dalam Ruangan Museum Pos Indonesia.

Sumber : Dokumen pribadi (23/02/2011)

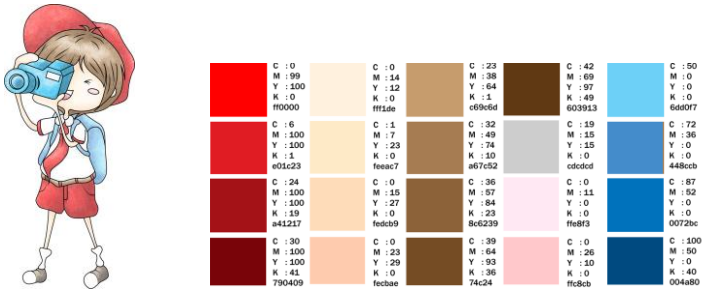
3.4.4. Studi Warna.

Warna-warna yang digunakan pada buku ilustrasi ini mengacu pada warna yang sering digunakan dalam perposan, yang disesuaikan dengan warna asli dari gedung museum sendiri. Warna-warna tersebut kemudian disederhanakan dan diubah menjadi warna-warna pastel agar unsur tenang dapat terasa.

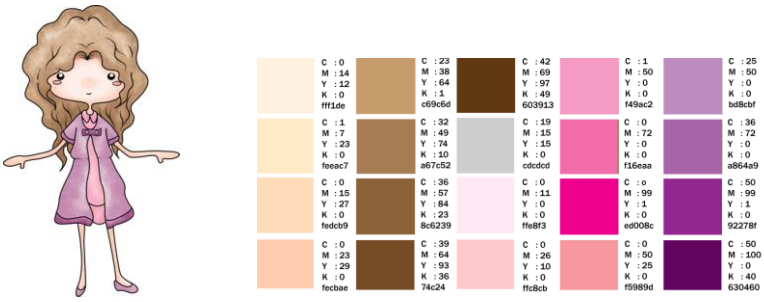
Warna yang digunakan pada *background*, *cover*, dan lainnya menggunakan blok warna yang tegas untuk menarik perhatian *target audiens*



Gambar 3.9. Warna pada tokoh Kansa.



Gambar 3.10. Warna pada tokoh Rizal.



Gambar 3.11. Warna pada tokoh ibu.

3.4.5. Studi Huruf.

a. *Comic Sans MS*.

Font *Comic Sans MS* dipilih sebagai font untuk judul buku karena font ini mempunyai karakter yang mirip dengan tulisan anak Sekolah Dasar (SD) pada umumnya. Font ini tidak memiliki serif, sehingga memudahkan pembaca untuk mengenali huruf dan kesan nyaman untuk dibaca. Selain itu penggunaan font ini juga bertujuan agar anak merasa bersahabat dengan buku karena font pada buku mempunyai citra seperti tulisan anak.

Warna yang digunakan pada judul adalah *Pure Red Orange* pada tulisan Museum, dan selebihnya menggunakan warna putih. Warna judul dibuat lebih mencolok untuk mengimbangi *background cover*,

dan mengacu pada studi warna yang banyak menggunakan blok warna khususnya warna *orange*.

" Berkujung Ke Museum Pos Indonesia "

Comic Sans MS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

01234567890,.;:'"?!&(/)

0123456789,.:;'"?!&(/)



Gambar 3.12. Font untuk judul.

b. *Berlin Sans FB*.

Font berikutnya mempunyai karakter tebal dan datar. Font ini digunakan untuk *bodytext* dalam halaman buku dan keterangan di judul dengan menggunakan ukuran yang disesuaikan dengan *layout*.

Berlin Sans FB

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789,.:;'"?!&(/)

0123456789,.:;'"?!&(/)



Gambar 3.13. Tampilan font untuk tiap halaman.

3.4.6. Studi *Layout*.

Layout pada buku dibuat sederhana tanpa mengenyampingkan detail *background* agar anak yang membaca buku ini tetap fokus pada objek yang sedang diceritakan. Secara keseluruhan *layout* pada buku ilustrasi

menampilkan gambar dan teks di setiap halaman. Sedang khusus *layout* untuk *cover* dibuat dengan menampilkan gambar yang bisa mewakili judul cerita dengan tidak melupakan konsep awal yaitu minimalis tapi tetap menarik.



Gambar 3.14. *Layout cover* dan isi buku.

3.5. Strategi Media.

Pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh penulis dalam hal ini adalah dengan mengemas informasi yang ada di Museum Pos Indonesia ke dalam sebuah bentuk media utama yang ditambah dengan media pendukung dan media promosi yang akan saling menunjang satu sama lainnya.

3.5.1. Media Utama.

Media utama yang digunakan merupakan buku ilustrasi dengan bentuk pop up yang berisi informasi tentang mengenal lebih dekat Museum Pos Indonesia.

3.5.2. Media Pendukung.

Media pendukung yang dimaksud dalam hal ini adalah media tambahan yang akan diberikan bersamaan maupun tidak dengan media utama. Media ini dimaksudkan agar menjadi suatu rangsangan bagi *target audience* untuk mendapatkan buku ilustrasi yang merupakan media utama.

Ada pun media pendukung ini meliputi kemasan *(packaging)* dan *gimmick* buku ilustrasi :

- Kemasan.

  Kemasan atau *packaging* tidak hanya berfungsi sebagai sebuah media untuk mengemas, melindungi dan menyimpan sebuah produk saja, tetapi sebuah kemasan berfungsi sebagai media untuk mengidentifikasi dan membedakan produk buku ilustrasi ini dengan produk buku-buku lainnya.

  Kemasan atau *packaging* sendiri mempunyai nilai lebih dalam penilaian konsumen terhadap sebuah produk. Semakin unik dan menarik sebuah kemasan maka semakin baik pula penilaian dan ketertarikan komsumen terhadap sebuah produk. Hal ini lah yang membuat sebuah sebuah kemasan atau *packaging* sangat penting keberadaannya. Selain itu kemasan yang menarik pada produk buku ilustrasi “Berkunjung Ke Museum Pos Indonesia”

akan membuat anak-anak yang memilikinya perasaan harus menjaga dan merawat buku tersebut agar dapat terus dibaca.

- *Gimmick.*

  Gimmick merupakan barang-barang yang akan diberikan sebagai media pengingat setelah pengunjung mengunjungi Museum Pos Indonesia. Media ini diberikan dalam bentuk satu kesatuan dengan media utama maupun diberikan terpisah dengan media utama.

  Gimmick yang ada akan diberikan sesuai dengan tema buku ilustrasi yaitu mengenal Museum Pos Indonesia. Sehingga gimmick yang diberikan pun berupa *paper toys* karakter-karakter dalam buku ilustrasi, pin dan stiker.

  Adapun *gimmick* yang diberikan terpisah dari media utama buku ilustrasi yakni, *mug* (cangkir), peralatan makan, dan *note books* beserta alat tulis yang bergambar tokoh utama dari buku ilustrasi " Berkunjung Ke Museum Pos Inodesia". *Gimmick* yang terpisah dari media utama akan dimasukan kedalam satu kesatuan berupa sebuah *goodies bag* atau dapat juga dimiliki secara terpisah.

3.5.3. Media Promosi.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, secara harfiah kegiatan promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume

penjualan dengan melakukan pameran, periklanan, demonstrasi serta usaha-usaha lain yang bersifat persuasif.

Media promosi ini dirancang untuk dipergunakan dalam memperkenalkan Museum Pos Indonesia kepada para pelajar Sekolah Dasar dan sebagai alat bantu untuk memperkenalkan dan mempublikasikan bahwa telah diterbitkan sebuah buku ilustrasi tentang Museum Pos Indonesia. Dan berikut adalah beberapa media promosi yang akan digunakan :

- *Leaflet.*

  Leaflet merupakan media promosi yang difungsikan untuk menyajikan informasi yang lebih lengkap mengenai Museum Pos Indonesia. *Leaflet* dapat diambil oleh para pengunjung di depan pintu masuk Museum Pos Indonesia. Sehingga ketika pengunjung memasuki museum, pengunjung dapat memperoleh informasi-informasi mengenai museum melalui *leaflet* ini.

- *X-Banner.*

  X-Banner adalah media luar ruangan yang fungsinya hampir mirip dengan poster. Hanya saja *x-banner* ditempatkan di depan pintu masuk Museum Pos Indonesia. Ukuran dari *x-barner* sendiri adalah 60 cm x 160 cm.

konsep tampilan *x-banner* disesuaikan dengan tema dari buku ilustrasi, sehingga karakter dalam buku ilustrasi ditampilkan kembali ke dalam *x-banner*.

- *Flag Chain.*

  Menurut kamus bahasa inggris, *Flag Chain* adalah rantai bendera. *Flag Chain* disini berfungsi sebagai media promosi untuk menarik perhatian *target audience* pada saat buku telah diterbitkan dan dipasarkan. Media ini akan diletakkan dengan cara digantung dilangit-langit setiap kantor pos dan tentunya di Museum Pos Indonesia.

3.6. Strategi Distribusi Media.

Media utama berupa buku ilustrasi yang telah dirancang oleh penulis, dapat diperoleh anak-anak dengan cara, mereka dapat membeli di kantor pos, atau langsung di Museum Pos Indonesia. Ini karena nantinya buku tersenbut akan ditawarkan oleh pihak Museum Pos Indonesia kepada pihak PT. Pos Indonesia untuk diterbitkan. Hal ini mengigat Museum Pos Indonesia berada dibawah naungan PT. Pos Indonesia. Untuk tahap selanjutnya Pihak PT. Pos Indonesia bekerja sama dengan pihak Museum Pos Indonesia akan mendistribusikan buku ilustrasi ini keseluruh kantor pos.