B AB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang sering dihadapi oleh para pemula bisnis (*start up)* yaitu kurangnya rasa percaya diri, berpikir negatif, pesimis maka solusi yang didapatkan adalah membuat buku ilustrasi dimana di dalamnya terdapat kumpulan kutipan motivasi dari berbagai sumber yang dapat member kita motivasi serta inspirasi setiap hari dengan menggunakan gaya visual grafik yang sederhana untuk menggambarkan keseluruhan makna dari setiap kutipan. Buku ilustrasi yang dimaksudkan adalah ilustrasi pengambilan suatu objek tertentu yang secara bentuk unik dan umum dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, serta ada juga ilustrasi yang abstrak yang dimana keselurahnnya memiliki tujuan yang sama yaitu mengilustrasikan makna dibalik sebuah kutipan motivasi yang telah dipilih untuk mempermudah pemahaman. Ilustrasi ini juga akan didukung oleh pemilihan huruf dalam teks, dimana huruf atau tipografi yang dipilih juga mampu memberi emosi yang sama untuk mewakili makna dari kutipan tersebut. Dengan cara ini juga dapat mempermudah para pembaca memahami dan mengingat lebih cepat pesan yang ingin disampaiakan dari setiap kutipan motivasi.

III.1.1 StrategiKomunikasi

Strategi komunikasi yang dilakukan dalam penyampaian informasi dalam buku kumpulan kutipan motivasi ini dengan cara pendekatan visual dan pendekatan verbal.

a. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang dirancang dalam buku kumpulan kutipan motivasi ini adalah dengan cara mendesain sebuah ilustrasi berup agrafis yang sederhana serta pemilihan karakter huruf *(font)* yang berbeda-beda sesuai dengan makna dari setiap kutipan.

b. Pendekatan Verbal

Karena di dalam buku ini hanya terdapat kutipan-kutipan serta grafis sederhana untuk mempermudah memahami pesan yang ingin disampaikan

maka pendekatan verbal dapat dilakukan dengan cara bercerita (menjelaskan) makna dari setiap kutipan.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan dalam memberikan informasi yang menarik dalam buku ini adalah gaya visual yang sederhana secara bentuk dan unik secara komposisi *(layout)* dan pemilihan tipografi. Agar pembaca tidak bosan maka setiap halaman didesain sedemikian rupa mulai dari pemilihan ilustrasi, kutipan motivasi, serta pemilihan karakter font yang berbeda-beda sesuai dengan pesan dan emosi yang ingin disampaikan. Pemilihan kutipan-kutipan motivasi dalam buku ini adalah diambil dari kutipan orang-orang terkenal dan sukses dibidangnya masing-masing.

III.1.3 Strategi Media

Strategi media merupakan alat untuk menyampaikan informasi kepada audien, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan mudah. Salah satu media yang dapat digunakan dalam penyampaian informasi tersebut adalah buku, sedangkan media yang dapat digunakan sebagai pengingat pesan (informasi) dalam buku kumpulan kutipan motivasi tersebut adalah poster, kalender duduk, mug, tumbler, kaos dan foto frame.

1. **Media Utama**

   Media utama yang digunakan berupa buku ilustrasi dengan gaya visual sederhana. Buku sebagai media utama karena buku merupakan benda yang umum dan sering kita jumpai setiap harinya. Buku dapat kita bawa kemana-mana dan dapat dibaca kapan pun dan dimana pun.

2. **Media Pendukung**

   Media pendukung digunakan sebagai media tambahan untuk mendukung media utama dalam penyampaian informasi. Media pendukung yang akandigunakan, yaitu: Kalender duduk, poster, kaos, eco bag, mug, tumbler,foto frame, iklan.

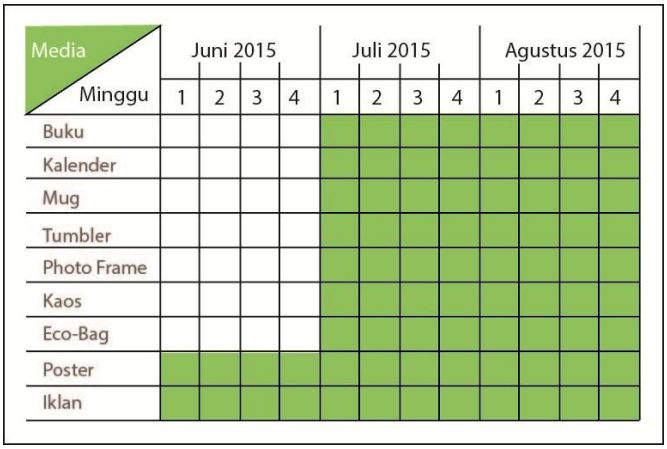
III.1.4 Strategi Distribusi

Media utama berupa buku ilustrasi kumpulan kutipan motivasi yang dirancang oleh penulis untuk member dorongan penyemangat pada para start up (pemula bisnis). Buku "Life Quote" ini akan didistribusikan pertama kali ke toko-toko buku yang tersebar seluruh Indonesia. Selain toko buku, buku *Life Quote* ini akan didistribusikan ke perpustakan nasional, daerah, dan universitas diseluruh Indonesia khususnya kota-kota besar di Indonesia sebelum buku dipublikasikan atau dijual.

a) Lokasi Distribusi

Distribusi dilakukan di seluruh kota-kota besar (took buku dan perpustakaan) di Indonesia.

b) Jadwal Distribusi



Gambar III.1 jadwal distribusi
(sumber: pribadi)

Mekanisme mendapatkan merchandise:

- Setiap pembelian 1 buku dapat 1 lembar photo yang berisi kutipan motivasi (tidak termasuk photo frame berupa bingkai foto)

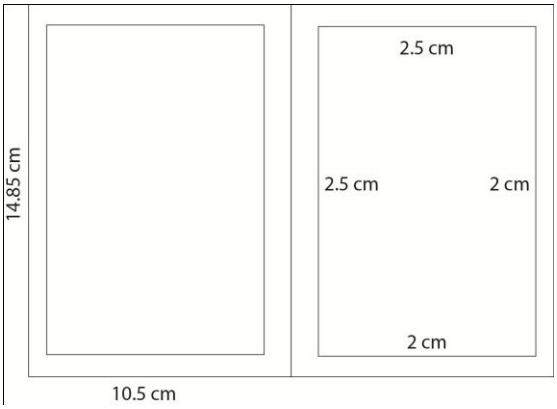
- 100 pembeli buku pertama mendapatkan diskon 10% setiap pembelian 1 jenis produk pendukung lainnya. Kalender, Kaos, Mug, Tumbler, Eco-Bag di jual terpisah.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual merupakan salah satu awal dalam perancangan desain agar informasi dapat tersampaikan dan tepat sasaran. Beberapa tahapan yang harus di tentukan lebih awal dalam konsep visual adalah sebagai berikut:

III.2.1 Format Desain

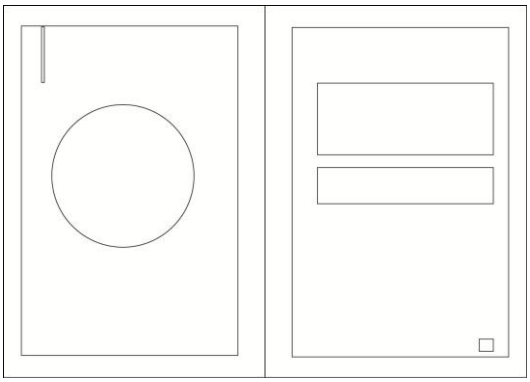
Format desain yang akan digunakan adalah menggunakan format portrait dan menggunakan bidang yang berukuran lebar 10.5 cm x tinggi 14.85 cm. Karena isi buku cukup sederhana dan jumlah halaman hanya 54 halaman maka dengan format portrait dan ukuran yang relattif kecil dapat mempermudah untuk digenggam, ringan dan nyaman untuk dibaca.



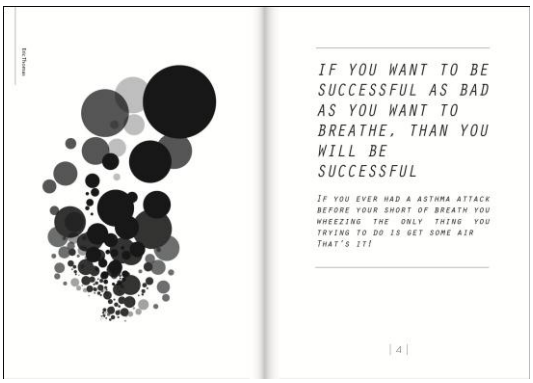
Gambar III.2 format desain
(sumber: pribadi)

III.2.2 Tata Letak *(Layout)*

Tata letak atau posisi antara ilustrasi (grafis) dengan teks (kutipan) di *layout* sedemikian rupa untuk mempermudah pembaca. Setiap empat halaman sekali layout setiap halaman bervariasi agar pembaca tidak merasa bosan dengan tampilan layout yang sama dari awal sampai akhir halaman.



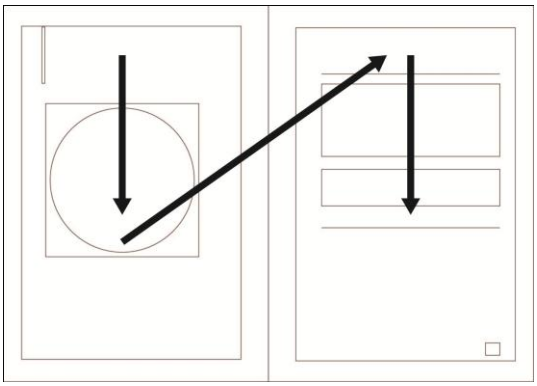
Gambar III.3 tata letak
(sumber: pribadi)



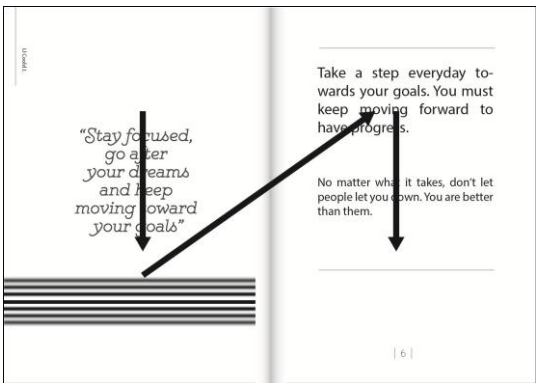
Gambar III.4 tata letak
(sumber: pribadi)

III.2.3 Arah Baca *(Sequence)*

Arah baca yang dipakai dalam perancangan buku ini adalah arah baca seperti huruf N terbalik (atas-bawah-kanan atas-bawah). Arah baca ini disesuaikan dengan keseluruhan layout isi, teks dan ilustrasi (grafik). Tujuan dari arah baca ini adalah untuk mempermudah dan mempercepat proses pemahaman pembaca ketika pertama kali melihat setiap halamanya.



Gambar III.5 arah baca
(sumber: pribadi)



Gambar III.6 arah baca
(sumber: pribadi)

III.2.4 Tipografi

Pemilihan huruf *(font)* dalam buku ini sangat bervariasi. Setiap halaman menggunakan huruf yang berbeda-beda sesuai dengan karakter antara tipografi – kutipan *(quote)* – ilustrasi. Setiap huruf yang digunakan mewakili makna dari setiap kutipan. Berikut beberapa jenis font yang digunakan yaitu:



Gambar III.7 tipografi
(sumber: pribadi)
Font: Alittlesunshine |DebonairInlineNF*|
Biko* | Tw Cen MT Condensed

III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam buku ini lebih fokus kepada desain grafis sederhana untuk mempermudah pemahaman dan mengingat pesan yang ingin disampaikan setiap kutipan dengan lebih cepat dan mudah. Grafik sederhana ini diambil berdasarkan makna keselurhan maupun melalui satu atau dua kata yang mewakili keseluruhan isi kutipannya. Ilustrasi dapat berupa bentuk yang sederhana maupun ilustrasi abstrak sebagai deskripsi makna secara keselurahan isi kutipan yang dipilih.



Gambar III.8 ilustrasi
(sumber: pribadi)

III.2.6 Warna

Warna yang digunakan dalam buku ini adalah hitam putih *(black and white)* karena ingin menampilkan suatu sikap yang tegas, elegan dan berwibawa layaknya seorang pembisnis *(entrepreneur).* Namun dalam media pendukung seperti kalender duduk, kaos, mug, tumbler, eco-bag semuanya menggunakan variasi warna sesuai dengan kebutuhan penggunaannya.



Gambar III.9 skema warna
(sumber: pribadi)

Ket: A | Media Utama

B | Media Pendukung