BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat adalah dengan menyajikan informasi mengenai beragam bahan kain yang digunakan untuk kerudung wanita muslimah, serta kelebihan dan kekurangan juga karakteristik dari tiap-tiap kain, kemudian waktu yang tepat untuk penggunaannya dalam kegiatan-kegiatan tertentu.

Untuk itu, solusi dibuat dengan menggunakan media yang di dalamnya terdapat informasi mengenai bahan kain khimar beserta contoh dari bahan-bahan kain yang dibuat dalam bentuk buku eksklusif mengenai bahan kain khimar, yang berisi informasi mengenai pengaruh penggunaan kain khimar terhadap kesehatan kulit kepala, kemudian informasi mengenai karakteristik dari setiap bahan kain, tips-tips penggunaan kain-kain tersebut sesuai dengan kegiatan wanita muslimah, dan tips-tips perawatan kain-kain kerudung dari *hijab expert.* Informasi berupa teks, didampingi dengan ilustrasi, dan foto untuk tips-tips penggunaan khimar.

III.1.1 Khalayak Sasaran

Agar pesan dapat tersampaikan, maka segmentasi untuk target sasaran pemberian informasi perlu ditentukan, yaitu sebagai berikut:

- Demografis

- Wanita muslimah yang baru menggunakan kerudung atau belajar berhijab
- Kalangan menengah ke atas dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun
- Berlatar belakang pendidikan S1 atau sudah bekerja
- Tingkat konsumsi atau pengeluaran belanja yang tinggi.

- Geografis

  Daerah perkotaan di Indonesia yang memiliki jalur distribusi perdagangan buku yang luas.

- Psikografis

- Wanita muslimah yang memiliki perhatian besar terhadap penampilan diri dan fesyen khususnya fesyen hijab.
- Wanita muslimah yang memiliki ketertarikan terhadap fesyen terlebih fesyen hijab.
- Wanita muslimah yang memiliki tuntutan untuk selalu tampil rapih baik di tempat kerja, atau universitas.

- *Insight*

  Hope : Para wanita muslimah ingin kesehatan rambutnya tetap terjaga, dan tampil cantik

  Myth : Kepala terasa gerah dan kulit kepala berkeringat karena tidak terbiasa menggunakan kerudung.

  Hidden Truth : Kulit kepala merupakan tempat proses penguapan sisa metabolisme tubuh. Terhalangnya proses penguapan oleh kain kerudung terlebih pada saat cuaca panas menyebabkan kulit kepala berkeringat hingga berketombe.

  Behaviour : Wanita muslimah sering melihat tutorial dan fesyen terbaru hijab dan kerudung, dan membeli kerudung secara *online* di media sosial.

  Essence : Membuat informasi mengenai kain kerudung menggunakan media fisik yaitu buku untuk dapat menyertakan contoh kainnya agar wanita muslimah dapat melihat dan merasakan perbedaan karakteristik tiap kain.

Adanya perbedaan rentang usia pada target sasaran sehingga ada perbedaan pada kegiatan wanita usia remaja dan dewasa awal. Namun kedua target sasaran memiliki kesamaan minat terhadap tren terhadap fesyen hijab. Berikut adalah tabel *consumer journey* dari kedua target sasaran.

Tabel III.1 Target Sasaran
Sumber: Observasi Penulis

Remaja Akhir (18-20 tahun)	Dewasa Awal (21-24 tahun)
• Menghabiskan waktu di sekitar lingkungan universitas, menghadiri seminar, pengajian, atau berkumpul bersama teman. • Mulai mencari pengalaman yang berbeda dari lingkungan sekitar mereka seperti pergi berkemah, *travelling*, mendaki gunung, atau mengikuti kegiatan komunitas. • Memilih tempat seperti *mall*, cafe, atau restoran untuk berkumpul dengan teman, biasanya yang memiliki fasilitas *wi-fi* • Lebih sering menggunakan ponsel pintar dan aktif di sosial media seperti *facebook, instagram,* atau *path*. • Sering melihat tren fesyen hijab dan kreasi kerudung baik buku atau video. • Lebih menyukai penyajian informasi menggunakan bahasa yang terkesan santai	• Menghabiskan waktu di kantor. • Memilih tempat seperti *cafe, foodcourt, mall,* berkumpul bersama teman atau membicarakan bisnis dengan klien. • Menggunakan ponsel pintar untuk mencari informasi ataupun aktif di sosial media dan komunikasi dengan rekan kerja. • Biasanya membeli barang di *online shop*. • Dapat mencerna informasi dalam bentuk tulisan, atau gambar, dengan *headline* yang menarik. • Dengan tanggung jawab dan profesionalitas yang dituntut di tempat kerja, maka penampilan juga menjadi perhatian utama agar selalu tampak rapih dan terlihat profesional. • Berlangganan majalah atau katalog

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kedua kalangan target sasaran gemar menggunakan media sosial, baik facebook, twitter, instagram, dan lain-lain. Kegiatan seperti melihat tutorial dan fesyen hijab bahkan untuk belanja sebagian

besar dilakukan dengan media sosial. Kemudian keduanya banyak menghabiskan waktu di lingkungan formal yaitu kantor atau kampus.

III.1.2 Strategi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan informasi, gagasan, emosi baik berupa teks, visual maupun verbal. Agar pesan dapat tersampaikan kepada target, maka dibutuhkan sebuah strategi untuk mengkomunikasikan produk kepada khalayak target. Adapun strategi pendekatan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

- Pendekatan verbal menggunakan bahasa Indonesia sehari-hari, atau bahasa Indonesia tidak baku.
- Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa menyindir
- Pendekatan materi dilakukan dengan mendeskripsikan sebab dan akibat dari kesalahan penggunaan khimar dan memperlihatkan contoh dari penggunaan kain khimar yang baik melalui pendekatan fesyen dengan foto model.
- Bersifat santai atau akrab

Kemudian strategi komunikasi yang akan dilakukan adalah strategi komunikasi menggunakan model Laswell, yaitu:

- Who

Mandatory: Elzatta

Elzatta merupakan salah satu perusahaan fesyen hijab di Indonesia. Telah mensponsori banyak film-film religi dengan pakaian muslimnya.

- Says What

Pesan yang akan disampaikan adalah ketika khalayak sasaran merasa gerah ketika menggunakan khimar, sebaiknya tidak diabaikan karena dapat merusak kesehatan rambut dan kulit kepala. Kain khimar ada beragam jenisnya, masing-masing memiliki keunggulan dan kekurangan ketika digunakan. Tujuan dari pengenalan mengenai bahan kain khimar adalah agar para wanita muslimah mulai peduli

terhadap penampilan, dan kesehatan rambut dan kulit kepala dengan mengenal bahan kain yang cocok untuk digunakan pada kegiatan-kegiatan tertentu.

- To Whom

Khalayak sasaran adalah remaja akhir hingga dewasa awal dimana pada usia tersebut, mereka telah melepas seragam dan mulai menjelajahi fesyen dengan gaya yang mereka sukai. Pada usia tersebut juga banyak wanita muslimah yang mulai tertarik untuk menggunakan khimar dan mengikuti fesyen hijab. Karena itu wanita muslimah denagn rentang usia tersebut cocok untuk menjadi target pemberian informasi mengenai bahan kain khimar.

- In Which Channel

Buku Katalog

Katalog adalah buku yang memuat informasi mengenai dokumen tentang suatu produk atau beberapa produk. Namun katalog tidak hanya berisi tentang dokumen mengenai produk-produk saja tapi juga dapat digabung dengan pembahasan seputar produk tersebut atau masalah yang berkaitan dengan produk tersebut. Wanita kalangan remaja akhir hingga dewasa awal umumnya menyukai buku-buku khususnya novel dan fesyen. Buku fesyen dapat berupa majalah maupun katalog produk kecantikan dan fesyen pakaian, sehingga media ini dianggap cocok untuk target sasaran.

Media pendukung: flyer, pembatas buku, pin, stiker, facebook, poster, online poster, X-banner, spanduk, gantungan kunci.

- With What Effect

Menambah pengetahuan target sasaran mengenai khimar bertujuan agar para wanita muslimah Indonesia lebih peduli terhadap kesehatan dan penampilannya, sehingga para wanita muslimah lebih menjaga kesehatan kulit kepala dan rambutnya.

Strategi komunikasi yang akan dilakukan adalah melalui pendekatan verbal, dan pendekatan visual. Konsep pendekatan verbal dan visual yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

III.1.2.1 Pendekatan Verbal

Penyajian informasi mengenai bahan kain kerudung dapat menggunakan pendekatan verbal berupa deskripsi didampingi dengan visual yang dapat menggambarkan informasi yang di sajikan mengenai penggunaan kain. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia tidak baku, seperti bahasa pergaulan sehari-hari, menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris untuk beberapa istilah. Pemilihan bahasa ini dimaksudkan agar target sasaran merasakan adanya keakraban dari pemberi informasi, sehingga informasi yang disampaikan dapat lebih mudah diterima oleh target.

Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa sindiran, karena umumnya kalangan masyarakat pengguna media sosial pada rentang usia yang dimaksud tertarik dengan sesuatu yang terkesan menyindir, hal ini dapat dilihat dari jenis postingan di media sosial yang banyak di kongsi atau disukai wanita dengan kalangan usia tersebut. Gaya bahasa menyindir dengan menggunakan bahasa Indonesia yang tidak baku, misalnya "yakin panas dan gerah boleh dicuekin gitu aja?" akan memberi kesan komunikasi langsung antara pemberi pesan dengan pembaca.

Kemudian unsur visual dibutuhkan untuk menambah ketertarikan target terhadap informasi yang disajikan, serta dapat digunakan untuk menjelaskan informasi yang ada agar lebih mudah dipahami.

III.1.2.2 Pendekatan Visual

Elemen visual pada suatu buku biasanya terdiri dari teks, foto dan ilustrasi. Fesyen berhubungan dengan penggunaan sesuatu pada kehidupan manusia baik berupa pakaian, interior rumah, gaya hidup, dan lain-lain, fesyen tidak terlepas dari tren atau apa yang sedang banyak diminati oleh khalayak target sasaran. Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan informasi bahan kain kerudung ini menggunakan visual berupa ilustrasi *doodle* atau sketsa dengan warna-warna yang cenderung terdapat dalam mode pakaian vintage atau *shabby-chic*, atau warna pucat atau kusam. *Shabby* dalam bahasa Inggris berarti "lusuh"

dan *chic* berarti elok atau cantik. Gaya ilustrasi tersebut dipilih, karena kedua gaya ilustrasi ini sedang banyak diminati wanita di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari banyaknya buku *best seller* yang menggunakan gaya ilustrasi seperti berikut.



Gambar III.1 : *Fashion Sketches*
Sumber : http://img01.deviantart.net /41cd/i/2008/289/7/d/fashion_sketches_1 _by_kirynism.jpg



Gambar III.2: *doodle style* hijab
Sumber : Yuk! Berhijab



Gambar III.3 : *Doodle*
Sumber : *My Colorful Diary*



Gambar III.4 : *Fashion*
Sumber : https://image.freepik.com/free-vector/evening-dress-fashion-sketch_23-2147493472.jpg

Kemudian digunakan fotografi untuk halaman mengenai contoh penggunaan bahan kain kerudung dengan kergiatan wanita muslimah sehari-hari. Penggunaan fotografi dimaksudkan agar ada kejelasan bahan kain yang digunakan pada visual.

Logo pada sampul mengunakan pola yang sering digunakan dalam fesyen *shabby-chic*, menggunakan lingkaran yang mengelilingi siluet kepala wanita dengan khimar dan garis putus-putus pada logo, agar mengesankan motif jahitan pada kain. Nuansa fesyen *shabby-chic* biasanya memiliki latar atau *background* yang dihiasi dengan banyak motif seperti bunga, atau objek lainnya.



Gambar III.6 : *style shabby-chic*
Sumber : https://image.freepik.com/free-vector/shabby-chic-style-background_62147505897.jpg



Gambar III.7 : *Shaby-chic style*
Sumber : https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/87/8d/18/878d18a7dd23f2dabf22e6f1c48735f2.jpg

III.1.3 Mandatory

Perancangan media informasi bahan kain khimar untuk wanita muslimah akan bekerja sama dengan beberapa pihak yang mendukung perancangan dari awal hingga produksi. Pihak-pihak tersebut salah satunya adalah sebuah perusahaan fesyen hijab dan pakaian muslim di Indonesia. Perusahaan Elzatta adalah perusahaan produk pakaian muslim dan muslimah yang telah banyak mensponsori film Indonesia, dan menjadi sponsor dalam sejumlah *event-event* yang bernafaskan islami.

III.1.4 Strategi Kreatif

Sebuah informasi dapat disampaikan dengan beragam media. Baik media cetak maupun digital. Namun untuk menyampaikan informasi mengenai sebuah objek yang akan digunakan langsung oleh target sasaran, dengan perbedaan karakteristik pada setiap objek seperti kain dibutuhkan keterlibatan indera peraba, maka media yang menyampaikan informasi hanya dengan tulisan dan foto atau ilustrasi belum cukup untuk menjelaskan perbedaan karakteristik seperti tekstur, tebal atau tipis dari beberapa objek dalam informasi tersebut. Maka penulis memilih media informasi berupa fisik atau cetak yaitu buku. Buku adalah media yang dapat memuat beragam informasi dengan bentuk fisik yang dapat disentuh, sehingga buku dapat digunakan sebagai media informasi yang melibatkan indera peraba dari target untuk penyampaian informasi yang lebih efektif. Media buku biasa digunakan sebagai media untuk dokumentasi mengenai sebuah karya seni atau produk dari industri.

Didalam buku terdapat beragam informasi yang disajikan dengan tata letak yang sederhana, didampingi garis pembatas antara kolom atau teks dengan visual yang sederhana namun tetap berkesan feminim.

Dari strategi kreatif ini, kemudian penulis mengembangkan isi buku menjadi beberapa poin besar seperti berikut:

- **Pendahuluan**
- **Apa Itu Khimar? (definisi khimar)**

- Ayat-ayat Al Qur'an mengenai khimar
- Perbedaan Khimar, Jilbab, dan Hijab
- Jenis-jenis Khimar
- Masalah kepala gerah, dan gatal
- Masalah Khimar yang sulit dirapihkan

- **Bahan Kain Khimar**

- Dampak kesalahan penggunaan bahan kain
- Contoh bahan kain dan penjelasannya (menjelaskan tekstur serta tebal kain-kain tersebut)
- Tips-tips perawatan bahan kain (dengan ilustrasi *step-by-step*)

- **Tips-tips Penggunaan Bahan Kain (waktu penggunaan untuk kegiatan sehari-hari)**

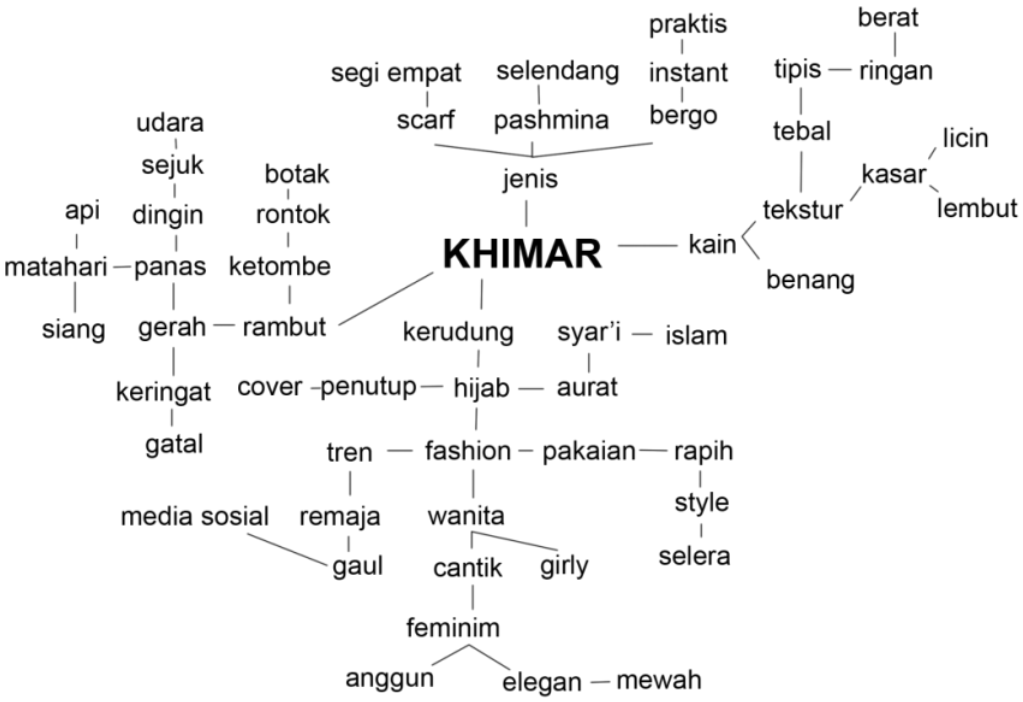
- Khimar untuk olahraga atau kegiatan *outdoor*
- Khimar untuk jalan-jalan
- Khimar untuk kegiatan formal seperti kantor atau kuliah
- Khimar untuk pesta
- Khimar untuk kegiatan religi formal seperti komunitas pengajian, dan lain-lain.

Untuk merancang informasi yang dapat menarik perhatian target sasaran maka diperlukan strategi kreatif yang baik. Adapun strategi kreatif lainnya sebagai berikut :

- *Copywriting*

Copywriting dibutuhkan untuk menentukan judul dari buku, kemudian *tagline*, dan lain-lain. *Copywritting* berasal dari *keywords* yang telah dipilih yaitu khimar yang menjadi objek informasi yang akan disampaikan. Kemudian *key word* dapat dijabarkan dalam *mind map* seperti berikut:

Bagan III.2 Mind Mapping *Key Words*.
Sumber : Dokumen penulis.



Dari penjabaran *mind map* di atas, dapat ditarik beberapa *key word* yang akan digunakan untuk membuat judul, *tagline*, dan sebagai referensi visual adalah "khimar", *"girly",* "kesehatan", dan *"fashion*".

- *Key Visual*

Setelah membuat *mind map* dari objek, beberapa *keywords* yang dipilih yaitu "khimar", *"girly",* "kesehatan", dan *"fashion"* dapat dibuat *key visual* sebagai referensi untuk merancang media buku, *key* visual dapat digunakan sebagai acuan untuk elemen-elemen visual yang akan digunakan. *Key* visual yang akan digunakan dari *key* words yang telah dipilih, yaitu sebagai berikut:



Gambar III.8: Khimar
Sumber : http://alesahijab.com/wp-content/uploads/2015/12/sayra-jilbab-jaguar-pet-mint.jpg



Gambar III.9 : Fashion doodle
Sumber : http://previews.123rf.com/images/glorcza/glorcza1211/glorcza121100008/16246321-doodle-fashion-images-Stock-Vector.jpg

- Judul Buku

Judul merupakan bagian penting dalam sebuah perancangan buku. Karena judul mewakili konten suatu buku. Dalam perancangan buku tentang khimar untuk wanita muslimah ini, penulis memilih kata "Khimar" sebagai judul buku. Karena kata khimar merupakan bahasan utama dari buku ini.



Gambar III.10.: Judul buku
Sumber : dokumentasi pribadi

- *Tagline*

Kemudian *tagline* menggunakan bahasa inggris dari kata kunci "kerudung", "sehat", dan *"fashion"*. Sehingga menghasilkan *tagline "Cover up! Healthy and Stylish"*. Bahasa inggris digunakan karena kalangan menengah ke atas telah mengerti dan dapat menggunakan bahasa Inggris sebagai bagian dari bahasa pergaulan mereka.

- Pemanfaatan Multiindera

Pada bab “Bahan Kain Khimar” akan dibuat informasi singkat mengenai tiap-tiap bahan kain yang digunakan untuk membuat khimar. Agar target dapat menerima informasi mengenai fisik suatu produk seperti tekstur, tebal, licin, dan lain-lain maka dibutuhkan pemanfaatan multi indera yaitu visual dan indera peraba untuk merasakan perbedaan karakteristik setiap kain. Maka pada bab ini, kain akan di sertakan dalam tiap-tiap halaman dengan cara ditempel dan di simpan dibalik halaman.



Gambar III. 11 : tekstur kain kashmir
Sumber : dokumentasi penulis

III.1.5 Strategi Media

Media berasal dari bahasa latin yaitu dari kata *medium* secara harafiah berarti perantara, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015) media berarti suatu perantara untuk menyampaikan informasi dari pengirim pesan kepada penerima pesan . Dalam distribusi suatu karya, diperlukan karya sebagai media utama yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi, dan media pendukung yang berfungsi sebagai pengenalan atau pengingat kepada media utama tersebut. Perancangan buku informasi bahan kain khimar ini, akan digunakan media utama dan beberapa media pendukung diantaranya:

a. Media Utama

- Buku

  Media buku dipilih dengan karena buku adalah media informasi yang masih diminati berbagai kalangan usia maupun status sosial, mudah didapat, memuat informasi yang lebih banyak, dan dapat memuat objek

dalam bentuk fisik atau dapat disentuh. Wanita terlebih kalangan remaja akhir sering ke toko buku untuk mencari buku-buku referensi untuk tugas atau buku-buku novel dan tutorial untuk hiburan, sedangkan wanita dewasa awal biasanya mencari buku-buku fashion, tutorial, katalog atau majalah.

- *Box*

  Box berfungsi untuk melindungi buku agar tidak mudah rusak, terlebih untuk ditoko, *box* dapat berfungsi sebagai pelindung agar buku tidak di baca oleh pengunjung sebelum buku dibeli.

b. Media Pendukung

Untuk mendukung media utama dalam pemasarannya, dibutuhkan beberapa media promosi yang berfungsi sebagai pemberitahu atau pengingat untuk menarik minat target sasaran mengenai buku Bahan Kain Khimar. Beberapa media pendukung yang akan digunakan antara lain.

- Poster

  Poster dapat berperan sebagai media promosi atau pengenalan buku, dipilih karena poster merupakan media promosi yang masih banyak digunakan, dapat ditempel di tempat umum dan masih terlihat dari jauh namun tidak terlalu banyak memakan tempat. Poster akan dicetak dengan ukuran A2 agar poster mudah dilihat oleh target sasaran, dan akan disebarkan dalam bentuk cetak dan digital. Poster yang dicetak dapat ditempelkan pada mading universitas, kantor, pada kaca jendela mini market atau kafe, dan toko buku. Sedangkan poster digital dapat di sebarkan melalui media *facebook* atau pada website elzatta dan mizan. Poster cetak akan berfungsi sebagai *teaser* dari buku, karena nya poster cetak akan menggunakan copywriting dengan gaya bahasa yang menyindir dengan tujuan menyinggung target hingga menimbulkan rasa penasaran target sasaran. Sedangkan poster online berupa poster yang beridi informasi dan kontak pemesanan.

- Media sosial (*Facebook*)

  Internet merupakan media yang paling mudah di akses target sasaran. Pemberian informasi mengenai produk dapat dilakukan dengan mudah dengan adanya media sosial. *Facebook* digunakan sebagai media promosi pada tahap pengenalan hingga pengingat dengan memposting *teaser* hingga promo buku dan *pre-order* atau memesan buku lewat *facebook*, karena *facebook* merupakan media sosial dengan peminat tertinggi di Indonesia. Hampir semua orang menggunakan *facebook.* Promosi pada *facebook* pun sangat mudah. Dengan membuat *fans page*, informasi yang di posting akan terus muncul di *timeline* setiap pengguna *facebook* selama *fans page* tersebut ada.

- X-Banner

  X-Banner dipilih sebagai media pendukung untuk informasi. Digunakan untuk memberi keterangan mengenai buku dan manfaat dari buku kepada khalayak. X-Banner dapat dipasang di tiap toko buku yang menjual buku Khimar, juga dapat dipasang di samping *stand* atau meja yang menjual buku khimar.

- Spanduk

  Di setiap toko buku, buku akan dipajang di sebuah meja diantara meja-meja buku yang lainnya. Maka agar perhatian target dapat tertarik, spanduk dapat digunakan untuk menghias meja, sehingga target dapat melihat letak buku bahkan dari jauh. Spanduk dapat berisi informasi mengenai buku dan ukurannya yang besar dapat membuat letak buku di toko mudah diketahui.

- Pembatas buku

  Pembatas buku akan menjadi media *reminder*. Pembatas buku akan menjadi *merchandise* yang disatukan dengan buku.

- Gantungan kunci

  Gantungan kunci digunakan sebagai media *reminder* yang dipilih berdasarkan *consumer journey*. Dari *consumer journey* dapat dilihat bahwa kedua target sasaran menghabiskan waktu lebih banyak diluar rumah. Maka ketika meninggalkan rumah, umumnya masyarakat akan mengunci kamar, atau rumahnya. Gantungan kunci juga dapat di gunakan untuk aksesoris tas.

- *Flyer*

  Flyer dipilih untuk media informasi yang dibagikan di toko buku atau mall. Beberapa buku sering menggunakan flyer sebagai pemberi informasi promo buku dan kontak pemesanan.

- Pin

  Pin dipilih karena wanita yang menggunakan kerudung biasanya harus menyematkan *bross*, peniti, atau pin agar kerudungnya tidak merosot, atau lepas. Pin dipilih karena target dengan kalangan usia remaja akhir hingga dewasa awal lebih banyak yang menggunakan pin daripada *bross*.

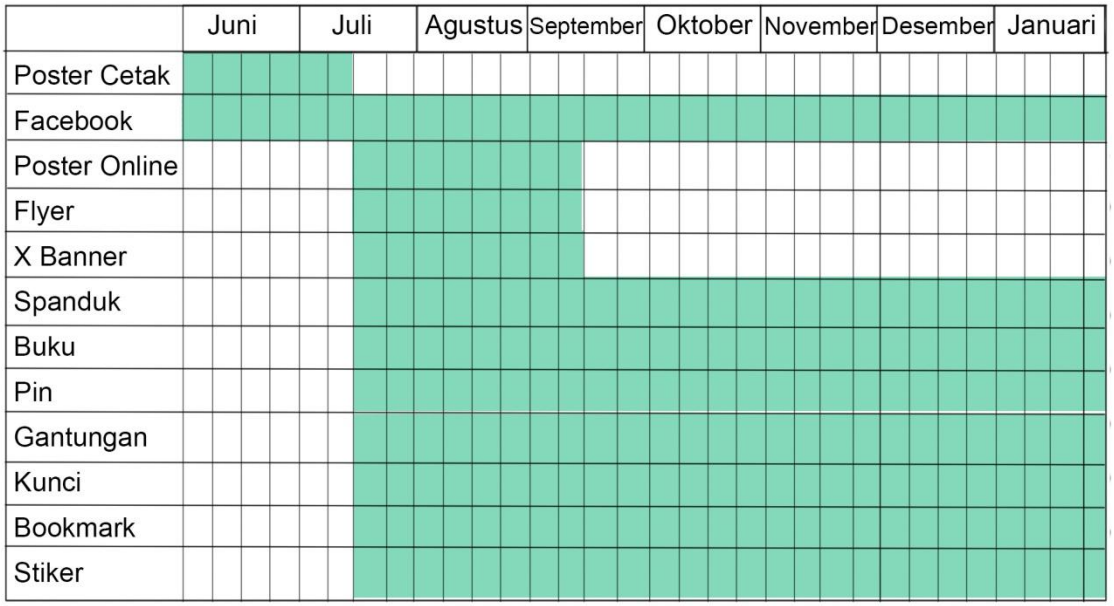
- Stiker

  stiker dapat digunakan sebagai *reminder,* stiker dapat diberikan sebagai *merchandise* yang disertakan bersama pembatas buku di dalam buku.

III.1.6 Strategi Distribusi

Untuk penyebaran media, agar penyebaran dapat berhasil dibutuhkan strategi distribusi yang baik. Menurut kotler dan Armstrong (2000) distribusi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau penyedia jasa atau produk dalam mengenalkan produk, penjualan, hingga mengingatkan khalayak terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, agar mudah didapatkan oleh khalayak sasaran. Pengenalan produk akan dilakukan satu bulan dan dua minggu sebelum peluncuran buku Khimar, dan pemberian informasi akan terus dilakukan hingga delapan bulan ke depan dengan waktu yang telah ditentukan sebagai berikut:

Tabel III.3 : Distribusi
Sumber : Dokumentasi Penulis



III.2 Konsep Desain

Info tentang fesyen sangat erat dengan majalah, buku katalog produk atau tabloid. Namun kini banyak buku-buku biasa yang membahas tentang fesyen juga. Untuk menyesuaikan dengan apa yang sedang diminati wanita kalangan remaja hingga dewasa awal, maka konsep visual yang akan digunakan untuk buku informasi khimar menggunakan buku-buku fesyen yang termasuk dalam kategori *best-seller* dari beberapa toko buku. Format yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

III.2.1 Format Desain
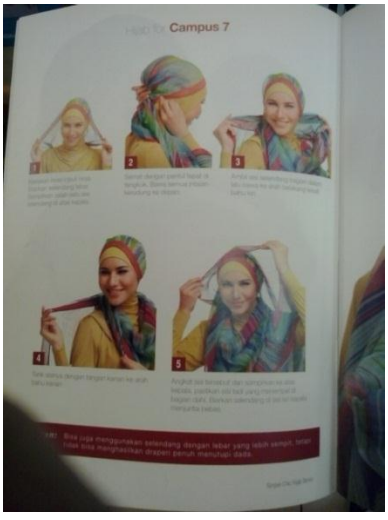
- Ukuran

Orientasi untuk rancangan buku khimar ini adalah persegi dengan panjang buku 20 cm dan lebar buku 20 cm. Ukuran ini digunakan, karena buku-buku dan katalog mengenai fesyen saat ini menggunakan ukuran ini. Ukuran ini di sesuaikan dengan halaman yang akan diisi dengan contoh bahan kain.

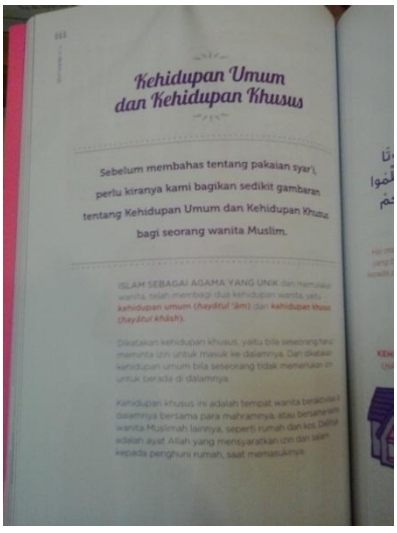
II.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti misalnya huruf teks, garis-garis, bidang-bidang, gambar-gambar, dan sebagainya. (Edi Sudadi, 1986: h.118). Wanita Indonesia yang menyukai fesyen masih sering mencari informasi tentang fesyen dari majalah-majalah atau tabloid. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya majalah fesyen baik pakaian maupun gaya hidup. Maka *layout* yang akan digunakan dibentuk menyerupai majalah, yaitu menggunakan lebih dari satu gaya *layout.* Gaya *layout* yang akan digunakan adalah *modern style*, yaitu satu halaman hanya memiliki satu kolom yang memnjang saja, kemudian dapat digabung dengan halaman yang memiliki dua atau tiga kolom agar ada variasi dalam tampilan.

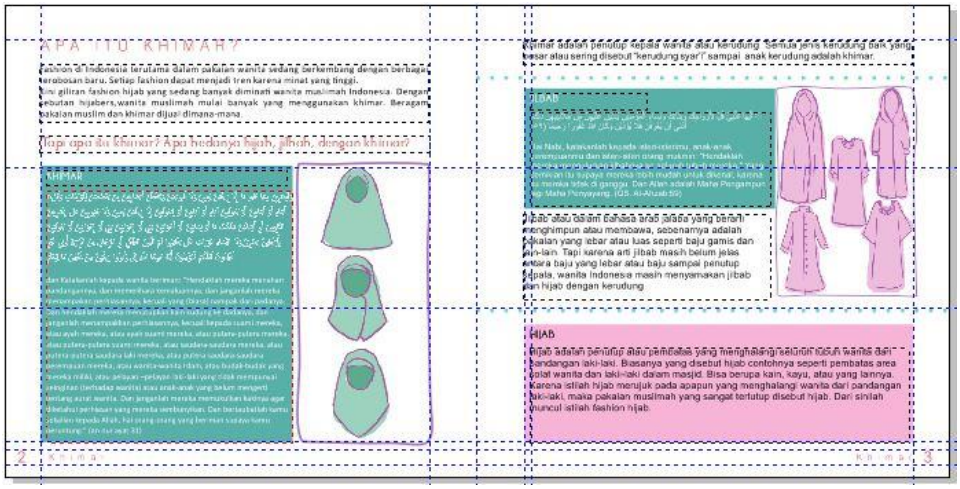
Style technical adalah *style layout* dimana *layout* memiliki banyak ruangan kosong atau menggunakan background putih untuk mengesankan kosong sehingga terkesan bersih dan modern sehingga perhatian pembaca akan lebih terfokus pada isi informasi (Kusrianto, 2007: h.291). Dengan margin 2 cm di sisi kiri dan 1 cm di sisi kanan, atas dan bawah. Margin ini dimaksudkan untuk menghindari adanya resiko tulisan terpotong saat proses produksi.



Gambar III. 12 *layout technical*
Sumber : *Simple Chic : Hijab for Campus*



Gambar III.13 : *layout modern*
Sumber : Yuk! Berhijab (Felix Y. Siauw)



Gambar III.14: contoh penerapan *layout*
sumber : dokumentasi penulis

III.2.3 Huruf

Menurut Adi Kusrianto dalam bukunya Pengantar Studi Desain Komunikasi Visual, Typografi merupakan ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf cetak. Typografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. (Kusrianto, 2007: h.190)

Font tidak terlepas dari elemen garis. yang digunakan untuk judul adalah font Arkana. Font ini termasuk font *script/decorative* dipilih karena memiliki garis lengkung yang dapat mengesankan lembut, luwes, dan anggun.



Font Malina termasuk ke dalam jenis font *decorative*. Font ini akan digunakan untuk *tagline* atau untuk bagian yang perlu ditekankan kepentingannya. Font ini bercorak seperti sapuan *brush* yang sangat identik dengan *make-up* wanita, sehingga jenis font ini cocok untuk buku atau teks bertema wanita baik dewasa maupun remaja.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u
v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

kemudian font Arkana dan font Malina akan diaplikasikan pada sampul depan buku. Font Arkana hanya akan digunakan untuk judul. Sedangkan font Malina digunakan untuk *tagline* dan beberapa teks yang perlu penekanan yang terdapat pada isi buku.



Gambar III.15 : Contoh penerapan font pada sampul buku
Sumber : Dokumentasi penulis



Gambar III.16 : contoh penerapan font Malina dengan kalimat penekanan.
Sumber : dokumentasi penulis

III.2.4 Warna

Unsur visual terdiri dari beberapa elemen seperti garis, bidang, ruang dan warna. Menurut Junaedi, warna merupakan suatu mutu cahaya yag dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Hal ini menyebabkan kerucut-kerucut warna pada retina bereaksi, yang memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga dapat mengubah persepsi manusia (Junaedi, 2003: h.14). Fesyen selalu berkaitan dengan tren atau apa yang sedang populer saat ini. Maka warna yang digunakan disesuaikan dengan apa yang sedang diminati para wanita muslimah Indonesia saat ini yaitu warna-warna *shabby-chic*. Warna-warna ini sebenarnya masih berkaitan dengan warna-warna *vintage* atau berkesan tua. Yakni warna-warna dengan *value* yang tidak 100%.



Gambar III.17: *Shabby-chic Color Pallete*
Sumber : http://shabbychicdaydreams.com

Pada sampul, warna yang akan digunakan adalah warna *pink*. Warna *pink* memiliki kesan lembut, hangat, sensitif, dan sering digunakan untuk mewakili gender wanita (Sutton, 2004: h.22). Warna pink akan digunakan sebagai warna dasar sampul depan dan belakang.

Pada buku ini digunakan beberapa warna yang akan menjadi ciri khas atau warna utama dari produk, sehingga warna-warna berikut akan di aplikasikan ke media-media pendukung buku Khimar.



Gambar III.18 : *color pallete* untuk keseluruhan media
Sumber : dokumentasi penulis

III.2.5 Ilustrasi

Setiap media informasi memiliki unsur visual seperti ilustrasi. Menurut Adi Kusrianto dalam buku Pengantar Desain Komunikasi Visual, Ilustrasi adalah gambar yang digunakan untuk menenrangkan atau menjelaskan sesuatu (2007: h.140 p.1).

Fesyen berkaitan dengan tren atau apa yang sedang banyak diminati oleh masyarakat tertentu, maka gaya ilustrasi yang digunakan juga disesuaikan dengan gaya ilustrasi yang sedang diminati oleh wanita saat ini yaitu gaya ilustrasi *doodle*, atau *sketch*.

Gaya ilustrasi *doodle* yang diambil adalah karakteristik garis pada ilustrasi *doodle*. Karena itu, beberapa garis seperti pada halaman bab, dibuat tidak rapih atau tidak lurus disesuaikan dengan gaya ilustrasi *doodle*. Sedangkan untuk ilustrasi lainnya seperti pada tips-tips perawatan kain, atau ilustrasi jenis-jenis khimar, akan digunakan gaya ilustrasi *fashion sketch*. Ilustrasi yang akan digunakan adalah sketsa fesyen yang lebih fokus pada pakaian, sehingga karakter wanita pada gambar tidak akan di gambar wajahnya dengan tujuan agar fokus pembaca tertuju pada kerudungnya.



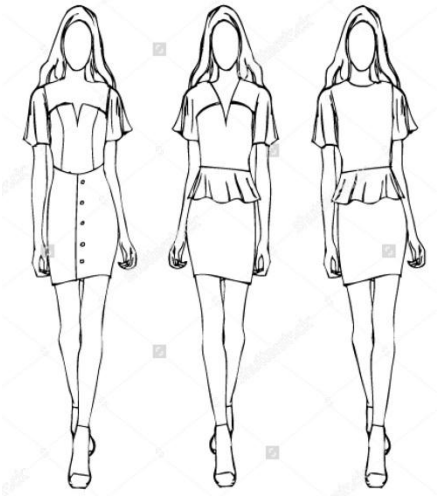
Gambar III.19 : *Fashion Sketches*
Sumber : http://img01.deviantart.net /41cd/i/2008/289/7/d/fashion_sketches _1 _by_kirynism.jpg



Gambar III.20 : *fashion sketch*
Sumber : https://thumbs.dreamstime.com/z/sketch-fashion-poses-hand-drawing-47041641.jpg



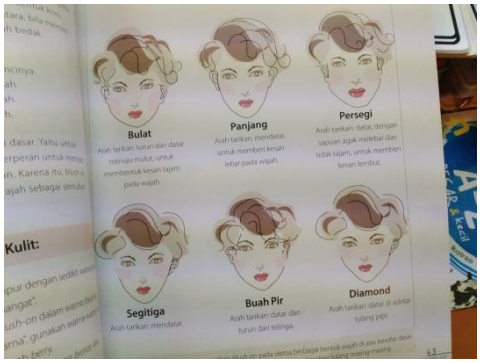
Gambar III.21 : *doodle* hijab
Sumber : Yuk! Berhijab



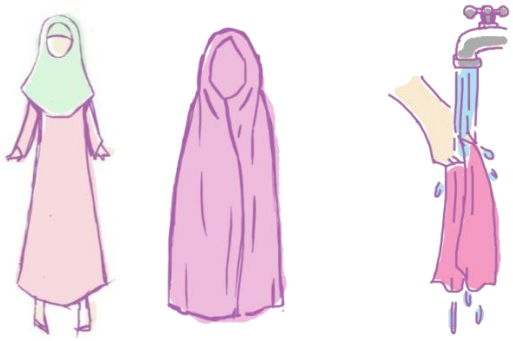
Gambar III.22 : *fashion sketch black and white*
http://image.shutterstock.com/z/stock-vector-sketch-of-fashion-girl-dress-style-108114062.jpg



Gambar III.23: *Doodle*
Sumber : *My Colorful Diary*



Gambar III.24 : *Make Up Sketch*
Sumber : *Brow It Up!*



Gambar III.25: Contoh penerapan gaya ilustrasi dan warna pada karya
Sumber : Dokumentasi penulis



Gambar III.26 : Contoh penerapan gaya ilustrasi
Sumber : dokumentasi pribadi

III.2.6 Foto

Pada bab "tips-tips penggunaan khimar" berisi penjelasan dan tips-tips dari hijab *expert* mengenai penggunaan tiap kain khimar seperti tips berdasarkan waktu yang tepat untuk menggunakannya, atau kain-kain tertentu yang cocok digunakan untuk suasana formal, santai, dan lain-lain.

" Fotografi berasal dari kata foto yang berarti cahaya dan grafis yang berarti gambar." (Mulyanta, E. 2007).

Untuk memperlihatkan contoh penggunaan khimar ini, dapat digunakan foto dengan model yang menggunakan khimar dengan masing-masing bahan. Dalam foto yang diambil, terdiri dari satu orang model dengan kain khimar yang berbeda-beda pada tiap foto. Kain-kain tersebut di bagi menjadi lima kategori tema yang ditentukan berdasarkan kegiatan yang sering dilakukan para wanita

muslimah yang dilihat dari *consumer journey*. Kategori tersebut adalah suasana formal seperti kantor atau kampus, rekreasi, olah raga atau kegiatan *outdoor*, pesta, dan mengaji. Menurut Adimodel pada buku *Lighting for Beauty*, tata cahaya yang digunakan pada *beauty photo* biasanya menggunakan tata cahaya natural atau dengan memanfaatkan cahaya matahari agar hasil foto terlihat natural (Adimodel. 2009: h. 29, p.2).



Gambar III.27 : penggunaan khimar tema rekreasi
Sumber : dokumentasi penulis



Gambar III.28 : penggunaan khimar tema kantor
Sumber : dokumentasi penulis



Gambar III.29: penggunaan khimar tema pesta
Sumber : dokumentasi penulis

Foto model biasa di lakukan dalam studio. Namun pada buku ini pengambilan foto menggunakan *background outdoor, indoor,* dan satu warna. Hal ini dimaksudkan agar ada variasi terhadap tampilan foto.