BAB. III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan dalam pembuatan konsep perancangan media informasi tentang Oto Iskandar Di Nata melalui media biografi ini, digunakan agar pesan yang ingin disampaikan ke anak-anak dapat dimengerti dan diterima dengan baik, berdasarkan analisa dan riset yang dilakukan. Bagaimana merancang sebuah pendekatan verbal dan non verbal. Strategi kreatif dan strategi media dilakukan berdasarkan *coverage area, target audiens* sehingga pesan yang dikomunikasikan dapat diterima oleh *audiens* secara tepat.

Dalam perancangan media informasi tentang Oto, perlu adanya strategi perancangan yang tepat agar pesan yang akan disampaikan kepada target dapat diterima dengan baik dan efektif. Strategi yang dilakuan penulis adalah merancang buku biografi bergambar tentang Oto Iskandar Di Nata, karena buku sangat dinilai efektif untuk menarik minat baca anak-anak.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan media informasi tentang Oto Iskandar Di Nata melalui media biografi, antara lain:

- Agar anak mengetahui bagaimana perjalan singkat hidup dari Oto Iskandar Di Nata.
- Agar dapat memotivasi anak dengan memperlihatkan sifat-sifat baik dari Oto Iskandar Di Nata sehingga anak bisa mengaplikasikannya.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah “belajar mengetahui sambil membaca”. Cara yang digunakan adalah membuat anak-anak membaca buku bergambar tentang Oto Iskandar Di Nata. Agar anak mengenali dan mengetahui akan adannya pahlawan dari Bandung, salah satunya melalui komunikasi visual melalui buku bergambar, pendekatan dilakukan dengan emosional, pendekatan emosional adalah gejala kejiwaan yang ada dalam diri seseorang. Emosi

berhubungan dengan masalah perasaan. Seseorang yang memiliki perasaan pasti dapat merasakan sesuatu, baik perasaan jasmaniah maupun perasaan rohaniah. Dan di dalamnya terdapat perasaan intelektual, perasaan estetis, etis, sosial dan perasaan harga diri. Pendekatan emosional adalah pendekatan yang dilakukan guru terhadap murid melalui rangsangan verbal maupun nonverbal serta melalui sentuhan-sentuhan emosi (perasaan). Rangsangan verbal itu misalnya ceramah, cerita, sindiran, pujian, ejekan, berita, dialog, anjuran, perintah, dan sebagainya sedangkan rangsangan nonverbal dalam bentuk perilaku berupa sikap karna agar pesan yang di sampaikan melalui media buku bergambar dapat dipahami dengan baik.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan ini yang akan disampaikan adalah media informasi tentang Oto Iskandar Di Nata melalu media biografi. Pada awalnya akan diperlihatkan buku bergambar tentang biografi Oto Iskandar Di Nata. Setelah itu anak-anak membaca bagaimana perjalanan hidup Oto Iskandar Di Nata dari lahir hingga menjadi pahlawan dan juga didalam buku diselipkan beberapa sifat semangat Oto dengan harapan anak-anak dapat semangat untuk belajar dan melakukan aktifitas dengan optimis.

III.1.4 Gaya Bahasa

Dalam perancangan ini gaya bahasa yang digunakan disesuaikan dengan anak-anak, agar pesan yang disampaikan mudah diterima dengan baik oleh anak-anak. Gaya bahasa yang digunakan yaitu gaya bahasa Indonesia tidak baku dan santai. Bahasa yang sehari-hari digunakan, hal ini disesuaikan dengan *target audiens* yaitu anak skolah dasar agar informasi dan pesan yang ingin disampaikan tidak sulit dipahami oleh anak-anak.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran ini hannya anak-anak, karena pada masa umur 7-12 anak biasa dipengaruhi dengan beberapa cerita yang dapat menginspirasi. Oleh karena itu tidak menutup kemungkinan perancangan ini akan mempengaruhi masyarakat selain dari anak-anak. Dengan demikian ini merupakan hal yang positif, karena jika mendapat

respon yang baik dari masyarakat diharapkan dapat menanamkan prilaku yang baik kepada anak dengan cara mengarahkan anak untuk membaca dan memahami maksud dan tujuan atau inti dari buku yang akan dibaca.

III.1.5.1 *Target Audiens*

A. Demografi

- Sasaran : anak-anak
- kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : 7-12 tahun
- Pendidikan : Pelajar
- Agama : Semua Agama
- Kelas Sosial : Menengah ke atas
- Target Primer : Anak- anak .
- Target Sekunder : masyarakat umun yang berada di Kota Bandung.

B. Psikografis

Secara psikografis siswa SD, atau rentang usia 7 tahun sampai 12 tahun. Menurut Hurlock (1980, 162) anak yang lebih besar lebih menyukai buku dan majalah anak-anak yang menekankan tentang sejarah dan dimana ia dapat membaca tentang tokoh pahlawan sebagai tokoh identifikasi diri. Ia lebih menyukai lingkungan yang menyenangkan dan interaksi kelompok yang positif dan orang-orang kelas menengah dari lingkungan yang kaku dan interaksi kelompok yang negatif dari orang-orang kota. Yang penting, ia ingin akhir cerita yang bahagia.

C. Geografis

Dari segi geografis khalayak sasaran meliputi daerah perkotaan khususnya di Wilayah Kota Bandung.

III.1.5.2 *Consumer Insight*

- Menyukai hal yang menarik
- Mempunyai cerita yang mengesankan

III.1.5.3 *Consumer Journey*

Target audiens dari perancangan ini adalah pelajar sekolah dasar, untuk menentukan media yang akan digunakan dapat dilihat dari aktifitas dari target audiens dengan *point of contact* sebagai berikut :

Tabel III.I.5.3.1. *Consumer Journey*
Sumber: Dokumen pribadi, 2016.

Suasana	**Kegiatan**	**Tempat**	**Point Of Contact**
Pagi	Bangun tidur, mandi, pakai seragam sekolah, sarapan, nonton tv, kemudian dianter orang tua menuju sekolah	Kamar tidur, kamar mandi, ruang tv, ruang makan, halaman rumah, dirumah, jalan raya	Buku, Tas handuk, baju, iklan di tv, piring, Gelas, poster, billboard, gantungan kunci.
Siang	Belajar, Istrahat dan makan, Pulang sekolah, nonton tv, Tidur siang	Sekolah, rumah teman, jalan raya, rumah	buku, tempat pensil, sticker, billboard, temat makan, baju.
Sore	Bermain dengan teman, jalan – jalan, bermain gadget	Dihalaman rumah, ruang tamu, jalan raya	Sticker, billboard, iklan tv, kalender.
Malam	Makan malam, nonton tv, belajar, bermain gadget, Tidur	Ruang makan, ruang tamu, tempat belajar, kamar tidur.	piring, mug, iklan tv, belajar, gadget, internet (sosmed)

Dari *journey* diatas diperoleh informasi tempat dan benda yang sering dijumpai oleh pelajar. Tempat dan benda tersebut adalah tempat tinggal, ruang belajar, Sekolah,,

smartphone, internet, media sosial, poster, stiker, dan lain-lain. Benda dan tempat tersebut memungkinkan untuk dijadikan sebagai media promosi.

III.1.5.4 Indikator Konsumen

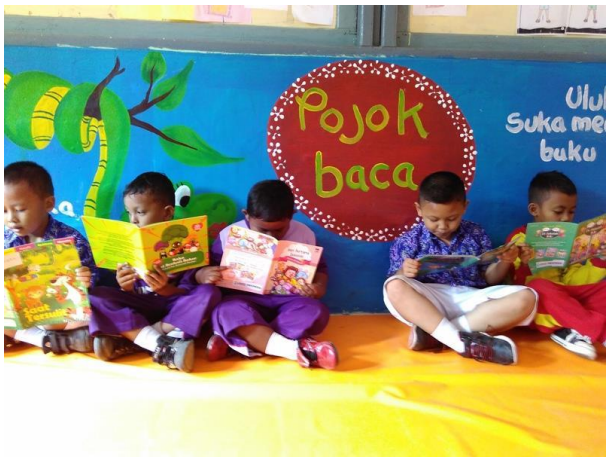
Indikator konsumen ialah menjelaskan bagaimana ciri-ciri tampilan fisik target audiens secara umum. Berikut adalah tampilan fisik sebagian anak sekolah dasar di Kota Bandung.



Gambar III.1.5.4.1. Indikator 1

Sumber: http://siapbelajar.com/wp-content/uploads/2015/12/Baca-anak.jpg

(diakses pada 10/06/2016)



Gambar III.1.5.4.2. Indikator 2

Sumber: http://1.bp.blogspot.com/-n_umWMAQwxY/UALr1L1q10I/AAAAAAAAADU/bpXYbc39OUc/s1600/sd4.jpg

(diakses pada 10/06/2016)

III.1.7 Strategi Kreatif

Kreatifitas dalam informasi sangat diperlukan agar informasi yang di sampaikan mencapai tujuan yang diharapkan, maka informasi yang dilakukan harus efektif dan informasi yang efektif adalah informasi yang kreatif yakni informasi tersebut harus berbeda dengan informasi yang lain, hal ini perlu dilakukan karena jika informasi yang disampaikan kurang kreatif maka informasi tersebut dikhawatirkan tidak dapat menarik perhatian anak, hal ini dilakukan agar tujuan informasi tersebut dapat tercapai.

Strategi kreatif yang dilakukan adalah menciptakan sebuah media informasi melalui buku bergambar, menurut divapress (2016) dalam pembuatan buku bergambar tentu saja harus ada 5 elemen yang menarik yaitu:

- Tema yang menarik

Tema yang menarik adalah elemen pertama dalam buku bergambar. Tema-tema yg menarik tentu akan mudah menarik minat baca. Apa saja tema-tema yang menarik itu? Di antaranya tema religi, sensasi, informasi dan panduan, kisah petualangan, humor, buku anak, dll.

- Teknik penulisan yang apik

Inilah elemen kedua dalam buku-buku bergambar, yakni ditulis dengan apik, juga asyik dan menarik. Sering kali, masalahnya bukan pada apa yang kita tuliskan, tetapi bagaimana kita menuliskannya. Cerita yang biasa bisa jadi bagus jika diceritakan dengan bagus. Hal yang sama juga berlaku untuk tulisan.

- Riset yang baik

Inilah elemen ketiga dalam buku-buku bestseller dunia. Buku yang bestseller didahului oleh riset yang baik. Bahkan novel percintaan juga membutuhkan riset yang baik.

- Kreativitas yang unik

Kreatif berarti suatau karya unik, berbeda, sekaligus punya sesuatu yang menarik untuk dibaca. Kreativitas adalah satu di antara hal-hal besar yang menggerakkan pengarang dan penulis untuk menulis buku. KBBI mengartikan kreatif sebagai

memiliki daya cipta; memiliki kemampuan untuk menciptakan; atau bersifat (mengandung) daya cipta; Dalam tulis-menulis, berarti si penulis mampu ‘menciptakan’ suatau tulisan yang belum pernah ada yang seperti itu sebelumnya, unik, berbeda. Tapi, kreatif tidak selalu berarti bisa menciptakan sesuatu yang baru.

- Promosi yang cantik

Tulisan sebagus apa pun, jika tidak diperkenalkan kepada khayalak pembaca, maka dunia akan susah untuk menghargainya. Terlebih di era digital seperti saat ini, ketika jumlah buku yang terbit semakin banyak, sementara waktu untuk membaca buku semakin sedikit. Jika sebuah buku tidak dipromosikan, maka ia akan tenggelam.

Menceritakan biografi dari Oto Iskandar Di Nata dengan membuat tema yang menarik sehingga dapat dengan mudah menarik minat baca anak, membuat sesuatu yang menarik perhatian anak agar dapat memunculkan emosi sewaktu melihat visual maupun bahasa dan dapat memotivasi anak untuk tertarik membaca. Serta pendekatan secara bahasa yang menggunakan kata-kata kiasan, yang mudah dipahami dan sederhana.

III.1.8 Strategi Media

Strategi media berperan peting dalam menyampaikan pesan terhadap audiens. Menurut George E. Belch dan Michael A. Belch perencanaan media adalah “*the series of decisions involved in delivering the promotional message to the prospective purchasers and/or users of the product or brand*” (Serangkaian keputusan terlibat dalam menyampaikan pesan promosi kepada calon pembeli dan/atau pengguna produk atau merek). (2003,h.301).

Didasarkan pada permasalahan yang menjadi pemikiran perancang, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Dalam perancangan media informasi tentang Oto Iskandar Di Nata, strategi dan perancangan media yang digunakan adalah:

1. Media utama berupa buku bergambar yang akan dibaca oleh anak sekolah dasar di Kota Bandung.
2. Media Pendukung

Media pendukung mempunyai peran yang sebagai penguat media utama dengan tujuan untuk memperkenalkan dan meningkatkan promosi media informasi. Pemilihan media pendukung berdasarkan target audience untuk memudahkan penyampain informasi. Media pendukung untuk media informasi ini meliputi:

- *X-Banner*

Pemasangan media jenis ini dapat ditempatkan di took buku agar dapat menarik perhatian pengunjung dan dapat menarik perhatian dari kejauhan.

- Poster

Media ini bersifat non personal karena ukurannya yang relative besar dan dapat dilihat beberapa orang dalam satu tempat pemasangan.

- *Flyer*

Adalah media atau bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang disusun secara bersistem atau cetakan yang hanya

terdiri atas beberapa halaman dan lipatan tanpa jilid atau selembaran cetak yang berisi keterangan singkat tetapi lengkap.

- *Merchandise*

a. Buku tulis

Adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebuah halaman.

b. Gantungan kunci

Gantungan kunci merupakan media atau alat untuk menggantungkan kunci, terbuat dari kayu, logam, plastik atau dengan berbagai macam bentuk yang lain yang mempunyai fungsi yang sama.

c. Stiker

Adalah bahan yang dapat menempel sendiri atau dengan kata lain dia memiliki bahan perekat sehingga dapat ditempelkan di benda

Sticker pada umumnya dibuat dari *vinyl* atau kertas.

d. Kaos

Baju merupakan hal yang tak pernah lepas dari pandangan anak, kaos merupakan media pengingat yang efektif karna hampir setiap hari digunakan oleh anak-anak.

e. *Handbag*

Handbag ini berfungsi sebagai media pendukung untuk mempromosikan buku, totbag ini cocok untuk remaja dengan banyak kegiatan yang memerlukanya untuk membawa buku-buku atau benda-benda lain sehingga beban pada tas berkurang.

f. Mug

Stiker berfungsi sebagai media pengingat yang sederhana namun menarik untuk anak, dapat diaplikasikan dimana saja.

g. Pembatas buku

Suatu pembatas yang diberikan untuk menandai lokasi pada suatu karya cetak. Jenis pembatas buku yang sering digunakan biasanya berupa secarik kertas atau seuntai tali yang digunakan untuk membatasi buku. Banyak pembatas buku yang dapat dijepitkan pada halaman buku untuk mempermudah pembacaan.

III.1.9 Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan strategi yang secara khusus dipersiapkan dalam upaya penyebaran media yang digunakan untuk mendukung tercapainya targer sasaran. Adapun yang menjadi bagian dari strategi distribusi media, yaitu distribusi media berdasarkan lokasi penyebaran. Penyebaran buku informasi ini dilakukan secara langsung dengan mendatangi sekolah-sekolah dasar. Tujuannya agar pesan yang ingin di sampaikan tercapai atau tepat sasaran.

III.2 Konsep Visual

Dalam perancangan ini konsep visual yang digunakan adalah beberapa gambar yang memperlihatkan sifat-sifat dan perjalanan hidup dari Oto iskandar secara singakat dan padat,serta gambar yang sedikit ke arah kartun untuk menimbulkan semangat anak untuk membaca dan melihat gambar-gambar yang menarik. Gaya gambar yang diambil adalah jenis gambar "*ANIME*" karena anak-anak zaman sekarang sangat tertarik dengan anime. Maka dari itu, desainer harus mengikuti kemauan anak-anak pada umumnya, karena mereka akan tertarik dengan apa yang mereka suka.

III.2.1 Format Desain

Dalam perancangan media informasi ini menggunakan buku *landscape,* dengan menyertakan *tagline,* dan beberapa *ornament dicover,* selain itu penambahan elemen-elemen grafis lainnya seperti garis, bentuk, tekstur, untuk meningkatkan perhatian *audiens.*

III.2.2 Tata Letak (*layout*)

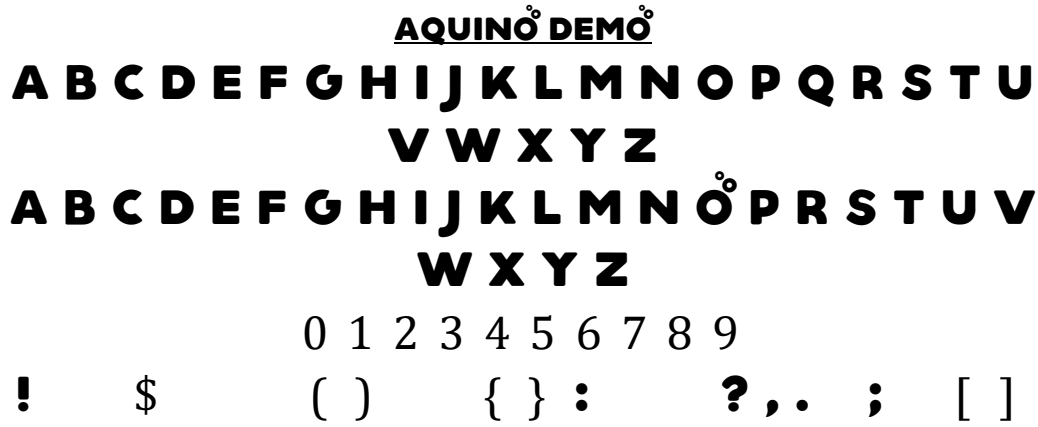
Secara umum *layout* dan komposisi adalah ekspresi dari keseimbangan, proporsi dan hubungan dengan ruang, dengan memasukkan unsur-unsur DKV berdasarkan prinsip-prinsip dalam desain sesuai dengan keinginan seorang desainer. Dalam perancangan media informasi ini guna menarik perhatian *audiens* maka tata letak diatur sedemikian rupa agar menarik perhatian *audiens*, dan pesan yang di sampaikan efektif. Selain gambar yang menjadi peranan penting dalam gambar adalah irama visual.

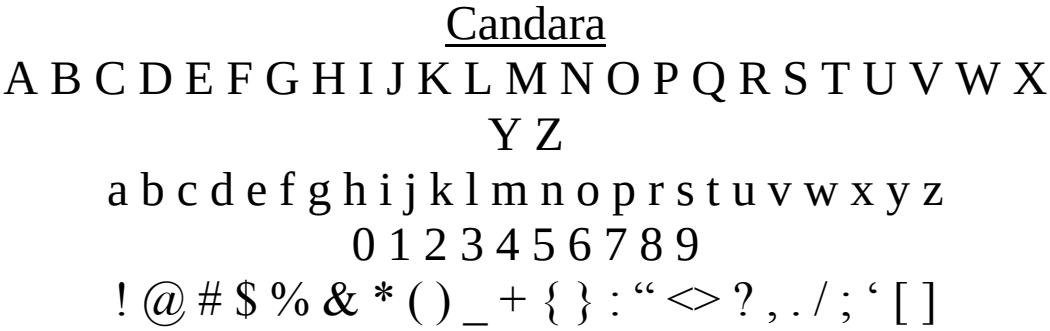
III.2.3 *Typografi*

Tipografi adalah seni merancang, menyusun, dan mengatur tata letak huruf dan jenis huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Dalam perancangan media informasi ini, *tipografi* atau huruf atau *font* yang digunakan harus terlihat

jelas tegas dan mudah dalam pembacaaan, contohnya jenis huruf adalah Aquino demo dan Candara.

Pemilihan jenis huruf harus selaras dengan element grafis lainnya, sehingga audiens mudah membaca pesan yang disampaikan. Menurut Rustan (2011) menjelaskan bahwa “pada umumnya kategori serif dan sans serif paling baik untuk *text type* karena ditujukan untuk itu, sedangkan dekoratif dan *script* untuk *display*” (h.80). Huruf dapat menyampaikan visual dalam bentuk bahasa yang mudah dipahami oleh *audiens*, Huruf dapat memberikan citra dan kesan yang serta makna yang berbeda bagi *audiens*. Untuk itu pemilihan jenis huruf harus sesuai dengan tema dan tujuan promosi.





III.2.4 Gaya Visual (Ilustrasi)

Ilustrasi merupakan penjelas informasi yang akan diberikan kepada target audiens. Menurut Kusmiyati (1999) menjelaskan "ilustrasi gambar adalah gambaran singkat alus cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan" (h.46).

Ilustrasi atau elemen visual memperkuat pesan yang disampaikan. Ilustrasi adalah seni membuat gambar yang fungsinya untuk memperjelas, memperindah, dan menerangkan sebuah naskah. Elemen visual haruslah sinergi dengan headline, sub headline, body copy sehingga tercipta sebuah pesan yang efektif disamping itu elemen visual merupakan esensi dari pesan yang akan disampaikan. Dalam menentukan elemen visual harus di pertimbangkan jenis elemen visual yang akan dibutuhkan, apakah bentuk fotografi, ilustrasi berupa lukisan atau goresan tangan, atau gabungan dari keduannya selain itu elemen visual juga harus memperhatikan faktor warna serta haris ditentukan mana yang menjadi fokus perhatian dalam elemen visual tersebut.

Gaya ilustrasi yang digunakan dalam buku bergambar ini adalah desain yang sederhana dan datar, dengan gaya yang minimalis akan menghindari tekstur dan efek bayangan. Ilustrasi yang digunakan sering disebut *Anime,* karena *anime* sangat pas untuk anak-anak, *anime* adalah Animasi Jepang (*Japanese Animation*) yang banyak digunakan di berbagai serial TV, Film, Video, Games, Komersial, dan Beberapa Situs Internet. Kian Lama *Anime* ini semakin Populer. Banyak Serial TV *Anime* yang diambil dari *Manga* (Komik Jepang). Nama *Anime* diambil dari kata *Animation* yang berarti Animasi. Di Jepang, Pelafalan kata *Animation* menjadi *Anime-Shon*, Kata ini kemudian disingkat menjadi *Anime* yang berarti Animasi buatan Jepang.

Ilustrasi *anime* sangat cocok digunakan untuk media buku bergambar karena dengan gaya yang minimalis atau sederhana tidak akan membuat mata lelah sehingga mata lebih cepat mengenali karakter yang di buat. Bagi kalangan anak-anak *anime* bisa dibilang sangat cocok untuk dibaca dan mereka sangat menyukainya. Berikut beberapa referensi yang akan digunakan pada gaya visual ilustrasi ini:



Gambar III.2.4.1 reverensi visual *anime*1

Sumber: http://img3.rnkr-static.com/list_img_v2/15663/1825643/C430/all-madhouse-anime-ranked-best-to-worst-u2.jpg

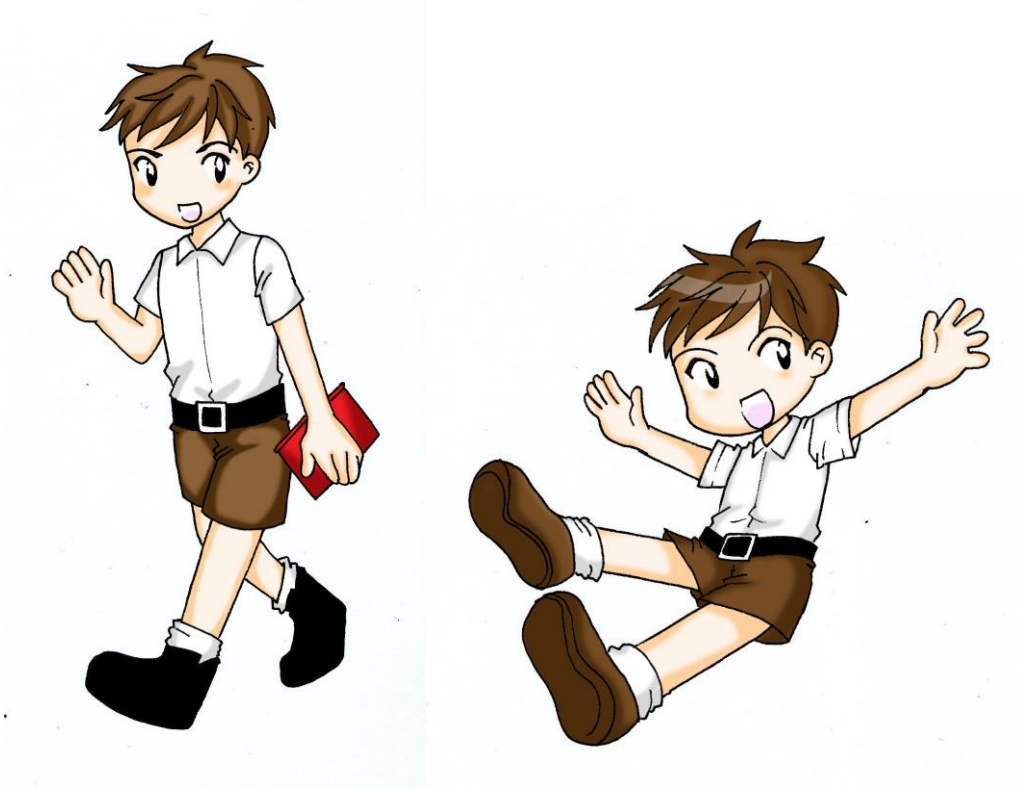


Gambar III.2.4.2 reverensi visual *anime*2

Sumber: http://img3.rnkr-static.com/list_img_v2/15643/1895643/C480/all-madhouse-anime-ranked-best-to-worst-u2.jpg

III.2.4.1 Karakter

Perancangan buku bergambar ini menggunakan 1 karakter yang bernama Oto Iskandar Di Nata dan beberapa karakter pendukung



Gambar III.2.4.1.1 karakter pada buku biografi Oto

Sumber: Dokumen Pribadi, 2016

Oto Iskandar Di Nata adalah seorang anak yang berusia 8 tahun. Oto sebagai siswa sekolah dasar. Oto memiliki kepribadian sama dengan anak-anak seusianya, yaitu baik, rajin, pintar dalam mengaji dan lain-lain. Fungsi karakter tersebut sebagai karakter utama pada buku biografi ini umumnya akan dibaca oleh anak laki-laki dan perempuan.

- Studi visual karakter





Gambar III.2.4.1.2 Oto Iskandar Di Nata

Sumber: Dokumen Pribadi, 2016

III.2.6 Warna

Warna merupakan salah satu elemen penting dalam buku, buku akan tampak menarik dan serasi jika warna yang dipilih sesuai, dan terlihat kusam dan kurang menarik jika warna yang dipilih tidak sesuai dengan tema nya.

Warna terbagi menjadi 5 yaitu:

- Warna primer

  Merupakan warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lain. Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, dan kuning.

- Warna sekunder

Merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.

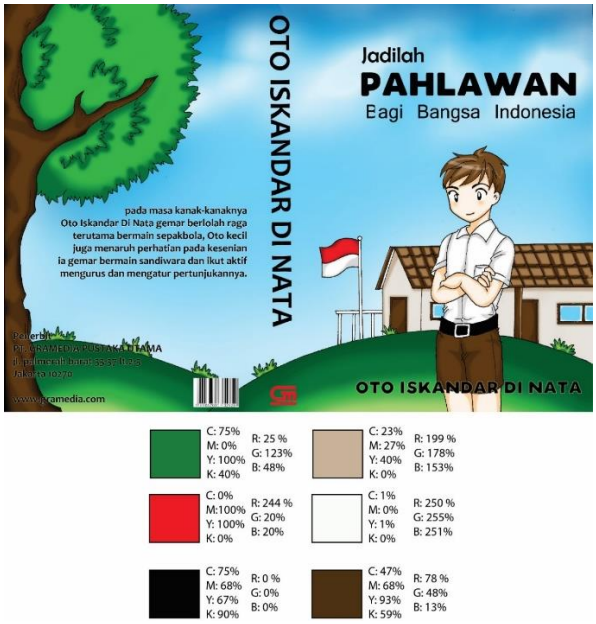
- Warna tersier

Merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga. Warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna merah, kuning dan biru.

- Warna netral

Warna netral merupakan hasil campuran ketiga warna dasar dalam proporsi 1:1:1. Warna ini sering muncul sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Biasanya hasil campuran yang tepat akan menuju hitam.

Dalam menentukan warna perlu diperhatikan, apakah dalam format RGB (Red, Green, Blue) atau CMYK(Cyan, Magenta, Yellow, Black) format warna tersebut akan berpengaruh kepada proses pemilihan media. Salah menempatkan format warna kedalam aplikasi media akan mengakibatkan hasil media tesebut tidak akan sesuai hasilnya seperti yang diharapkan warna yang digunakan dalam media informasi ini adalah dominasi warna biru. Yang memiliki arti kejujuran, ketekunan, dan pandangan yang luas, kedamaian, ketenangan, kepercayaaan kepada diri sendri, keseimbangan, semangat batin.



Gambar III.2.6.1 Warna

Sumber: Dokumen Pribadi, 2016.