BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Srategi Perancangan

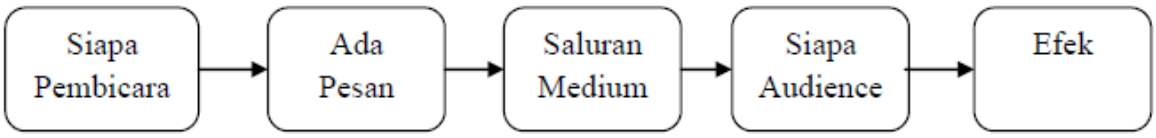
III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi ditentukan dengan menggunakan model komunikasi. Menurut Rifa'I (2014) terdapat beberapa model komunikasi, salah satunya adalah model Lasswel. Menurut Lasswel persoalan komunikasi melibatkan 5 aspek sederhana berikut:

1. *WHO?* (siapa?)
2. *SAYS WHAT?* (mengatakan apa?)
3. *IN WHICH CHANNELS?* (melalui saluran apa?)
4. *TO WHOM?* (kepada siapa?)
5. *WITH WHAT EFFECT?* (dengan akibat apa?)

Model komunikasi ini ditemukan oleh Harolld laswel tahun 1948 yang merupakan model yang paling tua dan masih dipergunakan oleh masyarakat untuk tujuan tertentu.

Tabel III.I Model Komunikasi Lasswell
Sumber : "*Model Komunikasi Pesantren Anak Yatim Al-Bisri"* hal.5,
penulis Muhammad Rifa'I (2014)



Dalam pembuatan *Multimedia Artbook* ini, *WHO* (siapa) merujuk pada pembuat media. Pembuat media berperan sebagai penyampai informasi dengan merancang strategi komunikasi agar informasi yang disajikan tersampaikan dengan jelas pada khalayaknya. Penyampai pesan mengumpulkan berbagai informasi dari berbagai sumber seperti mewawancarai ketua komunitas pecinta Saint Seiya, web resmi dari Saint Seiya, blog resmi dari pengarang, membaca komiknya,

dan membaca buku tentang sejarah dan mitologi. Pembuat media merangkum informasi – informasi yang telah didapat menjadi poin – poin utama yang khalayak butuhkan. Informasi yang di rangkum tersebut merujuk pada *SAY WHAT* (mengatakan apa). Dari sekian informasi yang didapat seperti cerita keseluruhan tentang seri Saint Seiya, cerita tentang karakter – karakter, dan penjelasan mengenai tempat – tempat yang ada dalam film, dirangkumkan dan dipilih kembali mana yang paling dibutuhkan diantara informasi – informasi lainya. Beberapa poin dari rangkuman tersebut adalah :

1. Cerita tentang bagaimana Gemini Saga memiliki dua keperibadian
2. Cerita mengenai filosofi *cloth*
3. Detail bentuk *cloth*
4. Informasi tentang berbagai macam kostum Gemini Saga dari setiap seri
5. Karakteristik Gemini Saga
6. Informasi kontak pengarang, desainer karakter dan beberapa pihak yang terlibat dalam karakter Gemini Saga.

Poin – poin diatas kemudian dikelompokan dalam empat konten utama dan tiga sub konten yakni :

1. History
2. Character
3. Costume
    - The History of Armor
    - The Philosohpy Behind Shapes
    - The Detail of Armor
4. About

Pengelompokan materi tersebut ditujukan agar informasi tersampaikan secara terstruktur serta agar pengakses merasa nyaman ketika mengakses *Multimedia Artbook* ini.

Materi yang telah dikelompokan kemudian dikemas dalam suatu medium yang mengarahkan khalayak untuk mengakses. Medium tersebut merujuk pada *IN WHAT CHANEL* (melalui apa). Medium dibuat sebagai suatu wadah untuk menampung informasi - informasi yang telah di dapat dan dikelompokan dengan menyajikan elemen – elemen visual yang mendukung. Perlu diketahui

bahwa pembuatan elemen visual pada medium adalah hal yang harus diperhatikan dalam perancangan agar medium memiliki daya tarik kepada khalayaknya untuk mengakses. Elemen visual dibuat dengan meneliti tema terlebih dahulu dan melakukan studi visual dari sejumlah buku – buku sejarah mengenai peradaban jaman dahulu serta mitologi masyarakat. Salah satu dari studi tersebut adalah tentang penerapan bentuk pilar bangunan Yunani kuno dan ornamen – ornamen khas Yunani kuno. Studi dilakukan agar visual yang tersajikan dapat mendukung informasi yang disampaikan dan tidak melenceng dari tema yang telah diterapkan yakni Yunani kuno. Selain dari pada elemen visual, pemilihan medium juga perlu diperhatikan untuk kemudahan pengaksesan. Medium yang dipilih adalah berbentuk *interactive flash*. Mengingat sebelumnya belum pernah ada sebuah informasi khusus mengenai karakter dalam bentuk *flash* ini, menjadikan salah satu daya tarik khalayak untuk mengakses. Medium dibuat dalam bentuk *flash* ditujukan untuk kemudahan khalayak dalam pengaksesan. *Flash* adalah sebuah media animasi interaktif yang dapat mengaplikasikan animasi dan tombol yang dapat mengemas informasi secara terstruktur dengan pengelompokan yang telah ditentukan. Dengan mengaplikasikan tombol, pengaksesan dapat dilakukan dengan mengklik tombol – tombol yang ada untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.

Dari sebelumnya telah diketahui bahwa, pembuatan visual dilakukan dengan studi tema terlebih dahulu. Upaya tersebut dilakukan salah satunya untuk meningkatkan daya tarik dari khalayak. Khalayak tersebut merujuk pada *TO WHOM* (kepada siapa), yakni kepada siapa media akan diarahkan. Telah diketahui bahwa, khalayak sasaran adalah remaja usia 20 – 23 yang meminati hobi pop kultur jepang yakni *cosplay*. Peminat *cosplay* sebagian besar adalah masyarakat remaja yang juga meminati produk jepang dan memiliki lingkungan yang bisa disebut *kejepang-jepangan.* Maka dari itu, penerapan tema Yunani Kuno tidak diterapkan sepenuhnya secara benar – benar autentik dikarenakan pengaruh lingkungan khalayak sasaran yang meliputi pop kultur jepang. Hal tersebut menjadikan media juga harus memiliki kesan pop kultur jepang itu sendiri selain dari Yunani kuno agar daya tariknya sempurna. Perancangan media diterapkan berdasarkan hasil dari penelitian mengenai pop kultur jepang dan tetap menerapkan elemen – elemen visual yang bertema Yunani kuno.

Dampak pada khalayak dari berbagai informasi yang telah di rangkum dengan cara penyampaian yang telah dijelaskan sebelumnya merujuk pada *WITH WHAT EFFECT* (dengan akibat apa),

yakni; khalayak dapat merasakan kemudahan dalam pengaksesan *Multimeda Artbook* ini dengan format media *flash interactive* serta informasi dapat tersampaikan dengan jelas sehingga khalayak memiliki pengetahuan tentang detail – detail karakter Gemini Saga.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi (pendekatan visual dan verbal)

Dalam perancangan ini, dilakukan pendekatan komunikasi yang meliputi visual dan verbal sehingga informasi – informasi yang ingin disampaikan dapat dipahami oleh target berdasarkan dari karakteristik target.

Pendekatan komunikasi utama pada multimedia *artbook* ini adalah;

- Infografis

Menurut Mark Smiciklas dalam buku *The Power of Infographic* menjelaskan bahwa :

" An infographic (short for information graphic) is a type of picture that blends data with design, helping individuals and organizations concisely communicate messages to their audience"

Infografis (informasi grafis) adalah salah satu tipe gambar yang menggabungkan data dengan desain, yang membantu seseorang atau suatu organisasi untuk menyampaikan pesan kepada *audience*nya secara singkat.

Sebuah infografis dapat membantu menyampaikan pesan secara singkat dan menarik dengan memperhitungkan segi visual berdasarkan target. Infografis juga dapat mengubah presepsi dari *audience* dengan menggunakan elemen – elemen visual yang disusun untuk menjelaskan informasi yang semula rumit menjadi mudah dipahami.

Berikut adalah jenis infografis yang digunakan dalam multuimedia *artbook:*

1. Jenis kronologi

   Adalah jenis yang menggambarkan sesuatu berurutan. Jenis kronologi diterapkan pada informasi mengenai sejarah karakter Gemini Saga. Jenis ini diterapkan agar pengakses dapat mendapatkan informasi secara berurutan sesuai pada urutan yang semestinya.

2. Jenis Anatomi

Adalah Jenis yang menggambarkan bagian bagian pada suatu benda. Jenis Anatomi diterapkan pada informasi mengenai filosofi bentuk, dan warna. Pengakses akan di sajikan dengan gambaran keseluruhan dari armor Gemini Saga yang bagian - bagiannya dapat *diklik* untuk mengakses informasi detail dari bagian tersebut.

- *Slide*

Beberapa dari konten menyampaikan pesan dengan berbentuk *slide*. *Slide* adalah teks atau gambar yang disajikan bergantian berdasarkan urutan pembacaan. Sebuah *slide* dengan *layout* yang berbeda pada setiap halamannya dengan sedikit text dan memperbanyak visual akan menarik untuk dibaca dan dipahami. Suatu konten dapat memuat 8 – 15 buah *slide* yang masing masing *slide* berisi satu paragraf teks dengan 5 – 8 baris dan dengan satu gambar yang merepresentasikan dari paragraf tersebut.

Sedangkan *tone manner* yang digunakan dalam multimedia *artbook* ini adalah:

- *Ancient Greek*

Kesan Yunani kuno diwujudkan pada elemen visual seperti *button, menu bar*, dan *frame* berdasarkan dari bentuk pilar – pilar bangunan Yunani kuno, *stained glass* yang terdapat pada greja – greja Yunani, dan ornament – ornament khas Yunani. Konsep visual ini didapat dari hasil studi visual yang bersumber dari buku The Grammar of Ornament karangan Owen Jones pada bab *Greek Ornament* halaman 31. Berdasarkan dari studi tersebut telah didapat bahwa ornament khas dari Yunani memiliki kecenderungan dalam bentuk spiral, floral dan kotak – kotak. Elemen visual yunani kuno memiliki *influence* dari beberapa peradaban yakni *Asyran*, Mesir, dan China. Walaupun demikian, elemen visual Yunani memiliki ciri khas yang kuat dengan penggabungan dari elemen – elemen visual dari berbagai peradaban lainnya. Seperti pada perbedaan antara pilar Yunani dan Roma. Pilar Yunani memiliki bentuk yang menonjolkan bentuk siral yang simetris pada sisi – sisinya, sedangkan Pilar Roma memiliki bagian *floral* yang lebih menonjol. Kemudian pada visual *stained glass* yang

merupakan elemen visual asli dari *Celtic*. Namun, pada Yunani modern, elemen visual tersebut sering diterapkan pada bangunan – bangunan religious di Yunani. Penerapan *stained glass* berasal dari elemen yang menyerupai kuil Gemini pada film Legend of Sanctuary.



Gambar III.39 Stained glass
Sumber :http://library.bc.edu/lafargeglass/files/full size/6c5fd000afd41f3007e5c8b74442d329.jpg
Diakses pada 10/05/2016



Gambar III.40 ornamen dan pilar bangunan Yunani
Sumber : wikipedia.com/images/greekpillar.jpg
Diakses pada 10/05/2016

- *Greek Constellation*

Tema konstelasi diwujudkan dengan elemen grafis seperti ruang angkasa dan bintang. Tema tersebut diwujudkan dengan harapan khalayak dapat terbawa pada suasana Saint Seiya yang

bertema konstelasi dan zodiak Yunani. Saint Seiya memiliki visual yang khas dengan memadukan tema antariksa dan Yunani kuno. Terdapat beberapa gambar – gambar resmi dari Saint Seiya yang memiliki elemen visual tersebut seperti latar belakang dengan bintang – bintang ruang angkasa dengan pilar dan bangunan Yunani sebagai elemen visualnya. Juga mengingat bahwa visual – visual mengenai zodiak Yunani seringkali digambarkan dengan tema antariksa dan bintang – bintang.



Gambar III.41 konstelasi, Sumber : google.com
Sumber : solarsystemquick.com/universe/gemini-3.jpg
(diakses pada : 29/05/2016)

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan disampaikan melalui konten yang dibagi menjadi empat konten. Masing – masing dari konten memiliki sub konten yang didalamnya terdiri dari materi berupa visual dan teks. Konten – konten tersebut diantaranya:

1. *History*

   Berisi tentang sejarah Gemini Saga bersama Kanon saudara kembarnya yang menjadi sejarah dibalik semua kekacauan di Sanctuary. Dalam konten ini, diceritakan bahwa Kanon dan Saga adalah saudara kembar yang lahir di negara Yunani. Kanon yang terlahir jahat dan Saga yang terlahir dengan kebaikan, sampai pada akhirnya Saga menjadi jahat dan memiliki dua keperibadian yang di picu oleh kata kata Kanon setelah Saga mengurung kanon di penjara Cape Sunion.
2. *Character* (Karakter)

Berisi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan karakteristik seperti penokohan, bentuk wajah, ekspresi, dan gestur. Slide ekspresi menjelaskan tentang ekspresi – ekspresi Gemini Saga secara inti dan sesuai pada film Legend of Sanctuary. Ekspresi diambil terlebih dahulu dari film lalu digambar ulang agar ekspresi terlihat lebih menonjol dibandingkan di film. Hal yang sama dilakukan pada bagian gestur. Kemudai pada bagian bentuk wajah, dijelaskan mengenai bentuk wajah Gemini Saga dari berbagai sudut dan menjelaskan tentang warna rambut, bentuk mata serta warna mata. Konten ini terdiri dari berbagai macam teks dan gambar yang digabungkan menjadi beberapa slide.

3. *Costume* (kostum)

   Costume terdiri dari tiga sub konten yakni:

   - Filosofi bentuk

     Berisi tentang makna pada bentuk bentuk *armor* dan warna *armor* yang meliputi cerita tentang Gemini dan keterkaitan mengenai elemen bahu pada *cloth* Gemini Saga yang berbentuk mata. Dijelaskan bahwa kedua bentuk mata tersebut adalah perwakilan dari wujud dewa Horus dan Seth dari mitologi mesir. Serta diceritakan mengenai pembenaran adanya pengaruh mitologi mesir pada film Legend of Sanctuary.

   - Detail

     Berisi tentang bagian – bagian armor yang terpisah dan diperlihatkan dengan sangan mendetil. Bagian – bagian armor tersebut dibagi berdasarkan pembagian *armor* pada bab sebelumya dan diperlihatkan dari berbagai sisi (kiri, kanan, depan, belakang) serta dipaparkan dengan sketsa untuk menjelaskan bentuk - bentuk yang rumit.

     Detail bentuk – bentuk tersebut berbentuk sketsa dengan konten warna yang terpisah agar memiliki kesan *artbook* dalam media ini serta agar target memahami bentuk pada bagian bagian yang terkecil sekalipun.

   - Perubahan armor

     Berisi tentang fase perubahan armor Gemini Saga pada film yang terpengaruh dari seri klasik. Juga berisi tentang armor – armor Gemini Saga di berbagai *spin – off* Saint Seiya berdasarkan dari tahun ke tahun.

4. *About* (tentang)

Berisikan tentang informasi kontak dari pembuat media dan semua pihak yang terlibat seperti pengarang dan perancang karakter.

III.1.4 Jenis Bahasa

Bahasa yang dipergunakan adalah jenis bahasa formal yang disatukan menjadi karangan seperti pada buku cerita. Penerapan ini dilakukan agar pengakses dapat menikmati teks yang ada seperti membaca sebuah cerita. Jenis karangan yang digunakan adalah karangan narasi. Karangan narasi adalah jenis karangan yang menjelaskan serangkaian peristiwa yang disusun dengan urutan waktu. Karangan narasi biasanya melibatkan karakter, tempat dan waktu yang saling berkaitan satu sama lain di setiap paragrafnya. Maka dari itu, karangan narasi adalah bentuk karangan yang sangat cocok dalam penerapan materi cerita mengenai karakter Gemini Saga.

III.1.5 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran yang ditentukan dilihat dari tiga faktor yakni,

- Indikator Konsumen
    1. Demografis
        - Pria dan wanita
        - Usia 20 – 25 tahun
        - Status ekonomi sosial dengan masih memiliki uang saku dan untuk karyawan gaji yang hanya mencukupi kebutuhannya.
    2. Geografis
        - *Cosplayer* Saint Seiya Indonesia terutama yang berada di Bandung dan Jakarta
    3. Psikografis
        - Menyukai *pop-culture* Jepang seperti *cosplay, manga,* dan *anime* terutama Saint Seiya
        - Memiliki kecenderungan ekstrovert
        - Memiliki banyak teman baik dalam maupun luar kota
        - Mudah bersosialisasi



Gambar III.42 khalayak sasaran,
Sumber : jfleece.com/image/06.a27xhm1.jpeg,
jfleece.com/image/09hinata.jpeg
diakses pada 01/04/2016

- *Consumer Insight*

  Konsumer insight dibagi menjadi dua yakni *sub insight* dan *main insight. Sub insight* bersifat umum dan bebas, sedangkan *main insight* bersifat lebih spesifik.

  Sub insight:

  1. Sangat meminati *cosplay*
  2. Menyukai hal berbau Jepang termasuk salahsatunya Saint Seiya.
  3. Memiliki kecenderungan mencari informasi dalam media digital.
  4. Menyukai *pop – culture* Jepang.

  Main insight:

  1. Berniat untuk meng*cosplay*kan karakter Gemini Saga dan kekurangan informasi yang dibutuhkan
  2. Menggemari karakter Gemini Saga.

- *Consumer Journey*

Consumer Journey adalah proses kegiatan yang cenderung sering dilakukan dalam keseharian target. Proses tersebut perlu diketahui untuk menentukan dimana saja media akan diterapkan dan untuk menentukan media pendukung.

Tabel III.2 Consumen journey
Sumber pribadi

Waktu	Kegiatan	*Point of context*
Pagi hari 05.00 – 07.00 Pagi hari 07.00 – 11.00	• Bangun Pagi • Mandi • Sarapan pagi • Berangkat kuliah/sekolah • Sampai di kampus/sekolah • Melaksanakan kegiatan kuliah, dan memainkan *smartphone* ketika di sela – sela kosong perkuliahan.	• Sekolah dan kampus memiliki madding yang memunginkan target untuk melihatnya. • Memunginkan untuk menerapkan media pada web yang dapat dibuka pada *smartphone*.
Siang hari pukul 11.00 sampai sore hari pukul 05.00	• Pulang kuliah/sekolah • Makan siang di tempat makan • Pergi bermain dengan teman seperti menongkrong di suatu tempat dan mencari sinyal hotspot. • Pergi ke *event*	• Media dapat diterapkan pada web

	cosplay atau festival kebudayaan jepang. (biasanya pada hari sabtu dan minggu) • Terkadang pada hari hari tertentu sering berkumpul di tempat – tempat strategis seperti taman Balai Kota untuk berkumpul dengan komunitas atau melaksanakan kegiatan latihan untuk tampil di suatu acara *cosplay*.	• Media dapat diwujudkan dalam bentuk cd dan diperjualbelikan pada event – event *cosplay*. • Seperti halnya Sekolah dan kampus, mading juga terdapat di tempat tempat umum seperti Balai Kota.
Sore hari pukul 05.00 – 07.00	• Pulang ke rumah. • Sampai di rumah pergi ke kamar dan membuka situs jejaring sosial Facebook baik pada *smartphone* maupun *laptop* atau *desktop pc*. • Mengerjakan tugas kuliah atau sekolah (jika ada) • Terkadang membaca majalah *pop – culture* Jepang.	• Penyebaran media bisa dilakukan pada social media.
Malam hari pukul 07.00 – 10.00	• Mengerjakan kostum *cosplay* di ruang tengah sambil menonton	

	televisi. • Menyalakan *smartphone* sebelum tidur sambil membuka situs jejaring social Facebook, Instagram, dan lain – lain.	

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dilakukan untuk upaya pendekatan media kepada khalayak secara sempurna. Telah diketahui sebelumnya bahwa, media tidak menerapkan elemen visual Yunani kuno secara benar – benar autentik karena khalayak sasaran adalah penikmat produk jepang. Secara garis besar, media harus memiliki kesan dan struktur secara pop kultur jepang namun tetap bernuansa Yunani kuno. Studi visual dilakukan pada seri Saint Seiya dan beberapa anime populer dengan meneliti elemen – elemen yang menjadi komponen pokok yang mewakili pop kultur jepang dari sejumlah poster – poster film, *manga,* dan gambar – gambar resmi dari *anime* – *anime* yang populer di kalangan khalayak.

Kemudian studi visual telah menghasilkan sebuah poin pokok yakni; produk visual pop kultur jepang memiliki penempatan objek – objek (*layout*) yang memiliki efek dramatis dengan beberapa karakter yang ditonjolkan dalam sebuah komponen visual. Seperti contoh suatu karakter yang ditampilkan menonjol dengan pose tangan mengepal keatas yang terkesan bersemangat dilengkapi dengan karakter karakter lainnya yang berada dibelakang dengan pose dan gestur yang mewaliki karakteristiknya masing masing. Atau dua karakter yang saling membelakangi yang saling menghadap serong kanan dan kiri, dengan ekspresi yang terkesan kedua karakter tersebut seolah – olah berlawanan. Kemudian produk visual pop kultur jepang selalu menampilkan *logo* judul dari serial yang ditampilkannya secara jelas dengan menggunakan aksara *katakana* atau *hiragana*.

Berdasarkan dari hasil studi tersebut, strategi kreatif dilakukan dengan membuat tampilan awal sebagai daya tarik utama kepada pengakses agar mengakses media. Perancangan dimulai dengan menentukan objek visual apa saja yang akan ditampilkan, berikut adalah objek visual yang ditampilkan pada menu utama:

1. Gambar Gemini Saga
2. Logo Siant Seiya : Legend of Sanctuary
3. Pilar bangunan Yunani
4. Gambar latar belakang
5. Judul Media

Kemudian menentukan penempatan objek – objek tersebut berdasarkan dari studi tentang pop kultur jepang yakni; meletakan dua buah gambar Gemini Saga dari kedua sisinya yang slaing membelakangi, dengan dua buah elemen visual pilar yunani kuno pada tengahnya, dengan logo yang menonol dan tombol – tombol dibuat berjajar. Serta latar belakang bernuansa antariksa yang bertujuan untuk menimbulkan kesan konstelasi bintang.

Media dibuat dengan format Multimedia Intraktif bertujuan agar pengaksesan bisa terstruktur dengan adanya tombol konten. Serta dapat menambahkan animasi efek transisi agar elemen visual yang telah ditentukan memiliki pergerakan yang bertujuan untuk tampilan awal yang lebih memiliki daya tarik.

Media dibuat dalam *flash interactive* juga bertujuan untuk kemudahan dalam pengaksesan. Seperti pada informasi mengenai salah satu bagian kostum, jika pada *artbook* pada umumnya, pembaca *artbook* hanya bisa melihat secara bergantian untuk memastikan bahwa bagian detil yang ada cocok dengan bagian yang mereka inginkan informasinya. Sedangkan disetiap bagian memiliki bentuk yang berbeda di setiap sisinya padahal secara tidak sadar bagian tersebut adalah bagian yang sama. Namun dengan fitur interaktif ini, pengakses tidak perlu melihat bergantian karena *Multimedia Artbook* ini memiliki fitur tombol pada setiap bagian kostumnya, yang langsung menuju pada detil kostum yang ingin diketahui.

III.1.7 Sistem Navigasi

Berdasarkan dari pendekatan komunikasi dan materi pesan yang disampaikan, telah dirancang sistem navigasi berikut ini:

1. Intro

Intro adalah tampilan awal pada saat *Multimedia Artbook* dijalankan. Intro dibagi menjadi dua, yakni intro perancang dan pembuat karakter, serta intro tampilan awal sebagai sampul. Tampilan intro ini dimaksudkan agar target menimbulkan rasa penasaran untuk mengakses *Multimedia artbook* ini.

2. *Main menu*

   Main menu atau menu utama adalah tampilan awal sebelum memasuki konten. Tampilan ini terdiri dari tombol – tombol yang akan mengarah pada konten – konten yang ingin dituju. Tampilan main menu lebih kaya akan visual dan animasi, dengan harapan agar target tertarik untuk mengakses *Multimedia Artbook*.

3. Konten

   Konten dibuat untuk memuat informasi – informasi dalam berbagai bentuk untuk ditampilkan. Ada empat konten dalam *Multimedia Artbook ini* yakni;

   - *History*

     Ini konten pada histori berisi tentang cerita karakter, sejarah, latar belakang, dan scene dalam film yang disajikan dengan bentuk *slide. Slide* dibuat dengan menyerupai majalah *pop – culture* namun dengan pembagian text yang sedikit dan memperbanyak visual. Visual pada halaman pertama konten *history* adalah gambar karakter yang berada pada *main menu* yang bertransisi.

   - *Character*

     Berisi tentang informasi mengenai karakter yang meliputi gesture, ekspresi, bentuk wajah, mata, dan warna rambut. Konten ini disajikan dalam bentuk *slide* dan infografis. Visual pada halaman pertama konten *Character* adalah elemen visual dari *main menu* yang bergerak transisi dari kanan ke kiri.

   - *Costume*

     Konten kostum memiliki tiga sub konten yakni *The History of Armor, The Philosophy Behind Shapes,* dan *The Details of Armor*. Sub konten disajikan pertama dalam *sub*

menu dengan elemen visual bergaya *stained glass* atau kaca mosaic yang sering ada pada gereja – gereja di yunani.

- *The History of Armor*
  Berisi tentang berbagai macam armor Gemini Saga pada setiap seri Saint seiya klasik, *spin off*, sampai Film Legend of Sanctuary. Sub konten ini disajikan dengan bentuk *slide* dan infografis kronologi.
- *The Philosophy Behind Shapes*
  Berisi tentang arti makna dari bentuk dan warna kostum. Sub konten disajikan berupa *slide* dan infografis anatomi.

- *The Details of Armor*
  Berisikan tentang pemaparan *armor* perbagiannya dimulai pada helm sampai sepatu yang diuraikan sedetail mungkin dengan sketsa. Sub konten ini disajikan dengan empat bagian, yaitu bagian pertama, dimana pengakses dapat mengklik bagian dari armor yang ingin diketahui detailnya pada karakter, bagian dua dimana pengakses bisa melihat bagian armor tampak depan, belakang, dan samping kanan dan kiri, kemudian bagian ketiga dimana informasi detail *armor* berada, serta bagian keempat untuk mengetahui warna dari bagian – bagian *armor*.

- *About*
  About adalah konten yang berisi tentang latar belakang perancang dan sedikitnya menceritakan fenomena *pop – culture* Jepang seperti *cosplay.* Konten ini sebagai konten tambahan yang ditujukan agar khalayak dapat mengetahui maksud dalam pembuatan *Miltimedia Artbook* ini.

III.1.8 Strategi Distribusi dan penyebaran Media

Penyebaran media dilakukan dengan menjadikan media pada *CD* agar dapat di akses oleh khalayaknya. Berikut adalah langkah – langkah penyebarannya:

1. Media dibuat dengan menggunakan aplikasi Adobe Flash CS6 dengan menggunakan *action script 0.2*.
2. Media di *publish* dari format .swf menjadi program dengan format .exe.
3. Selanjutnya adalah memasukan program pada *CD (Compact Disk)* disertai dengan *packaging*nya.
4. Kemudian *CD* sebarkan melalui *booth* komunitas SCMR di *event – event cosplay*.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Desain

- Ukuran

Format ukuran yang dipergunakan dalam desain adalah 16:9 dengan ukuran 1280 x 720 dan resolusi 300dpi. Ukuran tersebut adalah ukuran yang dapat memenuhi browser dikarenakan formatnya yang panjang.

- *Margin*

Ukuran *margin* pada *Multimedia Artbook* adalah 5mm untuk kiri, kanan, dan bawah, sedangkan 7mm untuk atas. Margin agar konten memiliki batas yang konsisten di setiap konten dan halaman.

- Format gambar

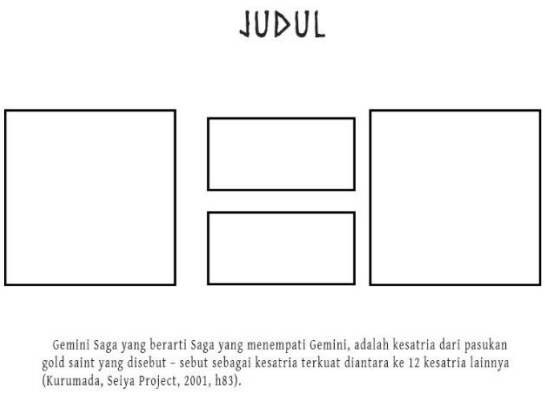
Format gambar yang digunakan adalah .png karena memiliki transparansi untuk menunjang animasi.

III.2.2 Tata letak (layout)

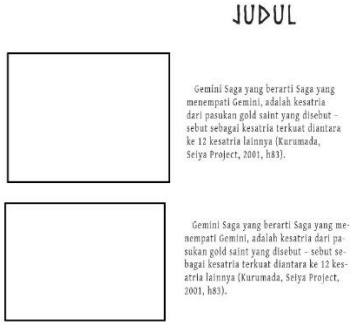
Layout dibuat berbeda – beda di setiap halaman pada konten. Dimaksudkan agar pengakses tetap terhibur dan tidak akan merasa jenuh. Berikut *layout – layout yang digunakan;*



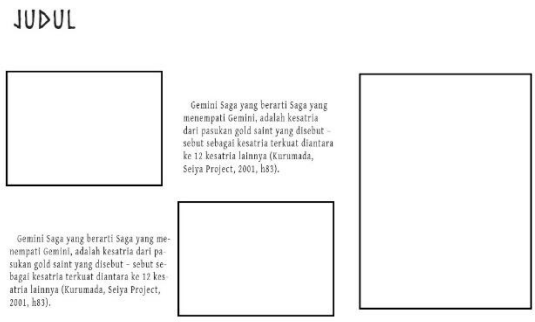
Gambar III.43 layout 1
Sumber pribadi



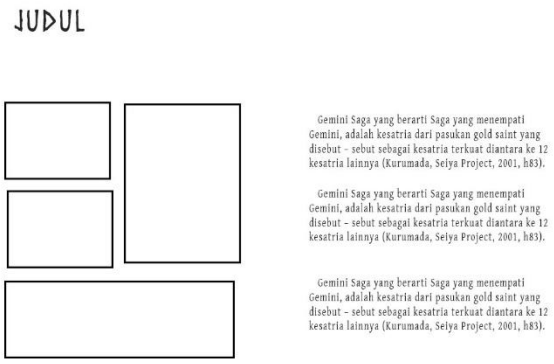
Gambar III.44 layout 2
Sumber pribadi



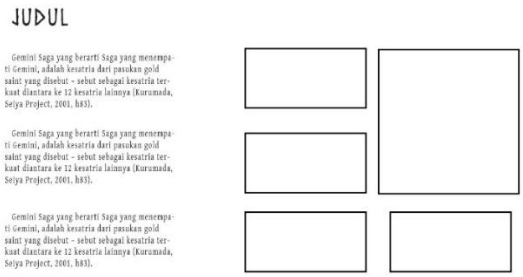
Gambar III.45 layout 3
Sumber pribadi



Gambar III.46 layout 4
Sumber pribadi



Gambar III. 47 layout 5
Sumber pribadi



Gambar III.48 layout 6
Sumber pribadi

III.2.3 Huruf

Jenis huruf yang digunakan dalam peranangnan adalah:

1. Dalek

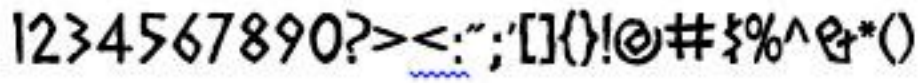


Jenis huruf ini digunakan untuk judul besar karena hanya memiliki huruf besar saja. Bentuk dari huruf yang sangat khas menyerupai hirif yunani kuno akan mendukung konsep desain.

2. Diogenes







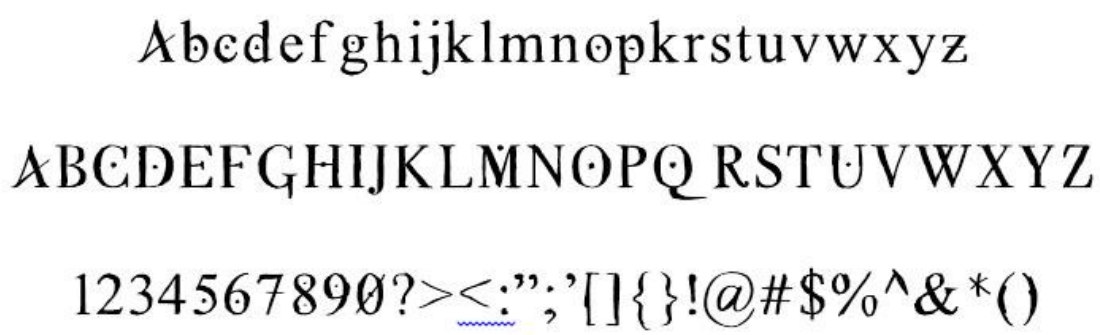
Seperti jenis huruf Dalek, Diogenes memiliki karakteristik khas Yunani kuno. Namun jenis huruf ini mempunyai huruf kecil untuk diterapkan pada sub judul.

3. Archeologicaps



Jenis huruf Archeologicaps ini memiliki karakteristik arkeolog yang berhubungan dengan segala sesuatu yang berbau kuno. Jenis huruf ini digunakan pada judul yang ditempatkan di intro dan *main menu.*

4. GRECOromanLubedWrestling



Jenis huruf ini digunakan pada perancangan untuk huruf *body text* dikarenakan jenis huruf ini mirip pada jenis huruf yang terdapat pada teks kitab Yunani kuno.

III.2.4 Ilustrasi

Jenis ilustrasi yang di gunakan dalam perancangan ini adalah jenis raster atau bitmap, yakni format *image* yang terdiri dari pixel dan *grid.* Format tersebut diwujudkan dengan maksud untuk lebih mendekati pada *style anime* dan *manga* Jepang.

Beberapa elemen visual diilustrasikan mengikuti elemen – elemen stereotip Yunani kuno seperti elemen arsitektur bangunan Yunani, serta konstelasi yunani kuno yang bertemakan alam semesta dan bintang di ruang angkasa. Berikut adalah beberapa ilustrasi yang ada dalam perancangan:

1. *Background*

Terdapat tiga buah *background* dalam *Multimedia Artbook,* antara lain:



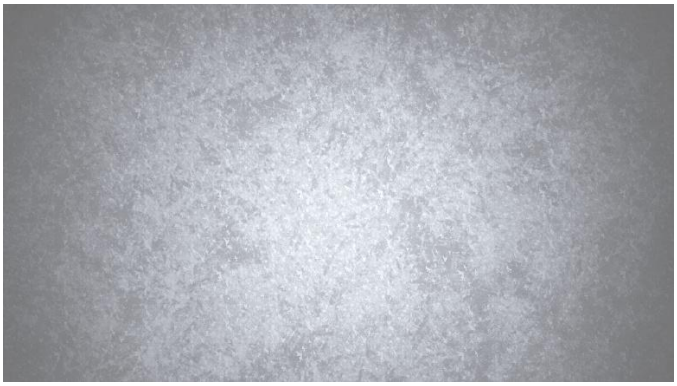
Gambar III.49 Backgorund 1
Sumber pribadi

- *Background* yang diambil dari keramik bangunan Yunani kuno



Gambar III.50 Background 2
Sumber pribadi

- *Background* yang mengambil tema bintang dan konstelasi



Gambar III.51 Background 3
Sumber pribadi

- *Background* yang diambil dari tekstur bangunan Yunani Kuno.

2. Elemen visual

Ada beberapa elemen visual dalam *Multimedia Atrbook,* diantaranya adalah:

- *Frame*

  Frame dibuat dengan menyerupai ornamen khas yunani yang didapat dari buku *Grammar of Ornament* karya Owen Jones.



Gambar III.52 frame
Sumber pribadi





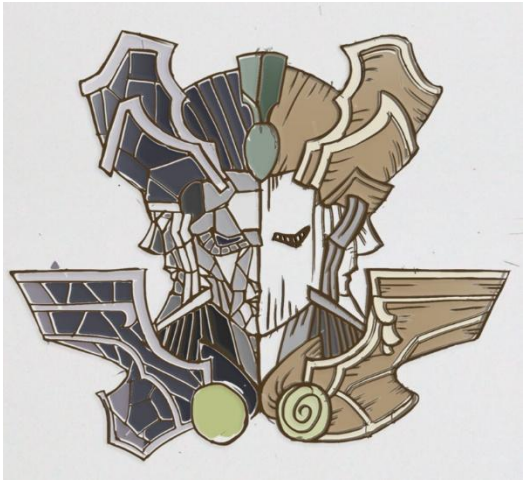
Gambar III.53 ornamen yunani kuno,
sumber : grammar of ornament
diakses pada 25/04/2016

- *Greek Stained Glass*

  Adalah suatu karya seni dari susunan kaca kecil berwarna warni dan berbagai macam tekstur yang disatukan menjadi sebuah gambar. Karya seni ini sering terdapat pada bangunan – bangunan religius seperti gereja – gereja di Yunani.



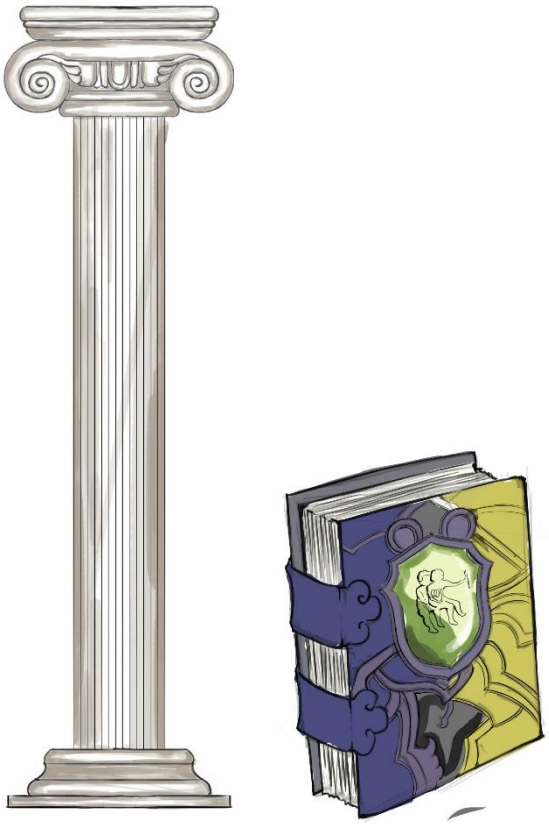
Gambar III.54 stained glass
Sumber pribadi



Gambar III.55 stained glass
Sumber pribadi

- Elemen – elemen pendukung

  Pilar bangunan, kitab, dan elemen pendukung lainnya.



Gambar III.56 elemen pendukung
Sumber pribadi

III.2.5 Warna

Warna yang diterapkan pada *Multimedia Artbook* ini adalah dominan warna putih keramik, tembok, emas, biru tua langit, dan biru menyala bintang. Berikut adalajh turunan dari warna warna tersebut.



Gambar III.57 warna
Sumber pribadi

Warna – warna tersebut diwujudkan untuk menimbulkan kesan emas untuk *gold saint*, biru muda dan gelap untuk tema ruang angkasa, sedangkan putih dan abu untuk tema Yunani kuno.