BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Pengertian strategi adalah metode atau rencana yang direncanakan dengan sebaik mungkin sehingga dalam membuat sesuatu akan berjalan dengan lancar dan juga akan tepat sasaran. Seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah, pengertian strategi adalah seni dan ilmu perencanaan dan memanfaat sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien dan efektif.

Dalam hal ini permasalahan yang ditemukan adalah kurangnya informasi mengenai manfaat buah jeruk nipis untuk perawatan tubuh. Dikarenakan masyarakat cenderung mengetahui bahwa buah jeruk nipis ini digunakan sebagai penghilang bau amis pada makanan. Dalam perancangan media informasi manfaat buah jeruk nipis untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut, perlu adanya strategi perancangan yang tepat agar pesan yang akan disampaikan kepada target audience dapat diterima dengan baik dan efektif. Bentuk media yang digunakan pada media informasi ini adalah buku, media tersebut berisi informasi panduan praktis tentang cara penggunaan atau mengolah buah jeruk nipis untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut. Media informasi tersebut dikemas dengan menggunakan bahasa yang sederhana.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam buku manfaat buah jeruk nipis untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut adalah untuk membangun kesadaran (awakeness) dan memberikan pengetahuan tentang manfaat dan cara pengolahan buah jeruk nipis untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut khususnya pada remaja.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat dibutuhkan pendekatan komunikasi agar informasi yang disampaikan dapat dengan mudah diterima dan dipahami oleh target audience. Sehingga dibuatlah strategi

komunikasi visual dan strategi komunikasi verbal untuk menyampaikan informasi yang berupa informasi mengenai manfaat buah jeruk nipis untuk perawatan tubuh.

- **Pendekatan Komunikasi Secara Visual**

Pendekatan visual yang akan ditampilkan adalah sebuah desain yang memperlihatkan atau menampilkan nuansa visual yang menyenangkan, ceria, menggunakan warna-warna yang soft dan ekspresif. Suasana ini sesuai dengan khalayak sasaran yang lebih kepada remaja perempuan.

- **Pendekatan Komunikasi Secara Verbal**

Pendekatan secara verbal adalah bahasa Indonesia dan sedikit menggunakan bahasa inggris agar menarik perhatian target audiens. Bahasa yang digunakan tidak baku tetapi menggunakan bahasa-bahasa yang biasa dipakai sehari-hari sehingga akan lebih mudah dan dimengerti, juga infomasinya akan dengan baik tersampaikan oleh target audiens.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut :

- Menginformasikan dan menjelaskan khususnya para remaja untuk mengenal manfaat apa saja yang terdapat dalam buah jeruk nipis.
- Menginformasikan dan menjelaskan khususnya para remaja untuk bisa meracik atau mengolah buah jeruk nipis untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut sendiri dirumah dengan mudah.
- Menginformasikan khususnya para remaja agar mudah menggunakan bahan alami untuk perawatan tubuh.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam buku ini menggunakan gaya bahasa persuasif agar khalayak sasaran mampu terpengaruh oleh sebuah informasi yang menarik dan bisa menginformasikan sesuatu yang penting dan mengajak khalayak sasaran agar merawat tubuh dengan baik.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

- Demografis
  - Usia : 16-25 tahun
  - Jenis Kelamin : Perempuan
  - Pendidikan : SMA / Kuliah
  - Ekonomi : Menengah Kebawah - Menengah Keatas

- Geografis (Berdasarkan Lokasi)

  Masyarakat yang berada di wilayah Kota Bandung (karena di Kota Bandung masih banyak ditemukan remaja yang belum mengetahui informasi mengenai manfaat buah jeruk nipis dan bagaimana cara mengolah buah jeruk nipis untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut dengan bahan yang alami).

- Psikografis (Karakter/sifat)
  - Remaja yang memiliki kepedulian terhadap perawatan wajah, tubuh dan rambut.
  - Terbuka terhadap informasi berupa apapun termasuk untuk sebuah perawatan wajah, tubuh dan rambut.

- *Consumer Insight*

Suatu kebutuhuan remaja, yang remaja butuhkan untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana agar terlihat natural dengan bahan-bahan alami tanpa mengandung bahan kimia dan bagaimana cara mengolah/meracik bahan-bahan alami untuk dijadikan sebagai bahan untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut dengan mudah dan bahannya pun mudah di temukan dimana saja.

- *Consumer Journey*

Tabel III.1 *Consumer journey*

Waktu	Aktifitas Konsumen	Tempat	Point of Contact
05.30	Bangun pagi	Rumah	• Kamar tidur • Suara alarm

07.00	Sarapan	Rumah	• Meja makan
08.00	Bersiap ke kampus (jika ada kuliah)	Rumah	• Tas • Pakaian
08.30	Berangkat kampus	Kendaraan Umum	• Pengamen • Lampu merah
10.00	Kuliah	Kampus	• Perpustakaan • Kelas • Mahasiswa • Dosen • Buku
13.00	Makan siang setelah kuliah	Tempat makan	• Meja & Kursi • Makanan & Minuman • Obrolan mahasiswa
14.00-15.00	Nongkrong dengan teman	kosan	• Kamar tidur
16.30-18.30	Tidur	Rumah	• Kamar • Tempat tidur • Meja Belajar
18.30-21.00	Memanfaatkan waktu senggang	Kamar	• Buku • *Handphone* • Laptop • Internet • Perawatan wajah

21.00-23.00	Mengerjakan Tugas (jika ada)	Kamar / Ruang Keluarga	• Alat kuliah • Buku • *Handphone* • Laptop
23.00	Tidur	Kamar	• Tempat tidur • Alarm

III.1.6 Strategi Kreatif

Perancangan yang dilakukan selain menampilkan informasi mengenai bagaimana cara mengolah buah jeruk nipis untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut, juga menyediakan lembar-lembar kosong untuk dipakai sebagai agenda atau diary dengan desain yang penuh warna. Sehingga setelah dibaca maka target audience bisa langsung menyimpulkan agenda atau tujuan masa depannya untuk dicapai. Perancangan tersebut dilakukan karena buku merupakan salah satu alat informasi yang saat ini teralihkan dengan media elektronik. Buku cenderung digunakan hanya pada saat tertentu saja, sehingga perancangan ini dilakukan untuk meningkatkan daya guna, selain sebagai bahan bacaan yang bersifat informatif juga sebagai catatan yang dapat digunakan setiap saat.

III.1.7 Strategi Media

Pendekatan yang akan dilakukan untuk perancangan buku sebagai media informasi adalah :

a. Media Utama

Media utama dari perancangan ini merupakan sebuah informasi berbentuk buku. Definisi buku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun, buku adalah lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong. Menurut Oxford Dictionary tahun, buku adalah hasil karya yang ditulis atau dicetak dengan halaman-halaman yang dijilid. Buku berfungsi sebagai media untuk menginformasikan kepada khalayak sasaran untuk mengaplikasikan buah jeruk nipis ini untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut dan bagaimana cara mengolah buah jeruk nipis ini untuk perawatan

wajah, tubuh dan rambut, agar khalayak sasaran mau mencoba mengolah buah jeruk nipis ini dirumah, karena di dalam buku terdapat cara mudah mengolah buah jeruk nipis ini untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut. Sehingga khalayak sasaran mampu dan mengerti cara mengolah buah jeruk nipis ini untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut dengan bahan-bahan alami dan tentunya mudah di temukan dimana saja. Dengan materi pesan yang sederhana karena tidak banyak kalimat yang harus dicerna karena visual yang lebih menjelaskan cara mengolah buah jeruk nipis ini untuk perawatan tubuh, dari situlah khalayak sasaran bisa mencoba mengolahnya dengan benar dirumah.

b. Media Pendukung

1. Tahap Informasi

- *Flyer*

  Flyer adalah media yang bisa memberikan detail informasi dan bersifat personal, terlebih lagi media ini bersifat luas dalam penyebarannya sehingga bisa memberikan informasi secara merata pada konsumennya.

- *X-Banner*

  X-*Banner*, penyampaian informasi berbentuk banner dengan penyanggah x. akan ditempatkan bersama dengan keberadaan buku dan memberikan informasi yang lebih jelas pada saat promosi buku dilakukan.

- Poster

  Poster juga mempunyai cangkupan yang luas sehingga dapat ditempatkan di tempat umum dan ruang terbuka.

2. Tahap Pengingat

Media disini itu adalah dimana media-media yang sangat dekat dengan target audiens pada keseharian. Sehingga setelah target audiens memutuskan untuk membeli produk media utama dan tidak lupa juga disertakan media pendukung yang berfungsi untuk memperkuat dan menjadi pengingat keberadaan media utama. Media pendukung yang digunakan antara lain :

- Stiker

  Stiker media yang bisa dimana saja diaplikasikan, maka dari itu sticker salah satu media pendukung yang tepat untuk dijadikan media pengingat.

- *Totebag*

  Totebag banyak digunakan oleh pelajar atau setiap kalangan karena mudah dibawa dan juga sederhana dalam tampilan namun memilik sifat yang sangat bermanfaat.

- Kaos

  Media ini digunakan sebagai hadiah pada saat event atau launching buku atau bisa juga sebagai ajang promosi atau pembelian book series.

- *Bookmark* / Pembatas Buku

  Media pendukung ini dipilih sebagai pelengkap dari sebuah buku, berfungsi sebagai pembatas yang diselip diantara halaman yang tengah dibaca.

- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci adalah media yang bisa dimana saja diaplikasikan sebagai gantungan, maka dari itu gantungan kunci merupakan salah satu media pendukung yang tepat untuk dijadikan sebagai media pengingat.

- Pulpen

  Pulpen merupakan alat tulis yang dapat dibawa kemana pun dan kapan pun. Media ini menjadi salah satu media pengingat yang dibutuhkan bagi para pelajar atau setiap kalangan untuk menulis atau mencatat hal penting yang diperlukan.

- Mangkuk dan Sendok

  Media ini digunakan pada saat adanya event atau pada saat launching buku ini dan pada saat mendemokan cara mengolah atau meracik buah jeruk nipis ini untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut. Mangkuk dan sendok ini bisa dijadikan sebagai ajang *doorprize* atau hadiah karena telah menjawab atau memberikan pertanyaan pada saat adanya *event* atau *launching* buku ini.

- *Flag-Chain*

  Media ini digunakan pada saat adanya event atau pada saat launching buku ini dan pada saat mendemokan cara mengolah atau meracik buah jeruk nipis ini untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut.
- *Box*

  Media ini digunakan untuk khalayak sasaran yang ingin membeli "*Complete Book Series*"
- Media Sosial

  Media ini digunakan untuk penjualan buku secara *online* melalui Facebook dan Instagram dan sebagai ajang promosi.

III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Untuk memudahkan penyebaran distribusi pada buku ini diperlukannya distribusi yang tepat untuk konsumen dengan wilayah penyebaran meliputi toko buku yang mempunyai nama yang besar di Indonesia yaitu toko buku Gramedia menjadi target pendistribusian yang pas karena konsumen akan tahu keberadaan toko buku tersebut. Selain buku terdapat pula satu paket pembelian buku seperti stiker, pembatas buku, gantungan kunci dan totebag. Dalam penjualan biasanya terdapat beberapa trik yang menarik yaitu adanya harga promosi atau barang yang hanya dijual terbatas dan bahkan bisa berupa hadiah, dan jika ingin mendapatkannya konsumen ditawarkan dengan adanya "Complite Book Series" yaitu pembelian buku dengan paket kumplit yaitu terdapat 1 Buku, 1 kaos, 1 Totebag yang di dalamya sudah ada Pembatas buku, gantungan kunci, sticker dan 1 hadiah dan hadiah inilah yang penjualannya hanya terbatas yaitu berupa pulpen berbentuk buah jeruk nipis sebagai hadiah atas pembelian paket lengkap itu dan juga pada saat ada event tertentu atau launching perdana buku ini terdapat beberapa trik yang menarik yaitu dengan adanya doorprize atau sebuah hadiah jika menjawab atau mengajukan pertanyaan yang menarik saat launching buku tersebut, hadiahnya berupa 1 mangkuk berbentuk buah jeruk nipis beserta 1 buah sendok yang berbentuk jeruk nipis yang bisa digunakan pada saat ingin melakukan perawatan wajah, tubuh dan rambut dengan menggunakan buah jeruk nipis

tersebut. Waktu penyebaran di mulai pada bulan oktober hingga bulan desember tahun 2016.

Tabel III.2 Jadwal Distribusi Media

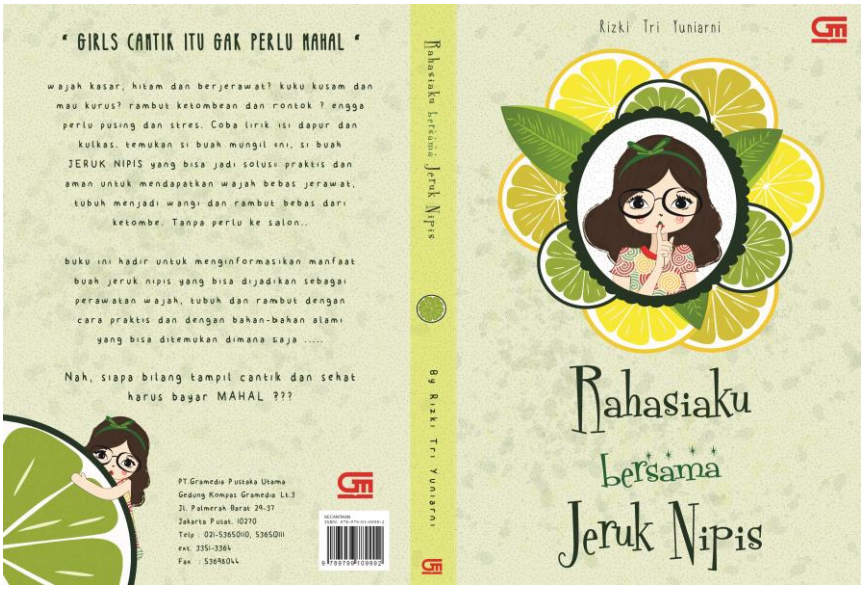
No	Media	Oktober 2016				November 2016				Desember 2016			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Buku												
2	Poster												
3	X-Banner												
4	Flyer												
5	Mangkuk & Sendok												
6	Pulpen												
7	Totebag												
8	Kaos												
9	Gantungan Kunci												
10	Stiker												
11	Bookmark / Pembatas buku												

III.2 Konsep Visual

Dalam sebuah media informasi yang menarik, konsep visual sangat memegang peran penting untuk sebuah media. Konsep Visual dalam buku Buah jeruk nipis ini menggunakan gaya ilustrasi yang berupa langkah-langkah meracik atau mengolah buah jeruk nipis untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut dengan menggunakan gaya gambar vector agar mudah dimengerti dan diterima baik oleh khalayak sasaran.

III.2.1 Format Desain

Dalam perancangan ini akan dibuat buku dengan ukuran 14cm x 20cm dengan format persegi panjang (potrait). Dengan berbentuk inilah yang mana bisa lebih memudahkan dalam membaca dengan nyaman ataupun dibawa kemana saja dan juga agar tidak terlalu banyak ruang kosong sehingga disesuaikan.



Gambar III.1 Format Buku
sumber : Dokumentasi Pribadi (09-06-2016)

III.2.2 Tata Letak (*layout*)

Layout sangat erat kaitannya dengan suatu perancangan produk. Pengertian *layout* adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistic sehingga suatu desain menjadi proposional. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan dibuat sangat menarik (satriamultimedia, 2015:1). *Layout* pada media ini menggunakan beberapa variasi yang berbeda, sehingga tidak berkesan monoton dan menggambarkan suasana yang cerah dan langkah-langkah cara membuat resep dengan visual agar menarik perhatian dan memudahkan target audiens pada saat meracik atau mengolah buah jeruk nipis dan dibantu juga dengan huruf untuk memperjelas visual. Arah bacanya yaitu dari kiri ke kanan.



Gambar III.2 Layout Buku
sumber : Dokumentasi Pribadi (20-05-2016)

III.2.3 Tipografi / Huruf

Tipografi (*Typography*) adalah menata huruf yang menjadi unsur penting dalam sebuah karya desain komunikasi visual untuk mendukung terjadinya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya serta maksud dan tujuan (Santosa, 2008:108). Tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu, tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas dan terbaca. Pemilihan *font* pada buku ini disesuaikan dengan tema dan konsep buku yang didalamnya terdapat sebuah diary, maka untuk buku ini dipilih jenis-jenis font yang memiliki karakter yang disesuaikan dengan gambar visual yang dibuat vector. Huruf yang digunakan di media ini antara lain :

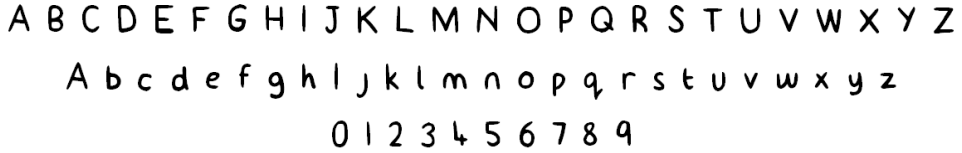
- Fontdinerdotcom, *font* ini sangat pas membuat judul menjadi semakin masuk pada konsep visual yaitu seperti tulisan tangan untuk sebuah judul buku diary, seperti tulisan yang memiliki rahasia karena terdapat seperti kelap-kelipnya yang terdapat di font tersebut. *Font* ini tidak formal.



- TakeItOrLeaveIt Medium, *font* ini digunakan sebagai setiap judul isi perhalamannya, karena font ini tegas tetapi tetap lucu untuk dilihat dan dibaca dan pada konsep visualnya pun seperti tulisan tangan sehingga cocok untuk dijadikan sebagai judul disetiap isi halaman.

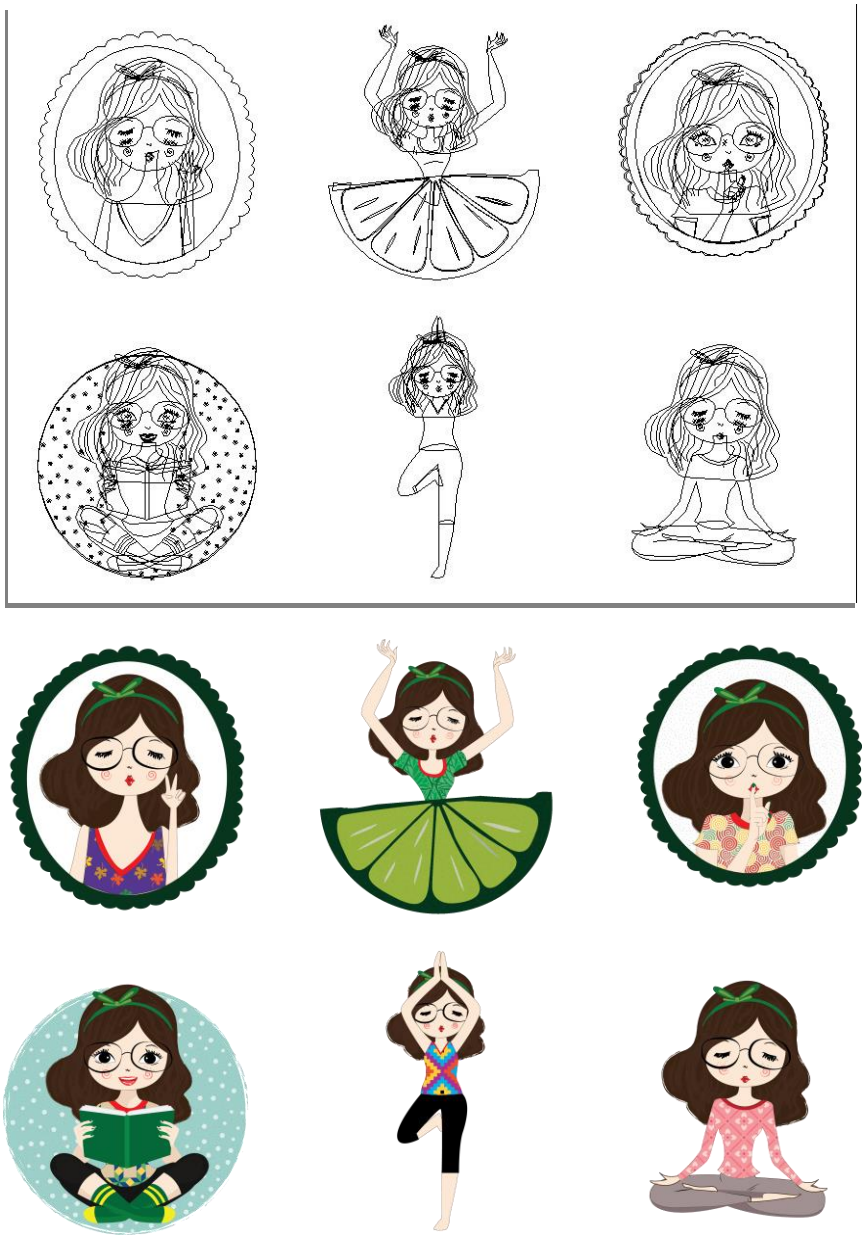


- Billy, *font* ini digunakan sebagai isi penjelasan dari buku. Jenis font yang senada dengan *font* yang di atas merupakan jenis *font* yang cocok dengan tema yang dibuat yaitu mengikuti gaya bebas dari sebuah buku diary dan *font* ini seperti font yang dituliskan tangan.



III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah visualisasi dari suatu tulisan yang dapat berupa sketsa, lukisan, *vector*, foto, atau teknik seni rupa lainnya. Ilustrasi yang akan ditampilkan pada perancangan ini antara lain adanya gambar karakter seorang remaja perempuan seperti di bawah ini untuk membuat kesan yang lebih kuat lagi dalam perancangannya. Serta di tambah dengan elemen elemen pendukung lainnya.



Gambar III.3 Ilustrasi karakter
sumber : Dokumentasi Pribadi (20-05-2016)

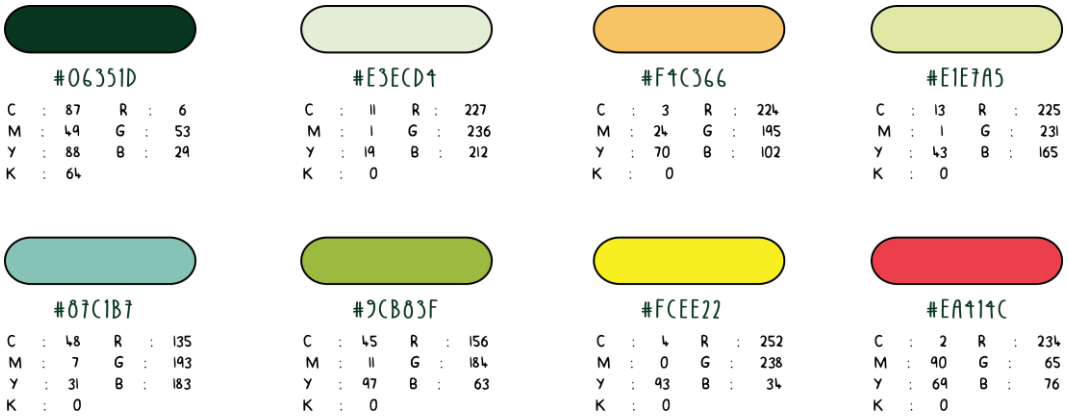


Gambar III.4 Ilustrasi Element Pendukung
sumber : Dokumentasi Pribadi (20-05-2016)

Ilustrasi pada gambar ini merupakan beberapa gambar bahan-bahan apa saja yang bisa dijadikan sebagai masker untuk perawatan wajah, tubuh dan rambut dan langkah-langkah mengolah yang ada pada buku. Gaya ilustrasi yang menarik dan warna yang cerah mengajak para khalayak sasaran untuk mendapatkan suasana yang menyenangkan dan ceria. Remaja biasanya cenderung lebih berfikir bebas dalam mengekspresikan diri, baik dalam berpenampilan, gaya hidup, seni dan tulisan. Maka dalam konsep peracangannya akan menggunakan elemen visual yang cocok dengan beberapa kebiasaan yang dilakukan remaja perempuan, dalam hal ini dengan mengambil tema buku catatan atau diari. Visual tersebut ditampilkan di beberapa halaman, guna untuk menimblukan kesan nyaman ketika di lihat sehingga pembaca akan merasa betah untuk membacanya.

III.2.5 Warna

Warna merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih gembira, *mood* atau semangat (Adi Kusrianto, 2006:46). Warna yang dipakai adalah warna-warna yang *soft* atau disebut juga warna pastel, warna-warna ini cerah dan sangat halus. Contoh warna yang dipakai adalah sebagai berikut :



Gambar III.5 Studi Warna
sumber : Dokumentasi Pribadi (25-05-2016)

Warna RGB adalah model warna additive yang bertujuan sebagai penginderaan dan presentasi gambar dalam tampilan visual pada peralatan elektronik seperti komputer, televisi dan fotografi. Warna RGB difungsikan untuk tampilan di monitor komputer karena warna latar belakang komputer adalah hitam. Jadi, R = Red (merah) G= Green (hijau) dan B = Blue (biru) sebagai warna dasar difungsikan untuk berbagi intensitas cahaya untuk mencerahkan warna latar belakang yang gelap (hitam).

Sedangkan warna CMYK adalah warna yang dikenal dalam proses printing dan percetakan. Terdiri dari C = Cyan, M = Magenta, Y = Yellow, dan K = Black. Warna CMYK digunakan untuk tampil seimbang dengan latar belakang putih dari bahan cetak seperti kertas dan lain-lain.