BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana yang disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu dengan cara menginformasikan informasi seputar tradisi lisan panyaraman dan pengenalan kepada masyarakat umum khususnya anak remaja yang berisi serangkaian informasi seputar panyaraman yang semakin minim informasinya dan kurang dikenali, dengan cara dibuatnya buku bergambar yang menarik melalui pendekatan fotografis, ilustrasi yang mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah komunikasi visual dengan konsep perancangan yang kuat, agar mendapat reaksi positif dari target audiens.

III.1.1 Khayalak Sasaran

Dengan mengetahui target audiens, akan mempermudah strategi komunikasi yang akan digunakan dengan mempelajari karakteristik, sifat dan kebiasaan sasaran. Berikut ini merupakan penggolongan target audiens, antara lain:

Demografis

- Gender : Pria dan Wanita
- Usia : – 14 tahun
- Tingkat pendidikan : SD – SMP
- Kelas sosial : Menengah keatas Geografis
- Kota Bandung dan sekitarnya.

Psikografis

- Masyarakat urban yang tertarik mengenai hal hal yang berkaitan dengan budaya Sunda.
- Menyukai hal hal baru dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

Geografis

- Anak yang berada di Kota Bandung khususnya wilayah perkotaan.

Target Sekunder

- Target sekunder dari buku cerita ilustrasi Panyaraman ini adalah para orang tua dari anak yang suka mengunjungi toko buku dan mall.

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Memberikan informasi tentang aspek budaya, yaitu keberadaan Panyaraman dengan cara pendekatan komunikasi yang akan lebih bisa diterima oleh anakanak. Dan mengenalkan unsur-unsur budaya Sunda yang berkaitan dengan Panyaraman pada jaman sekarang. Sehingga dengan pendekatan tersebut, pamali bukan hanya sebagai salah satu budaya tradisi lisan Sunda dan kearifan lokal saja, diharapkan Panyaraman tidak dianggap sebagai hal tabu saja dan menjadi sebuah warisan salah satu kebudayaan yang ada di Indonesia.

III.1.3 Pendekatan Komunikasi

Dalam suatu penyampaian informasi dibutuhkan strategi untuk pendekatan komunikasinya agar mudah dimengerti oleh terget audiens. Penyampaian komunikasi berupa komunikasi secara verbal maupun visual, bisa juga dengan keduanya. Pendekatan tersebut diharapkan memberikan ketertarikan kepada target audiens dengan komunikasi yang disajikan dalam media.

Pendekatan yang digunakan dalam media informasi tentang Panyaraman adalah informasi yang dikemas melalui gambaran tentang Panyaraman yang sudah kurang dikenali, khususnya pada daerah Jawa Barat perkotaan.

Pendekatan Visual

- Berdasarkan dari target sasaran utama adalah anak usia 7-12 tahun, maka Pendekatan visual dalam Panyaraman menggambarkan serta yang menjelaskan tentang hal hal yang berkaitan dengan informasi panyaraman

dan aktivitas pengenalanya, di sertai dengan contoh contoh gambar ilustrasi dengan tujuan agar target lebih mengetahui tentang panyaraman dan penggunanya.

- Bentuk komunikasi visual yang ditampilkan ialah dengan cara ilustrasi, karena dapat menyajikan informasi lebih menarik, ilustrasi tersebut ditambahkan penjelasan berupa arti terhadap makna dari Panyaraman itu sendiri. Gaya gambar dalam ilustrasi yang digunakan tidak akan terlalu rumit, sederhana, namun sesuai dengan gambar anak yang dapat diterima dan mudah dimengerti oleh para anak ketika melihatnya. Karena pada dasarnya otak manusia lebih sulit mengingat informasi berupa teks dan lebih cepat mengingat informasi berbentuk visual serta warna.
- Pendekatan visual dalam Panyaraman ini didukung oleh unsur unsur gaya visual vektor

Pendekatan Verbal

Teknik penyampaian informasi adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia dan Sunda. Penggunaan bahasa Indonesia digunakan sebagai penjelasan dan digunakan untuk melengkapi visual, agar materi pesan yang disampaikan cukup jelas dan mudah dimengerti oleh target sasaran, sehingga komunikasi yang disampaikan lebih efektif dan pesan diterima dengan baik. Pendekatan verbal melalui sisi psikologis berupa informasi yang berdampak kesadaran akan nilai nilai sosial dari panyaraman dengan cara memberikan informasi dan realita yang terjadi dikehidupan sehari hari.

III.1.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Arti nilai-nilai dalam Panyaraman dalam kehidupan sehari-hari.
- Panyaraman yang ada di kehidupan sehari-hari.
- Disampaikan dalam setting kehidupan sehari-hari.
- Sejarah Panyaraman.

III.1.5 Strategi Kreatif

Pendekatan kreatif yang akan dilakukan adalah penyampaian informasi dengan cerita bergambar. Dalam cerita tersebut menjelaskan di masyarakat Sunda orang tua mengajarkan anak melalui Panyaraman dan cerita tersebut diceritakan kembali berdasarkan pengalaman dari tokoh yang ada pada buku cerita tersebut. Juga di jelaskan nilai-nilai yang terkandung dalam pamali tersebut. Penggabungan berbagai media sebenarnya dapat membantu untuk membuat buku cerita yang memiliki daya tarik yang berbeda dengan buku lainnya. Isi cerita akan disampaikan dan mudah dimengerti oleh anak, isi cerita tersebut bersifat informatif yang sesuai dengan kehidupan yang terjadi di masyarakat, sehingga para anak akan tertarik dan mengingat apa yang disampaikan oleh isi cerita dari buku cerita tersebut. Dengan begitu diharapkan anak-anak dengan membaca buku ini bukan hanya mengenal makna dari gambaran Panyaraman dan arti yang terkandung dalam Panyaraman.

- Gaya ilustrasi yang digunakan gaya ilustarsi vector, tidak terlalu rumit dan tidak juga realis. Gaya gambar disesuaikan dengan anak-anak ilustrasi bergaya kartun digambarkan sesuai dengan visual saat ini.
- Penyajian gambaran dilengkapi dengan unsur arti Panyaraman dan jenis-jenis Panyaraman yang ada di kehidupan sehari-hari.
- Kehidupan sehari-hari setting gambaran Panyaraman.

III.1.6 Strategi Media

Media dibutuhkan untuk perancangan media informasi yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan atau media yang mudah diakses masyarakat. Media informasi mengenai informasi desain panyaraman dan pengenalanya ini di bagi menjadi dua bagian yaitu media primer dan sekunder. Media primer adalah media utama yang berisi informasi lengkap untuk disampaikan, sedangkan media sekunder adalah sebagai media pelengkap yang menujang keberadaan media utama.

A. Media Primer (Media Utama)

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, buku merupakan lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong. Buku merupakan media yang dipakai oleh anak-anak sampai orang tua untuk memperoleh informasi. Kini buku sudah berkembang seiring dengan perkembangan teknologi.

Surahman dalam Fella (2014), secara umum membedakan buku menjadi empat jenis, yakni:

- Buku sumber

Buku yang biasa dijadikan rujukan, referensi, dan sumber untuk kajian ilmu tertentu, biasanya berisi suatu kajian ilmu yang lengkap.

- Buku bacaan

Buku yang hanya berfungsi untuk bahan bacaan saja, misalnya cerita, legenda, novel, dan lain sebagainya.

- Buku pegangan

Buku yang bisa dijadikan pegangan guru atau pengajar dalam melaksanakan proses pengajaran.

- Buku teks

Buku yang disusun untuk proses pembelajaran, dan berisi bahan-bahan atau materi pelajaran yang akan diajarkan.

Buku dipilih sebagai media utama karena buku merupakan media cetak yang memiliki daya tarik dan dapat menampung banyak informasi. Kertas-kertas bertulisan itu mempunyai tema bahasan yang sama dan disusun menurut kronologi tertentu, dari awal bahasan sampai kesimpulan dan bahasan tersebut. Dengan dibuatnya buku yang menampilkan ilustrasi dan visual ini maka diharapkan akan menambah ketertarikan anak-anak untuk membaca buku, karena pada dasarnya gambar pada sebuah buku ilustrasi ini dapat mudah di pahami.

B. Media Sekunder (Media Pendukung)

Media sekunder merupakan media pendukung dari media utama. Hal ini dilakukan agar memiliki banyak variasi dalam menyampaikan informasi. Media sekunder dibagi menjadi media gimmick dan merchandise, berikut adalah media pendukung yang akan digunakan dalam rancangan media informasi:

- Poster

Poster adalah media Informasi yang dapat menampung banyak informasi yang singkat dan cepat dipahami. Poster ini diperlukan untuk mempromosikan media buku karena media poster ini sangat mudah untuk disebarkan dan efektif untuk ditempatkan dimana saja, seperti dinding, kaca jendela dan lainnya, sehingga dengan mudah dapat dilihat oleh banyak orang.

- *Flyer*

Flyer dapat memberikan informasi yang lebih jelas kepada khalayak, melihat ukurannya yang kecil dan mudah dibawa kemana mana, sebagai media pengingat dan memiliki efektifitas pesan yang cukup lama. Pada penempatannya, flyer akan disebarkan dan dibagikan disejumlah komunitas dan anak remaja.

- Pembatas Buku

Pembatas buku bisa diberikan sebagai *gimmick* yang dapat dipakai oleh pembaca buku sekaligus pengingat membaca buku.

- Pin

Pin diberikan sebagai *gimmick*, pemilihan pin ini dikarenakan mudah untuk dibawa kemana saja sehingga menjadi media pengingat yang baik. Serta para anak remaja yang senang memakai atribut atribut di jaket dan tas, mudah ditempelkan dan secara tidak langsung menjadi media promosi berjalan.

- Stiker

Stiker adalah media yang sangat mudah untuk diaplikasikan dan dekat dengan masyarakat, sticker ini dibagikan kepada perorangan agar mereka bisa ikut mempromosikan buku ini dengan cara menempelkan striker di kendaraan. Stiker

juga sebagai media pengantar pesan yang baik dan tahan dalam jangka waktu yang lama.

- *T-shirt*

T-shirt adalah sebuah media yang bisa dipakai kemana saja dan bisa sangat efektif menjadi sebuah media promosi berjalan.

- *Mini x banner*

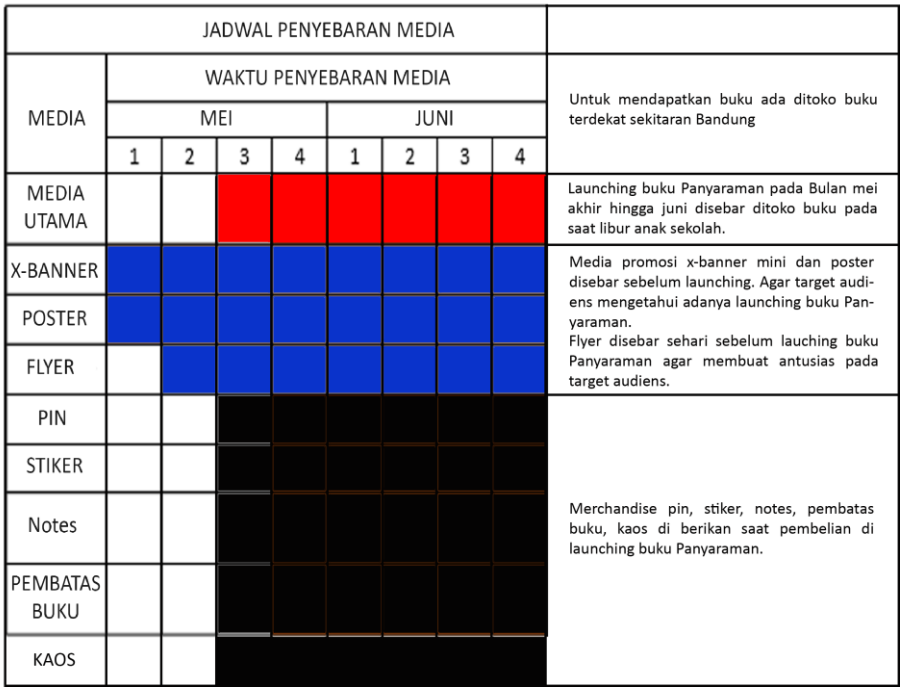
Standing banner atau sebagian orang menyebutnya *mini x banner*, kini menjadi pajangan yang sering terlihat diberbagai tempat, media ini sangat cocok untuk menjadi sebuah media informasi, karena harganya terjangkau dan bisa menjadi pusat perhatian.

- *Notes* atau buku kecil

Notes atau buku kecil untuk promosi merchandise yang sangat cocok untuk buku Panyaraman.

III.1.7 Strategi Distribusi

Untuk lebih memudahkan penyebaran distribusi, terdapat di wilayah penyebaran meliputi toko buku yang telah mempunyai nama besar di Indonesia khususnya kota-kota besar di Indonesia. Toko buku yang telah terkenal seperti Togamas, Gramedia dan Gunung Agung menjadi target pendistribusian buku cerita bergambar tentang pamali ini. Selain buku terdapat pula satu paket hadiah pembelian buku seperti stiker, gantungan kunci, pembatas buku, dan pin yang dapat dimiliki. Wilayah penyebaran tersebut sebagian besar adalah tempat dimana target biasa mencari atau membeli buku.



Tabel.III.1 Tabel Penyebaran media

Lokasi penyebaran di toko buku sekitaran kota Bandung, untuk *launching* buku Panyaraman pada Bulan mei akhir hingga juni disebar ditoko buku pada saat anak sekolah mulai libur sekolah, media promosi x-banner mini dan poster disebar sebelum *launching*. Agar target audiens mengetahui adanya *launching* buku Panyaraman, *Flyer* disebar sehari sebelum *lauching* buku Panyaraman agar membuat antusias pada target audiens. Sedangkan media *gimmick* pin, stiker, *notes*, pembatas buku di berikan saat pembelian di launching buku Panyaraman.

III.2 Konsep Visual

Dalam sebuah media informasi yang menarik dan informatif, konsep visual sangat memegang peranan penting. Konsep visual dalam buku tentang Panyaraman dalam kehidupan sehari-hari, nuansa alam sekitar pada halaman Panyaraman yang sesuai dengan artinya digambarkan dengan visual saat ini. Pada sampul, daftar isi, sejarah Panyaraman terdapat nuansa sore menjelang malam hari, karena biasanya Panyaraman identik dengan mitos berkaitan digambarkan suasana sore menjelang malem yang penuh misteri.

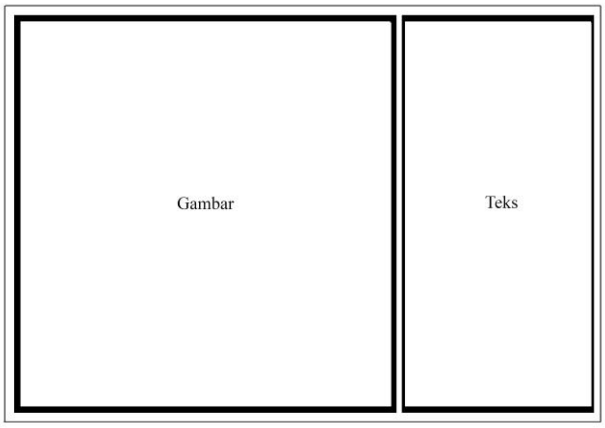
III.2.1 Format Desain

Format yang digunakan dalam perancangan buku cerita bergambar ini adalah *landscape*, agar anak-anak nyaman untuk melihat seluruh bagian buku, ilustrasi-ilustrasi yang mudah dimengerti anak dan penulisan yang mempermudah.

III.2.2 Tata Letak

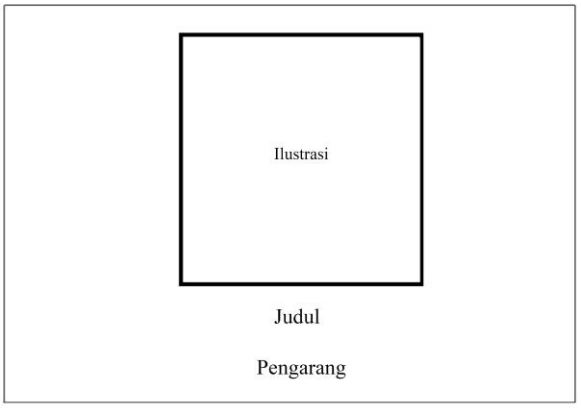
Penyusunan tata letak antara teks dan ilustrasi digabungkan agar mempermudah pembaca untuk menyesuaikan teks dengan gambar ilustrasi dalam buku bergambar.

Peletakan isi halaman buku.



Gambar.III.1 Halaman buku

Tata letak untuk sampul buku bergambar di bawah ini.



Gambar.III.2 Sampul buku

III.2.3 Tipografi

Menggunakan tipografi dekoratif dan formal, mengunakan warna warna solid agar membaca tersebut dapat dipermudah dengan menggunakan huruf yang menarik dan mudah dibaca. Tipografi yang akan digunakan adalah

- Tipografi untuk sampul

  Tipografi ini terpilih digunakan untuk judul buku dengan ciri khas Sunda yang ada digerobak makanan yang ada disekitar kota Bandung, dari bentuknya yang dekoratif membuat huruf ini telihat tidak terlalu kaku disesuaikan dengan tema judul yaitu Panyaraman mengunakan font Kuping.

  HURUF KUPING

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

- Tipografi untuk konten buku

  Tipografi untuk konten Panyaraman dengan bahasa Sunda menggunakan font Segoe Print agar mudah terbaca oleh anak-anak.

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890

  !@#$%^&*()-_=+,.<>/?

Tipografi untuk konten arti Panyaraman menggunakan font Papyrus agar mudah dipahami oleh anak-anak.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

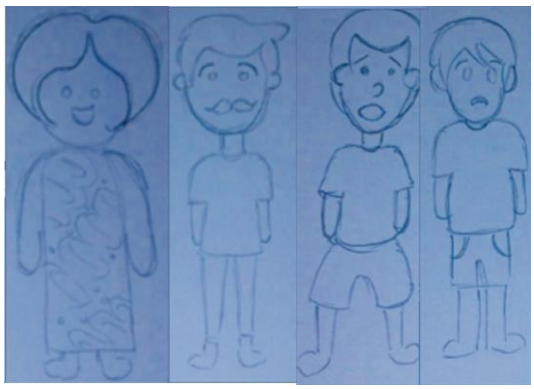
!@#$%^&*()-_=+,.<>/?

III.2.4 Studi Ilustrasi

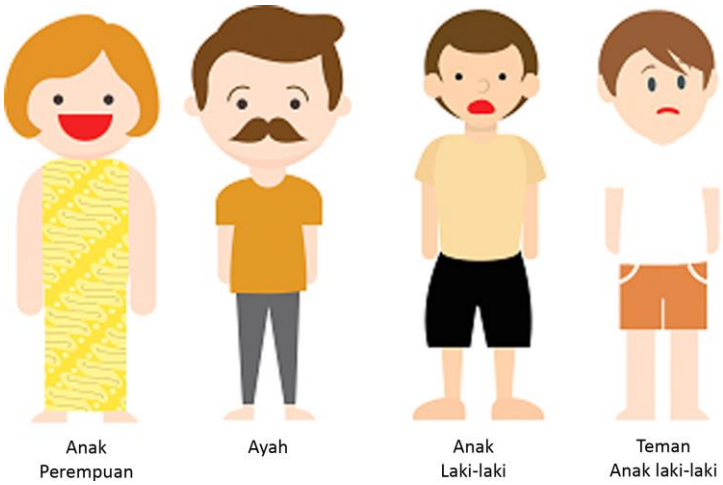
Gaya ilustrasi disesuaikan dengan pendekatan verbal menggunakan gaya bahasa yang sederhana, tidak rumit namun juga sesuai dengan bahasa yang digunakan sehari-hari. Juga gaya ilustrasi yang sederhana dan disetiap cerita mengambarkan ilustarsi dengan Panyaramannya masingmasing.

III.2.4.1 Studi karakter

Dibawah ini adalah karakter yang akan digunakan dalam perancangan buku bergambar tentang Panyaraman.



Gambar.III.3 Sketsa karakter



Gambar.III.4 Karakter

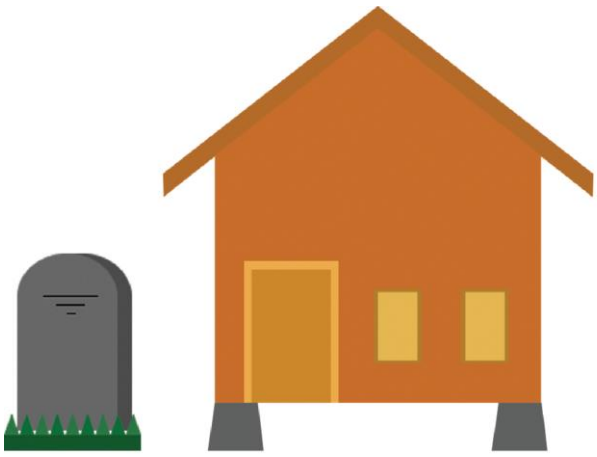
III.2.4.2 Studi Properti

Properti yang digunakan dalam buku bergambar tentang Panyaraman ini adalah benda-benda yang ada dalam sekitar rumah, benda yang anak suka mainkan dan lingkungan sekitar. Properti-properti tersebut antara lain:



a b

Gambar.III.5 Studi properti pada hal 3, (a) *bath tub*, (b) Kasur dan rak buku.



a b

Gambar.III.6 Studi properti pada hal 4, (a) Batu nisan, (b) Rumah panggung.



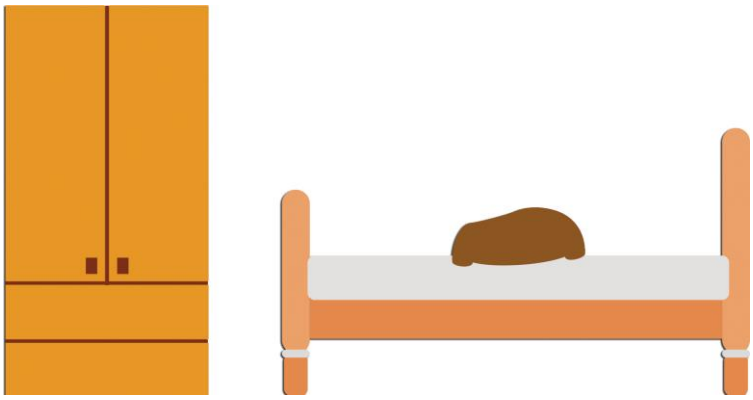
a

Gambar.III.7 Studi properti pada hal, 5 (a) Rumah panggung.



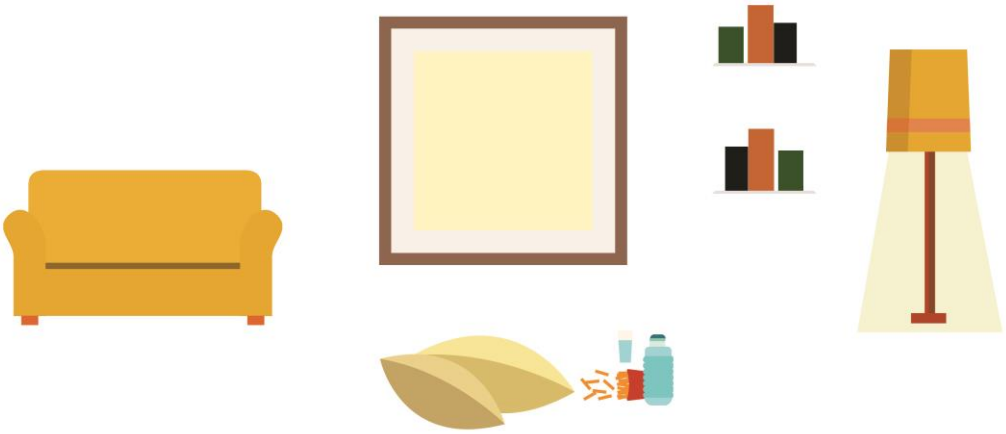
a b

Gambar.III.8 Studi properti pada hal 7, (a) Rumah, (b) Kentongan.



a b

Gambar.III.9 Studi properti pada hal 8, (a) Lemari, (b) Kasur.

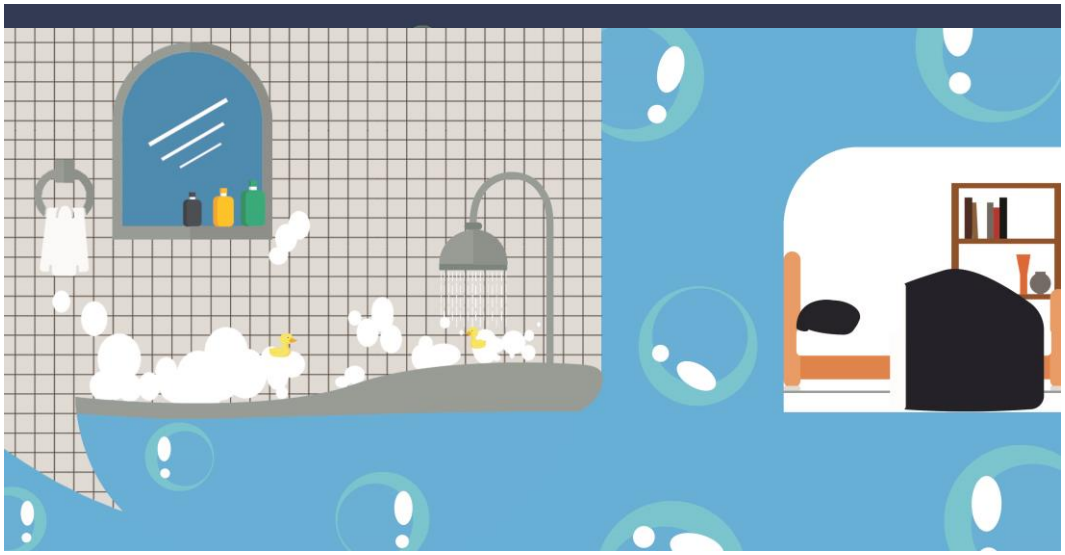


a b c

Gambar.III.10 Studi properti pada hal 9, (a) Sofa, (b) Frame, bantal dan snack, (c) Buku dan lampu.

III.2.4.3 Latar

Latar yang digunakan kebanyakan mengambil dari lingkungan sekitar rumah, alam sekitar, karena seperti sesuai dengan kehidupan sehari-hari pada jaman sekarang dan di desa.



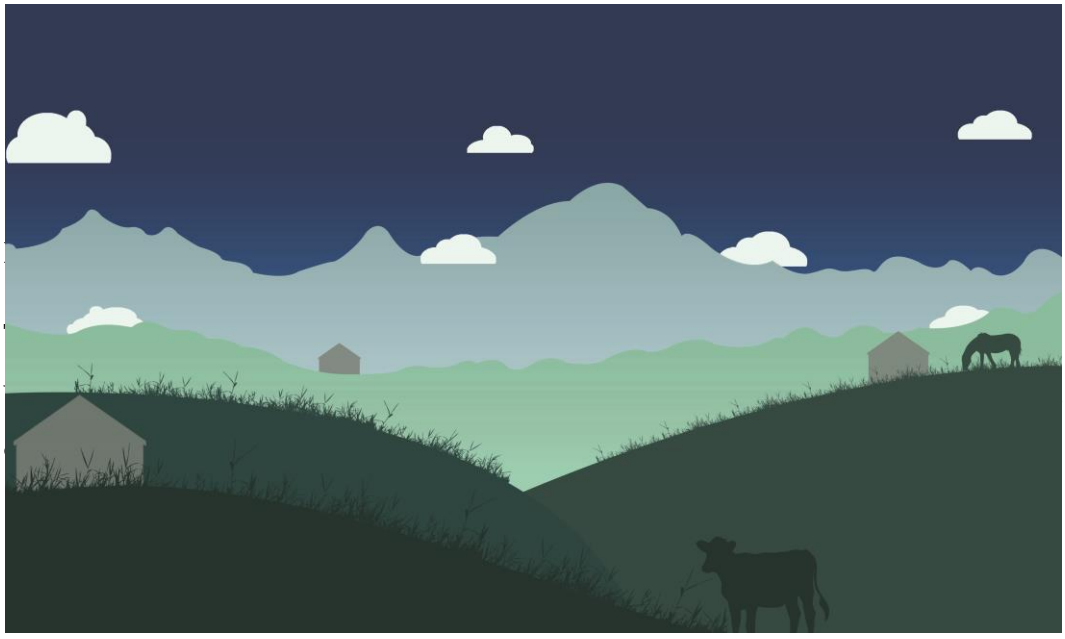
Gambar.III.11 Latar hal 3 kamar mandi.



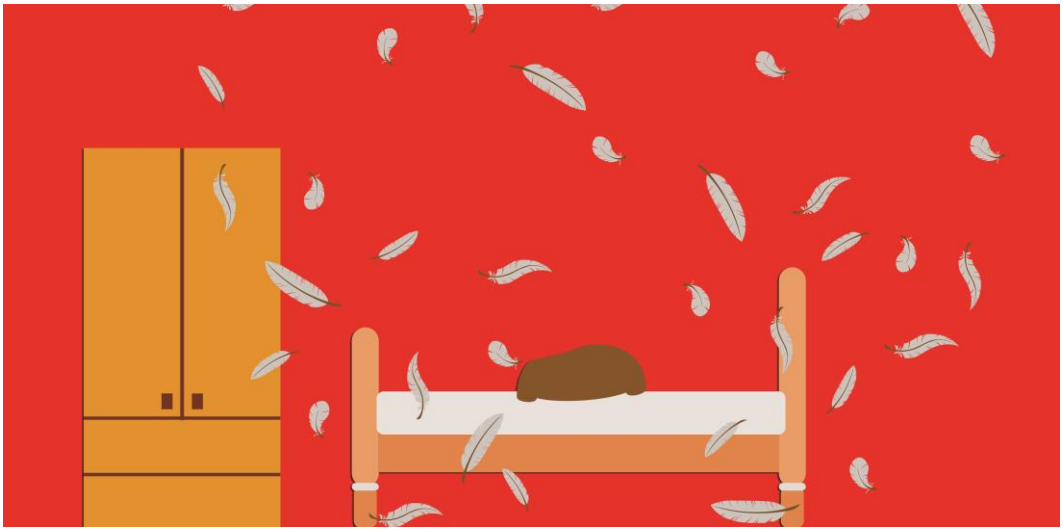
Gambar.III.12 Latar hal 4 suasana rumah sekitar.



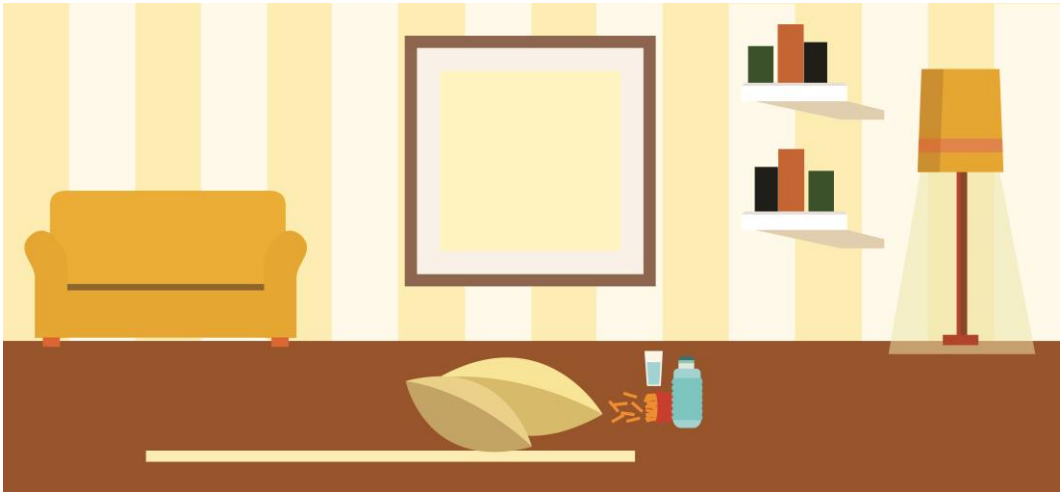
Gambar.III.13 Latar hal 5 suasana rumah sekitar.



Gambar.III.14 Latar hal 7 suasana alam sekitar.



Gambar.III.15 Latar hal 8 kamar.



Gambar.III.16 Latar hal 9 dalam rumah.

III.2.5 Studi Warna

Teknik pewarnaan vector. Pewarnaan solid, karena anak-anak lebih menyukai warna-warna yang jelas. Warna-warna yang diambil dari berasal dari esensi tradisional, maksudnya adalah warna-warna yang ada di sekitar rumah seperti hijau, coklat, kuning, biru, dan lainnya.



Gambar.III.17 Studi warna