BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Sebuah permasalahan yang ditemukan penulis pada tanaman obat keluarga adalah kurangnya informasi, pengetahuan dan pemahaman tentang tanaman obat keluarga. Banyaknya pembangunan-pembangunan yang mengakibatkan berkurangnya area lahan hijau untuk area umum maupun area khusus seperti rumah, membuat permasalahan itu begitu terlihat bahwa banyak sekali rumah-rumah yang memiliki pekarangan yang sempit, bahkan tidak ada sama sekali pekarangan rumah. Dalam perancangan media informasi tanaman obat perlu adanya strategi yang tepat untuk masyarakat 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 untuk tata cara mengoptimalkan penggunaan lahan yang sempit dan tidak ada sama sekali dalam menanam tanaman obat, serta memberikan informasi tanaman obat apa saja yang sering dipakai untuk pengobatan sehari-hari dan manfaatnya. Media informasi tersebut akan dikemas dengan penggunaan bahasa sederhana dengan bentuk pendekatan komunikasi yang baik.

III.1.1 Khalayak Sasaran

Penentuan khalayak sasaran sangat diperlukan dalam perancangan konsep media informasi ini agar pendekatan yang dilakukan kepada khalayak sasaran dapat lebih terfokus dan efektif dalam penyampain sebuah pesan.

III.1.1.1 Faktor Demografis

Masyarakat penduduk kota Bogor Selatan Kp. Bojong terutama ibu-ibu rumah tangga dalam hal ini adalah seorang wanita yang telah berkeluarga dengan kelompok umur 25-40 tahun keatas. Umumnya status sosial ekonomi masyarakat kota Bogor Selatan di Kp. Bojong tergolong dalam kelas menengah yaitu dengan dominasi pekerjaan diantaranya sebagai karyawan dan ibu rumah tangga yang.

III.1.1.2 Faktor Geografis

Kawasan penduduk yang berada didaerah Bogor Selatan Kp. Bojong dengan pemukiman yang cukup padat dan mempunyai lahan sempit dengan lebar 1 meter. Dengan keterbatasan lahan pekarangan itu, maka hal ini tentunya menjadi sebuah acuan untuk mencari strategi kreatif mengenai cara pengelolaan tanaman obat keluarga.

III.1.1.3 Faktor Psikografis

Perancangan konsep disesuaikan dengan keadaan psikologis masyarakat Bogor Selatan Kp. Bojong terutama ibu-ibu rumah tangga yang peduli terhadap kesehatan keluarganya dan mempunyai rasa ingin tahu cukup tinggi pada pengetahuan informasi diera modern ini.

III.1.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah awal untuk membuat perencanaan dalam menciptakan sebuah pendekatan komunikasi agar informasi tersebut tepat kepada sasaran yang dituju dan dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Dalam merancang sebuah media informasi tentang tanaman obat ini diperlukan sebuah strategi komunikasi yang mudah dimengerti, jelas dan ringan.

Strategi komunikasi pada media informasi adalah untuk menyampaikan sebuah informasi berupa materi-materi dengan komunikasi yang bersifat informatif, komunikatif dan edukatif. Tujuannya agar informasi yang diberikan dapat tersampaikan dan dipahami oleh khalayak bahwa informasi ini bersifat edukasi untuk memberikan ilmu pengetahuan. Disamping itu masyarakat kita sadar akan informasi dan teknologi yang berkembang.

III.1.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam perancangan media informasi ini untuk memberikan informasi dan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat tentang manfaat dari tanaman obat keluarga dipekarangan rumah. Selain itu meyakinkan masyarakat

tentang manfaat toga sebagai upaya penanggulangan dini masalah kesehatan secara alami dan memberi kesadaran kepada masyarakat untuk hidup sehat.

III.1.2.2 Pesan Utama

Pesan utama dari komunikasi yang akan disampaikan adalah memberikan informasi, pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai mudahnya memperoleh pengobatan alami untuk keluarga dengan cara memaksimalkan potensi halaman rumah menjadi taman obat keluarga yang berguna sebagai penanggulangan dini terhadap penyakit secara alami.

III.1.2.3 Pendekatan Visual

Strategi pendekatan visual ini menggunakan media buku sebagai media utamanya. Media buku dapat memberikan dan menampung banyak informasi kepada khalayak, berbeda dengan media lainnya yang tidak dapat memuat banyak informasi. Pendekatan visual melalui media buku ini juga sebagai pengingat disaat orang-orang lupa akan informasi dan akan dibaca kembali.

III.1.2.4 Materi Pesan

Pesan utama yang akan disampaikan pada media informasi ini adalah memberikan informasi tentang manfaat dari berbagai jenis tanaman obat yang dapat dipergunakan dan didapat dihalaman rumah dengan mudah dengan memanfaaatkan lahan pekarangan rumah yang kecil sekalipun.

III.1.3 Strategi Kreatif

Untuk mencapai tujuan proses komunikasi yang sudah direncanakan atau dirancang agar dapat disampaikan secara efektif kepada masyarakat maka perlu adanya strategi kreatif dalam memberikan informasi tersebut. Oleh karena itu disusun strategi kreatif dalam beberapa tahap antara lan :

1. *Awareness* (mengenalkan , memberitahukan)

Pada tahap ini strategi kreatif yang akan digunakan adalah mencoba untuk memperkenalkan tentang tanaman obat keluarga yang ditanam dipekarangan rumah

yang kecil dan meyakinkan masyarakat akan pentingnya kesehatan alami melalui *workshop* ataupun penyuluhan kepada masyarakat.

2. *Reminder* (mengingatkan)

Pada tahap ini strategi kreatif yang digunakan adalah mencoba mengingatkan kembali sekaligus memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang tanaman obat keluarga melalui sebuah media buku yang diharapkan dapat merubah pemahaman masyarakat dalam mengelola potensi tanaman obat keluarga dipekarangan rumah yang kecil.

III.1.3.1 Media Informasi

Media informasi dari waktu kewaktu akan terus berkembang dan diperlukan setiap harinya, karena melalui media informasi ini manusia dapat mengetahui informasi yang sedang hangat berkembang. Sebuah media informasi dapat dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan kepada masyarakat tepat sasaran dan dimengerti dan bermanfaat.

III.1.3.2 Definisi Media Informasi

Demikian pentingnnya media informasi pada masa ini, dikarenakan melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi dan dapat bertukar pikiran serta berinteraksi satu samalainnya. Kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Medium dapat didefinisikan sebagai perantara atau pengantar terjadinya komunikasi dari pengirim menuju penerima (Heinich et.al., 2002; Ibrahim, 1997; Ibrahim et.al., 2001). Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan (Criticos, 1996). Sedangkan pengertian dari informasi secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang (Gordon B. Davis 1990; 11).

Maka pengertian dari media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan

yang bermanfaat bagi penerima informasi, adapun penjelasan Sobur (2006) media informasi adalah “alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual”

III.1.4 Strategi Visual

Strategi visual yang akan direalisasikan adalah dengan mengacu pada faktor-faktor yang telah diuraikan pada permasalahan diatas sehingga strategi visual tersebut dapat disampaikan dengan efektif dengan memaparkan visualisasi yang realistis didalamnya.

III.1.5 Strategi Media

Strategi media ini menggunakan media utama yaitu buku untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh si pembaca dan media pendukungnya untuk melengkapi media utama agar lebih memudahkan dalam penyebaran media informasi tersebut sampai kepada target yang dituju.

III.1.5.1 Media Utama

Media utama yang akan digunakan untuk memecahkan solusi permasalahan ini harus benar-benar tepat agar dapat menjawab sebuah permasalahan yang terjadi, dalam pemilihan media informasi ini adalah

- Buku Informasi

  Buku informasi ini memberikan pendekatan secara menyeluruh karena media informasi cetak ini dapat menampung banyak informasi penting yang dibutuhkan oleh khalayak serta dapat dengan mudah ditemukan dimana-mana dan dapat dibaca oleh kalangan manapun. Buku informasi ini akan dibagikan gratis untuk setiap 1 kepala keluarga bagi yang mengikuti program workshop. Buku ini juga akan disebarkan ditoko-toko buku, lembaga swadaya masyarakat dan pada saat acara berlangsung.

III.1.5.2 Media Pendukung

Media pendukung merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama agar penyampaian media informasi tersebut dapat diaplikasikan dengan media

pendukungnya. Media-media pendukung yang digunakan pada media informasi tanaman obat keluarga ini adalah :

- Poster

  Poster merupakan media pendukung yang dapat menginformasikan pesan yang akan disampaikan karena poster adalah media yang sering dilihat dan dijumpai ditempat-tempat umum. Poster akan disebarkan dan ditempel di sekolahan, kecamatan dan ditoko buku. Poster akan dibuat dalam dua jenis yaitu poster jadwal acara penyuluhun (poster yang berisi ajakan, jadwal acara, tempat tempat berlangsungnya acara) dan poster penyebaran buku (poster untuk mengiklankan buku).

- X-Banner

  X-Banner merupakan media yang hanya dapat dilihat dan dijumpai ditempat-tempat tertentu. X-Banner ini akan ditempatkan ditempat seperti desa, kecamatan, sekolah dan toko buku serta tempat penyuluhan berlangsungnya acara.

- Stiker

  Stiker merupakan media yang sangat praktis dan efisien karena dapat dibagikan kepada siapapun dan ditempel dimanapun, terutama dikaca mobil, motor dan pintu-pintu rumah.

- Mug

  Mug merupakan media yang paling sering dipakai setiap hari dan media ini sangat baik untuk media pengingat. Mug akan dibagikan sebagai *souvenir* kepada orang-orang yang mengikuti acara penyuluhan dari awal hingga selesai.

- Alat-alat Berkebun

  Alat berkebun adalah fokus utama dalam hal ini, maka dengan mengenal dan menggunakan media ini akan mempermudah pekerjaan dalam menanam tanaman dipekarangan rumah. Alat-alat berkebun antara lain sekop kecil, garpu tanah, cangkul, spray air, penyiram air, pot, sarung tangan, sepatu bot dan lai-lain akan dibagikan kepada orang-orang yang berhasil dalam menanam tanaman obat keluarga tersebut.

III.1.6 Strategi Distribusi

Pendistribusian dilakukan dengan beberapa pihak antara lain Ibu-ibu PKK, LSM, sekolahan dan toko buku, kel. Pamoyanan Kp. Bojong RW.02 Bogor Selatan. Media utama buku informasi akan disalurkan ditempat penyuluhan dan toko-toko buku. Sedangkan media pendukung seperti poster akan disebarkan diarea-area sekitar penyuluhan tersebut. Adapun tabel pendistribusian media sebagai berikut :

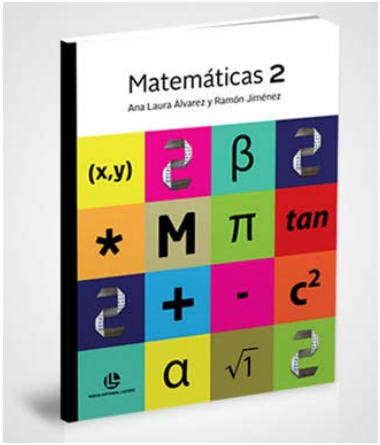
Tabel III.1 Strategi Distribusi Media

Distribusi Media Tahun 2016												
MEDIA	JUNI				JULI				AGUSTUS			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buku												
X-Banner												
Poster Acara												
Poster Buku												
Stiker												
Pin												
Spray												
Wateringcan												
Mug												

III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan dalam media informasi ini adalah menggunakan *flat design*, gambar yang dibuat sangat *simple* dan seminimalis mungkin. Flat design merupakan desain dengan pendekatan minimalis yang menekankan kegunaan, dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan, tekstur, berfokus pada tipografi, warna-warna cerah dan ilustrasi dua dimensi. Konsep *flat design* ini menggunakan ikon yang berhubungan langsung dengan tema tanaman. Untuk elemen-elemen estetika itu berbentuk polygon atau persegi enam yang terinspirasi dari media pot yang ditumpuk dan berwarna sesuai dengan warna-warna alam.

Selan itu dibuat juga maskot dalam konsep ini yang berpenampilan sebagai orang yang sedang berkebun untuk memberikan pesan yang lebih dalam. Konsep visual ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi, perkembangan zaman dan perkembangan didunia desain dengan mengikuti gaya hidup masyarakat saat ini.



Gambar III.1 Referensi *Cover*

III.2.1 Format Desain

Dalam format desain media utama, buku informasi ini mengacu pada perkembangan teknologi dan perkembangan desain. Oleh karena itu hampir semua tidak tertinggal akan perkembangan zaman. Penggunaan visual dan warna disesuaikan dengan media pendukung lainnya. Untuk ukuran buku ini berukuran 18cm x 24 cm dengan menggunakan *hardcover*, sedangkan untuk media lainnya menyesuaikan sesuai format aslinya.



Gambar III.2 *Cover* Book

III.2.2 *Layout*

Surianto (2009) menjelaskan “Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung kosep atau pesan yang dibawanya. Me-*layout* adalah salah satu proses atau tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan layout pekerjaannya. Namun definisi *layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatkan bahwa me-*layout* itu sama dengan mendesain” (h.20).

Dalam mendesain layout harus mengacu kepada prinsip-prinsip desain yaitu proporsi, keseimbangan, irama, kesatuan dan fokus antara lain :

- Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan dalam layout ini menggunakan prinsip simetris karena lebih mengesankan informal, modern, dinamis dan berani. Dalam layout ini terlihat bahwa elemen-elemen estetika dan ikon-ikon serta tipografi yang tersusun rapi.

- Irama (*rythm*)

Irama adalah pengulangan atau variasi-variasi dari komponen-komponen desain grafis. Pengulangan komponen grafis dilayout ini menggunakan regular yaitu pengulangan dengan jarak dan waktu sama. Pengulangan ini terlihat dari elemen estetika yang berbentuk *polygon* dan ikon-ikon yang tersusun.

- Kesatuan (*unity*)

Semua bagian dan unsur grafis bersatu-padu dan serasi sehingga pembaca memahaminya sebagai suatu kesatuan. Objek terlihat konsisten dan kesamaan dengan bentuk, ukuran, proporsi yang sama cenderung terlihat sebagai kesatuan grup.

- Proporsi (*proportion*)

Proporsi disini memberikan kesesuaian antara ukuran halaman dengan konten didalamnya baik tulisan ataupun gambar dan terkesan dekat.

- Kontras (*contrast*)

Dalam memberikan kontras, unsur pertama dalam menonjolkan kekontrasan itu adalah warna yang dominan untuk memberikan kesan ketertarikan pada pandangan pertama, lalu setelah itu fokus ke judul buku dan terakhir adalah gambar.

III.2.2.1 Elemen Estetika

Desain yang menekankan fungsi tanpa keindahan atau estetika tidak menarik sehingga tidak komunikatif. 'Menarik' atau 'indah' bisa dinilai dengan menggunkan mata (lahir) atau dengan hati (batin). Desain bisa menarik karena indah dipandang atau konsepnya yang kreatif. Keindahan yang dibahas lebih ditekankan pada kemampuan mata sebagai penilai. (Hendi Hedrataman, 2006, h.13).

Elemen estetis yang digunakan dalam mendesain ini lebih ditonjolkan dalam bentuk segienam. Segienam dalam hal ini terinspirasi dari sebuah media tanam yaitu pot. Pengambilan elemen estetis ini tidak lepas dari unsur komponen desain yaitu bentuk. Setiap bentuk mempunyai arti dan makna masing-masing, sama halnya dengan segienam ini yang berirama, teratur dan ruang. Segienam yang tersusun dan mempunyai warna berbeda-beda berhubunngan dengan psikologi warna yang dipakai dengan tema alam dan tanaman itu sendiri.

III.2.2.2 Ikon

Ikon adalah tanda yang didasarkan atas "keserupaan" atau "kemiripan" ("resemblance") di antara representamen dan objeknya, entah objek tersebut betul-betul eksis atau tidak. Akan tetapi, sesungguhnya ikon tidak semata-mata mencakup citra-citra realistis seperti lukisan, foto saja, melainkan juga ekspresi-ekspresi semacam grafik-grafik, skema-skema, peta geografis, persamaan-persamaan matematis, bahkan metafora (Budiman, 2005:56).

Jadi ikon sendiri dapat pula dikatakan, sebagai objek atau tanda yang memiliki ciri-ciri sama dengan apa yang dimaksudkan. Dalam hal ini penerapan ikon sendiri yang diaplikasikan pada desain *cover* buku memang sudah dalam konsep dan tema

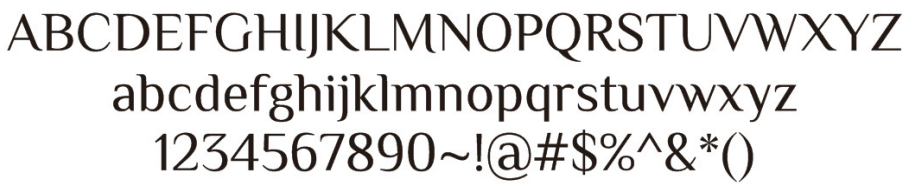
tanaman obat. Ikon-ikon yang dibuat dan diaplikasikan semuanya adalah hasil dari penelitian bahwa ikon tersebut memang benar-benar berhubungan erat dengan tema tanaman.

III.2.3 Huruf

Pemilihan huruf dalam mendesain harus menekankan keterbacaan yang sangat baik dan harus cocok dengan tema yang dipakai. Huruf juga berfungsi sebagai bagian dari visual karena menampilkan keindahan dan penjelasan dari suatu informasi. Adapun huruf yang dipakai antara lain :

- **Philosopher**

  Philospher digunakan dalam mendesain ini karena bentukya yang tidak kaku seperti tema yang dipakai.



Gambar III.3 Huruf Philosopher

- **Century Gothic**

  Century Gothic dipakai karena keterbacaannya yang sangat jelas dan tegas, cocok untuk penggunaan penulisan isi dari informasi.



Gambar III.4 Huruf Century Gothic

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid, dan lain-lain. Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai *image bitmap* hingga karya foto.(Kusrianto, 2009 : 140)

Fungsi ilustrasi adalah untuk memperjelas teks dan sekaligus sebagai *eye-catcher*. sejalan dengan munculnya berbagai *software* pengolah gambar, saat ini telah berkembang berbagai jenis dan bentuk ilustrasi, tidak hanya berupa foto dan gambar manual. Pada prinsipnya semua elemen visual dapat digunakan sebagai ilustrasi. semua teknik dapat dilakukan untuk mewujudkan ide. (Supriyono. 2010 : 169).

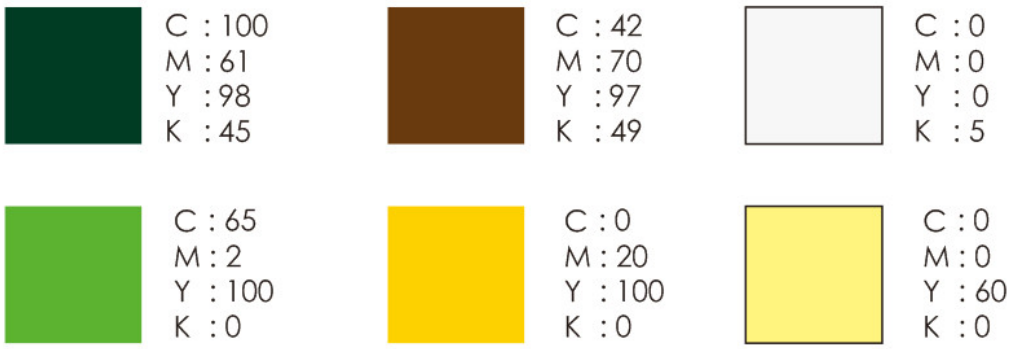
Dalam perancangan media utama ini lebih banyak menggunakan ilustrasi foto-foto asli untuk memberikan informasi yang asli agar tidak salah dalam penyampaian pesan. Terdapat juga ilustrasi berupa ikon dan maskot yang semuanya itu berhubungan langsung dengan tanaman obat seperti sekop, pot, tanaman, matahari dan lain-lain.

III.2.5 Warna

J. Linschoten dan Drs. Mansyur Warna menjelaskan "Warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda.Dari pemahaman diatas dapat dijelaskan bahwa warna, selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang, mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda".

Warna merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam desain. Warna tidak hanya sekedar warna saja tetapi dapat memberikan makna dan arti tersendiri pada setiap warnanya. Pemilihan warna dapat memberikan efek ketertarikan seseorang

terhadap apa yang dilihatnya. Dengan memilih warna yang sesuai dengan tema dan konsep maka akan terjalin suatu kesatuan *visual* serta pesan yang ingin disampaikan sama dengan apa yang dipikirkan.



Gambar III.5 Warna

Warna-warna yang dipilih adalah sesuai dengan tema dan konsep antara lain warna hijau itu diambil dari warna daun atau pohon, warna coklat diambil dari tanah, warna hijau muda melambangkan keasrian, kesehatan, warna kuning diambil dari warna matahari yang baik untuk manusia dan kehidupan serta 2 warna terakhir adalah warna soft pendukung dari warna warna yang dominan dipakai.