BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dibutuhkan strategi atau perencanaan yang harus ditentukan terlebih dahulu. Strategi adalah suatu teknik yang disusun untuk mencapai sebuah kemenangan atau tujuan tertentu. Menurut Stephanie K. Marrus, strategi adalah "suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai". Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Menurut Syifaun Nafisah, perancangan sistem dapat dirancang dalam bentuk bagan alir sistem (*system flowchart*), yang merupakan alat bentuk grafik yang dapat digunakan untuk menunjukan urutan-urutan proses dari sistem. Dari pengertian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi perancangan adalah tata cara yang telah disusun dan ditetapkan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Agar perancangan informasi mengenai Alat Eksekusi Mati pada Abad Pertengahan ini menjadi efektif dan mencapai tujuan, maka dibutuhkan strategi perancangan yang terkonsep dengan baik. Berikut ini merupakan tahapan strategi perancangan dalam pembuatan informasi Alat Eksekusi Mati pada Abad Pertengahan:

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan informasi agar audiens mengetahui hukuman seperti ini pernah ada di dunia masyarakat. Pada abad pertengahan terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi jenis hukuman yang diberlakukan, seperti faktor agama, budaya, lingkungan dan kurun waktu yang berbeda. Tetapi penegakan hukum memiliki fungsi yang tetap sama, yaitu menjaga ketertiban, rasa aman dan nyaman pada masyarakat dan memberikan rasa takut kepada masyarakat agar tidak melakukan kejahatan serupa. Tujuan perancangan informasi ini agar target audiens lebih mengetahui fungsi hukum yang berlaku.

III.1.2 Target Audiens

Target audiens adalah kelompok sasaran maupun segmen pasar yang dituju secara khusus. Audiens juga dapat disebut sebagai pendengar, pemirsa, hadirin, penonton atau pembaca suatu media yang menjadi sasaran. Target audiens (seperti dikutip Ari Yuda Pramono, 2012) menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah sekelompok pembeli atau *buyer* yang memiliki kebutuhan dan karakteristik yang sama menjadi tujuan promosi perusahaan.

Untuk target audiens Tugas Akhir ini, penulis telah mengklasifikasikan target audiens sebagai berikut:

III.1.2.1. Demografis

- Gender : Laki-laki dan perempuan
- Usia : 16 tahun sampai 17 tahun
- Pekerjaan : Siswa
- Pendidikan : SMA

III.1.2.2. Geografis

Wilayah Kota Bandung.

III.1.2.3. Psikografis

Menurut Syamsu Yusuf dalam bukunya yang berjudul "Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja, 2011, perkembangan psikologi pada remaja dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

- **Perkembangan Kognitif (kemampuan berpikir)**
  - Secara intelektual, remaja mulai dapat berpikir logis tentang gagasan abstrak
  - Berfungsinya kegiatan kognitif tingkat tinggi, yaitu membuat strategi, membuat keputusan serta memecahkan masalah.
  - Sudah mampu membedakan yang konkrit dengan yang abstrak.
  - Munculnya kemampuan nalar secara ilmiah, belajar menguji hipotesis.
  - Mulai menyadari proses berpikir efisien dan belajar berintrospeksi.

- Wawasan berpikir semakin luas.

- **Perkembangan Emosi**

  Remaja mengalami puncak emosionalitasnya, yaitu perkembangan emosi tingkat tinggi. Berikut ciri-ciri emosi pada remaja :

  - Menunjukkan sifat sensitif, reaktif yang kuat, emosinya bersifat negatif dan tempramental (mudah tersinggung, marah, sedih dan murung)
  - Agresif (melawan, keras kepala, berkelahi dan suka mengganggu.
  - Regresif atau lari dari kenyataan
  - Menyukai tantangan yang datang dari luar maupun dari dalam dirinya.

III.1.3 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi juga perlu dilakukan agar target audiens lebih mudah memahami isi dari informasi yang ingin disampaikan. Komunikasi (seperti dikutip Mu'alif Lihawa, 2012) adalah penyampaian pikiran atas perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan mengunakan lambang lambang yang bermakna bagi kedua bela pihak. Untuk memperkenalkan informasi tentang alat eksekusi mati pada abad pertengahan, diperlukan pendekatan kepada target audiens. Hal ini bertujuan agar target audiens dapat merasakan suasana seperti pada abad pertengahan. Pendekatan komunikasi dibagi menjadi dua bagian, yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal.

III.1.3.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan digunakan dalam perancangan informasi ini akan menggunakan gaya visual terkait latar, karakter dan pakaian sesuai dengan gaya masyarakat dan bangunan pada abad pertengahan. Hal ini digunakan agar target audiens mendapatkan suasana pada abad pertengahan. Berikut refrensi visual yang akan digunakan dalam perancangan informasi ini adalah :

Untuk refrensi pakaian yang akan digunakan pada rancangan informasi ini mengacu pada gaya seperti gambar dibawah ini.



Gambar III.1. Pakaian Abad Pertengahan
Sumber :
http://i1057.photobucket.com/albums/t398/
dboy19941/Medieval11_zps8f81d0a0.jpg
Diakses pada 12 Mei 2016

III.1.3.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal untuk perancangan informasi ini adalah menggunakan bahasa Indonesia. Pendekatan verbal ini dilakukan karena diasumsikan semua remaja yang memiliki pendidikan pada jenjang telah bisa berbahasa Indonesia. Dalam perancangan informasi ini tidak akan menggunakan banyak istilah yang sulit dimengerti.

III.1.4 Materi Pesan

Pesan yang ingin disampaikan pada perancangan ini adalah memperkenalkan tentang alat eksekusi mati pada abad pertengahan di Eropa dan tokoh-tokoh yang berkaitan dengan eksekusi mati tersebut.

III.1.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah susunan bahasa yang dapat mempengaruhi target audiens. Gaya bahasa yang akan digunakan pada informasi ini akan menggunakan pendekatan emosional.

Remaja cenderung menyukai tantangan, maka informasi ini akan menggunakan gaya bahasa untuk menantang remaja untuk berani atau tidak melihat ilustrasi proses eksekusi mati. Pendekatan emosional juga akan digunakan pada kisah tokoh yang pernah dieksekusi mati. Seperti Tupac Amaru II yang dieksekusi didepan keluarganya, sehingga audiens dapat membayangkan perasaan keluarga dari Tupac Amaru II.

III.1.6 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran perancangan juga perlu direncanakan sesuai dengan kebiasaan, aktifitas, tempat yang dituju oleh target audiens pada kegiatan sehari-hari. Hal ini dilakukan agar lebih efisien dan tepat sasaran sesuai dengan kegiatan yang dilakukan dan pola pikir target audiens.

III.1.6.1 *Consumer Insight*

Perancangan *consumer insight* perlu dilakukan agar mengetahui target audiens untuk mendekati secara perilaku atau kebiasaan. *Consumer insight* (seperti ditulis Amalia E. Maulana, 2009) adalah "Proses mencari tahu secara lebih mendalam dan *holistic*, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya".

Perancangan informasi ini memilih remaja sebagai target audiens. Dalam kehidupan sehari-harinya, remaja memiliki perilaku sebagai berikut:

- Remaja akan melakukan apapun agar diaggap pemberani oleh teman remaja lainnya.
- Semakin ditantang, remaja akan semakin ingin melakukan tantangan tersebut.
- Remaja akan menantang balik teman remaja dalam pergaulannya sebagai pembuktian.

III.1.6.2 *Consumer Journey*

Perencanaan *consumer journey* perlu dilakukan agar mengetahui tempat-tempat yang biasa dituju oleh target audiens pada kegiatan sehari-hari dengan tujuan untuk menjangkau setiap tempat yang memungkinkan untuk dikunjungi oleh target audiens. *Consumer Journey* (seperti dikutip Abraham Ryan, 2015) menurut Italo Gani adalah tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum mencapai goal atau tujuan dari kampanye *digital marketing*.

Tabel 3.1. Consumer Journey
Sumber : Dokumentasi Pribadi

No	Kegiatan	Tempat	*Point of Contact*
1	Bangun Tidur	Rumah, melalui media sosial	*facebook*, *instagram*, iklan majalah
2	Perjalanan ke Sekolah	Jalan, Lingkungan Sekitar Sekolah	Poster, Stiker
3	Sekolah	Majalah Dinding	Poster, Stiker
4	Istirahat	Kantin	Poster, Stiker,
5	Jam pulang sekolah	Sekitar lingkungan sekolah, warung, kafe	*Flyer*, Stiker, Poster, Gantungan Kunci
6	Pulang ke Rumah	Jalan, Lingkungan Sekitar Sekolah	Poster, Stiker
7	Libur - Rumah	Melalui media sosial	*facebook*, *instagram*
8	Libur - Car Free Day	Sekitar car free day	Poster, Stiker, X-Banner
9	Belanja	Distro, toko baju	Poster Gantungan Kunci, Flyer

III.1.6.3 Indikator Konsumen

Indikator konsumen menjelaskan bagaimana ciri-ciri tampilan fisik tampilan konsumen atau target audiens secara garis besar. Berikut ini adalah tampilan fisik sebagian besar remaja yang bersekolah di perkotaan Kota Bandung.



Gambar III.2. Garis Besar Tampilan Fisik
Target Audiens
Sumber :
http://www.jurnalbandung.com/wp-content/uploads/2015/09/siswa-sma-bandung.jpg
Diakses pada 12 Mei 2016

III.1.7 Strategi Kreatif

Perancangan *card game* ini berisi tentang informasi yang dapat menambah wawasan tentang hukuman eksekusi mati yang terjadi pada abad pertengahan. *Card game* ini berisi tentang informasi alat, proses dan cara eksekusi mati juga tokoh yang berkaitan dengan masing-masing eksekusi mati tersebut. *Card game* ini dirancang dengan bahasa yang tidak sulit untuk dimengerti, agar target audiens dapat mengerti seluruh informasi yang terdapat dalam card game ini. Selain itu, *card game* ini dilengkapi dengan buklet yang berisi sejarah tokoh dan alat eksekusi yang belum terdapat pada konten informasi yang berada didalam kartu, sehingga target audiens mendapatkan informasi tambahan. Dalam *card game* tokoh, terdapat sistem *attack point* dan *health point*, sehingga target audiens tidak

hanya mendapatkan informasi dan edukasi saja, tetapi bisa mendapatkan hiburan berupa permainan pertarungan kartu.

- **Copywriting**

  Untuk menghubungkan produk atau jasa dengan target audiens, diperlukan *copywriting* untuk lebih menarik perhatian target audiens. *Copy* (seperti dikutip Dewi, 2013) menurut Sandra Moirarty adalah teks dari suatu iklan atau kata-kata yang diucapkan orang dalam iklan. Jadi dapat diartikan, *copywriting* adalah proses atau cara untuk menciptakan teks iklan tersebut.

  Dalam perancangan informasi ini, penulis memilih kalimat **"*Play It If You Dare*"** atau **"Coba Mainkan Kalo Berani"**, karena sesuai dengan pola pikir remaja yang menyukai tantangan dan akan sengaja melakukan jika ada kata-kata tantangan.

- **Visualisasi**

  Setelah seluruh proses strategi kreatif telah ditetapkan, proses selanjutnya adalah visualisasi. Visualisasi (seperti dikutip Rizal Roli, 2015) menurut Schneiderman adalah penggunaan komputer pendukung, penggambaran data visual interaktif untuk memperkuat pengamatan. Visual tokoh yang digunakan pada *card game* ini berupa ilustrasi manual mengacu kepada gaya visual lukisan abad *Victorian*. Hal ini dilakukan agar target audiens dapat merasakan suasana abad pertengahan dan wajah tokoh lebih mudah dikenali. Pada kartu alat dan proses eksekusi, ilustrasi dibuat menjadi ikonik untuk meminimalisir gambar yang dapat menimbulkan kesan kejam dan sadis.

III.1.8 Strategi Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata "medium".Media (seperti dikutip Syahrul, 2013) menurut Wilbur Schramm, 1973, media adalah "teknologi pembawa pesan yang dapat dimanfaatkan untuk pembelajaran".

III.1.8.1 Media Utama

Media utama yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi tentang Alat Eksekusi Mati pada Abad Pertengahan ini adalah *Game Card*. Berikut penjelasan mengenai *Card Game* yang akan dibuat :

- **Sejarah**

  Permainan jenis *card game* pada awalnya menjadi terkenal karena populernya permainan kartu koleksi dari Jepang yang dibuat dan dipublikasikan oleh Konami yaitu permainan *Yu-Gi-Oh : Trading Card Game*. Permainan *Yu-Gi-Oh : Trading Card Game* pertama kali dimunculkan pada tahun 1999 kemudian tercatat sebagai *Top Selling Trading Card* pada tanggal 7 Juli 2009, karena telah menjual lebih dari 25 miliar kartu diseluruh dunia. Permainan *Trading Card* ini terus mengalami peningkatan popularitas hingga muncul beberapa permainan serupa seperti *Digimon Card Battle* dan *Monster Rancher Card Battle*.

- **Peraturan**

  Pada setiap jenis permainan papan terdapat peraturan yang harus dipatuhin oleh setiap pemain, pada *card game* ini terdapat peraturan sebagai berikut :

  - **Persiapan**

    Pemain diperbolehkan membawa kartu paling banyak 20 buah. Jenis kartu yang dibawa oleh pemain dibebaskan. Kemudian kartu tersebut diacak terlebih dahulu sebelum permainan dimulai untuk menghindari kecurangan susunan kartu yang keluar terlebih dahulu. Kartu yang sama persis hanya boleh dibawa maksimal 6 buah.

  - **Area Permainan**

    Area permainan adalah tempat meletakkan masing-masing jenis kartu yang akan digunakan ketika bermain. Berikut adalah aturan peletakan jenis kartu:



Gambar III.3. Area Permainan
Dokumentasi Pribadi

- **Area Dek Kartu**

  Area dek kartu adalah tempat meletakkan dek kartu yang dibawa oleh pemain.

- **Area Kartu yang Keluar**

  Area Kartu yang Keluar adalah tempat meletakkan 4 kartu teratas dalam dari susunan dek kartu.

- ***Graveyard***

  Graveyard adalah tempat meletakkan kartu yang telah dipakai dan tidak dapat digunakan kembali oleh pemain.

- **Area *Hero Card***

  Area *Hero Card* adalah tempat meletakkan *Hero Card* yang akan digunakan untuk melawan pemain lain.

- **Area *Death Card***

  Area *Death Card* adalah tempat meletakkan kartu *Death Card* yang digunakan untuk mengeksekusi *Hero Card* Jika *Health Point Hero Card* lawan telah habis.

III.1.8.2 Navigasi Media Utama

Permainan kartu ini hanya dimainkan oleh dua orang pemain. Setiap pemain hanya diperbolehkan membawa paling banyak 20 buah kartu. Seluruh kartu yang dibawa wajib diacak terlebih dahulu agar susunan kartu yang dibawa bertanding benar-benar acak. Seluruh kartu tersebut disimpan dengan posisi menutup. Lalu setiap pemain diperbolehkan mengambil 4 kartu dari posisi paling atas dari tumpukan kartu. Jika dari keempat kartu tersebut tidak ada *Hero Card*, maka 4 kartu tersebut dibuang kedalam *graveyard* dan tidak bisa digunakan kembali kemudian diganti dengan 4 kartu yang baru. Kedua pemain memilih *Hero Card* sebagai kartu utama yang akan ditandingkan. Jika poin pertahanan dari *Hero Card* habis, maka pemain dapat menggunakan kartu *Death Card* untuk mengeksekusi *Hero Card*. Namun jika pada dek terbuka pemain tidak memiliki Death Card, pemain dapat mengganti Hero Card dengan Hero Card yang terdapat pada dek terbuka. Jika *Death Card* berhasil dikeluarkan, maka *Hero Card* tersebut dinyatakan gugur dan pemain mendapatkan 1 poin kemenangan dan pemain yang gugur harus mengganti *Hero Card* yang baru. Pemain yang lebih dahulu mengumpulkan 3 poin kemenangan dinyatakan sebagai pemenang.

III.1.8.3 Media Pendukung

Media pendukung adalah media lain yang digunakan untuk menunjang media utama. Media pendukung juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan media utama. Berikut adalah media pendukung yang akan digunakan :

- **Lembar Tutorial**

  Tutorial (seperti ditulis Jan Nasution, 2012) adalah "salah satu metode untuk mentransfer pengetahuan dan dapat digunakan sebagai bagian dari proses belajar". Lembar tutorial berisikan tentang cara bermain dan peraturan *card game* ini.

- **Poster**

  Poster (Seperti ditulis Dina Wulandari, 2013) adalah selembar kertas berukuran cukup besar yang dipasang pada dinding atau permukaan lain. Fungsi poster adalah untuk mempromosikan atau menginformasikan suatu pesan.

- **Buklet Kartu**

  Buklet (seperti ditulis Kreasindo, 2016) adalah "buku kecil yang terutama digunakan untuk mewakili perusahaan dan rincian produk". Buklet kartu berisikan informasi secara lengkap tentang masing-masing kartu, baik *Hero Card* maupun *Death Card*.

- **Flyer**

  Flyer (seperti dikutip Kreasindo, 2016) juga disebut surat edaran atau leaflet, merupakan bentuk uklan kertas yang ditujukan untuk distribusi yang luas dan biasanya dipasang atau didistribusikan di tempat umum. Flyer berisikan informasi mengenai tahun terbit kartu, lokasi kartu ini bisa didapatkan, dan nama akun sosial media agar ketika target audiens ingin mengetahui informasi lebih lanjut tentang kartu ini. Flyer akan dicetak dengan ukuran A5(21 cm x 14,8 cm). Hal ini bertujuan agar mudah dibagikan kepada target audiens.

- **X Banner**

  X banner atau bisa juga disebut dengan *standing banner* (seperti ditulis Aryo Widiantoko, 2016) adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi penyangga berbentuk "X" sehingga banner bisa berdiri sendiri. berisikan informasi mengenai mandatory, lokasi untuk mendapatkan kartu ini, tagline, nama akun sosial media dan testimoni dari konsumen yang telah membeli *card game* ini.

- **Poster Instagram**

  Poster *Instagram* dapat menjadi media informasi dan pengingat untuk menjangkau target audiens yang aktif dalam sosial media *Instagram*.

- **Poster Facebook**

  Poster *Facebook* dapat menjadi media informasi dan pengingat untuk menjangkau target audiens yang aktif dalam sosial media *Facebook*.

- **Gantungan Kunci**

  Gantungan kunci dipilih sebagai media pengingat karena mudah dibawa dan dapat digunakan sebagai gantungan kunci motor bagi remaja yang memiliki motor atau sebagai gantungan kunci kamar.

- **Stiker**

  Stiker (seperti dikutip Gugun, 2012) adalah bahan yang dapat menempel sendiri atau dengan kata lain memiliki bahan perekat sehingga dapat ditempelkan di benda.. Stiker berisi pengingat tahun dikeluarkannya *card game* ini.

- **Kemasan Kartu**

  Kemasan (seperti dikutip Nashrullah Hasin, 2016) Menurut Kotler, 1995, pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Kemasan kartu dibuat untuk melindungi kartu selama proses pendistribusian dan sebagai identitas produk untuk berkomunikasi kepada target audiens.

- **Iklan Majalah *Game***

  Iklan majalah *game* dapat menjangkau target audiens yang sering membeli majalah *game* atau telah berlangganan majalah khusus *game*.

III.1.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Untuk penyebaran media, dibutuhkan perencanaan distribusi agar lebih mudah dalam melakukan kegiatan promosi. Menurut Kotler (1997), distribusi adalah sekumpulan organisasi yang membuat sebuah proses kegiatan penyaluran suatu barang dan jasa sehingga siap untuk dipakai atau dikonsumsi oleh para konsumen (pembeli). Berikut waktu yang telah ditentukan untuk penyebaran media:

Tabel 3.2. *Timeline* Penyebaran Media Utama
Sumber : Dokumentasi Pribadi

NO	LOKASI	Juli				Agustus				September			
	Toko Buku												
1.	Gramedia												
2.	Tisera												
3.	Gunung Agung												

Tabel 3.3. *Timeline* Penyebaran Media Pendukung
Sumber : Dokumentasi Pribadi

NO	LOKASI	Juli				Agustus				September			
	Media Pendukung												
1.	Poster Cetak												
2.	Poster Instagram												
3.	Poster Facebook												
4.	Gantungan Kunci												
5.	Flyer												
6.	Buklet												
7.	Tutorial												
8.	Stiker												
9.	X-Banner												

III.1.10 *Mandatory*

Untuk menyampaikan informasi Alat Eksekusi Mati pada Abad Pertengahan, diperlukan mandatory sebagai pihak yang menjadi penanggung jawab dalam media kartu. *Mandatory* yang akan menjadi pihak yang bertanggung jawab atas seluruh produksi Kartu Alat Eksekusi Mati pada Abad Pertengahan ini adalah Gunung Kelud.

III.2 Konsep Visual

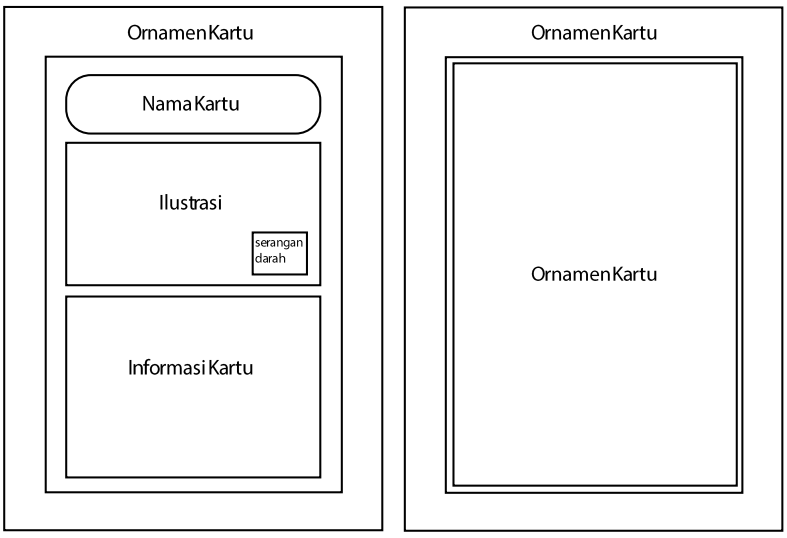
Untuk mengklasifikasikan ide-ide visual yang akan digunakan untuk pembuatan rancangan informasi ini, dibutuhkan pembuatan konsep agar seluruh penerapan objek visual lebih mudah ditentukan. Konsep Visual yang digunakan pada perancangan informasi Alat Eksekusi Mati pada Abad Pertengahan adalah:

III.2.1 Format Desain

Format desain card game dibuat dengan ukuran 6,5 cm x 9 cm, bertujuan agar kartu tidak terlalu besar namun informasi visual dan teks dapat terbaca dengan jelas. Ukuran ini juga bertujuan agar kartu nyaman pada saat dimainkan, tidak terlalu besar ataupun kecil. Kartu ini akan dicetak pada kertas *Art Paper* 260 gram agar kartu tidak mudak berubah bentuk ketika dimainkan atau dipegang.

III.2.2 Tata Letak (*layout*)

Penyusunan tata letak (*layout*) diperlukan untuk menentukan komponen-komponen yang akan ditampilkan dalam sebuah format. Layout adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. (Surianto Rustan, 2008). Untuk perancangan *card game* adalah sebagai berikut :

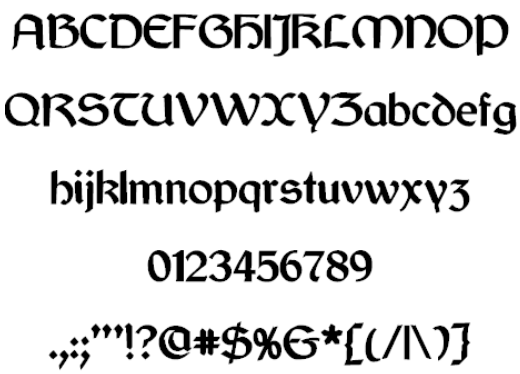


Gambar III.4. Layout Depan dan Belakang Kartu
Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.2.3 Tipografi (Huruf)

Untuk penulisan informasi berupa teks, dibutuhkan pemilihan ukuran, peletakan dan jenis huruf agar informasi berupa teks dapat diterima dengan baik oleh target audiens. Tipografi (seperti dikutip Athur Sinai, 2012) menurut Roy Brewer, 1971, dapat memiliki pengertian luas yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak. Atau dalam pengertian lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan dan berbagai hal bertalian perngaturan baris-baris susun huruf (*typeset*), tidak termasuk ilustrasi dan unsur-unsur lain bukan susun huruf pada halaman cetak. Pada perancangan informasi ini akan menggunakan jenis *font* sebagai berikut :

- **Cyrodill**



Jenis *font* Cyrodill adalah font yang digunakan dalam buku teks salah satu *video game* yang berlatar abad pertengahan yaitu Elder Scroll V : Skyrim. Pemilihan jenis font ini bertujuan agar suasana abad pertengahan dapat dirasakan melalui jenis *font* yang telah digunakan dalam media lain yang memiliki latar abad pertengahan. *Font* ini digunakan pada nama kartu, informasi kartu dan judul packaging yang bertuliskan teks "MEDIEVAL EXECUTION".

- **Times New Roman**

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Sedangkan pada teks yang bertuliskan "CARD GAME" font yang digunakan adalah "*Times New Roman (Regular)"* agar informasi jenis media lebih mudah ditangkap oleh target audiens.

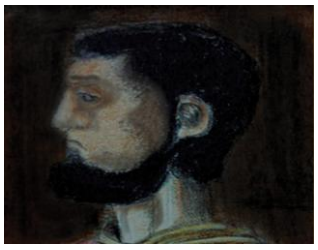
III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi (seperti dikutip Suluh Marhendra, 2010) menurut Kusmiyati adalah gambaran singkat aur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan slah satu adegan. Ilustrasi yang akan digunakan pada perancangan informasi ini adalah menggunakan gaya ilustrasi manual menggunakan pensil warna kemudian di retouch pewarnaanya dengan aplikasi *Adobe Photoshop*.

- **Ilustrasi Tokoh**



Sebelum proses Retouch



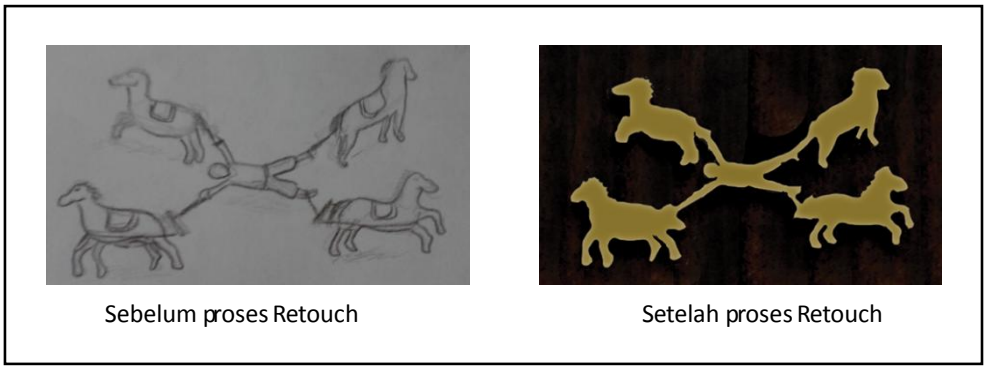
Setelah proses Retouch

Gambar III.5. Ilustrasi Tokoh Sebelum dan Sesudah Proses *Retouch*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Ilustrasi yang digunakan pada tokoh menggunakan gaya ilustrasi seperti lukisan pada era *Victorian*. Karakter wajah tokoh dibuat secara lebih terperinci dengan tujuan agar wajah setiap tokoh lebih mudah dikenali.

- **Ilustrasi Alat Eksekusi Mati**

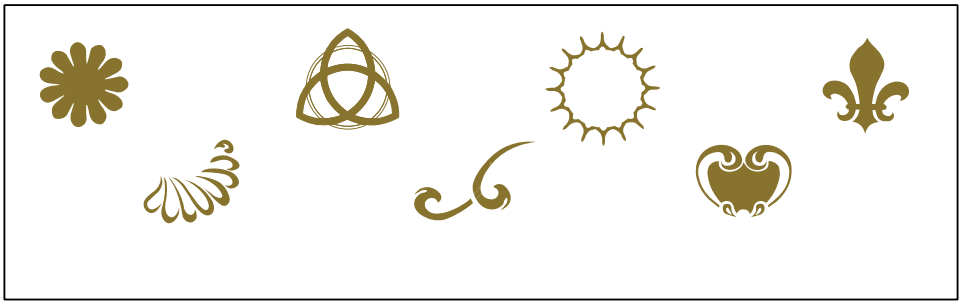
  Sedangkan ilustrasi pada alat eksekusi mati dipilih tidak dibuat secara terperinci melainkan menggunakan gaya ilustrasi ikonik. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir gambar yang memiliki kesan kejam dan sadis.



Gambar III.6. Ilustrasi Alat Eksekusi Mati Sebelum dan Sesudah Proses *Retouch*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- **Simbol pada Ornamen Kartu**

  Simbol-simbol yang digunakan pada elemen kartu diambil dari ketiga unsur trinitas yaitu unsur langit, unsur air dan unsur bumi.



Gambar III.7. Simbol-Simbol yang Digunakan pada Ornamen Kartu
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- **Simbol Bunga Matahari**

  Bunga matahari diambil salah satu unsur yang ada dalam trinitas yaitu unsur bumi.

- **Simbol Trinitas**

  Trinitas adalah salah satu simbol yang banyak digunakan oleh agama Katolik. Trinitas memiliki 3 unsur dalah kehidupan yaitu bumi, langit dan air.

- **Simbol Matahari**

  Matahari juga diambil dari salah satu unsur trinitas yaitu langit. Jumlah sinar yang keluar berjumlah 16 sinar mewakili 16 kartu yang dibuat dalah card game ini.

- **Simbol *Fleur de Lis***

  Fleur de Lis atau bunga lili sungai diambil dari dua unsur trinitas yaitu air dan bumi.

- **Simbol Sayap Burung**

  Sayap burung diambil dari unsur langit pada trinitas, karena fungsi sayap adalah untuk terbang maka dapat mewaliki unsur langit pada trinitas.

- **Simbol Tumbuhan Merambat**

  Tumbuhan merambat juga diambil dari salah satu unsur trinitas yaitu bumi.

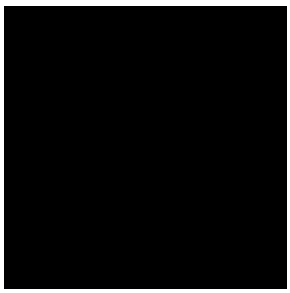
- **Simbol Hati**

  Simbol hati diambil dari inti ajaran Nabi Isa A.S yang diterapkan pada agama Katolik yaitu melambangkan cinta kasih.

III.2.5 Warna

Warna adalah elemen yang cukup penting untuk membedakan identitas produk dengan produk lain. Warna (seperti dikutip Wirawan Nugroho, 2011) menurut Albert Munsell merupakan elemen penting dalam semua lingkup disiplin seni rupa, bahkan secara umum warna merupakan bagian penting dari segala aspek kehidupan manusia.

Warna dominan yang akan digunakan pada perancangan informasi ini adalah sebagai berikut.



# : 000000	C : 75%
R : 0	M: 68%
G : 0	Y : 67%
B : 0	K : 90%



# : 87732C	C : 14%
R : 221	M: 31%
G : 172	Y : 100%
B : 14	K : 0%

- **Hitam**

  Warna hitam adalah warna yang akan memberi kesan suram, gelap dan menakutkan namun juga elegan. Karena itu elemen apapun jika dikombinasikan dengan warna hitam akan terlihat menarik. Warna hitam dipilih untuk mewakili suramnya abad pertengahan karena tidak banyak sejarah penting yang tercatat pada zaman itu.

- **Emas**

  Warna emas memberi kesan kemakmuran, aktif, dan dinamis. Warna emas dipilih untuk mewakili pandangan yang terjadi pada abad pertengahan. Jika masyarakat mengikuti peraturan hukum yang berlaku yang telah ditetapkan oleh agama Katolik, maka masyarakat tersebut akan aman, makmur dan tidak akan terkena sanksi apapun.