

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Menentukan khalayak sasaran guna mendapatkan strategi komunikasi ditentukan oleh hubungan kedekatan khalayak dengan suatu hal. Menurut Cangara (2010) khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi. Karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak (H. 157). Khalayak sasaran terbagi menjadi tiga, berdasarkan demografis, geografis dan psikografis.

- Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 17-25 tahun, Remaja Akhir (DEPKES RI, 2009)

Pada kategori remaja akhir merupakan usia yang sudah mengenal lingkungan dengan baik. Memberikan pemahaman mengenai jin dalam konteks Islam dapat menjadi landasan pengetahuan mengenai keimanan kepada hal gaib

Status : Pelajar dan mahasiswa

Pelajar dan mahasiswa merupakan kategori individu yang aktif untuk mencari informasi baru. Pencarian jati diri dan pembentukan pola pikir merupakan hal yang sering terjadi

Status Ekonomi : Kelas atas, kelas menengah dan kelas bawah

Berdasarkan Purwanto (2018) jin hidup berdampingan dengan seluruh manusia di muka bumi dan setiap manusia memiliki jin pendamping sejak dilahirkan

- Geografis

Wilayah : Urban

Lokasi : Indonesia

- Psikografis

Gaya Hidup : Sosial dan aktif

Generasi milenial merupakan generasi yang senang dengan suatu hal yang baru, rasa ingin tahu yang tinggi, dan memiliki gaya hidup terbuka dalam menerima informasi.

- *Consumer Insight*

Consumer Insight adalah sebuah teori yang bertujuan untuk mengetahui dan memahami keinginan konsumen, sehingga produsen dapat membentuk sebuah komunikasi dan interaksi yang baik. Metode wawancara menjadi pilihan efektif untuk mengetahui *consumer insight*. Pengambilan sampel dari 5 orang responden yang termasuk dalam kategori demografis di atas, yaitu responden yang berusia 17-25 tahun. Berikut Tabel hasil dari wawancara:

Tabel III.1. *Consumer Insight*
Sumber: Pribadi (2019)

No.	Usia	Pria	Wanita
1.	17 tahun	Memiliki keingintahuan mengenai jin.	Tidak ingin mengetahui lebih dalam
2	19 Tahun	Memiliki keingintahuan mengenai jin	Terkadang penasaran namun ada rasa takut
3	21 Tahun	Memiliki keinginan untuk mengetahui lebih dalam	Penasaran dan ingin tahu namun takut
4	23 Tahun	Penasaran namun ada hal lain yang lebih menarik	Terkadang penasaran namun ada rasa takut
5	25 Tahun	Tidak terlalu tertatik	Tidak terlalu tertatik

Berdasarkan table *consumer insight diatas*, hasil wawancara dengan responden mengenai keinginan untuk mengetahui informasi mengenai jin dalam konteks Islam secara mendalam memiliki jawaban yang berbeda-beda diantaranya:

- Memiliki keinginan untuk mengetahui.
- Memiliki keinginan untuk mengetahui lebih dalam
- Penasaran namun masih ada rasa takut

- Penasaran namun ada hal lain yang lebih menarik
- Tidak terlanjur tertarik

Kesimpulan berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden memiliki ketertarikan dengan jin namun masih banyak yang takut untuk mengetahui lebih dalam. Khalayak sasaran yang merupakan golongan remaja akhir menyukai suatu hal yang baru.

- *Consumer Journey*

Consumer Journey adalah perjalanan konsumen dan watak ketika mencoba suatu produk atau pelayanan yang diberikan. Hal ini memiliki tujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang kebiasaan calon konsumen, agar dapat mengetahui judul atau namanya, mengunjungi, memberi kritik maupun saran dan memberi testimoni (Riyanto, 2015).

Pada umumnya khalayak sasaran yang ditujukan kepada remaja akhir adalah senang menghabiskan waktu dengan melakukan *chatting*, bermain *game*, membaca buku, berkumpul serta bercengkrama dan bermain telepon genggam. Media yang dilihat sangatlah beragam pada kategori usia tersebut, dimulai dari bangun tidur hingga kembali tidur adalah media internet, media sosial dan media cetak. Berikut merupakan tabel meyeluruh dari kegiatan sehari-hari dari khalayak sasaran.

Tabel III.2. *Consumer Journey*
Sumber: Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan	Tempat	Point of Contact
04.30-06.00	Bangun tidur	Rumah/Kostan	Kasur, <i>Handphone</i> , Jam (Media Sosial: Line, Whats App, Instagram)
04.30-06.00	Mandi/Shalat	Rumah/Kostan	Peralatan Mandi, Alat Shalat, <i>Handphone</i> (Media Sosial: Line, Whats App, Instagram)

06.00-07.00	Persiapan berangkat sekolah/kuliah.	Rumah/Kostan	<i>Handphone</i> , Televisi, <i>Laptop</i> (WA, Line, IG, FB, Youtube, Stasiun TV)
	Kendaraan Umum	Jalan Raya	<i>Handphone</i> : WA, Line, IG, Youtube Media Cetak: Spanduk, Pakaian, Stiker, <i>Billboard</i> , <i>Flyer</i> , Gantungan Kunci, Umbul-umbul, <i>Neon Box</i> , Buku. Kendaraan: Ojek, Angkot, Bis
	Kendaraan Pribadi	Jalan Raya	<i>Handphone</i> : WA, Line, IG, Youtube Media Cetak: Spanduk, Pakaian, Stiker, <i>Billboard</i> , <i>Flyer</i> , Gantungan Kunci, Umbul-umbul, <i>Neon Box</i> , Buku. Kendaraan: Ojek, Angkot, Bis
	Jalan Kaki	Jalan Raya	<i>Handphone</i> : WA, Line, IG, Youtube Media Cetak: Spanduk, Pakaian, Stiker, <i>Billboard</i> , <i>Flyer</i> , Gantungan Kunci, Umbul-umbul, <i>Neon Box</i> , Buku. Kendaraan: Ojek, Angkot, Bis

07.00-12.00	Kegiatan Belajar	Kelas	Alat tulis, buku, <i>handphone</i> , memo, <i>Laptop</i> (WA, Line, IG, Youtube, FB)
12.00-13.00	Istirahat	Sekolah	<i>Handphone</i> , Kursi, Meja, Spanduk, Poster, Stiker, Laptop
15.00-21.00	Pulang/Hang Out	Ruang Publik	<i>Handphone</i> : WA, Line, IG, Youtube Media Cetak: Spanduk, Pakaian, Stiker, <i>Billboard</i> , <i>Flyer</i> , Gantungan Kunci, Umbul-umbul, <i>Neon Box</i> , Buku. Kendaraan: Ojek, Angkot, Bis
21.00	Istirahat/Tidur	Rumah/Kostan	<i>Handphone</i> , Televisi, Buku, Komputer, Laptop, Kasur, Bantal, Sofa, Jam.

Berdasarkan pengamatan pada tabel di atas, khalayak sasaran paling sering berinteraksi dengan telepon genggam dari mulai bangun tidur hingga kembali tidur. Selain itu buku menjadi salah satu media yang sering digunakan setelah telepon genggam. Media yang sering dilihat oleh khalayak sasaran adalah poster, brosur, spanduk, stiker dan *billboard*. Sedangkan barang pribadi yang biasa digunakan adalah tas dan pakaian.

III.2. Strategi Perancangan

Media informasi mengenai jin dalam konteks islam akan dirancang dalam bentuk media buku ensiklopedia. Menurut KBBI ensiklopedia memiliki pengertian, buku (atau serangkaian buku) yang menghimpun keterangan atau uraian tentang berbagai hal dalam bidang seni dan ilmu pengetahuan, yang disusun menurut abjad atau

menurut lingkungan ilmu. Buku ensiklopedia ini berisikan kehidupan jin berdasarkan Al-Quran dan Hadis, perbedaan setan dan jin serta fenomena kemusyrikan.

Teknik Ilustrasi yang digunakan pada buku ini adalah *line art* atau yang biasa disebut seni garis. *Line art* sendiri adalah teknik menggambar dengan hanya menggunakan garis sebagai bagian utama dari gambar, baik garis lurus maupun garis melengkung. Teknik *line art* biasa digunakan untuk menggambar objek dengan bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi, bagian dalam gambar dan latar juga bisa menggunakan warna tertentu guna memberikan kesan yang kuat pada garis atau *outline* gambar. Foto yang digunakan pada media perancangan adalah kumpulan foto yang mendukung informasi yang disampaikan dengan menggunakan *tone* warna hitam putih sehingga menimbulkan kesan misterius.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ini bersifat informatif, sehingga khalayak sasaran dapat memperoleh informasi seputar jin dalam konteks Islam dengan mudah. Khalayak sasaran diharapkan dapat memahami arti, asal usul, tujuan, dan kehidupan jin berdasarkan Al-Quran. Pembahasan seputar kemusyrikan pada perancangan buku ensiklopedia ini dapat memberikan pengetahuan serta kewaspadaan pada khalayak sasaran agar terhindar dari perilaku tersebut.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi pada perancangan ini menggunakan pendekatan agama dan budaya dengan menggunakan pendekatan secara verbal dan visual. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menarik minat baca dan melihat informasi pada media perancangan.

- Pendekatan Komunikasi Secara Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan merujuk pada bahasa formal dan informatif. Kutipan ayat suci Al-Quran dan Hadis menjadi sumber utama informasi. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia dan beberapa

istilah dalam bahasa Arab, mengingat target utama khalayak sasaran berada di Indonesia dan beragama Islam.

- Pendekatan Komunikasi Secara Visual

Visual yang digunakan pada perancangan ini adalah visual yang menggunakan sketsa dan pewarnaan digital. Konsep visual mengusung tema agama dan kebudayaan. Gaya ilustrasi semi realis dua dimensi digunakan agar tema keagamaan dan budaya dapat tersampaikan dan mudah dipahami khalayak sasaran. Selain dari ilustrasi, perancangan ini menggunakan beberapa foto yang menggunakan *tone* warna hitam putih yang mendukung pernyataan dari informasi yang disampaikan serta memberikan kesan sesuai dengan tema ilustrasi.

III.2.3. Mandatory

Lembaga terkait yang bekerja sama dalam perancangan media ini adalah penerbit Qisthi Press, Hal ini disebabkan penerbit tersebut merupakan perusahaan yang menerbitkan buku-buku Islam. Selain bekerja sama dengan penerbit perancangan media ini juga bekerja sama dengan PT. Gramedia Asri Media yang terlibat sebagai sponsor dan penyedia tempat pada saat *launching* buku.

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan pada perancangan ini disampaikan dengan mengacu pada tujuan dari perancangan, yaitu memberikan pengetahuan yang bermanfaat kepada khalayak sasaran. Materi Pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Menjelaskan secara informatif mengenai pengertian, asal-usul serta kehidupan jin berdasarkan konteks Islam yang berpedoman pada Al-Quran dan Hadis.
- Menjelaskan perbedaan jin dan setan. Informasi ini diberikan agar khalayak sasaran dapat mewaspada tipu daya setan dalam menyesatkan manusia.
- Menjelaskan fenomena kemusyrikan dan jenisnya, dengan tujuan khalayak sasaran dapat waspada dan terhindar dari perilaku tersebut dan tetap berpegang teguh pada Al-Quran dan Hadis.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan suatu cara yang digunakan oleh perancang atau pengarang untuk menyampaikan dan memaparkan gagasan yang sesuai dengan tujuan dan hasil yang ingin dicapai. Gaya bahasa yang digunakan pada media perancangan ini adalah gaya bahasa deskriptif dengan tujuan untuk memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami. Bahasa Indonesia digunakan karena merupakan bahasa ibu khalayak sasaran, beberapa istilah dalam bahasa Arab mendukung informasi yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis.

III.2.6. Strategi Kreatif

Salah satu strategi yang digunakan guna menarik minat khalayak sasaran adalah strategi kreatif. Media yang digunakan pada perancangan ini adalah buku, oleh karena itu strategi kreatif yang digunakan sesuai dengan konten yang ada pada buku.

III.2.6.1. Sampul Buku

Bagian sampul buku terdapat judul, *tagline* dan ilustrasi. Penggunaan warna dan tekstur pada bagian latar juga menjadi bagian sampul buku yang akan dijabarkan sebagai berikut:

- **Judul**

Definisi judul dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah nama yang dipakai untuk buku atau bab dalam buku yang dapat menyiratkan secara pendek isi atau maksud buku atau bab itu. Judul merupakan faktor penting pada sebuah buku, dengan judul yang menarik dapat membuat khalayak sasaran penasaran dengan isi buku. Pada perancangan ini buku ensiklopedia ini berjudul *Al-Marij* yang berasal dari bahasa Arab yang berarti kobaran api yang bercampur dengan hitamnya api, sesuai dengan asal penciptan jin yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadis.

- *Tag line*

Tag line berasal dari istilah bahasa Inggris, dalam bahasa Indonesia *Tag line* disebut juga dengan slogan, yang memiliki arti susunan kalimat yang

disematkan untuk mencantumkan pemikiran *brand* (perusahaan) di benak konsumen. Swartz dalam Rustan (2009) *tag line* merupakan susunan kata yang ringkas (biasanya tidak lebih dari tujuh kata), diletakan mendampingi logo dan mengandung pesan *brand* yang kuat ditujukan kepada *audience*.

Pada perancangan ini *tag line* yang digunakan adalah “Dia Yang Terbuat Dari Api”. Penggunaan *tag line* tersebut berdasarkan penetapan kondisi khalayak sasaran. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia formal, agar mudah dimengerti oleh khalayak sasaran. Inti dari *tag line* mengandung unsur dari isi seluruh buku ini.

- Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur yang menarik audiens untuk membaca buku. Menurut Thoma dalam Sofyan (1994) bahwa definisi ilustrasi dalam hubungannya dengan lukisan berkembang sepanjang alur yang sama dalam banyak hal. Secara tradisional keduanya mengambil inspirasi dari karya kesusastraan, hanya saja lukisan dibuat untuk menghiasi dinding dan langit, sedangkan ilustrasi untuk menghiasi suatu naskah.

Pada sampul buku perancangan ini menggunakan ilustrasi tangan yang menggunakan teknik ilustrasi *scribble art*. Teknik yang bercirikan gaya gambar bebas dan membentuk suatu karya seni dan hanya menggunakan unsur garis sebagai unsur utama ilustrasi yang merupakan keunikan tersendiri dari teknik ini. Berikut adalah referensi visual dalam pembuatan ilustrasi pada bagian sampul buku.



Gambar III.1. Inspirasi Ilustrasi I

Sumber: <https://cdn2.boombastis.com/wp-content/uploads/2015/07/Tangan-Iblis-Wanita.jpg>



Gambar III.2. Inspirasi Ilustrasi II

Sumber: https://society6.com/product/scribble-hands_print

III.2.6.2. Isi Buku

Pada isi buku terdapat beberapa halaman yang terbagi menjadi bab. Setiap bab dibagi berdasarkan topik pembahasan, hal ini diharapkan dapat merangkum dan memperjelas informasi yang akan disampaikan. Berikut adalah bagian-bagian dari buku ensiklopedia “Al-Marij”.

- Kutipan Ayat dan Kata Pengantar

Pada halaman awal buku terdapat kutipan ayat mengenai jin yang terdapat didalam Al-Quran. Selanjutnya, halaman kata pengantar dimana penulis menjabarkan maksud dan tujuan perancangan buku ini.

- Pembagian Bab

Terdapat 5 bab pada buku ensiklopedia ini, diantaranya:

Bab 1: Jin?

- Pengertian Jin Secara Umum
- Asal Mula Penciptaan Jin
- Pengertian Jin Menurut Para Ahli

Bab 2: Nama & Jenisnya

- Macam-Macam Nama Jin
- Jin Ifrit
- Jenis-Jenis Jin
- Ular dan Jin

Bab 3: Dunia Lain

- Alam Jin
- Tempat tinggal Jin
- Hadist Pilihan Seputar Tempat Tinggal Jin
- Agama Jin
- Makan dan Minum Jin
- Pernikahan Jin
- Pernikahan Manusia dengan Jin
- Pengubah Bentuk
- Kemampuan Menembus Langit

Bab 4: Setan?

- Setan & Jin
- Setan Adalah Mahluk Halus
- Asal Mula Setan
- Tugas Setan
- Strategi Setan

Bab 5: Fenomena Kemusyrikan

- Pengertian Syirik
- Bentuk Syirik

III.2.6.3. Sampul Belakang Buku

Seperti buku pada umumnya, Pada bagian ini terdapat sinopsis dari isi buku yang merangkum isi buku secara garis umum. Untuk lebih jelasnya mengenai apa saja yang terdapat pada bagian sampul buku, berikut penjabarannya:

- Sinopsis

Menurut KBBI sinopsis adalah ikhtisar karangan yang biasanya diterbitkan bersama-sama dengan karangan asli yang menjadi dasar sinopsis itu; ringkasan; abstraksi. Oleh karena itu, bagian sinopsis memiliki fungsi untuk menarik minat dan menimbulkan rasa penasaran pembaca

III.2.7. Startegi Media

Pada perancangan ini media yang akan dirancang terbagi menjadi 2 cabang media. Pertama, media utama berupa buku ensiklopedia bergambar. Kedua, media pendukung berupa *merchandise* yang memiliki konsep desain yang disesuaikan dengan konsep media utama. Berikut adalah media yang akan dirancang:

- Media Utama

Menurut Surahman dalam Fella tahun 2014, Secara umum buku dibagi menjadi empat jenis, yaitu:

- Buku sumber, buku yang menjadi sumber, rujukan atau acuan untuk sebuah ilmu tertentu. Dimana buku tersebut memiliki informasi dan ilmu yang lengkap
- Buku bacaan, adalah buku yang berfungsi sebagai bahan hiburan atau sekedar untuk dibaca dan memiliki isi yang menarik.
- Buku pegangan, yaitu buku yang menjadi panduan untuk suatu pekerjaan dimana teknis pelaksanaan pekerjaan terdapat di buku tersebut.
- Buku buku teks, yaitu buku yang disusun sebagai materi pembelajaran, disusun berdasarkan konteks atau fungsi tertentu.

Buku memiliki manfaat yang beragam, diantaranya dapat meningkatkan kualitas memori, melatih kemampuan berpikir dan menganalisa, melatih stimulasi mental dan lain sebagainya. Berdasarkan manfaat tersebut pemilihan buku sebagai media utama dengan bentuk ensiklopedia yang tergolong dalam jenis buku bacaan diharapkan dapat bermanfaat untuk khalayak sasaran. Untuk meningkatkan minat baca, pada buku ensiklopedia ini ditambahkan unsur ilustrasi yang membuat buku ini kaya akan visual.

- Media Pendukung

Media pendukung adalah beberapa media yang memiliki fungsi sebagai petunjuk, pendukung dan menginformasikan keberadaan media utama. Peran media pendukung sangatlah penting untuk mendampingi media utama. Berikut adalah media pendukung yang akan dirancang:

- Poster

Menurut Zanu seperti dikutip Lihayta (2014) Poster adalah gambar-gambar yang dirancang, sehingga menarik perhatian tidak menggunakan kata-kata yang berlebihan dan dicetak pada media kertas ataupun media sejenis lainnya.

Buku Al-Marij membutuhkan promosi yang baik sehingga masyarakat dapat mengetahui keberadaan buku tersebut. Media poster dapat membantu

efisiensi promosi dan penyebaran informasi mengenai buku tersebut. Media poster akan dibagi menjadi dua macam. Pertama poster cetak yang akan disebarluaskan langsung di lingkungan masyarakat. Kedua, poster digital yang akan memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama pendistribusiannya.

- *Tote bag*

Fungsi utama dari penggunaan *tote bag* adalah ketika khalayak sasaran menggunakan *tote bag* diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat sekaligus mempromosikan dan memberikan informasi mengenai keberadaan buku Al-Marij. Khalayak sasaran yang merupakan usia remaja akhir merupakan masyarakat yang akrab dengan *fashion*, terutama pemilihan atribut diri seperti tas. Dengan demikian *tote bag* merupakan pilihan menarik mengingat bentuknya yang praktis dan *fashionable*.

- Tasbih

Tasbih merupakan bagian dari keseharian umat Islam. dengan bertasbih umat diharapkan bisa lebih dekat dengan Allah Swt. Dzikir dengan bantuan tasbih membantu masyarakat untuk mengingat sudah berapa banyak dzikir yang dilakukan. Dzikir juga dapat melindungi manusia dari godaan setan dan tetap menjaga keimanannya kepada Sang Khalik. Pembuatan media pendukung berupa tasbih diharapkan dapat membantu pembaca untuk mengamalkan amalan saleh dan selalu dekat dengan Allah Swt.

- *T-shirt*

Sudah tidak dapat dipungkiri sandang atau pakaian merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, desain pakaian pada saat ini sudah beraneka ragam. Namun, berbeda dengan *t-shirt* yang selalu digunakan masyarakat karena bentuknya yang *simple* dan memberikan kesan santai. Media *t-shirt* diharapkan dapat mempromosikan dan menginformasikan keberadaan buku Al-Marij kepada masyarakat secara langsung maupun tidak langsung.

- **Buku Catatan**
Buku catatan berfungsi untuk menyimpan informasi penting agar mudah dicari kembali. Kutipan ayat suci Al-Quran, informasi pendidikan, janji pertemuan dan lain sebagainya dapat dicatat pada buku ini. Dengan adanya media ini, diharapkan masyarakat dapat mencatat kutipan ayat maupun kajian singkat yang selalu mendekatkan makhluk dengan Sang Khalik. Buku catatan juga praktis untuk dibawa berpergian ke sekolah, kampus, tempat hiburan, kantor dan lain sebagainya.

- **Pembatas Buku**
Pembatas buku merupakan alat bantu ketika khalayak sasaran sedang membaca buku, guna menandai sudah sampai manakah buku itu dibaca. Media pendukung berupa pembatas buku cocok untuk mendampingi media utama yang berupa buku ensiklopedia.

- **Pin**
Pin merupakan alat promosi yang biasa digunakan oleh perusahaan. Selain bentuknya yang *simple* dan mudah dibawa, pin juga dapat diletakan atau ditempelkan diseluruh perangkat masyarakat seperti tas, jaket, pakaian dan lain sebagainya. Pin dapat diletakan dimana saja dan menjadi penyampai informasi yang baik untuk keberadaan buku Al-marij.

- **Akun Media Sosial**
Media sosial menjadi pilihan utama masyarakat pada era digital ini. Dengan media sosial informasi dapat tersampaikan dengan cepat. Penyebarluasan informasi mengenai buku Al-Marij pun akan lebih mudah dengan pembuatan akun media sosial seperti Facebook, Line, Instagram, Twitter dan juga akun Youtube. Pembuatan konten yang menarik dan tidak *mainstream* akan membuat masyarakat penasaran dengan buku Al-Marij tersebut.

III.2.8. Strategi Distribusi

Untuk mengoptimalkan pendistribusian dan promosi buku Al-Marij kepada masyarakat dibutuhkan strategi distribusi yang baik. Strategi distribusi media ini akan berlangsung selama tiga bulan sebelum *launching* buku Al-Marij ke pasaran. Strategi distribusi media ini akan menggunakan Metode AISAS. Menurut Sugiyama dan Andree (2011) AISAS adalah model yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada khalayak sasaran dengan merujuk pada perubahan perilaku yang terjadi dan terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi (h.79). Metode AISAS merupakan singkatan dari *attention, interest, search, action* dan *share*.

Tabel III.3. Strategi Distribusi Media Perancangan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

MEDIA		WAKTU DISTRIBUSI												
		Juni-Juli				Juli-Agustus				Agustus-September				
ATTENTION														
1	Poster	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Flyer											■	■	■
INTEREST														
3	T-Shirt													■
4	Tasbih													■
5	Tote Bag													■
6	Pembatas Buku													■
7	Note Book													■
8	Buku Al-Ma'tsurat													■
SEARCH														
9	Akun Sosial Media	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
ACTION														
10	Launcing Buku													■
11	Buku Al-Marij													■
12	Pin													■
13	X-banner											■	■	■
SHARE														
14	Akun Sosial Media	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Buku Al-Marij akan dipasarkan di toko buku seluruh Indonesia. 100 orang Pembeli pertama akan mendapatkan *t-shirt, tote bag, tasbih* dan buku catatan eksklusif dengan cuma-cuma. Buku Al-Marij dijual dengan harga Rp 90.000 dengan *cover* buku menggunakan *hard cover* dan kertas eksklusif yang hanya diproduksi

sebanyak 100 buah. Buku Al-Marij dengan *cover* buku menggunakan *soft cover* akan dibandrol dengan harga Rp 55.000 dengan menggunakan kertas *book paper*.

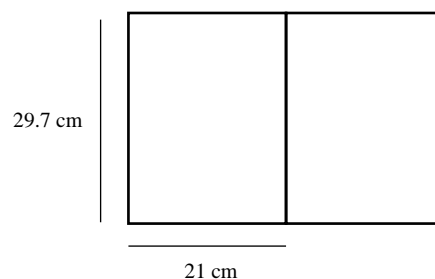
III.3. Konsep Visual

Berdasarkan pendekatan visual yang sudah dipaparkan sebelumnya. Konsep visual yang digunakan pada perancangan buku ini adalah gaya ilustrasi semi realis dan foto dengan *tone* warna hitam putih. Perancangan ini akan menggunakan visual dengan teknik ilustrasi *scribble*, *line art* dan abstrak dengan mengusung tema Agama dan kebudayaan. Visual yang digunakan berupa bagian tubuh jin, penggambaran jin, elemen api, asap dan tumbuhan serta foto yang berkaitan dengan tema.

Agar visual dari perancangan ini dapat selesai dengan maksimal, perlu diperhatikan komponen pendukung yang ada didalamnya. Format desain disesuaikan dengan konsep perancangan yang didukung dengan tata letak dan pemilihan komponen warna, tipografi dan ilustrasi yang sesuai. Konsep tersebut akan dijabarkan pada sub bab berikut.

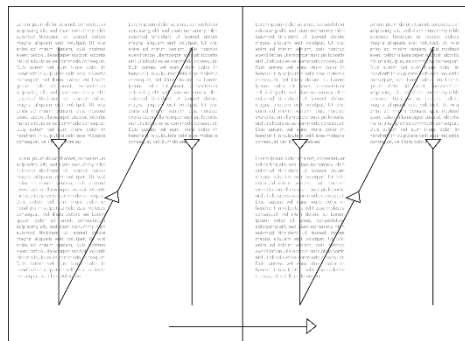
III.3.1. Format Desain

Buku ini menggunakan format *portrait*. Pemilihan format tersebut berdasarkan kebutuhan buku dan konsep. Tulisan yang merupakan informasi utama dan ilustrasi sebagai visual pendukung informasi memerlukan ruang yang cukup untuk diletakan di dalam buku. Format bentuk buku persegi panjang menjadi pilihan yang tepat untuk perancangan ini. Ukuran buku adalah 29,7 cm x 21 cm yang bertujuan agar buku ini dapat dimasukkan kedalam tas ransel, mudah dibaca dan dapat dibawa kemana saja.



Gambar III.3. Format Ukuran Buku Ensiklopedia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Buku ini dibuka dari arah sebelah kiri menuju kearah sebelah kanan. Sama seperti dengan buku pada umumnya.



Gambar III.4. Cara membuka dan membaca buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

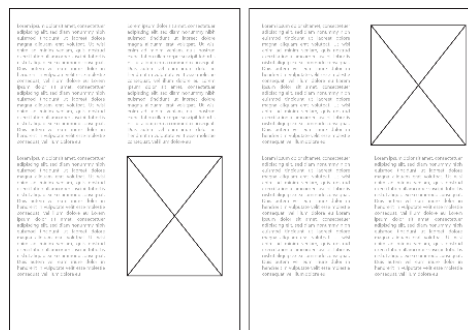
III.3.2. Tata Letak

Tata Letak yang digunakan pada perancangan ini adalah *covy heavy layout* dimana tata letak lebih mengedepankan *copywriting* atau tulisan sebagai bagian yang mendominasi halaman. Penggunaan tata letak tersebut melihat pada banyaknya informasi yang disampaikan didalam perancangan buku Al-Marij.

Rustan (2008) dalam bukunya menjabarkan bagaimana cara mengatur sebuah tata letak agar desain dapat dinikmati. Beberapa pertimbangan tersebut yaitu:

- *Sequence*

Menentukan urutan baca pertama yang mana yang harus dibaca lebih dulu, agar informasi tersampaikan dengan baik. Perancangan ini menggunakan *sequence* atau urutan baca dari atas kebawah, seperti yang terlihat pada gambar III.5.



Gambar III.5. Tata letak buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- *Emphasis*

Penekanan pada buku Al-Marij dilakukan dengan memberikan ukuran yang lebih besar dan warna yang lebih kontras. Visual yang menarik perhatian kemudian dilanjutkan dengan judul bab yang memiliki ukuran lebih besar, sub bab dan isi. Sehingga pembaca mengetahui darimana harus mulai membaca halaman tersebut.

- *Balance*

Keseimbangan *layout* menggunakan dua jenis keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan tidak simetris. Hal ini dimaksudkan untuk mengistirahatkan mata pembaca pada halaman tertentu dikarekan banyaknya tulisan dan informasi.

- *Unity*

Komponen dan elemen visual disusun menjadi satu dengan mengacu pada hal-hal diatas, agar buku selesai dengan maksimal.

III.3.3. Tipografi

Untuk melakukan suatu komunikasi dalam bentuk tulisan, huruf menjadi pilihan utama sebagai penyampai pesan atau informasi. Kasmana (2017, h. 91) menjelaskan “Jika ingin menghasilkan *font* untuk keperluan teks, maka bentuk huruf harus memiliki tingkat *readability* dan *legibility* yang baik”. Konsep dasar dari buku Al-Marij adalah misterius dan kegelapan, dengan demikian jenis huruf yang dipilih harus sesuai dengan kesan tersebut. Berikut adalah huruf atau *font* yang digunakan dalam perancangan buku Al-Marij.

- Plague Master

Plague Master merupakan jenis huruf *script* dengan menonjolkan ciri tulisan tangan yang memiliki *scratch* atau guratan yang pada tembok yang memberikan kesan misterius pada hurufnya. Penggunaan *font* tersebut mendukung perancangan buku Al-Marij yang membahas Jin yang merupakan makhluk ghaib

dan penuh dengan misteri. *Font* tersebut memiliki linsensi non komersil dan harus membeli linsesi apabila ingin menggunakannya untuk keperluan komersil.

AA BB CC DD EE EF GG HH II JJ KK LL MM NN OO PP QQ RR SS TT UU VV WW XX
YY ZZ
1234567890
!@#\$%^&*()_~:;?/.,
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

Gambar III.6. *Font* Plague Master
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Archive Garamond

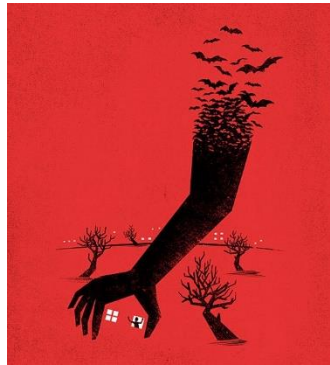
Archive Garamond adalah jenis huruf yang secara kasar didasarkan pada desain Claude Garamond (sekitar 1480 - 1561), penerbit Prancis dan perancang jenis huruf terkemuka pada saat itu. *Font* ini dipilih karena memiliki karakter desain Gothic. Karakter desain Gothic dipilih karena *font* yang berkembang pada masa kerajaan Byzantium ini memiliki karakter yang diadaptasi dari kekhalifahan Islam dan Kerajaan Persia. Hal ini disebabkan kerajaan Byzantium memiliki lokasi yang berdekatan dengan dua kerajaan tersebut. Dikarenakan hal di atas maka *font* dengan jenis serif dan memiliki karakter desain Gothic ini digunakan sebagai badan teks pada buku Al-Marij. *Font* tersebut memiliki linsensi non komersil dan harus membeli linsesi apabila ingin menggunakannya untuk keperluan komersil.

AA BB CC DD EE EF GG HH II JJ KK LL MM NN OO PP QQ RR SS TT UU VV
Ww Xx Yy Zz
1234567890
!@#\$%^&*()_~:;?/.,
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

Gambar III.7. *Font* Archieve Garamond
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.3.4. Ilustrasi

Berdasarkan pendekatan visual yang sudah dipaparkan sebelumnya, buku Al-Marij menggunakan ilustrasi visual semi realis dengan gaya ilustrasi *Scribble* dan *Line art*. Menurut Sudarma (2015), ilustrasi adalah hasil visual dari proses suatu tulisan dari teknik gambar, lukisan, fotografi atau lainnya. Ilustrasi biasa digunakan untuk memberikan arti atau memperjelas dari sebuah kalimat, hingga untuk kepentingan estetika. Berikut adalah referensi gambar yang digunakan.



Gambar: III.8. Referensi Ilustrasi

Sumber: <https://theinspirationgrid.com/app/uploads/2012/01/571a-illustration.jpg>

Ilustrasi dibuat dengan menimbulkan kesan misterius dan tersembunyi, guna menyesuaikan dengan kehidupan dan sosok jin yang tidak bisa dilihat dengan mata manusia. Ilustrasi yang dibuat pada buku dilandaskan pada kebudayaan yang ada di Indonesia dan dengan mempertimbangkan visualisasi berdasarkan hasil wawancara dengan ahli. Minimnya informasi seputar gambaran wujud jin dan bentuk jin yang selalu berubah, membuat penulis menggunakan penggambaran dari ahli yang sudah diwawancara.

III.3.5. Warna

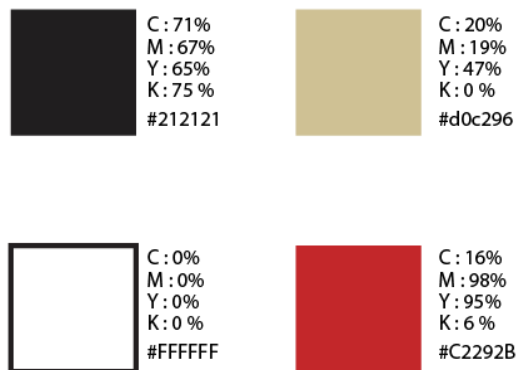
Untuk memberikan kesan misterius dan seram, pemilihan warna menjadi faktor utama yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu ilustrasi memberikan kesan. Warna yang ditentukan berasal dari referensi skema warna yang diambil.



Gambar III.9. Referensi Skema Warna

Sumber: <https://interiordesign.id/wp-content/uploads/2017/10/desain-ruang-dengan-skema-warna-gelap-6.jpg>

Berikut adalah kode warna yang akan digunakan pada perancangan media utama dan media pendukung pada perancangan ini. Kode warna perlu ditentukan agar semua media memiliki warna yang sama dan senada.



Gambar III.10. Kode Skema Warna

Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Pemilihan warna di atas menggunakan referensi yang sesuai dengan pernyataan Rustan (2009) Setiap warna memiliki makna sesuai dengan kondisi dan tradisi yang ada pada tempat tersebut. Berikut adalah makna dari warna yang digunakan.

- Hitam: Memberikan kesan misterius dan gelap yang melambangkan kehidupan jin yang tidak terlihat oleh mata manusia
- Cokelat: Warna ini digunakan sebagai latar dari halaman isi buku, dimana warna cokelat yang dipadukan dengan tekstur kertas berfungsi untuk memberikan kesan tua dan klasik. Sesuai dengan kemampuan jin yang berumur panjang

- Putih: Memberikan kesan yang dingin serta memperkuat teks yang berlatarkan warna yang gelap.
- Merah: Memberikan kesan api atau energi sesuai dengan unsur penciptaan jin yang terbuat dari api.

Dari pilihan warna-warna tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tema pada perancangan, yaitu misterius, seram dan penuh energi sesuai dengan rencana perancangan yang dipaparkan sebelumnya.