

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan target utama dari perancangan media buku ilustrasi berupa *picture storybook* atau buku cerita bergambar tentang binatang mitologi dari nordik. Tujuan dari buku ini untuk memberi pengetahuan tentang binatang mitologi nordik kepada khalayak. Sasaran konsumen dituju kepada penggemar dengan *genre* fiksi dan fantasi. Berikut adalah penjabaran lebih lanjut dari khalayak sasaran:

) Demografis

Merupakan pengelompokan khalayak sasaran berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan status ekonomi. Khalayak sasaran utama pada perancangan ini yaitu masyarakat Indonesia baik laki-laki maupun perempuan.

Sasaran : remaja

Usia : 17-21 tahun (masa remaja akhir)

Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan

Pekerjaan : pelajar dan mahasiswa

Kelas Sosial : masyarakat menengah dan menengah atas, ditujukan kepada masyarakat yang tertarik dengan hal-hal fiksional dan fantasi.

) Psikografis

Psikografis remaja pada usia 17-21 memiliki rasa ingin tahu yang tinggi akan hal-hal sesuatu yang baru dan memiliki imajinasi yang tinggi. Memiliki rasa malu terhadap hal-hal yang bersifat pribadi. Dengan kebiasaan suka membaca, bermain, tertarik dengan *gadget* dan kurang tertarik dengan buku pelajaran di sekolah. Menurut Fagan (2006) usia remaja adalah masa terjadinya perubahan terhadap fundamental dalam aspek kognitif, emosi, sosial, dan pencapaian. Masyarakat yang tertarik dengan hal-hal fiksional dan fantasi. Menyukai cerita mitologi, khususnya cerita tentang binatang mitologi (*mythical beast*).

) Geografis

Menurut Morissan (2010), segmentasi geografis pengelompokan didasarkan pada negara, wilayah, kota, suku, dan desa (h.64). Maka perancangan media informasi Binatang Mitologi Nordik ini akan ditujukan untuk daerah perkotaan atau daerah urban yang ada di Indonesia, khususnya di tempat toko-toko buku yang tersedia diberbagai kota di wilayah Indonesia

III.1.1. Consumer Journey

Untuk mengetahui bagaimana cara agar sebuah pesan disampaikan dalam media terjangkau oleh target *audience*, maka perlu ditentukan media apa saja yang sering terlibat oleh konsumen, sehingga perlu dibuat bagaimana perjalanan keseharian target *audience* yang tepat.

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

Waktu	Kegiatan	Tempat	Point of Contact
05:00 – 06:00	Bangun Tidur – Sholat – Rapikan kamar – Mandi	Kamar tidur – Kamar mandi	Bantal, Selimut, Buku, Tas, Poster, Jam dinding, Handphone, TV, Gayung, Ember, Sabun, Shampo, Sikat gigi, Odol
07:00 – 08:00	Sarapan – Persiapan sekolah/kuliah	Ruang keluarga – kamar tidur	Piring, Sendok, Garpu, TV, Handphone, Poster, Buku, Tas, Pulpen/Pensil, Tempat pensil.

08:00 – 12:00	Belajar di sekolah/kampus	Ruang kelas	Tas, Buku, Kursi, Meja, Proyektor, Papan Tulis, Penghapus Papan, Papan Mading, Hanphone.
12:00 – 13:00	Istirahat/makan siang/sholat	Area sekolah/kampus - musholla – kantin	Handphone, Piring, Sendok, Gelas, Botol Minum, Sajadah.
13:00 – 15:00	Belajar di sekolah/kampus	Ruang kelas	Tas, Buku, Kursi, Kalender, Meja, Proyektor, Papan Tulis, Penghapus Papan, Papan Mading, Poster, Hanphone.
15:00 – 17:00	Pulang dari sekolah/kampus – Macet – Sampai dirumah	Jalan - Rumah	Motor, Mobil, Poster, Spanduk, Banner.
20:00 –	Mengerjakan tugas – bermain gim - tidur	Kamar tidur	Handphone, TV, Buku, Kalender, Laptop, Pembatas buku, Poster, Pensil, Penghapus, Tempat Tidur

III.1.2. Consumer Insight

Menurut Amalia (2009), *consumer insight* merupakan proses mencari tahu secara lebih menyeluruh terkait tentang latar belakang perbuatan, perilaku dan pemikiran seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya. Target *audience* dari perancangan buku ilustrasi ini adalah remaja dengan rentang usia dari 17 – 21 tahun. Salah satu contoh keinginan terdalam dari target khalayak remaja sebagai berikut: ‘suka bermain *game*, menonton film, berkhayal, imajinatif, menyukai cerita-cerita fiksional, dan tertarik dengan kebudayaan dan mitologi.’

III.2. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat adalah bagaimana membuat buku informasi tentang berbagai jenis binatang yang terdapat pada mitologi nordik. Mitologi Nordik sangat terkenal. Saat ini banyak sekali literatur modern yang menampilkan atau mengadaptasi dari mitologi nordik ini, mulai dari *game*, film, animasi, dan lainnya. Namun informasi yang disampaikan oleh literatur tersebut masih sangat sedikit, dan kebanyakan dari mereka hanya menceritakan tentang sosok dewa atau dewi dan makhluk lainnya dan tidak menyinggung tentang sosok binatang tersebut, padahal di dalam mitologi nordik tersebut memiliki beragam binatang yang memiliki peristiwa terhadap dewa/dewi dan dunia tersebut. Ditambah lagi dengan kurangnya atau sulitnya mencari informasi tentang binatang mitologi nordik di Indonesia.

Perancangan buku ini bertujuan untuk menginformasikan tokoh binatang mitologi nordik dengan jelas. Dalam perancangan buku ilustrasi ini diperlukan perencanaan yang tepat agar informasi nantinya dapat diterima baik oleh *audience*, dengan gaya visual yang memperjelas karakteristik binatang tersebut sehingga dapat menambah minat dan daya tarik remaja untuk mengetahui informasi tentang binatang mitologi nordik.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan buku ilustrasi tentang binatang mitologi dari nordik ini adalah sebagai berikut:

-) Menggambarkan binatang mitologi nordik berdasarkan atau sesuai dengan deskripsi atau manuskrip dari mitologi yang berkembang di nordik.
-) Mengadaptasi binatang mitologi nordik pada manuskrip kemudian divisualisasikan dengan gaya modern dan *dark fantasy* untuk menarik target khalayak
-) Menginformasikan kepada khalayak tentang nilai dan moral terhadap kisah dari binatang mitologi nordik seperti kesetiaan, ketulusan, balas dendam, kebohongan, dan ketamakan.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Strategi pendekatan informasi dalam perancangan buku ilustrasi tentang binatang mitologi nordik adalah melalui pendekatan visual dan verbal yang difokuskan agar remaja tertarik membacakan buku ini.

) Pendekatan Visual

Gaya visual yang akan dipakai oleh buku ini dibuat dengan nuansa *darkness* (kegelapan). Karena target khalayak utama dari buku ilustrasi ini adalah remaja, maka visual yang ditampilkan akan lebih bersifat *dark fantasy*. *Dark fantasy* merupakan sub-genre dari karya bergenre fantasi, meliputi karya seni, sastra, sinema. Fantasi sendiri melibatkan hal yang ada di luar jangkauan logika manusia dan unsur-unsur magis. *Dark fantasy* memiliki suasana dari unsur-unsur horor dan kesuraman.

) Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang akan digunakan pada buku ini akan menggunakan dua bahasa, yaitu bahasa nasional atau Bahasa Indonesia, karena target demografisnya ada di Indonesia. Gaya bahasanya akan digunakan adalah

bahasa tidak baku, agar remaja yang membacanya tidak terlalu bingung dan lebih santai dan tidak cepat bosan. Bahasa norse/nordik kuno akan digunakan pada penamaan binatang, tempat, benda, dan mantra mitologi tersebut, sehingga *audience* bisa tahu nama binatang tersebut dalam budaya Bahasa Norse kuno. Bahasa Norse kuno memiliki huruf alfabetikal yang bernama *Runes*. Runes akan digunakan pada penamaan binatang tersebut agar target khalyak mengetahui nama binatang tersebut dalam bahasa nordik.

III.2.3. Mandatory

Pada perancangan buku ilustrasi tentang binatang mitologi nordik ini, sebuah perusahaan penerbit dengan memiliki peranan yang cukup penting, dalam halnya produksi, distribusi, sampai dengan promosi akan didukung oleh perusahaan tersebut. Salah satu penerbit yang dikenal di Indonesia adalah PT Gramedia Pustaka Utama.



Gambar III.1: Logo Gramedia Pustaka Utama

Sumber: <https://www.gramedia.com/blog/content/images/2017/09/gpu--1--1.jpg> (diakses pada 22/05/2019)

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan terdapat pada buku ini adalah untuk memberikan informasi tentang binatang mitologi dari nordik, khususnya adalah bentuk dari binatang tersebut dan nilai moral pada cerita kehidupan dari dalam mitologi tersebut. Seperti kemurkaan, kesetiaan, kebohongan, dan ketangguhan.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang akan digunakan dalam perancangan buku ini menggunakan gaya bahasa baku dan majas metonimia. Majas metonimia menggunakan nama-nama hal yang ditautkan dengan barang, orang, atau hal dengan objek lainnya sebagai penggantinya (Tarigan, 1985). Pada judul buku cerita bergambar tersebut “Makhluk Buas Mitologi dari Daratan Es” menggunakan majas metonimia, pada kata “Daratan Es” ditautkan dengan wilayah sumber dari cerita mitologi tersebut yaitu Nordik dan sekarang dikenal dengan wilayah Skandinavia. Hal tersebut untuk disampaikan kepada target khalayak mudah dimengerti dan dipahami.

III.2.6. Strategi Kreatif

Merupakan perancangan yang bertujuan agar media buku ilustrasi tersebut memiliki kualitas yang sangat baik dari segi visual maupun verbal dan efektif untuk menyampaikan pesan kepada pembaca sekaligus menarik sehingga khalayak pembaca tidak cepat bosan atau jenuh. Strategi kreatif yang akan dilakukan adalah merancang sebuah media buku ilustrasi yang dapat menginformasikan khalayak sasaran mengenai binatang mitologi nordik. Karena khalayak yang menjadi sasaran adalah remaja, maka media tersebut haruslah menarik dengan gaya visual yang digunakan dengan nuansa *dark fantasy*.

) Copywriting

Copywriting sangatlah penting dalam penggunaan media untuk dapat menarik khalayak sasaran agar tertarik pada topik pembahasan dari media tersebut. Menurut Agustrijanto (2006) “*Copywriting*, merupakan seni mengasah kreativitas dan memahami Bahasa iklan”.

Copywriting yang digunakan pada media buku ini adalah penggunaan judul “Makhluk Buas Mitologi dari Daratan Es” sebagai daya tarik utama, dikarenakan tidak banyak masyarakat yang mengetahui tentang binatang dari mitologi nordik, maka hal tersebut pada penggunaan judul tersebut mampu memberi efek tumbuhnya rasa penasaran dari khalayak sasaran terhadap arti

dari judul buku tersebut. Khalayak akan mendekati pada media tersebut untuk mencari tahu arti dari judul tersebut, maka penggunaan sub judul tersebut “Kumpulan Cerita MakhluK Mitologi dari Nordik” yang merupakan penjelas bahwa di daratan Nordik memiliki jenis binatang-binatang mitologi yang beragam.

) *Storyline*

Alur atau *storyline* adalah rangkaian cerita yang memiliki unsur fiksi yang penting, bahkan tidak sedikit orang yang menganggapnya sebagai yang terpenting diantara berbagai unsur fiksi yang lain (Nurgiyantoro, 2007: hal. 110). Dalam alur (*storyline*), media buku ini menggunakan alur kronologis, dengan susunan peristiwanya berjalan sesuai dengan urutan waktu, dan pola pengembangan informasi yang digunakan agar khalayak sasaran dapat lebih memahami tentang binatang mitologi dari nordik secara bertahap dan informasi yang disajikan lebih tertata dengan rapih.

Pada buku *picture storybook*, alur cerita ditentukan terlebih dahulu agar pesan dari cerita suatu peristiwa dapat tersampaikan sesuai dengan alur kronologis dari binatang tertua di Nordik. Berikut adalah *storyline* media *picture storybook*.

Tabel III.2 *Storyline*
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

<i>Scene</i>	Keterangan
<i>Scene 1</i>	Dewa Loki memiliki anak dari hubungan dengan raksasa dari jotunheim bernama Angrboda. Anak tersebut bernama Fenrir, Jormungand, dan Hel. Karena takut akan ancaman, Dewa Odin menculik dan mengasingkan anak-anak Loki.



<i>Scene 2</i>	Fenrir diasingkan disebuah pulau dan diikat oleh belunggu rantai. Dijaga oleh para Aesir dan Tyr. Tyr mengorbankan tangannya, kemudian Fenrir berhasil melarikan diri dari belunggu tersebut.
<i>Scene 3</i>	Fenrir mengikuti perang Ragnarok untuk membalaskan dendamnya terhadap Dewa Odin dan berhasil membunuhnya.
<i>Scene 4</i>	Jormungand merupakan saudara dari Fenrir dan Hel. Dan anak dari Dewa Loki. Takut akan menimbulkan ancaman maka Dewa Odin membuang Jormungand ke dalam laut dalam. Jormungand masih bertahan hidup dan menjadi raksasa sehingga tubuhnya melebihi daerah Midgard
<i>Scene 5</i>	Thor ditemani oleh raksasa Hymir mencoba mendatangi Jormungand di ujung laut. Thor memancing Jormungand dengan umpan seekor kambing. Jormungand memakan umpan tersebut dan keluar dari permukaan laut. Kemudian Thor mencoba menyerang Jormungand tetapi meleset. Jormungand menyerang balik Thor dan terhempas ke daratan bersama dengan Hymir. Jormungand kembali kedalam permukaan laut.
<i>Scene 6</i>	Pada saat perang Ragnarok. Jormungand kembali ke permukaan, dan menyerang masyarakat dan para prajurit. Jormungand bertemu kembali dengan Thor dan melanjutkan pertarungan yang dulu. Thor akhirnya mengalahkan Jormungand, tetapi Thor terkena bisa racun dari Jormungand saat bertarung. Thor akhirnya tewas akibat racun tersebut.
<i>Scene 7</i>	Menceritakan binatang yang tinggal di sebuah pohon kehidupan bernama Yggdrasil. Empat anak panah merupakan julukan untuk empat rusa yang tinggal dipohon tersebut. Empat rusa tersebut menjaga pohon tersebut bersama dengan tiga Norn. Empat rusa tersebut bernama Dainn, Dvalinn, Duneyrr dan Durathror.





<i>Scene 8</i>	Seekor kambing betina yang bernama Heidrun yang setia menghasilkan sebuah susu kemudian diolah menjadi mead. Diberikan kepada Einhenjar.
<i>Scene 9</i>	Ratatoskr merupakan tupai yang menghabiskan waktunya berlari dari atas sampai bawah pohon Yggdrasil dan menyampaikan pesan palsu dari Nidhogg untuk elang yang ada di atas pohon Yggdrasil. Sehingga Nidhogg bermusuhan dengan elang yang diakibatkan oleh pesan bohong oleh Ratatoskr
<i>Scene 10</i>	Nidhogg merupakan naga yang tinggal dibawah akar pohon Yggdrasil. Nidhogg sering menggerogoti dan memakan akar Yggdrasil. Sehingga mengganggu kehidupan pohon Yggdrasil.
<i>Scene 11</i>	Dua burung gagak bernama Hugin dan Muninn milik Dewa Odin. Dua burung tersebut bertugas untuk melintasi Sembilan dunia untuk memantau kegiatan yang ada di Sembilan dunia tersebut. Setelah memantau kembali ke Odin untuk melaporkan kejadian yang ada sembilan dunia.
<i>Scene 12</i>	Sleipnir merupakan kuda berkaki delapan yang setia kepada Dewa Odin. Kuda yang tercepat dan tidak pernah lelah dengan melintasi daratan dan lautan.
<i>Scene 13</i>	Skinfaxi dan Hrimfaxi merupakan kuda yang diberikan oleh Dewa Odin kepada Nott dan Dag. Mereka ditugaskan oleh Odin untuk melintasi sembilan dunia untuk menciptakan cahaya dan kegelapan yaitu siang dan malam.
<i>Scene 14</i>	Skoll dan Hati Hrodvitnisson adalah anak dari Fenrir yang ditugaskan untuk mengejar dan memakan kuda Skinfaxi dan Hrimfaxi. Dua serigala ini selalu mengejar kuda tersebut sampai akhir datangnya perang Ragnarok. Skoll mengejar Skinfaxi dan berhasil menangkapnya. Kemudian Hati berhasil mengejar Hrimfaxi dan memakannya.





) *Storyboard*



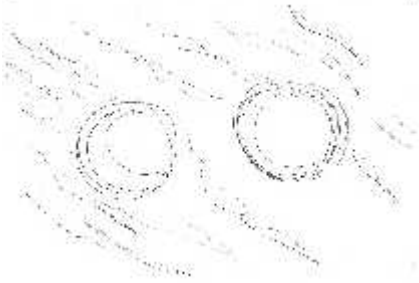
Merupakan sebuah konsep sketsa awal untuk menterjemahkan suatu cerita atau artikel menjadi visual. Menurut Luther (2018) *storyboard* adalah deskripsi pada setiap adegan yang bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan objek multimedia dan diperlakukan den jelas. Berdasarkan kutipan tersebut dengan adanya *storyboard* maka akan mempermudah pembuatan visual dari sebuah unsur cerita, sehingga saat mengerjakan *picture storybook* Binatang Mitologi Nordik sudah terbayang susunan setiap adegannya dalam bentuk visual.

Tabel III.4 *Storyboard*
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Scene	Visual	Keterangan
1		<p>Lokasi = Jotunheim</p> <p>Adegan = Loki bersama dengan tiga anaknya termasuk Fenrir</p>
2		<p>Lokasi = Pulau Lyngvi</p> <p>Adegan = Fenrir terikat belunggu rantai oleh Aesir dan termasuk Tyr</p>

3		<p>Lokasi = Medan perang</p> <p>Adegan = Dewa Odin sedang berduel dengan Fenrir</p>
4		<p>Lokasi = Lautan Midgard</p> <p>Adegan = Kapal Thor berada di tengah laut untuk memancing Jormungand</p>
5		<p>Lokasi = Padang Tandus</p> <p>Adegan = Jormungand mencoba menyerang para prajurit</p>
6		<p>Lokasi = pohon Yggdrasil</p> <p>Adegan = empat anak panah sedang berdiri di depan pohon yggdrasil.</p>

7		<p>Lokasi = padang rumput</p> <p>Adegan = Heidrun sedang berdiri di padang rumput</p>
8		<p>Lokasi = Pohon Yggdrasil</p> <p>Adegan = Ratatoskr sedang menuruni pohon tersebut</p>
9		<p>Lokasi = Akar Yggdrasil</p> <p>Adegan = Suasana akar diaman Nidhogg tinggal di akar Yggdrasil</p>
10		<p>Lokasi = -</p> <p>Adegan = Odin berdiri bersama dengan Hugin & Muninn</p>

11		Lokasi = bukit Helheim Adegan = sleipnir berdiri di atas bukit Helheim
12		Lokasi = bukit es Adegan = Hrimfaxi berdiri di atas bukit
13		Lokasi = langit dengan matahari dan bulan Adegan = Skoll memeluk matahari dan Hati memeluk bulan

III.2.7. Strategi Media

Perancangan dalam pemanfaatan media memiliki peran penting untuk menyampaikan pesan dari perancang kepada khalayak. Menurut Kurniawan (2009) desain hadir dalam kehidupan masyarakat dengan wujud kategori yang beragam. Sehingga diperlukannya strategi perancangan media yang tepat dan efektif, agar informasi dapat diterima dengan mudah, dan pesan moral yang akan disampaikan kisah Binatang Mitologi Nordik dapat mudah dipahami oleh khalayak. Berikut merupakan perancangan dalam pembuatan media tersebut.

a. Media Utama

Perancangan ini diperlukannya media utama yang merupakan strategi penting untuk menyampaikan pesan, agar tepat dan efektif. Media utama yang akan

dibuat dalam perancangan ini adalah media informasi berupa ilustrasi, yang berbentuk *picture storybook* mengenai Binatang Mitologi Nordik. Menurut Jati (2016) ilustrasi merupakan sebuah hasil visual yang berfungsi untuk menyampaikan sebuah informasi berupa teks dan verbal kepada khalayak sasaran. Berdasarkan dari kutipan tersebut ilustrasi merupakan suatu media yang dianggap menarik karena memvisualkan, menghiasi, atau menerangkan suatu cerita, puisi, tulisan, dan informasi. Mary Renck Jalongo (2004) menunjukkan bahwa buku bergambar sama dengan buku cerita bergambar.

Dalam buku cerita bergambar, atau buku bergambar singkatnya, kisah itu diceritakan dua kali, satu dengan teks, dan yang lain dengan ilustrasi (hal.11). Berdasarkan kutipan tersebut *picture storybook* atau buku cerita bergambar adalah buku yang mewakili cerita dengan visual dan teks. Didalam media utama buku tersebut terdapat gambaran visual berupa gambar/ilustrasi tentang kisah binatang mitologi nordik, selain itu, buku ini juga disertai dengan narasi verbal secara deskriptif. Melalui visual dan verbal tersebut, pembaca dapat mengetahui dan memahami tentang binatang mitologi nordik. Penggunaan buku ilustrasi *picture storybook* sebagai media utama ini tidak hanya sebagai media informasi saja, tetapi bisa sebagai bentuk kepuasan dari segi visual dan cerita, yang nantinya dapat dijadikan sumber bahan pengetahuan.

b. Media Pendukung

Media pendukung berfungsi sebagai pembantu untuk mempromosikan terhadap media utama, dan juga sebagai daya tarik agar *audience* tertarik media utama tersebut. Media pendukung yang akan digunakan antara lain:

A. Dalam Bentuk Promosi

) X-Banner

Digunakan untuk membantu menarik perhatian pelanggan atau khalayak dalam penjualan. Ukurannya yang cukup besar dapat dipasang di toko buku ataupun di suatu *event-event* tertentu.

) Poster

Sangat efektif untuk menyampaikan pesan secara luas, karena dapat ditempatkan atau ditempel dimana saja asalkan memiliki cukup ruang untuk ditempel. Selain digunakan sebagai media promosi, poster dapat dimanfaatkan sebagai benda yang layak untuk dikoleksi atau *collectible item*.

) Media Online: Instagram

Media online berfungsi untuk menyebarkan promosi dan informasi mengenai media informasi Binatang Mitologi Nordik seperti poster trailer dari isi buku tersebut kepada khalayak sasaran. Media sosial yang akan digunakan adalah Instagram sebagai media sosial paling penting, dikarenakan remaja sekarang sering berselancar media sosial Instagram. Sehingga media pendukung tersebut akan lebih cepat memberikan informasi pada khalayak sasaran terhadap media utama.

) Flyer

Selebaran kertas kecil yang akan disebarakan kepada khalayak untuk mempromosikan media utama, khalayak yang datang dan dapat dibawa pulang. Selebaran tersebut disebar pada suatu acara perilisan buku dan pada acara hari buku nasional atau hari buku sedunia.

B. Dalam Bentuk *Gimmick* dan *Merchandise*

) Pembatas Buku

Merupakan pelengkap dari media utama buku tersebut untuk membatasi halaman tersebut.

) Gantungan Kunci

Media pendukung yang dapat dikoleksi, sering digunakan oleh khalayak.

) *Notebook*

Notebook media pendukung yang bisa didapatkan jika saat peluncuran media utama. Digunakan khalayak untuk mencatat sebuah pelajaran atau mata kuliah.

) *Tempat Pensil*

Tempat pensil dengan bentuk serigala Fenrir, bisa ditempatkan di meja kerja.

) *Kalender Meja*

Merupakan media pendukung promosi yang bisa ditempatkan di meja kerja dan juga sebagai *souvenir* untuk khalayak.

) *T-shirt*

Media promosi yang diluncurkan bersamaan dengan peluncuran media utama, juga sebagai *souvenir* bagi khalayak pada saat event.

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Penyebaran media dilakukan secara bertahap dengan strategi distribusi sesuai dengan khalayak sasaran utama. Sehingga nanti pada saat media utama dipasarkan, khalayak sudah mengetahui informasi tentang produk tersebut melalui penyebaran media pendukung seperti poster dan *flyer*. Berikut adalah table penyebaran media yang akan dilakukan selama kurang dari tiga bulan.

Tabel III.4 Penyebaran Media
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

No	Media	Oktober				November				Desember				Keterangan	
		Minggu													
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Media utama														Disebarkan pada hari binatang sedunia 4 oktober 2019

2	Poster													Menginformasikan waktu penayangan media utama
3	<i>X-banner</i>													
4	<i>Flyer</i>													
5	Media Online													Menyebarkan promosi melalui media sosial Instagram
6	Pembatas buku													Dijual saat <i>event</i> , bersamaan dengan perilisan media utama
7	Gantungan kunci													
8	Notebook													
9	Tempat pensil													
10	Kalender Meja													
11	T-shirt													

III.3. Konsep Visual

Binatang mitologi nordik akan diterapkan pada perancangan buku ilustrasi dengan konsep *picture storybook*, menggunakan gaya visual *dark fantasy*, jadi isi dari buku ini akan seimbang dengan visual dan teks. Menggunakan teknik *digital painting* agar lebih terkesan artistik dan nuansa yang diberikan terasa hidup, teknik gambar seperti ini digemari oleh khalayak remaja yang menyukai hal-hal fantasi dan fiksi. Selanjutnya akan dijelaskan secara rinci konsep visual yang dipilih.

III.3.1. Format Desain

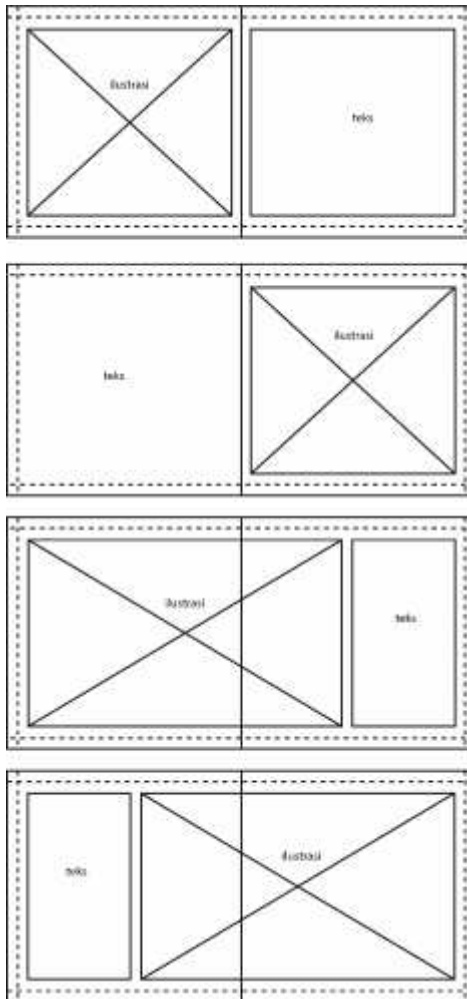
Perancangan media informasi buku ilustrasi atau *picture storybook* Binatang Mitologi Nordik menggunakan teknik ilustrasi dari sketsa manual yang selanjutnya di sketsa ulang dan diwarnai secara *digital*. *Picture storybook* berformat 1:1 dengan ukuran 20cm x 20cm.



Gambar III.2: Format Ukuran Media Utama
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

III.3.2. Tata Letak

Tata letak atau *layout* mempunyai peranan penting dalam elemen-elemen desain dalam membantu mempermudah khalayak sasaran melihat media informasi Binatang Mitologi Nordik, agar terlihat lebih mudah dipahami dan efektif. Menurut Anggraini S & Nathalia (2018) *layout* atau tata letak adalah seni menata suatu bentuk, ruang, dan bidang pada elemen desain (hal. 74). Tata letak pada buku cerita bergambar menggunakan gaya jenis *picture window layout* yang menampilkan visual secara *close-up* sehingga tampilan ilustrasi menggunakan tema dan bentuk yang berbeda menjadi beberapa bagian. Berikut merupakan rincian tata letak buku Binatang Mitologi Nordik.



Gambar III.3.: *Layout*
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

III.3.3. Tipografi

Tipografi memiliki peranan untuk membantu menyampaikan pesan pada suatu media, berupa tulisan yang memepjelas maksud dan karakteristik dari visual tersebut. Menurut Sihombing (2001) tipografi merupakan representasi dari visual dalam bentuk komunikasi sifat verbal, properti visual dan efektifitas. Berikut beberapa tipografi yang dipilih untuk digunakan dalam perancangan media utama.

a. *Headline*

Nama *font* : Morris Roman
Jenis huruf : Serif
Font style : Black
Pembuat *font* : Dieter Steffmann



Gambar III.4: *Font Type* Pada Judul Media Utama
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada huruf *Morris Roman* digunakan sebagai penamaan judul pada sampul dari media utama tersebut. Merupakan huruf rancangan dari Dieater Steffmann yang terinspirasi dari gaya huruf *Gothic* dan digabungkan dengan gaya dari budaya *Skandinavia*, dikarenakan font tersebut mewakili visualisasi budaya dari daerah barat yaitu daerah *Skandinavia*. Font ini memiliki lisensi bebas untuk keperluan personal atau komersial.

b. *Sub-Headline*

Nama *font* : Chapaza
Jenis huruf : Serif
Font style : Reguler
Pembuat *font* : Steve Gardner

Chapaza

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./;[]\-=`>?":{}|+_~!@#\$%^&*()

Gambar III.5: *Font Type* Pada Subjudul Media Utama
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada subjudul *font* yang dipilih adalah Chapaza, karangan dari Steve Gardner dengan jenis huruf *Serif*. *Font* ini digunakan untuk mempertegas kembali dari judul besar agar khalayak dapat memahami isi dari media tersebut. *Font* ini mendapatkan lisensi bebas untuk keperluan personal dan komersial. *Font* bisa didapatkan di www.dafont.com secara gratis.

c. Judul Bab

Nama *font* : Viking Elder Runes

Jenis huruf : Sans Serif

Font style : Bold

Pembuat *font* : Matthew Flansburg

V I < T X M P W M R R O T M H
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
F B B M M F X N I S < T M T O K G R H T P U W * Y Z

Gambar III.6: *Font Type* Pada Judul Bab Media Utama (1)
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada *headline* jenis huruf yang digunakan ialah *Viking Elder Runes* dipilih untuk merancang judul sebuah nama binatang mitologi tersebut. Jenis huruf ini berupa *dingbats* dan tidak memiliki jenis huruf kecil, nomor, dan simbol dirancang oleh Matthew Flansburg. Hal ini ditujukan untuk target khalayak bisa mengenal dan mengetahui huruf *runes* atau huruf nordik kuno. Jenis huruf ini memiliki lisensi bebas digunakan untuk keperluan pribadi dan keperluan komersial. *Font* tersebut didapatkan secara gratis pada website www.dafont.com.

Nama *font* : Norse
Jenis huruf : Sans Serif
Font style : Bold
Pembuat *font* : Joël Carrouché



Gambar III.7: *Font Type* Pada Judul Bab Media Utama (2)
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada *subheadline* jenis huruf yang digunakan ialah *Norse*, huruf rancangan dari Joël Carrouché terinspirasi dari huruf alpabetikal *runic* atau huruf kuno bangsa nordik. Jenis huruf ini dipilih untuk merancang penomoran halaman, daftar isi, dan penamaan dari binatang mitologi nordik dan mendapatkan suasana dari budaya nordik. *Font* ini

mendapatkan lisensi bebas untuk keperluan personal atau komersial dan bisa didapatkan di website www.dafont.com dan www.behance.com secara gratis.

d. *Bodytext*

Nama *font* : Minion Pro
Jenis huruf : Serif
Font style : Regular
Pembuat *font* : Robert Slimbach



Gambar III.8: *Font Type* Pada *Bodytext* Media Utama
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada *bodytext* pada media utama ini menggunakan *font Minion Pro* karangan Robert Slimbach dengan jenis *Serif*. Dipilih karena memberikan kesan sederhana dengan gaya *renaissance* yang elegan dan atraktif untuk dibaca. *Font* bisa didapatkan melalui website resmi font.adobe.com dan mendapatkan lisensi bebas untuk keperluan personal dan komersial.

III.3.4. Ilustrasi

Dalam perancangan media utama binatang mitologi nordik ini, ilustrasi memiliki peran yang sangat penting, karena media tersebut akan dibuat dalam *picture storybook* atau buku cerita bergambar. Menurut Kusmiati R, Pudjiastuti & Suptandar (1999) Ilustrasi adalah sebuah gambaran dari suatu artikel, kemudian divisualkan sesuai dengan tulisan

tersebut (hal.45). Mengacu dari kutipan tersebut media informasi dibuat dengan ilustrasi sebagai penggambaran cerita mitologi tersebut, sehingga dapat membuat khalayak dapat memahami cerita dari media buku cerita bergambar tersebut.

Gaya ilustrasi pada media informasi binatang mitologi nordik menggunakan gaya semi realis dan di sederhanakan. Alasan media tersebut menggunakan semi realis adalah agar khalayak mudah memahami bentuk makhluk mitos dan pesan yang disampaikan cerita binatang mitologi nordik, dari ilustrasi yang disusun dalam *storyboard*. Berikut pilihan contoh refrensi gaya ilustrasi yang akan digunakan.



Gambar III.9: Refrensi Gaya Ilustrasi Untuk Media Utama
Sumber: <http://kentaylor.com.au/> (diakses pada 26/06/2019)


Gaya ilustrasi semi realis tersebut merupakan karya dari ilustrator asal Melbourne, Australia yang bernama Ken Taylor. Gaya ilustrasi tersebut dipilih sebagai refrensi tersebut dibuat sederhana, sehingga khalayak mudah memahami bentuk dari binatang tersebut. Teknis pembuatan ilustrasi ini menggunakan teknik *digital painting*, dengan

teknis ini proses media tersebut lebih efektif. Langkah-langkah sebelum pembuatan ilustrasi media yang harus dilakukan ialah dengan studi karakter dan studi lokasi.

a. Studi Karakter

berfungsi untuk menganalisa karakter yang ada pada binatang mitologi nordik, baik itu dari postur fisik tubuh binatang mitologi, dan ekspresi dari peristiwa yang ada di cerita tersebut. Studi karakter juga berfungsi sebagai pegangan dalam membuat karakter sesuai dengan penggambaran tokoh tersebut pada masa *dark age* dengan dibuat menggunakan majas hiperbola, dimana karakter tersebut menyerupai binatang asli tetapi bagian tertentu di lebih-lebihkan

Tabel III.5 Studi Karakter
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

No	Refrensi ilustrasi yang sudah ada	Refrensi fisik
1	 <p>Sumber: http://www.ancientpages.com/wp-content/uploads/2018/12/fenrirodinfigh18.jpg (diakses pada 30/01/2018)</p>	 <p>Sumber: https://wolveswolves.tumblr.com/post/124999759045/eastern-timber-wolf-canis-lupus-lycaon-by-conrad (diakses pada 12/06/2019)</p>
<p>Hasil</p>		



Fenrir

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

2



Sumber: *Norse Mythology: A Guide To The Gods Heroes Rituals and Belief* (John Lindow, hal. 229)



Sumber: <http://www.littlerebelbuddha.com/wp-content/uploads/2017/11/@thomashafeneth.jpg>
(diakses pada (12/06/2019))

Hasil



Jormungand

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

3



Sumber: <https://norse-mythology.org/wp-content/uploads/2012/11/Manuscript-Odinn.jpg> (diakses pada 08/05/2019)



Sumber: https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSqxyBjX3td-u-kr1G7k1EZd_KsOEITbZJNdvaX6HcEpqZDmpdlk (12/06/2019)

Hasil



Hugin & Muninn

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

4



Sumber:

https://en.wikipedia.org/wiki/D%C3%A1inn,_Dvalinn,_Duneyrr_and_Dura%C3%BEr%C3%B3r#/media/File:AM_738_4to_stags_of_Yggdrasill.png (diakses pada 04/05/2019)



Sumber: https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR6Uvg1OwmGl81V7Glse1PC15AwO3zppngEOPx-eyvKi_Moeif-4g (17/06/2019)

Hasil



Empat anak panah

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

5



Sumber: Norse Mythology: A Guide To The Gods Heroes Rituals and Belief (John Lindow, hal. 272)



Sumber: https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcS85817wTWJGvfFeGzv2r5ptlAHuvJAaCTXSfZ_FFIRGk-OaDq2
(17/06/2019)

Hasil



Skinfaxi dan Hrimfaxi

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

6



Sumber: <https://norse-mythology.org/wp-content/uploads/2014/05/The-Wolves-Pursuing-Sol-and-Mani.jpg> (diakses pada 18/12/2018)



Sumber: <https://image.shutterstock.com/image-photo/wolf-jumping-snow-260nw-1304756968.jpg> (17/06/2019)

Hasil



Skoll dan Hati Hrodvitnisson

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

7



Sumber:

https://en.wikipedia.org/wiki/Ratatoskr#/media/File:AM_738_4to_Ratatoskr.png (diakses pada 08/05/2019)



Sumber: <https://static.independent.co.uk/s3fs-public/thumbnails/image/2018/09/23/16/threatened-endangered-1.jpg> (17/06/2019)

Hasil



Ratatoskr

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

8



Sumber: <https://norse-mythology.org/wp-content/uploads/2012/11/Nidhogg.png>
(diakses pada 04/05/2019)



Sumber:

<https://www.washingtonpost.com/resizer/t2Nrfzcv3MNqf47KqQTjUEZ0rBI=/480x0/arc-anglerfish-washpost-prod-washpost.s3.amazonaws.com/public/GRA7QGSVRQI6TKUDKBHQQ27V2Y.jpg> (17/06/2019)

Hasil



Nidhogg

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

9



Sumber:

https://en.wikipedia.org/wiki/Ratatoskr#/media/File:AM_738_4to_Ratatoskr.png (diakses pada 08/05/2019)



Sumber:

<https://cdn.artstation.com/p/assets/images/images/007/165/544/large/veronique-venne-sleipnir1.jpg?1504139186> (17/06/2019)

Hasil



Sleipnir

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

10



Sumber:

https://en.wikipedia.org/wiki/Ratatoskr#/media/File:AM_738_4to_Ratatoskr.png (diakses pada 08/05/2019)



Sumber: https://3.bp.blogspot.com/-HRzMIY68JR8/XFUV2nB3wfl/AAAAAAAAABlo/m0kvzyhgy-8bt6EZ2cn_SOvq8V0F_oFFACLcBGAs/s640/Diorama%2BKambing%2BGunung%2B-%2BMuseum%2BSatwa%2BJatim%2BPark%2BA.jpg (17/06/2019)

Hasil








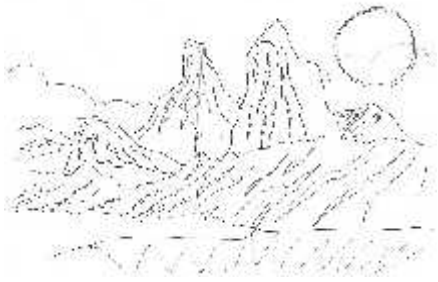
Heidrun

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Studi Lokasi

Berfungsi untuk menganalisa lokasi dimana saja peristiwa pada binatang mitologi nordik terjadi, lokasi ini dibuat bertujuan untuk memunculkan nuansa atau suasana pada wilayah daratan es dan daratan tundra pada jaman dahulu supaya khalayak bisa mengetahui penggambaran suasana tersebut dimana adegan tersebut terjadi.

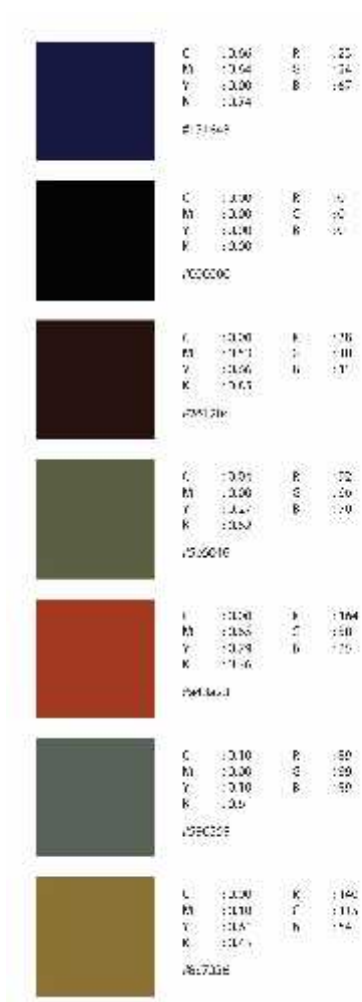
Tabel III.6 Studi Lokasi
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

No	Referensi	Hasil
1	 <p>Sumber: https://blog.vkngjewelry.com/wp-content/uploads/2019/04/Yggdrasil-tree-of-life.png (17/06/2019)</p>	 <p>Sumber: Dokumen Pribadi (2019)</p>
2	 <p>Sumber: https://live.staticflickr.com/6197/6088860797_a06cd745dc_b.jpg (17/06/2019)</p>	 <p>Sumber: Dokumen Pribadi (2019)</p>
3	 <p>Sumber: http://6iee.com/data/uploads/23/640287.jpg (17/06/2019)</p>	 <p>Sumber: Dokumen Pribadi (2019)</p>

III.3.5. Warna

Warna memiliki peran yang sangat penting dalam perancangan media utama binatang mitologi nordik. Warna adalah suatu elemen bagian dari desain yang memberikan suatu

pesan tertentu dan memberikan kesan suasana (Hendi Hendratman, 2015, h.121). Kutipan tersebut menjelaskan dengan adanya warna pada perancangan media, maka akan lebih mudah dipahami oleh khalayak. Media utama menggunakan nuansa warna *dark fantasy* yang artinya menggunakan nuansa warna yang gelap, sehingga kesan fantasi dari binatang mitologi nordik lebih terasa dengan harmoni warna dari monokromatik. Monokromatik merupakan berbagai *tone, shade, atau tint* dari satu warna dengan skema lebih halus dan konservatif.



Gambar III.10.: *Pallete* Warna pada Media Utama Binatang Mitologi Nordik
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)