

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Sebelum melakukan perancangan, hal utama yang perlu dilakukan adalah merancang strategi yang baik agar mencapai hasil perancangan yang sesuai dengan harapan. Menurut Craig & Grant (1996 : 75), “strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*)”.

Di dalam sebuah strategi perancangan dan konsep desain ini diatur untuk merancang sebuah media informasi yang meliputi beberapa tahapan. Berikut adalah tahapan tersebut bersama paparannya.

III.1 Khalayak Sasaran

Menentukan khalayak sasaran bertujuan untuk menentukan target yang tepat agar pesan atau informasi sampai dengan tepat. Khalayak untuk makanan khas Galendo adalah sebagai berikut :

III.1.1 Demografis

Galendo merupakan makanan khas daerah Ciamis Jawa Barat jadi telah ditentukan demografinya sebagai berikut :

- Masyarakat umum
- Jenis kelamin laki-laki dan perempuan
- Masyarakat anak - anak berumur 7 – 13 tahun (jenjang pendidikan SD) memilih target anak - anak karena ini adalah masa sensitif dalam perkembangan ketika pengalaman memiliki efek kuat atau tahan lama terhadap pembangunan sirkuit otak.
- Semua kalangan dari menengah ke atas.
- Semua kalangan masyarakat penggemar kuliner tetapi masih kurang memahami tentang makanan khas daerah terutama Galendo, juga masyarakat awam yang sama sekali tidak mengenal makanan khas Galendo.

III.1.2 Geografis

Secara geografis khalayak sasaran dari buku Galendo adalah masyarakat Indonesia, diutamakan di Jawa Barat lebih tepatnya daerah pusat kota hingga pinggiran kota.

III.1.3 Psikografis

Ditujukan kepada anak karena media informasi dirancang berupa buku ilustrasi dengan gaya visual yang sederhana, serta warna yang menarik, dan karakter yang tidak detail atau realis yang dapat membuat anak tertarik untuk membaca. Karena Anak-anak mampu berpikir logis mengenai objek dan kejadian, menguasai konservasi jumlah, jumlah tak terbatas dan berat (Piaget, 1983, h. 97).

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan diaplikasikan adalah untuk membuat buku dalam bentuk buku ilustrasi sehingga diperlukan adanya strategi agar buku yang dibuat bisa menjadi bacaan anak. Berikut adalah strategi perancangannya.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam hal ini, penyampaian pesan yang dimuat di dalam buku adalah bertujuan untuk memberikan informasi tentang asal - usul makanan khas Galendo beserta proses pembuatannya.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Untuk mencapai tujuan komunikasi, maka perlu adanya pendekatan komunikasi yang sesuai untuk mempermudah khalayak sasaran dalam menerima informasi yang akan disampaikan dalam media yang akan dirancang. Pendekatan komunikasi terdiri dari dua pendekatan yaitu sebagai berikut:

a. Pendekatan Verbal:

Pendekatan verbal terdiri dari strategi bahasa dan gaya bahasa yang disesuaikan dengan segmentasi khalayak yaitu bahasa Indonesia dengan gaya bahasa yang tidak bertele -tele dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran khususnya anak-

anak dan secara tidak langsung anak-anak dapat mudah memahami informasi yang disampaikan.

b. Pendekatan Visual:

Pendekatan visual yang akan diterapkan adalah menampilkan ilustrasi dengan sederhana namun menarik, hal ini untuk memperjelas pesan yang akan disampaikan kepada khalayak. Ilustrasi yang akan digunakan mengacu pada gaya gambar dari Macus Romero yang berasal dari Madrid, Spanyol. Macus Romero merupakan seorang *freelance illustrator* dengan latar belakang pendidikan arsitektur dan seni rupa serta 5 tahun pengalaman dalam ilustrasi dan desain untuk beberapa proyek. Bentuk dari gaya ilustrasi Macus Romero yang ditampilkan sangat sederhana, gaya gambar yang tidak secara realis, menarik dan mudah dikenali. Gambar ilustrasi sangat sederhana dan tidak terlalu detail membuat anak dapat dengan mudah mengenali dan dapat memicu imajinasi anak.



Gambar III.1 Visualisasi gambar ilustrasi Macus Romero

Sumber: <https://mir-s3-cdn->

[cf.behance.net/project_modules/1400/7909c250109721.58c7cba6a8bc5.jpg](https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/1400/7909c250109721.58c7cba6a8bc5.jpg)

III.2.3 Mandatory

Untuk melancarkan pendistribusian media yang dirancang maka dibutuhkan pihak yang dapat mempublikasikan media tersebut. Elexmedia merupakan salah satu

penerbit yang sering menerbitkan buku – buku, salah satunya buku ilustrasi anak yang sekaligus mengedukasi banyak diterbitkan Elexmedia, jadi beberapa buku yang diterbitkan oleh Elexmedia menjadi sebuah bacaan yang baik untuk anak karena dapat mengedukasi dengan hal – hal yang baru, karena anak biasanya selalu ingin tahu sesuatu hal yang baru serta dapat menarik minat membaca. Oleh karena itu, *mandatory* dalam perancangan media informasi Galendo ini adalah Elexmedia sebagai penerbit utama.



Gambar III.2 Logo Elexmedia

Sumber: <https://www.gramedia.com/blog/content/images/2017/09/elexmedia-1.jpg>

III.2.4 Materi Pesan

Dalam perancangan sebuah buku ilustrasi materi pesan yang akan dimuat yaitu menyajikan informasi seputar makanan Galendo.

III.2.5 Gaya Bahasa

Dalam penyampaian materi pesan, gaya bahasa yang digunakan pada perancangan buku ilustrasi ini menggunakan gaya bahasa naratif. Menurut Atmazaki (2005 : 8) “gaya bahasa naratif merupakan bentuk-bentuk ungkapan yang digunakan oleh pengarang untuk menyampaikan ceritanya. Penggunaan gaya bahasa dalam mengungkapkan ide atau tema yang diajukan dalam karya sastra dapat beragam dari pengarang yang satu kepada pengarang yang lain.”

Gaya bahasa ini dapat diterapkan secara informatif. Hal ini menyesuaikan khalayak anak - anak agar pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan dibuatnya buku ilustrasi Galendo. Gaya bahasa ini dipilih karena perancangan akan menampilkan cerita yang menceritakan sejarah singkat serta proses pembuatan makanan khas Galendo sehingga informasi akan tersampaikan dengan baik.

III.2.6 Strategi Kreatif

Menerapkan strategi kreatif yaitu dengan cara menampilkan ilustrasi dari makanan Galendo. Ilustrasi diharap dapat menginformasikan makanan Galendo serta diharapkan dapat membuat khalayak menjadi tertarik dan mulai ingin mencoba rasa dari makanan khas Galendo.

III.2.7 Strategi Media

Agar pesan dapat tersampaikan kepada khalayak, maka perlu strategi dalam perancangan informasi dengan membuat media yang sesuai dengan khalayak dan informasi yang akan dikemas. Media yang dibuat adalah media utama dan media pendukung. Strategi media utama merupakan media yang berisi informasi mengenai ilustrasi informasi dari makanan khas Galendo sedangkan media pendukung adalah penunjang untuk media utama yang disesuaikan dengan khalayak dan objek dalam media utama.

III.2.7.1 Media Utama

Strategi media pada perancangan yang dipilih yaitu berupa buku ilustrasi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa buku adalah helai kertas berjilid yang berisikan tulisan untuk dibaca atau kosong untuk ditulis. Pemilihan buku ilustrasi sebagai media penyampai informasi yang berisi tentang makanan khas Galendo yang ditujukan kepada khalayak anak.

Menurut Peter Hunt (1996 : 110) “buku ilustrasi adalah buku yang di dalamnya terdapat kombinasi antara teks lisan dan gambar ilustrasi yang memberikan asumsi bahwa gambar berkomunikasi lebih langsung daripada kata-kata, dimana gambar memudahkan pembaca memahami isi bacaan serta memberikan daya imajinasi.”

Buku ilustrasi tersebut akan terdiri dari informasi seputar makanan Galendo. Konten yang dibuat akan berisi sejarah singkat makanan khas Galendo dan proses pembuatan makanan khas Galendo. Media buku ilustrasi dipilih sebagai media utama karena pada dasarnya anak-anak dapat dengan mudah menyerap informasi melalui gambar. Visual berbentuk gambar atau ilustrasi sangat penting bagi anak, karena anak-anak mulai mengenal sesuatu mulai dari pengelihatannya (Rimm, 1996 : 19).

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung yang dibuat dalam menunjang media utama dan sebagai sarana promosi ialah sebagai berikut:

1. X-Banner

X-Banner dibuat untuk memperkenalkan adanya buku ilustrasi Galendo kepada khalayak secara umum dan diletakkan di toko buku lebih tepatnya di tempat buku anak – anak.

2. Flyer

Flyer yang dibuat berisi tentang gambaran secara umum dari isi buku ilustrasi Galendo. Penyebaran *flyer* ini akan diberikan kepada khalayak secara umum khususnya untuk anak – anak SD.

3. Pembatas buku

Pembatas buku dibuat sebagai *merchandise* menyesuaikan khalayak sasaran yaitu anak-anak, sehingga pembatas buku diharapkan dapat berguna bagi khalayak. Pembatas buku ini akan dikemas menjadi satu dengan media utama di dalam kemasan buku.

4. Stiker

Stiker dibuat sebagai *merchandise* sebagai ciri khas dari media utama. Stiker diberikan jika khalayak membeli buku ilustrasinya.

5. Notebook

Notebook dibuat sebagai *merchandise* sebagai ciri khas dari media utama. *Notebook* ini diberikan jika khalayak membeli buku ilustrasinya.

6. Poster

Poster yang dibuat berisi tentang gambaran secara umum dari isi buku ilustrasi Galendo. Penyebaran poster ini akan dipasang di tempat khalayak secara umum agar dapat menarik khalayak.

7. Kalender

Kalender yang dibuat berisi tentang gambaran secara umum dari isi buku ilustrasi Galendo. Penyebaran kalender ini akan diberikan kepada khalayak yang membeli buku ilustrasinya. Kalender disediakan secara terbatas dan diberikan di bulan pertama setelah peluncuran buku.

8. Tempat Pensil

Tempat pensil yang dibuat berisi tentang gambaran secara umum dari isi buku ilustrasi Galendo. Tempat pensil menarik ini akan diberikan kepada khalayak yang membeli buku ilustrasinya. Tempat pensil disediakan secara terbatas.

9. *Totebag*

Totebag yang dibuat menarik ini akan diberikan kepada khalayak yang membeli buku ilustrasinya. *Totebag* disediakan secara terbatas.

10. Unggahan Instagram

Unggahan Instagram yang dibuat berisi tentang jadwal terbit atau rilis buku ilustrasi Galendo. Unggahan diunggah di awal peluncuran buku. Dan dijadwal seminggu satu *post* sebagai pengingat buku telah rilis.

11. Pin dan gantungan kunci

Pin dan gantungan kunci dibuat sebagai *merchandise* sebagai ciri khas dari media utama. Pin dan gantungan kunci diberikan jika khalayak membeli buku ilustrasinya dan tidak dapat memilih.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dan waktu penyebaran media dibutuhkan untuk mempermudah penyaluran media, dengan disusun jadwal yang baik, sehingga penyebarannya dapat terarahkan. Penyebaran akan melalui mekanisme tempat dan waktu sehingga untuk pendistribusian media dapat ditentukan.

Berikut adalah strategi distribusi dan waktu penyebaran media:

Mekanisme tempat dan waktu.

Semua media pendukung akan diadakan selama satu tahun. Untuk media pendukung kalender di batasi waktunya.

Tabel III.1 Mekanisme waktu
Sumber : Dokumen Pribadi

Media	Waktu / Bulan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Flyer</i>												
<i>X-Banner</i>												
<i>Totebag</i>												
Stiker												
<i>Notebook</i>												
Poster												
kalender												
Pin dan gantungan kunci												
Pembatas buku												
Tempat Pensil												
Unggahan Instagram												

Distribusi media

Tabel III.2 Distribusi Media
Sumber : Dokumen Pribadi

Media	Distribusi
<i>Flyer</i>	<i>Flyer</i> akan didistribusikan di sekitar toko buku diberikan langsung kepada para pengunjung toko buku.
<i>X-Banner</i>	<i>X-Banner</i> didistribusikan langsung di area toko buku.
<i>Totebag</i>	<i>Totebag</i> didistribusikan di toko buku.
Stiker	Stiker didistribusikan dan diberikan ketika pembelian buku.
<i>Notebook</i>	<i>Notebook</i> didistribusikan dan diberikan secara khusus pada tanggal yang sesuai dengan jadwal pendidikan, seperti hari atau tanggal <i>back to school</i> .
<i>Poster</i>	<i>Poster</i> dipajang di sekitar toko buku dan di pajang di beberapa tempat strategis agar dilihat khalayak.
Kalender	Kalender didistribusikan dan diberikan di 2 bulan pertama rilis buku.
Pin dan gantungan kunci	Pin dan gantungan kunci didistribusikan dan diberikan setiap pembelian buku.
Pembatas buku	Pembatas buku didistribusikan dan diberikan setiap pembelian buku.
Tempat Pensil	Tempat pensil didistribusikan dan diberikan setiap pembelian buku, dan secara khusus pada tanggal yang sesuai dengan jadwal pendidikan, seperti hari atau tanggal <i>back to school</i> .
UnggahanInstagram	Unggahan diunggah di awal peluncuran buku. Dan dijadwal seminggu satu <i>post</i> sebagai pengingat buku telah rilis.

III.3 Konsep Visual

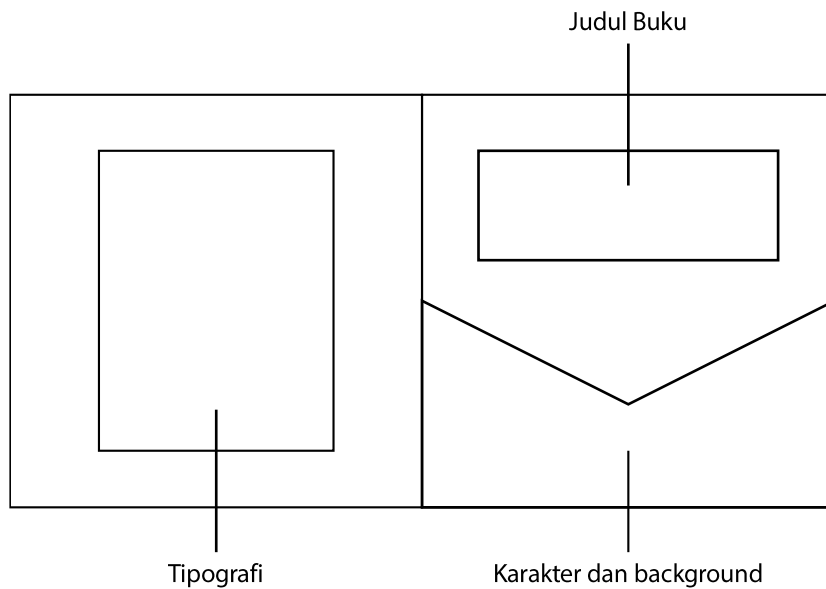
III.3.1 Format Desain

Format desain yang akan diterapkan untuk membuat buku ilustrasi adalah dengan bentuk dasar kotak dan akan disajikan dengan ukuran 20 x 20 cm. Dengan membuat buku dengan ukuran ini akan mempermudah khalayak dalam menggunakannya ketika membaca dan ilustrasi pada buku dapat secara jelas dilihat oleh khalayak.

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

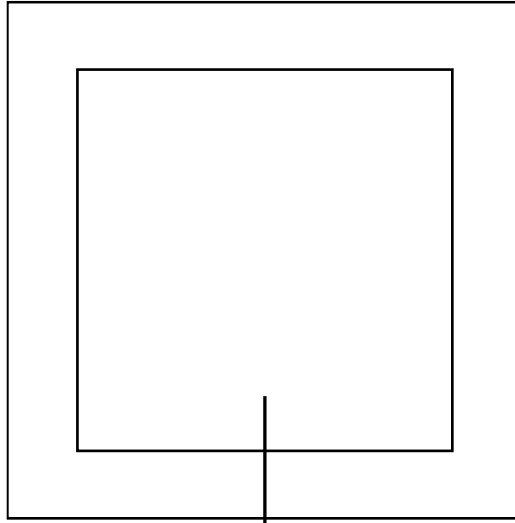
Tata letak ini berfungsi untuk menyusun berbagai elemen desain yang terdiri dari garis, warna, bentuk, skala, dan tipografi. Berikut adalah *layout* yang akan diterapkan dalam pembuatan desain buku ilustrasi:

1. Cover Depan



Gambar III.3 *Layout cover* buku
Sumber : Dokumen pribadi (2018)

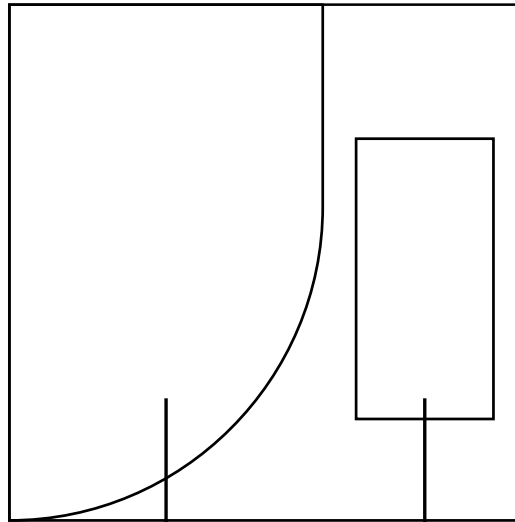
2. Daftar Isi



Tipografi

Gambar III.4 *Layout* daftar isi
Sumber : Dokumen pribadi

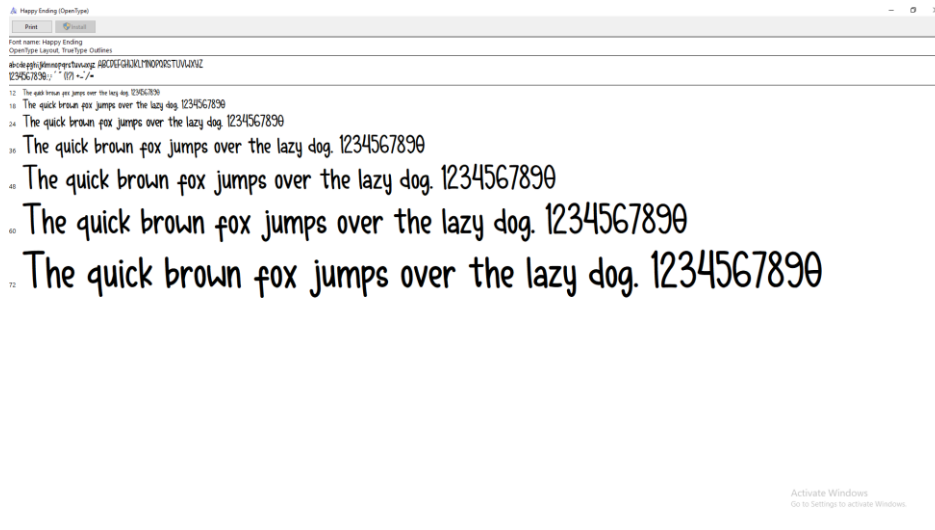
3. Isi



ilustrasi

Tipografi

Gambar III.5 *Layout* Isi
Sumber : Dokumen pribadi



Gambar III.7 Font *Happy Ending*
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Kusrianto (2007 : 140) menjelaskan, “ilustrasi ialah seni yang digunakan untuk memberikan suatu maksud atau tujuan secara tampilan atau visual”. Oleh karena itu, untuk memperjelas suatu pengertian yang ingin disampaikan dalam suatu media maka perlu ditambahkan adanya ilustrasi yang mampu memberi penjelasan secara visual.

Teknik ilustrasi yang digunakan adalah berupa *digital painting*. Menggunakan teknik *digital painting* agar ilustrasi lebih mendapatkan kesan menyerupai gambar manual. Dengan *digital painting* ilustrasi dibuat sederhana dan tidak realis serta ilustrasi yang sederhana dapat memperkuat imajinasi anak – anak. Ilustrasi yang dijadikan referensi atau acuan adalah ilustrasi menyerupai pada gambar III.8, yang dibuat oleh Macus Romero yang berasal dari Madrid, Spanyol. Dengan membuat

gaya *painting* yang tidak terlalu detail dan tidak realistis membuat ilustrasi menjadi semakin menarik.



Gambar III.8 Referensi ilustrasi buku Martino o cocineiro ed xerais
Sumber: <https://www.behance.net/gallery/37809847/Martino-o-cocineiro-Ed-Xerais>
(2018)

Karakter pada ilustrasi dibuat sesederhana mungkin agar dapat menarik anak, karakter yang digunakan pada perancangan konsep ini menggunakan karakter anak-anak usia 7 – 12 tahun dimana dapat mewakili khalayak. Karakter menggunakan pakaian kaos berwarna coklat merupakan perwakilan dari warna Galendo itu sendiri serta pakaian anak perempuan yang panjang dibuat agar karakter yang sopan dan baik dapat tersampaikan. Pemberian nama Zaki pada karakter anak laki – laki karena nama tersebut sesuai dengan anak zaman sekarang dan orang tua dalam memberikan nama anak – anak zaman sekarang lebih cenderung tidak kuno, dengan memberikan nama anak dari kata atau bahasa lain yang memiliki arti seperti pemberian nama yang diambil dari bahasa lain, begitupun pemberian nama pada karakter anak perempuan diberikan nama Aulia yang dapat mewakili anak – anak zaman sekarang, sehingga ketika anak membaca buku ilustrasi dengan karakter atau tokoh dengan nama yang lebih modern lebih dapat diterima karena namanya bisa seperti nama temannya saat ini. Jadi kedekatannya dari cerita yang disampaikan bisa lebih dapat diterima.

Karakter Zaki



Gambar III.11 Sketsa dan Karakter Zaki
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Aulia sebagai adik perempuan

Aulia sebagai adik, berusia 7 tahun, baik hati dan penurut.

Referensi visual anak perempuan



Gambar III.12 Referensi visual anak perempuan

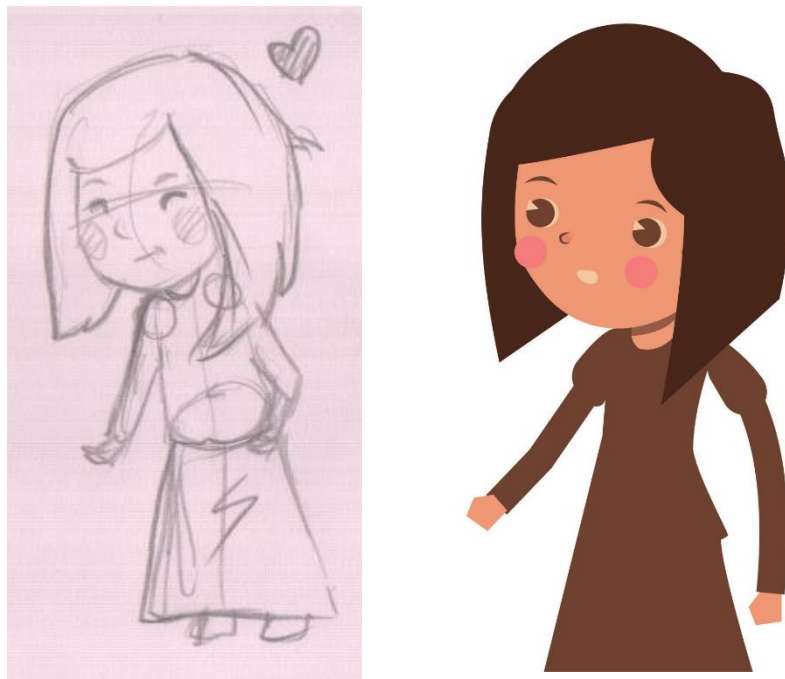
Sumber: <http://www.ipeka.org/wp-content/uploads/2013/09/lip-merdeka-2.jpg>
Referensi gaya visual



Gambar III.13 Referensi gaya visual

Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/1400/7909c250109721.58c7cba6a8bc5.jpg

Karakter Aulia



Gambar III.14 Sketsa dan Karakter Aulia

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.5 Warna

Menurut Kusrianto (2007 : 46), “warna merupakan perwakilan dari suasana kejiwaan seorang pelukis dalam melakukan komunikasi melalui gambar atau lukisan. Warna pula digunakan untuk memberikan sentuhan yang mampu merangsang rasa sedih, semangat, mood, dan lain-lain.”

Pada perancangan konsep desain ini, warna yang dipilih adalah mode CMYK karena media yang dirancang akan dicetak dan berikut adalah skema warna yang dipilih untuk perancangan konsep desain buku ilustrasi Galendo.

	C :30 M : 12Y :91 K :0
	C :50 M : 35Y :70 K :12
	C :0 M : 77Y :70 K :74
	C :39 M : 70Y :77 K :40
	C :30 M : 12Y :91 K :0
	C :37 M : 19Y :84 K :4
	C :43 M : 37Y :77 K :7
	C :74 M : 71Y :49 K :43

Gambar III.15 Warna
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Hitam

Menurut Kusrianto (2007 : 47), reaksi psikologis yang mampu ditimbulkan dari warna hitam adalah ketegasan, misteri, kekuatan dan keanggunan. Menggunakan warna hitam bertujuan untuk kekuatan atau ketegasan.

Putih

Menurut Kusrianto (2007 : 47), reaksi psikologis yang mampu ditimbulkan dari warna putih adalah identik dengan suci, bersih, tanpa dosa, dan steril. Menggunakan warna putih bertujuan untuk menciptakan kesan bersih dan steril.

Coklat

Warna coklat memiliki kesan yang dapat mewakili dengan keakraban dan rasa aman.

Hijau

Warna hijau memiliki kesan yang dapat mewakili dengan kesuburan, kedamaian dan keseimbangan. Komposisi warna yang digunakan dalam ilustrasi cenderung warna yang mempunyai kesan Natural, dan Tradisional, karena Galendo merupakan makanan khas tradisional jadi sangat cocok untuk menggunakan warna yang mempunyai kesan tradisional, warna yang digunakan lebih dominan dengan warna coklat dan hijau muda, kedua warna tersebut dapat mewakili dari Galendo dan kelapa sebagai bahan untuk membuat Galendo itu sendiri.