BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan acuan untuk memecahkan suatu masalah secara kreatif yang bertujuan untuk mencapai solusi yang tepat dan efektif. Untuk mencapai hasil perancangan yang dapat memecahkan masalah pentingnya pendidikan seks untuk anak Sekolah Dasar terutama di kota Sukabumi, maka strategi pendekatan secara visual maupun verbal mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses penyampaian pesan yang ingin disampaikan kepada target sasaran, agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan mudah diterima oleh penerima pesan.

Dalam hal ini, strategi yang akan dilakukan adalah merancang sebuah buku ilustrasi yang memuat informasi dan pengenalan dasar tentang pendidikan seks untuk anak Sekolah Dasar. Berdasarkan fokus permasalahan, maka konten ataupun pesan yang nantinya akan disajikan dalam buku lebih di tujukan untuk anak kelas 5 dan 6 Sekolah Dasar.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang ingin disampaikan dalam perancangan buku ilustrasi ini adalah mengenalkan pentingnya dasar pendidikan tentang seks untuk anak kelas 5-6 Sekolah Dasar.

Target keadaan yang diharapkan dari perancangan ini adalah :

- Anak sudah mulai paham tentang bagian-bagian penting tubuhnya yang harus mereka lindungi agar bisa menjaga diri dan terhindar dari tindak kekerasan maupun pelecehan seksual.
- Anak sudah mulai tahu, persiapan apa saja yang harus dilakukan ketika menghadapi masa puber/remaja seiring dengan perkembangan usia mereka.
- Orangtua yang tidak mengetahui pendidikan tentang seks akan lebih mengetahui manfaatnnya, sehingga bisa lebih terbuka dan tidak canggung lagi dalam menjelaskan materi tentang pendidikan seks kepada anaknya.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam perancangan buku ini diperlukan strategi pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik target khalayak, agar pesan ataupun informasi tentang pendidikan seks yang nantinya disampaikan melalui buku ini dapat dengan mudah diterima dan dimengerti oleh khalayak sasaran. Maka dari itu perlu dilakukan strategi pendekatan secara visual maupun verbal.

III.1.2.1 Pendekatan Visual

Strategi pendekatan visual merupakan salah satu cara untuk menyampaikan informasi yang ditampilkan dalam sebuah bentuk visual atau gambar. Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan buku ilustrasi ini tentunya menggunakan gaya visual dan penyampaian materi pesan dalam bentuk ilustrasi berbasis *vector* atau kartun (*flat* desain).



Gambar III.1 Contoh gambar yang menggunakan gaya *flat* desain
Sumber: http://pic.twitter.com/infobdg/AT0v3fWGwd (28 Maret 2015)

Pemilihan gaya visual ilustrasi *vector* ini disesuaikan dengan target khalayak sasaran yaitu anak-anak dan orangtua. Penggunaan visual *vector* atau *flat* desain dimaksudkan untuk memudahkan penalaran anak dalam menangkap setiap pesan yang akan disampaikan.

III.1.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang di lakukan menggunakan pendekatan bahasa yang bersifat informatif, persuasif, dan mudah dimengerti oleh target khalayak. Maksud dari pendekatan verbal ini, selain dapat memberikan informasi langsung tentang

pendidikan seks kepada anak, tetapi juga mengajak para orangtua agar mau memberikan pendidikan seks kepada anak sejak usia Sekolah Dasar.

Dengan strategi komunikasi ini diharapkan masyarakat khususnya orangtua bisa lebih terbuka dalam menjelaskan informasi tentang seks kepada anaknya dan tidak lagi menganggap hal ini sebagai sesuatu yang tabu.

III.1.3 Materi Pesan

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, materi pesan yang akan disampaikan dalam buku ilustrasi ini lebih di tujukan untuk anak kelas 5-6 Sekolah Dasar. Karena konten yang akan dibahas didalamnya seputar masa pubertas pada laki-laki dan perempuan. Pada laki-laki tanda masa pubertas ditandai dengan mimpi basah, sedangkan untuk perempuan ditandai dengan menstruasi. Selain itu, buku ini juga membahas tentang bagian-bagian tubuh mana saja yang harus dilindungi, tujuannya agar anak bisa melindungi diri sendiri dari tindak kekerasan maupun pelecehan seksual.

III.1.4 Gaya Bahasa

bahasa yang akan digunakan adalah Bahasa Indonesia dengan penyampaian komunikasi yang ringan, seperti bahasa yang sering digunakan dalam lingkungan pergaulan sehari-hari, mudah dipahami dan bersifat persuasif, sehingga bahasa yang disampaikan bisa menimbulkan kesan akrab bagi anak dan orangtua.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

- ***Consumer Insight***

Consumer Insight adalah menganalisa individu berdasarkan perasaan, fantasi, keinginan konsumen yang mengarahkan pada tingkah laku. Dalam hal ini, khalayak sasaran yang ingin dituju berdasarkan segmentasi target primer dan sekunder yaitu:

a. Target *primary*

   Anak Sekolah Dasar kelas 5-6 : Cenderung sangat aktif, rasa keingintahuannya yang tinggi, senang mengamati, meniru, berimajinasi tentang *super hero* maupun artis idola, senang dengan komik, novel ataupun

cergam, menginginkan sesuatu yang bagus agar bisa dipamerkan kepada teman-temannya.

b. Target *secondary*

Orangtua Usia 25-35< : Gaya hidup masih *up to date*, konsumtif, ingin terlihat beda, senang bergaul, peka terhadap permasalahan lingkungan, menginginkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya apalagi untuk anak.

- ***Consumer Journey***

a. Target *primary*

Target bangun tidur, merapikan kamar tidur, cek PR, mandi, sarapan, berangkat sekolah , pulang ke rumah, istirahat, belajar, baca komik/novel, bermain diluar rumah, mandi, makan malam nonton tv dengan keluarga/*family time*, mengerjakan PR, tidur.

b. Target *secondary*

Target bangun tidur, mengecek mematikan alarm, cek *handphone*, merapikan kamar tidur, mandi, cek tugas, menyiapkan sarapan untuk keluarga, berangkat kerja, istirahat (*hangout*), pulang ke rumah, istirahat, mandi, makan malam nonton tv dengan keluarga/*family time*, cek tugas, Tidur.

III.1.6 Strategi kreatif

Strategi kreatif adalah ide yang dimunculkan untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan. Konsep kreatif yang akan digunakan dalam perancangan buku ini berupa buku ilustrasi dengan penggayaan semi *pop-up book & paper tole* dalam penyajiannya.

Penyajian buku secara *pop-up & paper tole* dimaksudkan agar tampilan buku terliat lebih menarik, sehingga diharapkan anak tidak cepat bosan nantinya ketika membaca dan melihat informasi yang disampaikan dalam buku. Salah satu langkah untuk menampilkan kesan menarik tersebut maka warna yang dipilih adalah warna yang cerah, lembut dan menarik agar menimbulkan minat dan ketertarikan sesuai dengan karakter target khalayak perancangan yang dituju.

III.1.7 Strategi Media

Media merupakan sarana yang penting bagi penyebaran informasi. Selain sangat berpengaruh dalam penyampaian informasi. Media juga sebagai alat perantara dan komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada target *audience*/sasaran. Untuk menyampaikan isi pesan tersebut kepada khalayak sasaran dan mencapai tujuan seperti yang diinginkan, haruslah mempertimbangkan sistem strategi media yang tepat.

Maka, untuk menunjang perancangan ini, pemilihan media yang akan digunakan terbagi menjadi dua bagian yaitu media primer dan sekunder. Media primer adalah media utama yang berisi informasi lengkap untuk disampaikan, sedangkan media sekunder adalah sebagai media pelengkap yang menunjang keberadaan media utama. Dalam hal ini pertimbangan untuk pemilihan media sekunder dibagi menjadi dua kategori yaitu, media pendukung & media promosi.

III.1.7.1 Media Utama

Media utama yang akan dirancang adalah buku ilustrasi. Penyampaian pesan maupun informasi dalam bentuk ilustrasi tentunya lebih disukai oleh anak dan juga orangtua. Buku dipilih sebagai media utama karena informasi yang ingin disampaikan, bisa langsung diterima dan dilihat oleh target *audience*/sasaran. Selain itu, buku juga memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyampaian informasi secara audio visual, dimana buku dapat dimiliki secara nyata, dapat dibaca dimana saja dan kapan saja (Arsita, 2009, h.26).

III.1.7.2 Media Pendukung

Media Pendukung/*Gimmick* digunakan sebagai souvenir dari setiap pembelian buku setelah buku ini nantinya dipublikasikan kepasaran/ khalayak ramai. Selain bersifat informasi, pada media ini juga berfungsi untuk mengingatkan kembali (*remainding*) pesan ataupun informasi yang sudah disampaikan dalam buku. Adapun media pendukung tersebut adalah :

- Pembatas Buku
    1. Latar belakang pemilihan media

Pembatas buku digunakan sebagai media *gimmick* yang berfungsi untuk memudahkan pembaca buku untuk menandai bacaannya yang sudah dibaca.

2. Bentuk dan visual

Visual utama yang akan ditampilkan dalam media ini adalah simbol laki-laki dan perempuan. Diharapkan dengan menampilkan simbol ini anak sudah mulai mengetahui perbedaan antara laki-laki dan perempuan.

- Gantungan Kunci

  1. Latar belakang pemilihan media

  Pada umumnya gantungan kunci masih banyak disukai oleh anak-anak Sekolah Dasar, sehingga media ini sangat tepat digunakan sebagai media pendukung untuk mengingatkan kembali pesan yang disampaikan dalam buku.

  2. Bentuk dan visual

  Visual utama yang akan ditampilkan dalam media ini lebih bersifat pesan kampanye untuk anak, dengan *tagline* yang ditampilkan "AKU MANDIRI: *anak yang mampu melindungi diri sendiri*". Harapannya, pesan yang disampaikan bisa membuat anak belajar melindungi dirinya sendiri dari tindak kekerasan maupun pelecehan seksual.

- Pin

  1. Latar belakang pemilihan media

  Sama halnya dengan gantungan kunci, pin masih menjadi media yang disukai oleh anak, sehingga pesan yang ingin disampaikan dalam media ini bisa lebih cepat mudah di terima.

  2. Bentuk visual

  Visual yang ditampilkan dalam media ini masih bersifat pesan kampanye seperti halnya pada gantungan kunci, namun dengan karakter gambar yang berbeda.

- T-*shirt*

  1. Latar belakang pemilihan media

  Selain sebagai media *gimmick,* t-*shirt* juga digunakan sebagai media promosi setelah buku ini dipublikasikan.

2. Bentuk visual

Visual yang ditampilkan dalam media ini kurang lebih sama dengan tampilan pada cover buku, karena tujuannya yang bersifat promosi dan mengenalkan buku ini kepada khalayak ramai.

- Mug

  1. Latar belakang pemilihan media

  Pemilihan media ini lebih didasarkan pada faktor kegunaannya. Selain itu, mug juga bisa dipakai oleh anak-anak dan juga orangtua.

  2. Bentuk visual

  Visual yang ditampilkan dalam media ini masih bersifat pesan kampanye, sama seperti pada media sebelumnya, namun ada penambahan untuk *tagline* pesan kampanye, yaitu "KATAKAN TIDAK " "*pada orang yang berani menyentuh tubuh dan perasaanmu"*.

- Kalender

  1. Latar belakang pemilihan media

  Kalender dibuat untuk menegaskan informasi sekaligus sebagai alat pendekatan yang persuasif untuk mengenalkan buku ilustrasi ini pada anak dan juga orangtua

  2. Bentuk visual

  Kalender ini berukuran A3 dengan visual yang ditampilkan berupa potongan-potongan ilustrasi karakter yang ditampilkan dalam buku.

- *Tote bag*

  1. Latar belakang pemilihan media

  Alasan memilih media ini selain karena bahannya yang ramah lingkungan, pemilihan *tote bag* juga difungsikan sebagi *packaging* untuk buku.

  2. Bentuk visual

  Visual yang ditampilkan kurang lebih sama dengan tampilan pada t-*shirt* dengan menggunakan bahan canvas yang merupakan material dasar media ini.

- Botol minum

  1. Latar belakang pemilihan media

Pemilihan media ini lebih didasarkan pada faktor kegunaannya. Botol minum bisa dibawa kemana saja oleh anak, ke sekolah maupun ketika bermain. Sehingga diharapkan pesan yang ditampilkan pada media ini lebih bisa diingat oleh anak.

2. Bentuk visual

Visual yang ditampilkan dalam media ini masih bersifat pesan kampanye, dan berfungsi untuk mengingatkan kembali (*remainding*) pesan ataupun informasi yang sudah disampaikan dalam buku *"Tubuhmu adalah milikmu"*

- Tempat makan/*food box*

1. Latar belakang pemilihan media

Sama seperti halnya pada Botol minum, Tempat makan juga bisa dibawa kemana saja oleh anak, ke sekolah maupun ketika bermain karena material dan sifatnya yang fleksibel.

2. Bentuk visual

Visual yang ditampilkan dalam media ini kurang lebih sama dengan tampilan pada cover buku, karena selain sebagai hadiah, tempat makan juga bisa dipakai sebagai media promosi untuk mengenalkan buku ini kepada khalayak ramai, khususnya anak-anak.

III.1.7.3 Media Promosi

Media promosi ini digunakan pada saat buku telah dipublikasikan kepasaran/ khalayak ramai agar nantinya buku ini dapat diketahui oleh masyarakat pada umumnya. Pemilihan sarana untuk media promosi ini antara lain:

- Poster

Merupakan media informasi yang dapat menampung banyak informasi singkat dan mudah dipahami. Pemilihan poster karena informasinya mudah dijangkau oleh masyarakat. Poster dirancang untuk menarik perhatian sekaligus menyampaikan informasi langsung ketempat dimana target sasaran berada.

- X-*Banner*

  Sama halnya dengan media poster, x-*banner* digunakan sebagai media pendukung dan promosi dimana pesan yang ditampilkan lebih lengkap daripada poster. Penempatan x-*banner* hanya dilokasi-lokasi tertentu terutama di toko-toko buku yang nantinya akan menjadi tempat pendistibusian buku ilustrasi ini.

III.1.8 Strategi Distribusi

Agar informasi tentang dasar pendidikan seks untuk anak kelas 5-6 Sekolah Dasar ini sampai pada target sasaran, maka perlu adanya strategi dalam mendistribusikan buku ilustrasi yang dibuat. Untuk itu, strategi pendistribusian buku ilustrasi ini akan dilakukan dengan cara bertahap, dan diprioritaskan disebar di wilayah JawaBarat khususnya ditoko buku Gramedia dan toko buku lainnya yang ada dikota Sukabumi. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengetahui dimana buku ini tersedia dan lebih terorganisir dalam penempatan medianya.

- **Waktu Penyebaran Media**

  Berikut merupakan tabel dari lokasi-lokasi strategis yang menjadi target penyebaran dan penempatan media beserta waktu penyebarannya:

Tabel III.1 Distribusi Penyebaran Media
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)

Media	Tempat/Lokasi Penyebaran	Waktu Penyebaran Media											
		2015											
		Juni				Juli				Agustus			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buku + *Gimmick*	Toko buku gramedia, tiara, kurnia agung dan toko buku lainnya												

Media	Tempat/Lokasi Penyebaran	Waktu Penyebaran Media											
		2015											
		Juni				Juli				Agustus			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Poster	Pusat perbelanjaan & toko buku												
X-banner	Pintu depan toko buku												

III.2 Konsep Visual

Visual yang akan dibuat dalam perancangan buku ilustrasi ini mengacu kepada konten ataupun tema informasi yang disampaikan dalam setiap halaman buku. Informasi yang disampaikan berupa pendidikan dasar tentang seks untuk anak kelas 5-6 tingkat Sekolah Dasar, yang menyangkut masalah pubertas pada anak laki-laki dan perempuan serta bagian tubuh mana saja yang tidak boleh disentuh oleh oranglain.

Setiap informasi yang disampaikan dalam buku akan disajikan dengan menggabungkan beberapa unsur elemen grafis didalamnya agar tidak membosankan dan menarik perhatian audiens, seraya mudah dimengerti. Maka untuk menghasilkan visual buku ilustrasi yang baik, dibutuhkan konsep visual yang matang untuk menghindari kesalahan dalam penyampaian pesan. Konsep visual yang dibuat meliputi lima hal, yaitu:

1. Format desain
2. Tata letak atau *layout*
3. Tipografi
4. Ilustrasi

5. Warna

III.2.1 Format Desain

A. Ukuran Buku

Format desain yang akan dibuat dalam perancangan buku ilustrasi ini berukuran 20 cm x 20 cm. buku ini berbentuk persegi empat. Pada bagian *cover* atau sampul halaman, bahan yang digunakan yaitu *hard cover*. Dengan ukuran yang standar, buku ini diharapkan lebih efektif untuk bisa dibawa kemana-mana dan lebih mudah dipelajari oleh anak-anak dan orangtua.



Gambar III.2 Format ukuran buku
20 cm x 20 cm
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)

B. Material

Jenis kertas yang digunakan untuk cover ataupun sampul pada buku menggunakan kertas *art paper* 210 gram, dengan laminasi *doop*. Sedangkan untuk konten, jenis kertas yang akan dipakai adalah kertas *inkject* dengan ketebalan kertas 260 gram. Pemilihan kertas *inkject* dimaksudkan agar warna yang digunakan lebih timbul dan bahannyapun lebih halus.



Gambar III.3 Material & hasil akhir buku
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)

III.2.2 *Layout*

Konsep *layout* pada perancangan buku ilustrasi ini mengacu pada teori penyusunan *layout* menurut Tom lincy dalam (Kusrianto, 2009, h.277), yaitu beberapa patokan dasar yang dipakai dalam merancang sebuah layout:

- Proporsi (*proportion*); Proporsi yang dimaksud adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya.
- Keseimbangan (*balancing*); Prinsip keseimbangan merupakan suatu pengaturan agar penempatan elemen dalam suatu halaman memiliki efek seimbang.
- Kontras (*contrast*); Menonjolkan unsur satu elemen yang terdapat pada sebuah materi objek sebuah halaman untuk memunculkan kekontrasan pada objek tersebut sehingga diperoleh fokus perhatian.
- Irama (*rhythm*); Irama memiliki makna yang sama dengan repetition atau pola pengulangan yang menimbulkan irama yang menarik diikuti.
- Kesatuan (*unity*); Prinsip kesatuan atau *unity* adalah hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri sendiri-sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh.



Gambar III.4 Format *layout*
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)

Maka, pengembangan tata letak disetiap halaman akan bervariasi, agar tidak jenuh dilihat dan terkesan dinamis. *Layout* dibuat dengan memadukan berbagai macam unsur grafis, yang meliputi warna, bentuk, ilustrasi, dan tipografi sehingga menjadi satu kesatuan *layout* yang disesuaikan dengan tema informasi yang disampaikan.

III.2.3 Tipografi

Jenis huruf atau *font* yang baik mengacu pada tingkat keterbacaan dan kemenarikan, jenis huruf tertentu bisa menciptakan kesan dan memberi karakter dari subjek atau pesan yang disampaikan, adapun jenis tipografi (*font*) yang penulis gunakan adalah:

- Ebrima

  Font ini digunakan kerena tingkat keterbacaannya jelas dan formal namun terlihat elegan, hal ini sesuai dengan target sasaran yaitu orang tua agar mampu menyampaikan informasi ini kepada anaknya. Penggunaan *font* ini lebih difungsikan sebagai *body teks* pada konten atau isi buku.

  Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

  Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

  1234567890

  !@#$%^&*()_+=

- Hobo Std

  Penggunaan *font* ini lebih difungsikan sebagai *headline* atau judul, karena karakternya yang mencerminkan kesan *fun*, lucu, dan tidak kaku.

  Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
  Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
  1234567890
  !@#$%^&*()_+=



Gambar III.5 Penggunaan font pada *body teks* / isi buku
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)



Gambar III.6 Penggunaan *font* pada judul buku & *headlin*e.
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)

III.2.4 Ilustrasi

Menurut kusrianto (2009), Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara

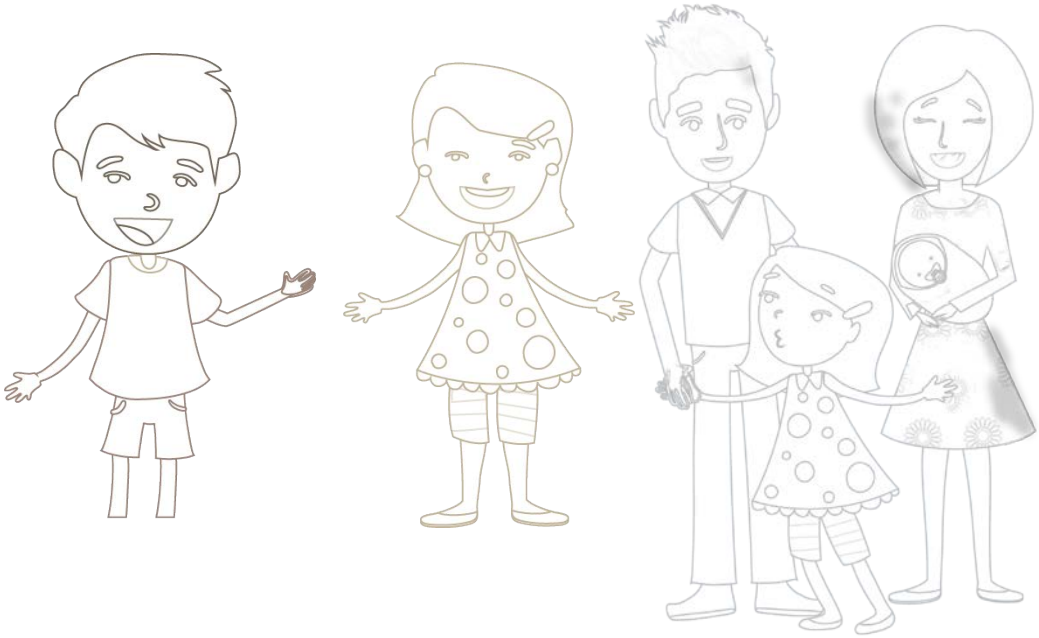
visual (h.140). Ilustrasi digunakan untuk memperjelas dan mempertegas pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah media.

Gaya ilustrasi yang digunakan pada perancangan buku ilustrasi tentang pendidikan seks untuk anak Sekolah Dasar ini berbasis vektor dengan gaya *flat* desain. *Flat* desain diambil berdasarkan jenis gaya visual yang *hits* atau sedang *tren* pada tahun 2015. Hal ini dilakukan agar visual terlihat lebih menarik untuk dilihat. Penggunaan visual *vector* atau *flat* desain dimaksudkan untuk memudahkan penalaran anak dalam menangkap pesan yang akan disampaikan.

Ilustrasi yang dibuat mengacu kepada konten ataupun tema informasi yang disampaikan dalam setiap halaman buku, agar menarik untuk dilihat dan mudah dimengerti maksud dan tujuannya.

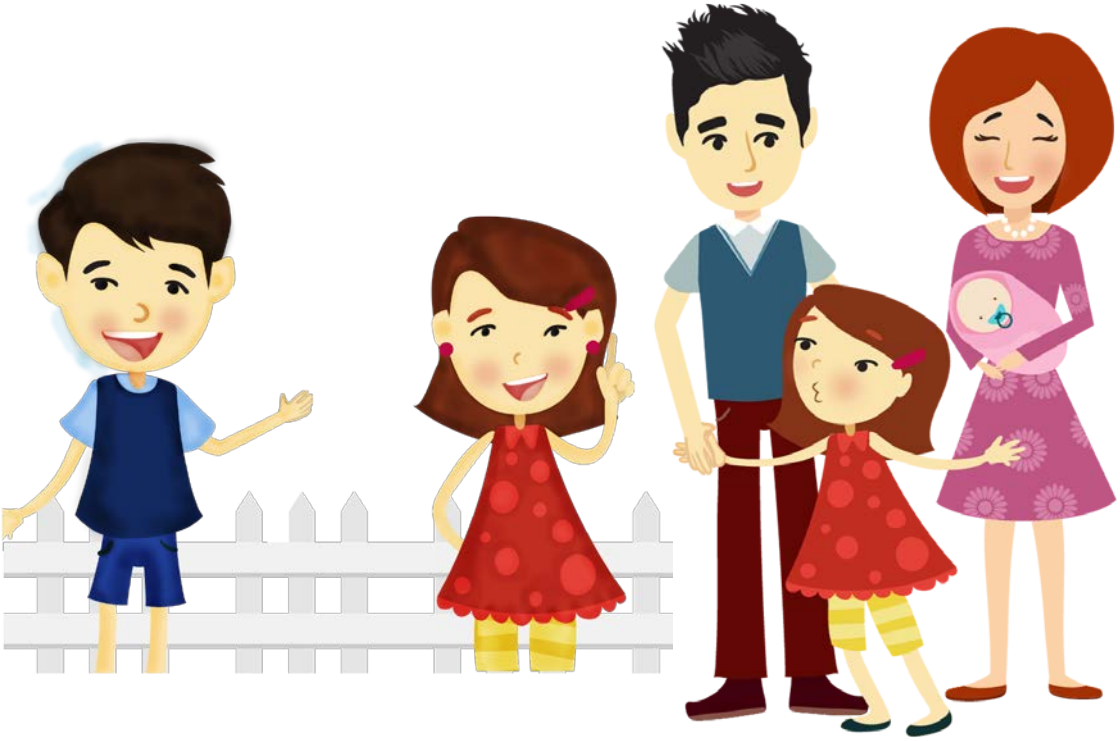


Gambar III.7 Studi Referensi karakter.
Sumber: http://www.shutterstock.com/human/pcindex.php (28 Maret 2015)



Gambar III.8 Sketsa digital perancangan karakter dalam buku

(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)



Gambar III.9 Hasil *finishing* akhir sketsa

(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)

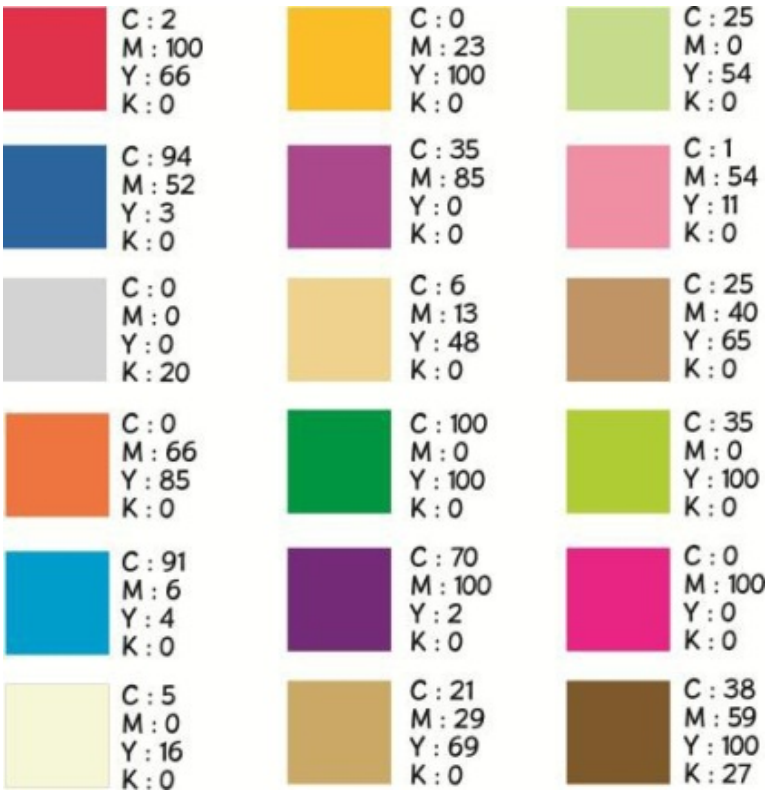
III.2.5 Warna

Warna merupakan elemen yang penting dalam sebuah rancangan visual. Secara visual warna mampu mempengaruhi suasana kejiwaan atau citra orang yang melihatnya, masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. Molly E. Holzschlag, seorang pakar tentang warna dalam kusrianto (2009, h.47), membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna ketika memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya sebagai berikut:

Tabel III.2 Psikologis Warna
(sumber: dokumen pribadi, 2015)

WARNA	RESPON PSIKOLOGIS YANG DITIMBULKAN
Merah	Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.
Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaruan.
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, ketidak jujuran, kecurangan, pengecut, penghianatan.
Ungu	Spiritual, misteri, keagungan, perubahan, bentuk, galak, arogan.
Orange	Energy, keseimbangan, kehangatan.
Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
Abu-abu	Intelek, futuristik, modis, kesenduan, meruak.
Putih	Kemurnian/suci, bersih, kecermatan, *innocent*(tanpa dosa), steril, kematian.
Hitam	Kekuatan, seksualiatas, kemewahan, kematian, misteri, ketakuatan, ketidakbahagiaan, keangggunan.

Dalam perancangan buku ini, digunakan warna yang relevan untuk anak-anak dan juga orangtua. Warna yang digunakan adalah warna-warna yang cerah yang memiliki kesan *soft* dan ceria.





Gambar III.10 Skema warna yang digunakan dalam perancangan buku
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)