BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Pengertian Strategi menurut Stephanie K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Dalam permasalahan tentang makhluk gaib di Indonesia adalah munculnya berbagai penggambaran dari wujud bentuk makhluk gaib yang dihasilkan dari media yang sudah mengubah konsep awal dari makhluk gaib itu sendiri dan tidak adanya media informasi berbentuk buku tentang mulai bergesernya konsep makhluk gaib yang disebabkan eksploitasi oleh beberapa media. Oleh karena itu perlu dibuat media informasi berbentuk buku yang jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat tentang mulai bergesernya konsep dari makhluk gaib di Indonesia.

Strategi yang akan dilakukan untuk membuat buku tentang Makhluk gaib di Indonesia (hantu) yaitu:

- Menyampaikan informasi tentang Makhluk gaib/hantu secara umum.
- Menyampaikan Informasi tentang Makhluk gaib/hantu yang diyakini masyarakat Indonesia.
- Menyampaikan informasi tentang mulai banyak ditemukan media yang menampilkan sosok makhluk gaib.
- Menyampaikan beberapa informasi tentang sosok-sosok dari makhluk gaib yang dikenal masyarakat indonesia.
- Memberikan informasi tentang bagaimana idealnya makhluk gaib diyakini oleh masyarakat.

3.1.1. Strategi Komunikasi

Pengertian stategi komunikasi menurut Anwar Arifin dalam buku Strategi Komunikasi (1984, 10) menyatakan bahwa "memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat".

Dalam strategi perancangan media informasi buku tentang Makhluk gaib di Indonesia (Hantu) adalah menggunakan bahasa visual dan verbal.

- Visual

  Bahasa visual yang akan digunakan adalah menggunakan gaya visual komik sehingga lebih menarik dan dapat disukai oleh target *audience*.

- Verbal

  Bahasa verbal yang akan dilakukan adalah dengan memasukan teks melalui balon kata berupa informasi untuk melengkapi bahasa visual agar materi pesan yang disampaikan cukup jelas yaitu tentang Makhluk gaib di Indonesia (Hantu) dan menggunakan bahasa Indonesia.

3.1.2. Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi dalam pembuatan Buku Bergambar Makhluk gaib di Indonesia (Hantu) adalah untuk memberikan informasi tentang makhluk gaib/hantu di Indonesia. Diharapkan ketika melihat buku cerita bergambar Makhluk Gaib Indonesia (Hantu parodi) bisa mengetahui dan memahami dari bentuk, sifat dan konsep dari makhluk gaib yang ada di media tanpa ketakutan

melihat gambar-gambar dari sosok/wujud hantu tersebut. Tujuan perancangan media informasi ini adalah:

1. Memberikan informasi tentang pengertian makhluk gaib.
2. Memberikan pemahaman terhadap masyarakat tentang makhluk gaib.
3. Memberikan informasi tentang telah beberapa sosok makhluk gaib yang di percayai masyarakat yang diangkat ke media.

3.2. Strategi Kreatif

Dalam melakukan rencana strategi kreatif menggunakan media cetak berupa buku komik instruksional. Menurut Eisner (2008,147), komik instruksional adalah komik yang digunakan untuk menunjukan cara, teknik, proses, dan instruksi tentang sesuatu. Jadi dengan menggunakan gaya buku berbentuk komik instruksional pesan yang disampaikan mudah diterima oleh target audiens.

3.3. Strategi Media

Media yang akan dibuat harus tepat dan pesan yang akan disampaikan dapat diterima oleh penerimanya. karena kebutuhan terhadap media ini diharapkan menjadi solusi yang tepat untuk memecahkan masalah yang selama ini ada. Adapun pemilihan media yang akan dibuat untuk perancangan media informasi Makhluk gaib di Indonesia (hantu) adalah:

3.3.1. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah berupa buku cerita bergambar. Karena media informasi tentang makhluk gaib sangat kurang maka dibuatlah media informasi buku tentang Makhluk gaib di Indonesia (hantu parodi) yang berbentuk komik agar lebih

menarik dan diharapkan informasi yang terdapat dalam buku ini bisa diterima dengan baik.

3.3.2. Media Pendukung

Ada pula media pendukung untuk membantu menginformasikan media utama yang berguna untuk kegiatan penjualan, seperti:

1. **Poster**

   Media ini diperlukan untuk mempromosikan media buku cerita bergambar. Alasan digunakannya poster adalah karena poster mudah disebarkan dan dapat dilihat oleh siapa saja.

2. ***X- Banner***

   Banner berguna untuk memberitahukan keberadaan buku yang ditempatkan di sebuah toko buku.

3. **Mini *X-Banner***

   Media ini berguna untuk memberitahukan keberadaan buku, disimpan di meja kasir.

4. **Display Buku**

   Display buku berguna untuk menarik perhatian para pengunjung toko buku.

5. **Media *Merchandise***

   Merchandise berguna untuk mengingatkan sesuatu yang di informasikan atau di promosikan.

   a. **Pembatas buku**

      Dengan warna-warna dan bentuk yang menarik, dapat dipakai oleh pembaca sekaligus pengingat membaca buku.

   b. **Stiker**

      Penyampaian buku yang cukup efektif karena penempatannya bisa dimana saja.

3.4. Konsep Visual

Konsep visual yang akan digunakan adalah berupa ilustrasi dan menggunakan penggayaan komik untuk remaja dan orang dewasa. Studi visual komik yang dipakai adalah contoh komik Indonesia yaitu “Benny & mice”. Berikut hasil studi visual yang dipakai:



Gambar 3.4 (a): *Komik Indonesia*
(Sumber: www.google.co.id)

3.4.1. Format Desain

Format Desain yang akan digunakan untuk buku Makhluk gaib di Indonesia, adalah landscape dengan ukuran 21 cm x 14 cm dengan tebal halaman 54 bentuk yang familiar untuk komik.



Gambar 3.4 (b*)* Cover buku depan.
(Sumber: Pribadi)

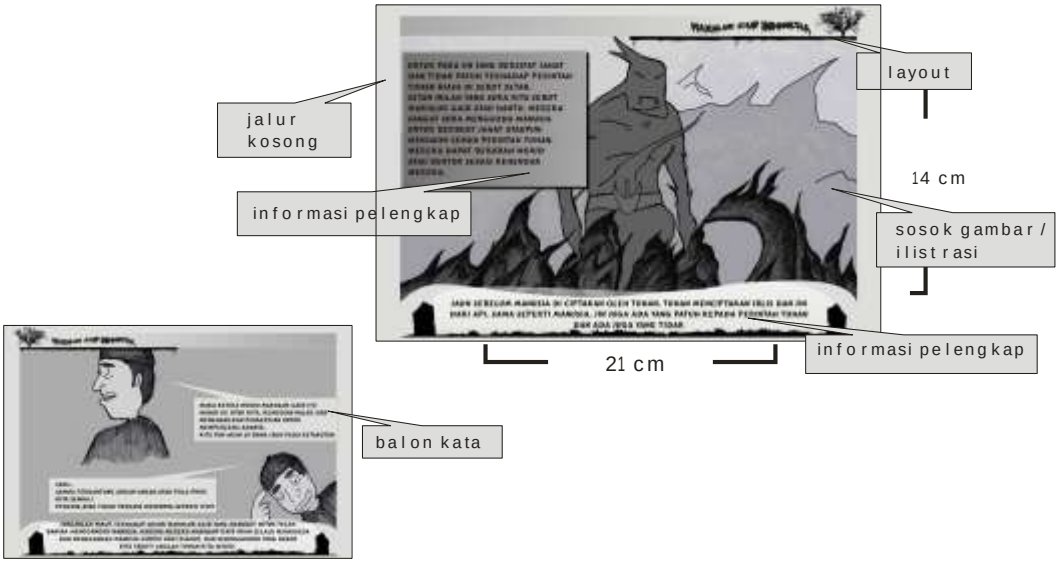


Gambar 3.4 (c*)* Cover buku belakang.
(Sumber: Pribadi)

3.4.2. Tata Letak



Gambar 3.4 (d*)* Tata letak cover.
(Sumber: Pribadi)



Gambar 3.4 (e*)* Tata letak isi.
(Sumber: Pribadi)

Isi buku terdiri dari beberapa sub judul, yaitu :

Terlihatnya penampakan sosok makhluk gaib, konsep agama, konsep budaya, di zaman modern dan sekilas tentang berbagai macam sosok makhluk gaib dan juga pesan-pesan moral untuk bagaimana harusnya meyakin sosok makhluk gaib.

Untuk subjudul tentang berbagai macam sosok makhluk gaib di fokuskan pada tiga tokoh karakter seperti pada cover buku, yaitu kuntilanak, pocong, dan tuyul karena sosok makhluk gaib tersebut merupakan sosok yang diyakini ada di setiap daerah dan perwujudan sosok yang muncul di masyarakat cenderung sama.

3.4.3. Tipografi

Jenis Tipografi yang digunakan adalah:

1. DOUBLE FEATURE

   ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.

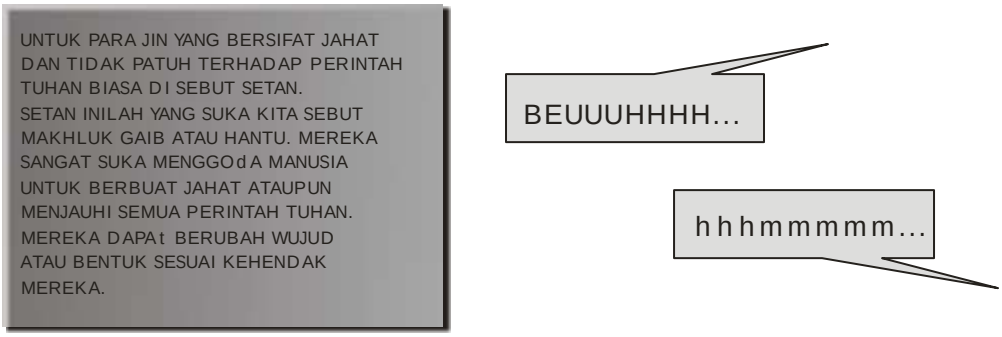


Gambar 3.4 (f*)* Font judul.
(Sumber: Pribadi)

Double feature adalah jenis huruf yang sesuai untuk gaya visual komik karena terlihat lebih dramatis menjiwai judul Makhluk Gaib Indoneisa. Jenis font ini akan dipakai untuk judul.

2. Cancun

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.



Gambar 3.4 (g*)* Font pada balon kata dan informasi pelengkap.
(Sumber: Pribadi)

Cancun digunakan untuk unsur suara atau teks. Karena konsep visual yang digunakan adalah komik, maka teks akan ditempatkan di balon kata (*baloon*) yang merupakan ruang tempat menaruh teks narasi (keterangan, penceritaan) dan untuk menampilkan kata-kata (Koendoro, 2007).

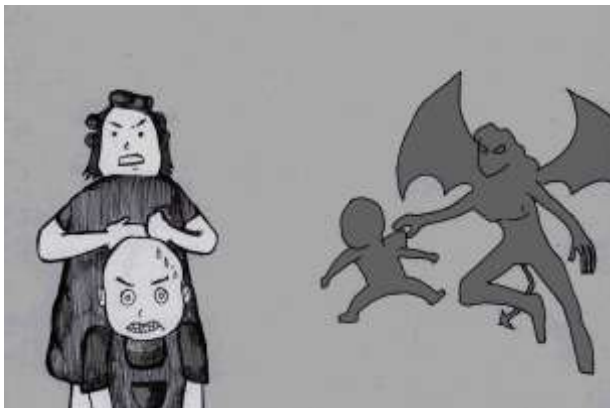
Referensi :



Gambar 3.4 (h*)* Referensi.
(Sumber: www.google.co.id)

3.4.4. Ilustrasi

Pada pembuatan buku Ilustrasi untuk "Makhluk Gaib Indonesia" dibuat dengan menggunakan banyak karakter dengan cara pembuatan sketsa.



Gambar 3.4 (i*)* Karakter.
(Sumber: Pribadi)



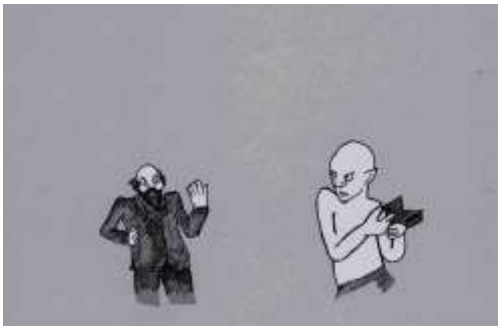
Gambar 3.4 (j*)* Karakter.
(Sumber: Pribadi)



Gambar 3.4 (k*)* Karakter.
(Sumber: Pribadi)



Gambar 3.4 (l*)* Karakter.
(Sumber: Pribadi)



Gambar 3.4 (m*)* Karakter.
(Sumber: Pribadi)

3.4.5. Warna

Warna memiliki daya tarik yang dipengaruhi oleh gaya, trend dan pengalaman estetis. Dengan mempertimbangkan keharmonisan dan kesesuaian yang akan digunakan, karena buku

Makhluk Gaib Indonesia ini berbentuk komik maka warna-warna yang digunakan hasil referensi dari komik asli seperti berikut:



Gambar 3.4 (n): warna
(sumber: www.google.co.id)



Gambar 3.4 (o): Kartun benny&mice
(sumber: www.google.co.id)



Gambar 3.4 (p): Kartun benny&mice
(sumber: www.google.co.id)