BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

3.1.1. Tujuan Komunikasi

Memberikan informasi tentang keris Cirebon dengan membuat buku illustrasi, sehingga dapat meningkatkan kepedulian, kepekaan dan pengetahuan para kolektor pemula yang ada di Cirebon tentang Keris Cirebon itu sendiri.

3.1.2. Pendekatan Komunikasi

Dalam hal merancang buku informasi ilustrasi tentang Keris Cirebon, diperlukan suatu strategi komunikasi yang komunikatif yang sesuai dengan karakterisik target *audience* yaitu kalangan dewasa awal, baik itu secara verbal maupun visual. Melalui strategi komunikasi ini diharapkan adanya pendekatan komunikasi yang terjadi agar strategi komunikasi ini tepat sasaran.

A. Pendekatan Verbal

Strategi pendekatan *verbal* yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang mudah dimengerti oleh target *audience*, itu disebabkan karena target yang di angkat adalah orang-orang yang berusia 22 tahun hingga sekitar usia 50 tahun (dewasa). Penggunaan Bahasa Indonesia juga digunakan sebagai penjelasan dan melengkapi visual pada buku agar materi pesan yang disampaikan cukup jelas dan mudah dimengerti oleh target *audience* sehingga komunikasi yang disampaikan lebih efektif dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

Berdasarkan hasil dari analisa permasalahan seputar informasi mengenai keris Cirebon dan analisa target khalayak yang dituju sebagai penerima informasi ini, maka dalam perancangan informasi ini akan dilakukan dengan pendekatan komunikasi yang bersifat faktual bedasarkan data dari sumber informasi tentang keris Cirebon. Semua informasi tersebut akan dirangkum menjadi informasi yang sederhana dengan menggunakan bahasa Indonesia. Hal tersebut akan mempermudah target khalayak untuk mencerna informasi yang didapat.

- **Materi Pesan**

Menampilkan informasi-informasi mengenai keris Cirebon dimulai dari asal-usul keris Cirebon, jenis keris Cirebon hingga proses perawatan keris Cirebon itu sendiri. Dalam media informasi ini pun tidak hanya menginformasikan tentang keris Cirebon, tetapi terdapat pesan moral yang terkandung dalam informasi ini yaitu seberapa pentingnya para kolektor menjaga atau memelihara keris-keris yang mereka koleksi, karena keris sendiri merupakan sebuah warisan bangsa yang perlu dijaga.

- **Gaya Bahasa**

Tarigan (1985:5) mengemukakan gaya bahasa adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek pembicaraan dengan jalan memperbandingkan sesuatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Penggunaan gaya bahasa yang dipilih dalam media informasi ini adalah gaya bahasa yang resmi atau gaya bahasa yang formal dan informatif agar sesuai dan mudah dimengerti oleh target *audience*, karena target yang dipilih adalah masyrakat kalangan atas yang sikapnya sendiri lebih formal dan sopan.

B. Pendekatan Visual

Visual dalam buku ini disesuaikan dengan karakter kalangan dewasa usia 22 tahun hingga sekitar usia 50 tahun yaitu visual yang cenderung realis, dengan gaya karakter gambar eksplorasi yang unik. Dalam pendekatan visual sendiri mengambil pendekatan yang bersifat memberikan informasi-informasi mengenai fakta-fakta permasalahan tentang keris Cirebon kepada target *audience* dengan tujuan agar tergerak ikut bertindak untuk mengatasi masalah yang diangkat.

\



Gambar 3.1. Gaya Visual yang bersifat Informatif.

Sumber: https://heyindranota.wordpress.com/2008/03/01/a-mild-iklan-yang-saya-nilai-jujur/

3.1.3. Khalayak Sasaran Perencanaan

- ***Consumer Insight***

Pria atau wanita yang berumur kisaran 22 hingga 50 tahun seorang kolektor keris pemula yang ada di Cirebon. Sering menghabiskan waktunya dengan membaca buku, dan berpergian ke toko buku.

- ***Consumer Journey***

Perjalanan aktivitas dari target *audience* merupakan hal-hal yang terpenting untuk diteliti karena menjadi sebuah acuan dalam menentukan media yang akan diangkat. Berikut adalah tabel yang memamparkan aktivitas dari target *audience* yang dituju:

Tabel 3.1. Tabel *Consumer Journey*

Sumber: Dokumentasi Prinadi

Waktu	**Aktifitas Konsumen**	**Tempat**	***Point Of Contact***
04.30	Bangun Tidur	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Meja Rias, Lemari Baju, Jam Alarm
05.00	Mandi	Kamar Mandi	Shower, Bak Mandi, Air, Sabun, Sikat Gigi, Pasta Gigi, Cermin
05.30	Siap-Siap	Kamar Tidur	Cermin, Baju, Minyak Wangi, Tas/Koper, Sepatu

05.50	Sarapan	Ruang Makan	Gelas, susu, kopi, piring, roti, nasi, meja makan, kursi, serbet, sendok, garpu, Buku bacaan.
06.00	Berangkat	Jalan	Mobil, Motor, Jalan Raya, Tukang Koran, Musik, Radio.
07.30	Tiba Di Kantor/Tempat Kerja	Kantor	Komputer, Laptop, Meja Kerja, Kursi, Map, Alat Tulis Kantor, Telepon, Gelas Minum.
10.00	Rapat	Ruang Rapat	Proyektor, Meja, Laptop, Rekan Kerja, Air Minum.
12.30	Istirahat	Kantin	Makanan, Minuman, Meja Kantin, Penjual Makanan, Rekan Kerja, Rokok, Toilet, Buku

			bacaan.
14.00	Masuk Kerja Lagi	Kantor	Komputer, Laptop, Berkas/Arsip, Kopi/Teh, Telepon
15.30	Pulang Kerja	Jalan	Mobil, Musik, Radio, Lampu Merah, Pedagang Asongan.
18.00	Sampai Dirumah	Rumah	Sofa, Televisi, Teh Manis, Keluarga.
19.00	Santai Bersama Keluarga	Ruang Keluarga	Sofa, Televisi, Buku bacaan, Anak-anak, Kopi
21.50	Siap-siap Tidur	Kamar Mandi /Kamar Tidur	Pencuci Muka, Pakaian Tidur, Kasur, Selimut.
22.00	Tidur	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Buku Bacaan, Lampu.

3.1.4. Strategi Kreatif

Pesan yang akan disampaikan berbentuk media informasi. Perancangan media tersebut dibuat dan dikemas dalam bentuk sebuah buku yang isinya tentang informasi Keris Cirebon, gambar dalam buku ini akan dibuat dengan ilustrasi agar lebih mudah dalam memahami informasi yang akan disampaikan, dalam prosesnya penggambaran dan pewarnaan dalam media ini dilakukan secara manual hasil dari sketsa digital (komputer) yang dikombinasikan dengan beberapa tulisan yang menjelaskan alur gambar tersebut. Ilustrasi dalam media informasi ini menggunakan teknik yang dibuat seperti cat air agar terlihat lebih natural serta dibuat hampir merinci atau *realis* karena diambil dari bentuk fisik keris itu sendiri yang memang dibuat lebih merinci.



Gambar 3.2. Contoh Karya Realis Digital

Sumber: http://www.cmykmag.com/portfolios/katie.chappell.html

3.1.5. Strategi Media

A. Media Utama

Media buku dipilih atas dasar pemikiran bahwa buku adalah media informasi yang sangat flexibel dibandingkan dengan buku digital, dalam buku digital yang mengharuskan membuat *settingan* terlebih dahulu agar dapat menuju ke suatu halaman, namun dalam buku mencari halaman lebih mudah karena tinggal membukanya saja. Keunggulan lain buku fisik di bandingkan dengan buku digital, yaitu lebih menyehatkan karena tidak mengeluarkan radiasi yang merusak mata dan tidak memusingkan ketika membacanya berlama-lama seperti buku digital.

Penyampaian pada buku fisik juga akan lebih terperinici dan mendetail, serta mengandung unsur estetis yang membuat buku ini dipilih menjadi media utama.

B. Media Pendukung

Dalam menunjang media utama tadi, dibutuhkan beberapa media pendukung yang berfungsi untuk mempromosikan media utama dan biasanya dikemas secara menarik dan penempatan maupun penggunaannya strategis yang nantinyadapat menarik minat dari *target market* yang hendak disasar.

Media-media tersebut diantaranya:

- Poster

Poster, Iklan display yang dicetak pada kertas. Akan ditempel di kantor, supermarket dan tempat-tempat target *audience* melakukan kegiatan sehari

- Brosur

Menampilkan garis besar informasi tentang Buku Keris Cirebon, sehingga khalayak sasaran dapat membayangkan hal-hal menarik apa saja yang akan mereka dapatkan dalam buku Keris Cirebon ini.

- *X-Banner Indoor*

Penyampaian informasi berbentuk banner dengan penyangga X. Akan ditempatkan bersama dengan *booth.* Ditampilkan saat mulai rilisnya buku yang merupakan media utama, serta dalam *X-Banner* ini akan menampilkan hal-hal yang menari berkaitan dengan Buku ini, sehingga membuat target *audience* tertarik untuk mendapatkannya.

- *Sticker*

Media stiker akan diberikan kepada para pengunjung secara cuma-cuma, dengan tujuan ketika sticker ini setelah di tempel di suatu tempat, orang yang melihatnya akan ingat buku yang akan dibuat.

- Gantungan Kunci

Media gantungan kunci akan diberikan kepada para pengunjung secara cuma-cuma, dengan tujuan ketika gantungan ini di pakai pada sebuah kunci orang yang menggunakan kunci tersebut akan ingat buku ini.

3.1.6. Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Media utama yang digunakan pada perancangan ini berupa buku yang akan dirilis sesuai dengan kegiatan yang dilakukan target *audience*, penyebaran media pendukung pun akan sesuai dengan kegiatan yang dilakukan target *audience*, penyebarannya yaitu akan dilaksanakan selama 1 bulan dan hanya di bulan September saja, itu dikarenakan jika dilihat dari kalender yang ada di Indonesia di bulan September banyak memiliki tanggal merah atau hari libur dan ini merupakan waktu kosong bagi target *audience* yang akan dituju.

Sesuai dengan kegiatan target *audience* ketika berada di waktu luang penyebaran media ini akan dilakukan di daerah yang sering dikunjungi oleh para target *audience.* Berikut adalah data table yang dibuat untuk penyebaran media selama bulan September:

Tabel 3.2. Tabel Distribusi Media

Sumber: Dokumentasi Prinadi

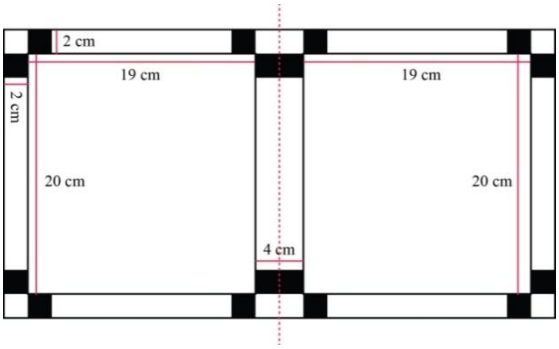
	September																												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Poster																														
Brosur																														
X-Banner Indoor																														
Sticker																														
Gantungan Kunci																														
Buku*																														

*media utama

3.2. Konsep Visual

3.2.1. Format Desain

Format desain yang digunakan pada media informasi ini berupa persegi panjang berdiri atau vertikal karena bentuk seperti ini lazim digunakan sebuah buku-buku ilustrasi sejenis lainnya. Dengan ukuran buku 19cm x 20cm tidak terlalu kecil maupaun tidak terlalu besar sehingga memudahkan untuk dibawa oleh konsumen ketika akan melakukan perjalanan, dan tidak memerlukan tempat ruang menyimpan yang luas. Buku yang di buat adalah jenis buku yang memiliki punggung (*hardcover*) karena buku ini mempresentasikan kebutuhan konsumen yang eksklusif.

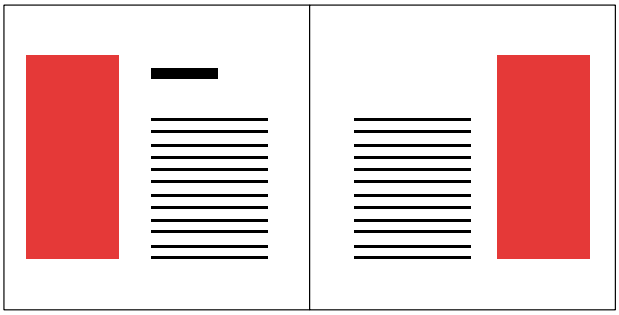


Gambar 3.3. Format Buku yang digunakan.

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.2.2. Tata Letak (*Layout*)

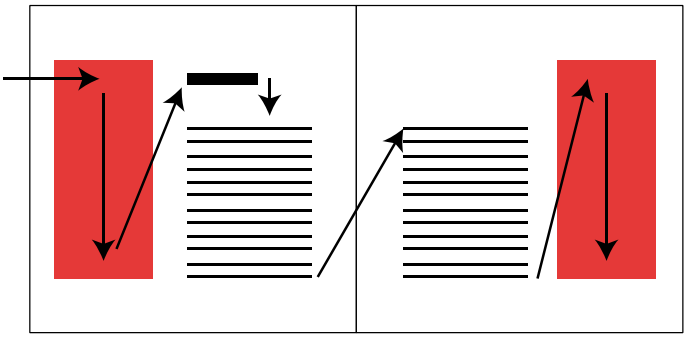
Gabungan dari pesan informasi, ilustrasi gambar, background, beserta elemen-elemen visual lainnya. Seluruh ornamen ini disusun sedemikian rupa sebagai pendukung tampilan buku, sehingga akan menghasilkan satu kesatuan komposisi yang baik, serta mempermudah dalam menjelaskan suatu informasi yang akan diberikan. Tiap halaman buku tersebut memiliki layout yang kurang lebih memiliki kesamaan, hanya sedikit perubahan dilakukan pada bagian ilustrasi, penempatan tata letak tipografi teks yang disesuaikan dengan ilustrasi.



Gambar 3.4. Kerangka *Layout* yang seimbang.

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam membuat desain *layout* ada beberapa hal yang merupakan elemen tepenting dalam *layout*, yaitu gambar/ilustrasi, warna dan teks, serta alur baca. Oleh sebab itu alur baca perlu dirancang sebaik mungkin agar pesan yang akan disampaikan dapat ditangkap dengan baik.



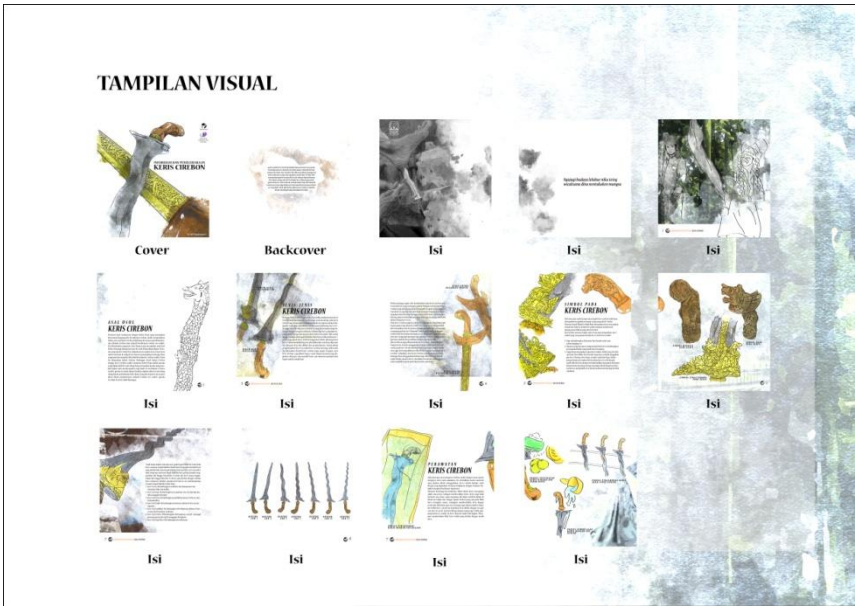
Gambar 3.5. Alur baca yang akan diterpakan pada layout.

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.6. Contoh *Layout*

Sumber: https://www.elance.com/samples/illustration-inside-quotcarnet-de-voyagequot-illustration-india-drawing-watercolor-graphic-design-/63828700/

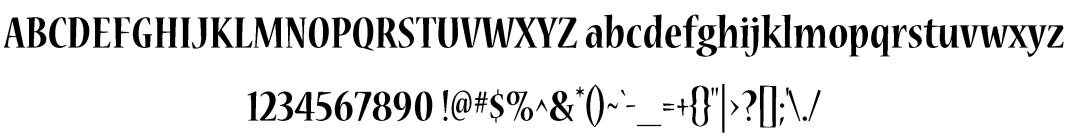


Gambar 3.7. Penerapan *Layout* pada Karya

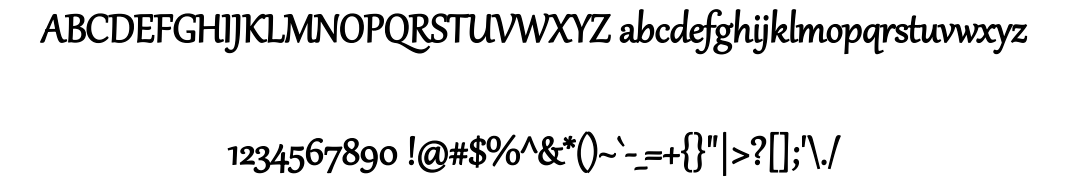
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.2.3. Huruf

Jenis-jenis huruf yang akan dipilih adalah huruf yang mempresentasikan fisik keris yang tradisional namun memiliki nilai keindahan, serta keterbacaan dalam menyampaikan informasi tersebut. maka dipililih beberapa huruf yaitu, *Nueva Std* dan *Gabriola,* yang mewakili sifat tradisonal dan sederhana serta keterbacaan dalam penyampaian informasi di buku ini..



Gambar 3.8. *Font Neuva Std* merupakan *font* yang mewakili sifat tradisional dan kesederhanaan.
Sumber: http://www.dafont.com/neuva-std.font



Gambar 3.9. *Font Gabriola* merupakan *font* yang sifat tradisional dan kesederhanaan.
http://www.dafont.com/gabriola.font

3.2.4. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada ilustrasi dalam buku ini menggunakan teknik digital dengan gaya visual yang lebih dinamis dan tegas sesuai dengan karakter keris Cirebon tegas dan berwibawa, namun tidak menghilangkan teknik yang sangat rinci (detail) pada ilustrasi ini karena pada umumnya semua keris identik menggunakan teknik yang sangat terperinci. Penggunaan background yang berbentuk abstrak bertujuan agar menarik perhatian orang-orang yang menyukai keris, karena kebanyakan orang-orang yang menyukai keris ini mengerti dengan kesenian yang memiliki harga mahal dan elegan.



Gambar 3.10. Karya Ilustrasi yang dijadikan Studi Visual
Sumber: http://www.cmykmag.com/portfolios/katie.chappell.html



Gambar 3.11. Penerapan Karya Ilustrasi pada Cover Buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi

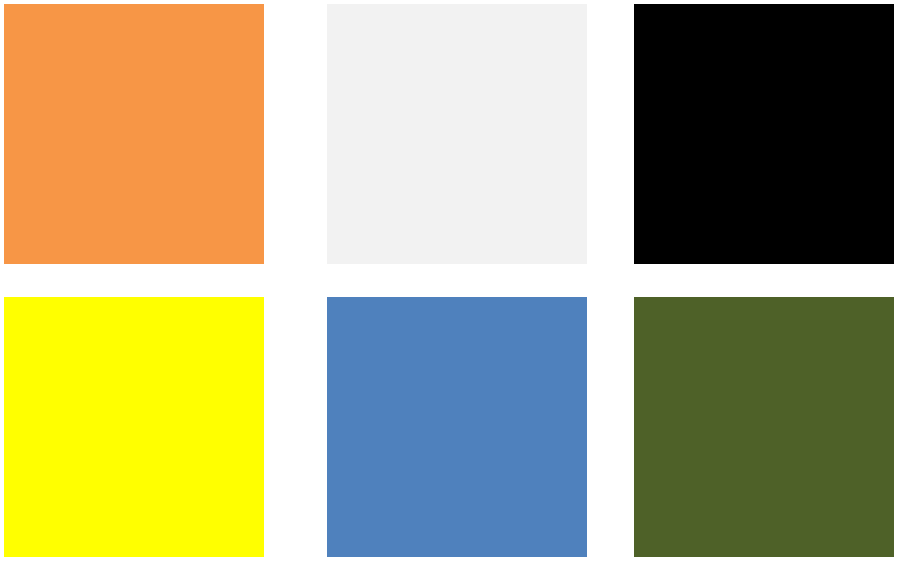
Sedangkan untuk ornamen properti dari penghias halaman yang ada pada tiap tampilan halaman buku adalah sebuah pengembangan eksplorasi yang digambarkan dengan proses penyerderhanaan dari gambar singa baron yang diselaraskan dengan konsep buku cerita, dipilihnya singa baron dikarenakan banyak dari keris Cirebon menggunakan simbol dari Singa Baron ini.



Gambar 3.12. Proses Penyederhanaan Simbol Singa Baron
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.2.5. Warna

Dalam dunia desain dan seni warna adalah faktor penting dalam membuat sebuah karya. Terkadang jika terdapat kesalahan dalam pemilihan warna karya yang akan disampaikan akan tidak sesuai dengan yang diinginkan ataupun dalam dunia desain jika pemilihan warna maka pesan yang akan disampaikan kepada *audience* tidak akan tersampaikan dengan baik. Penggunan warna sendiri dalam pembuatan buku ilustrasi ini menggunakan warna orange, kuning, hitam, putih, biru dan hijau yang dominan, dikarenakan warna-warna yang disebutkan tadi merupakan perwakilan dari kesederhanaan, serta warna orange, kuning, hitam, dan putih diambil dari warna-warna keris yang dominan.



Gambar 3.13. Kombinasi Penggunaan Warna dalam Buku Illustrasi

Sumber: Dokumentasi Pribadi