BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

- Pendekatan Visual

  Berdasarkan dari target sasaran utama adalah anak-anak, maka pendekatan visual pada perancangan media informasi berupa media pembelajaran bagi anak yaitu dengan visual yang mudah diterima oleh anak dengan baik dan mudah dimengerti anak, gaya visual yang digunakan adalah ilustrasi. Karena untuk membuat buku untuk anak-anak harus kaya ilustrasi dan warna agar menarik perhatian mereka, karena buku yang hanya berisi tulisan saja tidak akan membuat anak-anak tertarik.

  Berkaitan dengan media informasi yang akan disampaikan yaitu mengenai golongan darah dan kepribadiannya makan media yang digunakan berupa buku, gaya visual yang mengacu pada gaya penggambaran pada anime Ketsuekigata-kun dan karakter-karakter yang akan di adaptasi dari penggolongan darahnya. Penggayaan gambar tidak terlalu rumit atau realis tetapi penggambaran yang digunakan bersifat sederhana.

- Pendekatan Verbal

  Pada perancangan buku ini, mengenai golongan darah beserta kepribadiannya terdapat beberapa informasi yang harus disampaikan berkaitan tentang pentingnya mengetahui penggolongan darah, rhesus, beserta kepribadiannya. Penyampaian ini dilakukan dengan cara teknik penyampaian informasi menggunakan bahasa yang sederhana tidak berbelit-belit, bahasa-bahasa yang biasa anak gunakan, agar anak dapat memahami teori yang akan disampaikan pada anak. Anak-anak sebenernya mudah mengerti asalkan tahu bagaimana cara untuk berkomunikasi pada anak-anak, seperti penggunaan bahasa yang sederhana, lugas dan tidak berbelit-belit agar mempermudah pemahaman anak.

III.1.2 Strategi Kreatif

Pendekatan kreatif yang akan dilakukan adalah dengan memberikan informasi sekaligus interaktif dimana didalam buku tersebut terdapat beberapa bagian yang dapat digerakan, Penggabungan berbagai teknik sebenarnya dapat membantu untuk membuat buku *pop-up* memiliki bentuk yang variatif, atraktif, sekaligus interaktif. Agar memberikan kesan perhatian dan kemenarikan pada anak. Pemilihan media yang digunakan adalah buku *pop-up* karena buku *pop-up* dapat menarik perhatian anak-anak secara langsung. Dengan ilustrasi yang menjadi pusat perhatian buku *pop-up* dan menjadikan anak penasaran apa maksud dari ilustrasi itu untuk membaca teks yang ada di dalamnya. Hal ini dapat memancing antusias pembaca dalam mengikuti alur buku karena mereka menantikan kejutan apalagi yang akan diberikan di halaman selanjutnya. Buku ini juga membahas tentang kepribadian menurut golongan darah namu pembahasan kepribadian menurut golongan darah hanya media pendukung dari media utamanya.

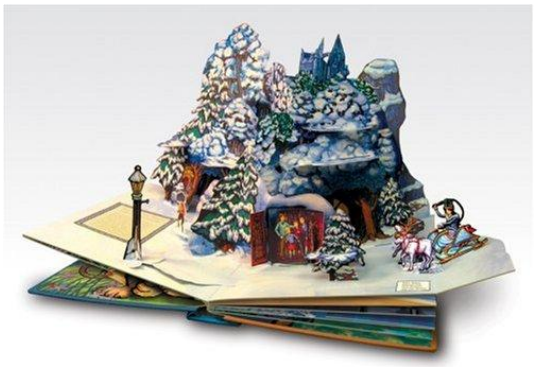
III.1.3 Strategi Media

Dalam perancangan buku *pop-up* mengenai golongan darah beserta kepribadiannya, akan digunakan media utama dana beberapa media pendukung, untuk memperkenalkan buku ini kepada target yang dituju.

- Media utama

  Media utama yang terpilih adalah buku *pop-up* karena buku adalah media informasi yang mudah digunakan, dan dapat dibaca kapan sajah tanpa perlu perantara apapun seperti listrik. Makan akan mempermudah anak-anak untuk membacanya, selain mempermudah anak-anak dalam membacanya, buku pop up akan lebih menarik perhatian anak-anak karena sebuah bukunya 2D ketika dibuka halaman menjadi 3D.

Contoh bentuk buku *pop-up* dapat dilihat dibawah.



Gambar III.1 buku *pop-up*

Sumber: http://ecx.images-amazon.com/images/I/51hEUPtzrzL.jpg (01 mei 2014)

- Media Pendukung

  Media pendukung adalah media yang berfungsi untuk memperkenalkan media utama. Media pendukung yang akan digunakan yaitu :

  a. Poster
  b. Gantungan kunci
  c. Tempat pensil
  d. Tempat minum
  e. Brosur
  f. Stiker

III.1.4 Strategi Distribusi

Jadwal penyebaran media												
Media	**Waktu Penyebaran**											
	Agustus				**September**				**Oktober**			
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Media utama												
Poster												
Gantungan kunci												
Tempat pensil												
Tempat minum												
Brosur												
Stiker												

Media yang dijual belikan

Bonus tambahan dari media utama

Media promosi yang tidak dijual belikan

TABEL III.1 Jadwal penyebaran media

Sumber : pribadi

Dari tabel penyebaran media ini yang pertama di publikasikan adalah poster karena dengan adanya poster target utama dapat melihat dan membacanya diberbagai tempat dengan harapan target utama dapat tertarik dan membeli media utama tersebut. Begitu juga dengan fungsi brosur hanya saja brosur dapat dibawa pulang dan dibaca secara individu.

Kemudian setelah semuanya tersebar, media utama dipublikasikan dan dijual belikan. gantungan kunci, tempan pensil, dan tempat minum hanya untuk menarik perhatian anak atau target utamanya untuk membeli media utama, karena hanya dapat diberikan gratis kepada 15 orang pembeli pertama dengan waktu 4 - 6 minggu, selebihnya dijual belikan.

III.2 Konsep Visual

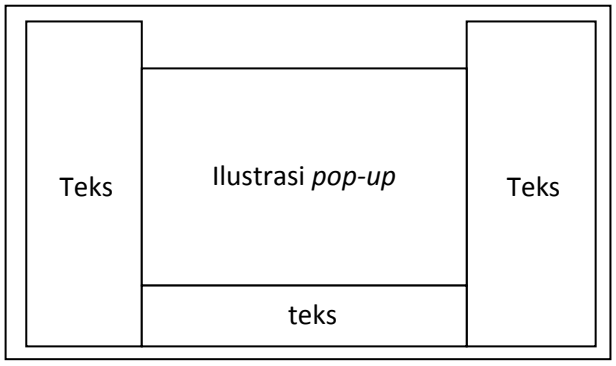
III.2.1 Format Desain

Format yang akan digunakan dalam perancangan membuat media informasi ini adalah *landscape*, agar anak-anak nyaman untuk melihat seluruh bagian buku, ilustrasi-ilustrasi yang mudah dimengerti anak dan penulisan yang mempermudah keterbacaan anak serta bahasa yang digunakan mengunakan bahasa-bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti anak.

III.2.2 Tata Letak

Penyusunan tata letak antara teks dan ilustrasi digabungkan agar mempermudah pembaca untuk menyesuaikan teks dengan gambar ilustrasi *pop-up*nya.

peletakan kurang lebih seperti gambar dibawah ini



Gambar III.3 Tata letak setiap halaman

Sumber : Pribadi

Tata letak setiap halamannya bisa berubah-ubah tidak akan tetap seperti gambar di atas, namun penempatan gambar tidak akan berubah hanya saja peletakan teks yang mungkin saja berubah menyesuaikan gambarnya.

Tata letak untuk sampul buku *pop-up* kurang lebih seperti gambar dibawah ini.



Gambar III.4 peletakan desain sampul

Sumber : pribadi

III.2.3 Tipografi

Kebanyakan anak belajar membaca mulai dari huruf ke huruf, mulai dari bagaimana bunyi hurufnya lalu bentuk huruf apa yang cocok dengan bunyi tersebut hingga bisa menggabungkan bunyi dan bentuk huruf tersebut dan membentuk sebuah kata. Oleh karena itu orang yang baru belajar membanca dan membaca buku dengan lambat, usaha membaca tersebut dapat dipermudah dengan menggunakan huruf yang menarik dan mudah dibaca.

Tipografi yang akan digunakan adalah SassoonPrimary dan MTF Hello Again.

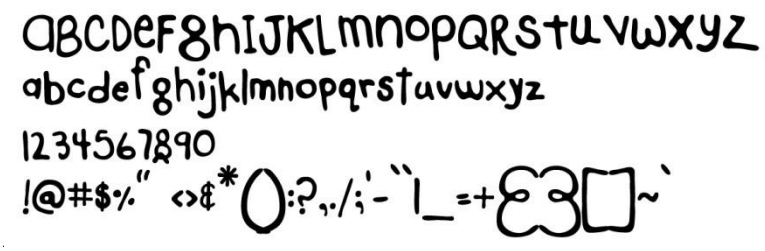
Tipografi untuk isi

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

Tipografi ini terpilih karena sessoon primary memang di desain untuk anak-anak. Karena paling mudah dibaca terutama untuk orang yang baru mulai membaca.

Tipografi jenis ini ditemukan oleh Rosemary Sassoon ia adalah seorang desain huruf.

Tipografi untuk Cover



Tipografi ini terpilih karena cocok digunakan untuk judul buku sebuah media pembelajaran tentang golongan darah untuk anak, dari bentuknya yang tidak konsisten membuat huruf ini telihat *fun* sesuai dengan karekteristik anak yang selalu ceria.

III.2.4 Ilustrasi

Dalam pembuatan media informasi mengenai ilmu golongan darah berserta kepribadiannya dalam bentuk buku *pop-up*, dengan visualisasi yang di adaptasi dari anime ketsuekigata-kun.Berikut contoh gambar dari anime ketsuekigata-kun. Penggayaan gambar kurang lebih seperti gambar dibawah ini.



Gambar III.5 Gambar visualisasi yang di adaptasi dalam perancangan.
Sumber : http://myanimelist.net/anime/17731/Ketsuekigata-kun!/pic&pid=49273(24 November 2013)

III.2.5 Studi karakter

Dibawah ini adalah karakter yang akan digunakan dalam perancangan buku *pop-up*.

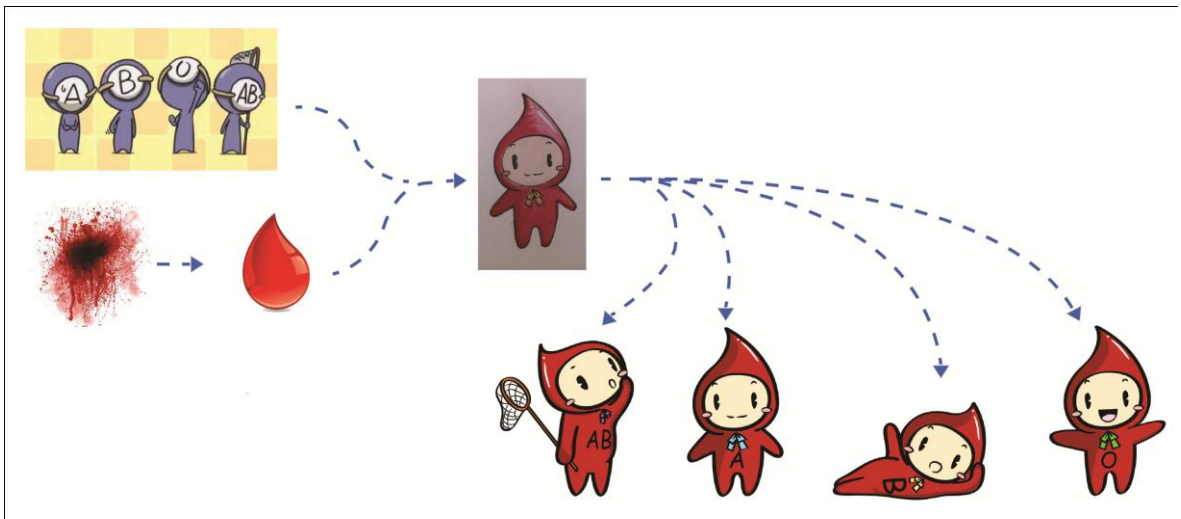
Versi Manual **Versi Digital**



Gamabar.III.6 Karakter

Sumber : pribadi

Karakter yang dibuat diambil dari karakter anime ketsuekigatakun dan ilustrasi tetesan darah.

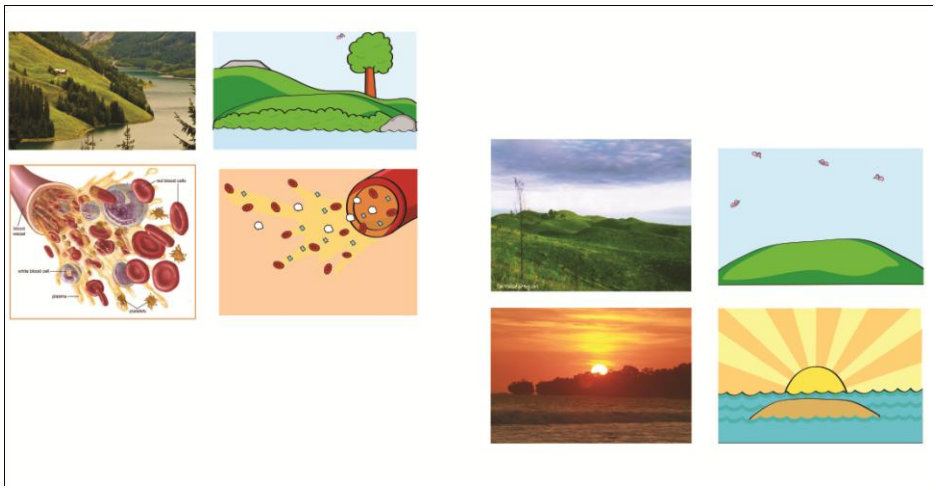


Gamabar III.7 Studi Karakter

Sumber : pribadi

III.2.6 Studi Latar

Latar yang digunakan kebanyakan mengambil dari alam bebas, karena seperti kepribadian anak-anak yang bebas, pola pikir anak yang bebas tanpa terbatas oleh apapun dan anak selalu berfikir di luar logika orang dewasa.

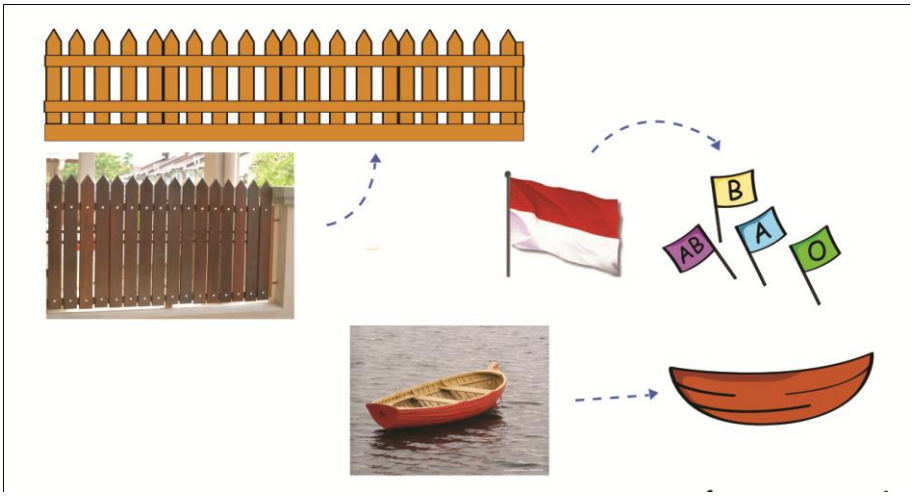


Gamabar III.8 Studi Latar

Sumber : pribadi

III.2.6 Studi Properti

Poperti yang digunakan adalah pagar, bendera, dan perahu karena benda-benda ini adalah media pendukung yang sesuai dengan konsepnya, bendera untuk menyatakan identitas, perahu dan pagar untuk pendukung dalam suatu konsep gambar.



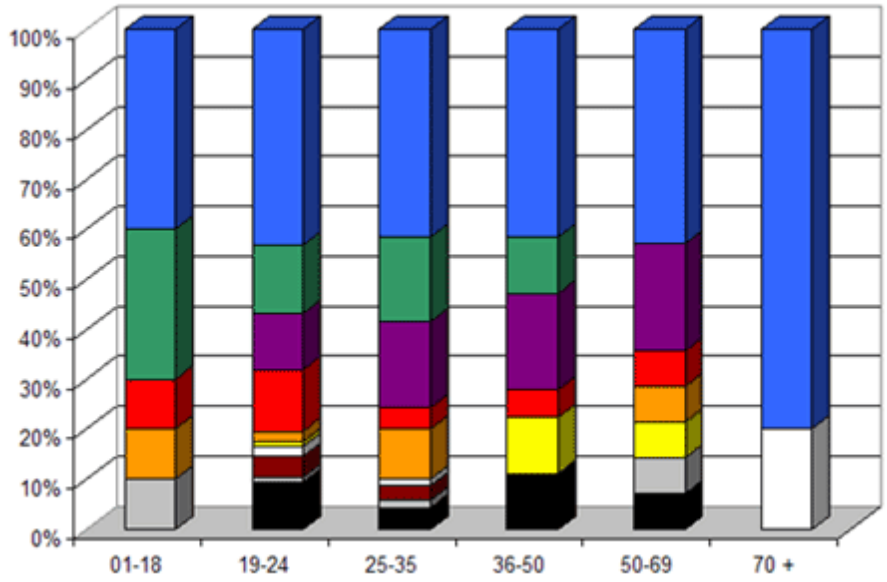
Gambar III.9 Studi Properti

Sumber : pribadi

III.2.8 Warna

Dunia di sekitar kita penuh dengan warna, kita mengerti warna hanya melalui satu buah indra yaitu indra penglihatan. Sesuatu yang basah dapat dilihat atau didengar (bunyi air menetes) dan dirasakan basah tetapi sesuatu yang berwarna kuning hanya bisa dilihat. Kita tidak bisa mendengar, mencium, menyentuh atau mengecapnya.

Pada survei yang dilakukan oleh Joe Hallock tentang warna, terdapat data peminat warna berdasarkan umur. Dari data tersebut dapat dilihat preferensi warna dari tiap umur berbeda. Berikut adalah grafikhasil dari survey tersebut.



Gamabar III.10 Penelitian warna

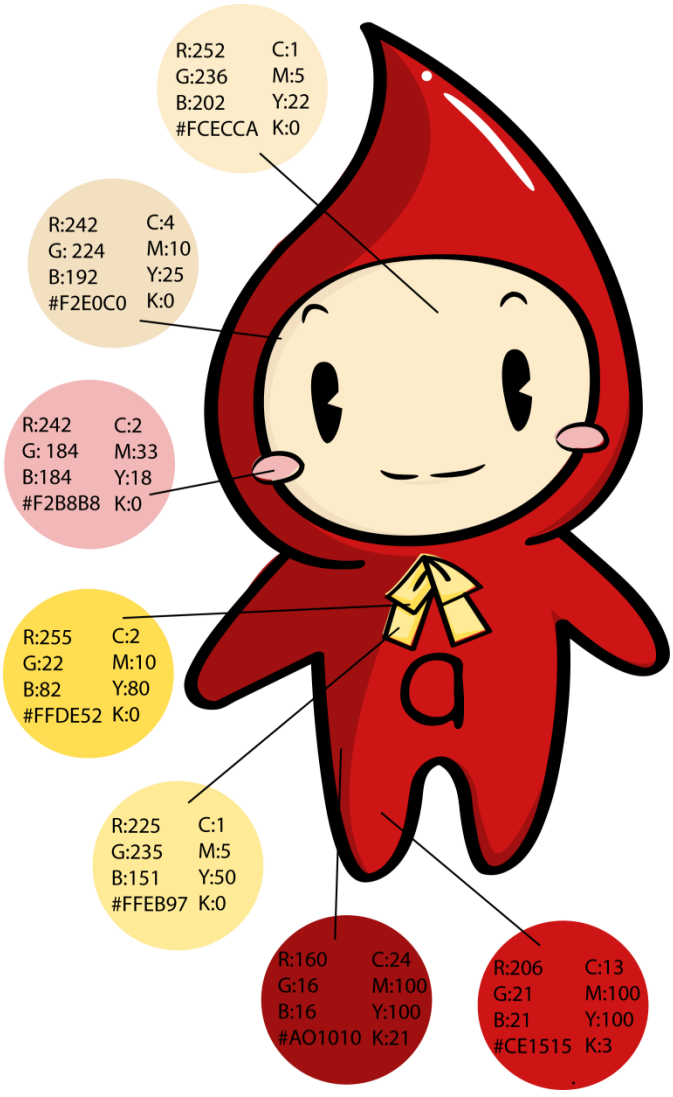
Sumber : http://www.joehallock.com/edu/COM498/preferences.html

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa warna biru, hijau dan ungu mendominasi hasil respon. Yang menarik di sini adalah warna hijau pada umur muda dan warna ungu pada umur yang lebih tua.

Jadi dari survey yang dilakukan oleh Joe Hallock dapat disimpulkan bahwa anak-anak lebih menyukai warna-warna hijau dan biru atau warna-warna cerah dan tidak menyukai warna ungu dan coklat atau warna-warna yang tidak cerah.

Maka dari penjelasan di atas warna yang akan digunakan dalam pembuatan buku *pop-up* ini adalah warna-warna cerah dan lembut, karena warna cerah sesuai dengan kepribadian anak yang selalu ceria dan penuh dengan semangat. Format yang akan digunakan adalah format CMYK.

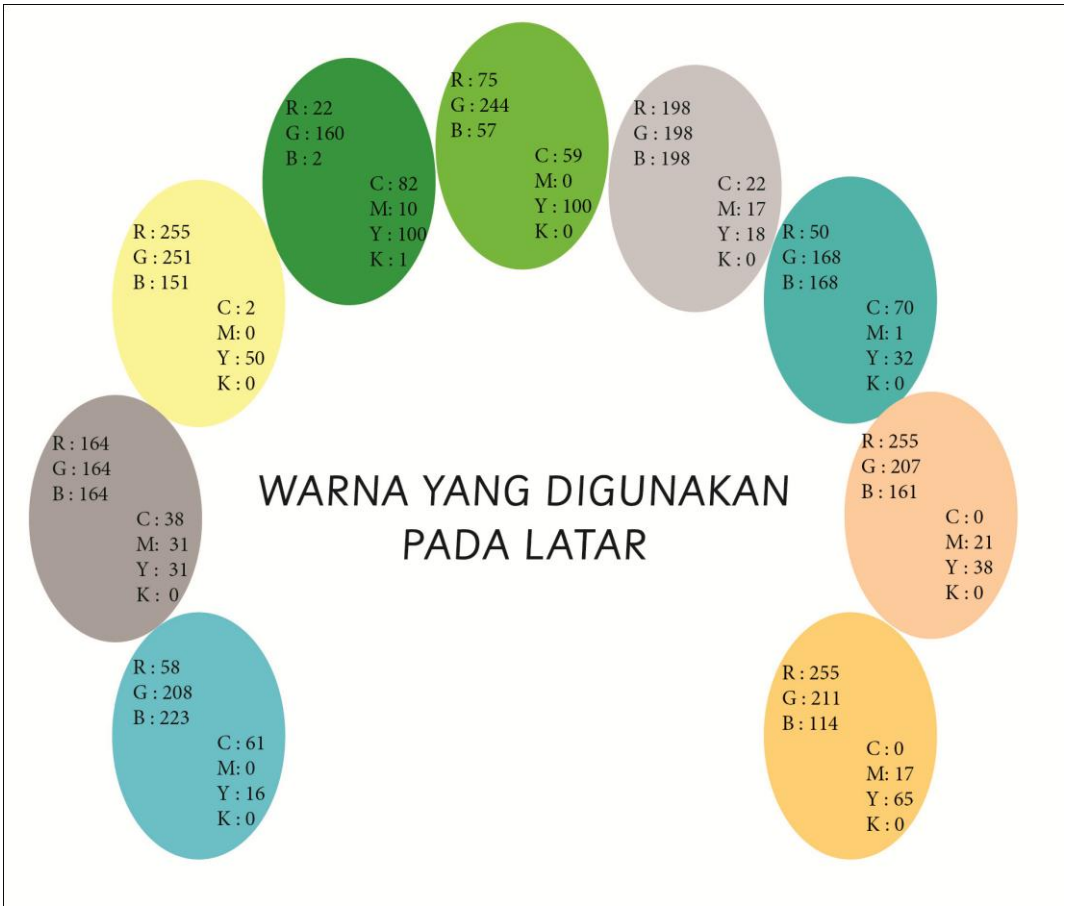
Dibawah ini adalah warna-warna yang akan digunakan.



Gamabar III.11 warna yang digunakan pada perancangan karakter

Sumber : pribadi

Tehnik pewarnaan dalam perancangan ini adalah teknik pewarnaan blok dengan cara digital.



Gamabar III.12 warna yang digunakan pada perancangan latar

Sumber : pribadi