# BAB III

# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

## 1.1 Target Audiens

Perancangan ini ditujukan kepada anak-anak karena anak merupakan individu yang rentan terhadap perubahan dan perkembangan. Salah satunya adalah proses Perkembangan secara kognitif. Perkembangan secara kognitif merupakan perubahan-perubahan anak dalam kemampuan mengingat, pola befikir dan cara individu memperoleh pengetahuan dari lingkungannya. Maka dari itu apabila Owa Jawa diinformasikan pada anak-anak maka anak akan mudah mengingat informasi tersebut karena pada dasarnya anak memiliki daya ingat yang kuat, sehingga informasi Owa Jawa dapat diingat sampai tua. Untuk meningkatkan pengetahuan anak peran orang tua sangat dibutuhkan sehingga target audiens dibagi menjadi 2 bagian yaitu target primer dan target sekunder.

A. Demografis

- Primer
  a) Usia : Anak anak 6-9 Tahun
  b) Jenis Kelamin : Laki – Laki dan Perempuan
  c) Agama : Semua Agama
- Sekunder
  a) Usia : Telah menikah, mandiri dan mempunyai anak atau berkeluarga.
  b) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
  c) Status Ekonomi : Menegah
  d) Pekerjaan : Memiliki pekerjaan tetap

B. Psikografis

- Primer
  a) Anak anak yang suka membaca, menggambar dan bermain.
  b) Anak anak yang aktif, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan senang dengan hal yang baru.
- Sekunder
  a) Orang tua yang selalu memperhatikan anaknya
  b) Orang tua yang bertanggung jawab terhadap anaknya

  .

C. Geografis

Khususnya anak anak yang berada di kota-kota pulau Jawa Barat meliputi kota Sukabumi, Cianjur, Bogor, Bandung, Garut dan Banten. Hal ini dikarenakan persebaran Owa Jawa yang terdapat di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, Taman Nasional Gunung Halimun, Taman Nasional Ujung Kulon, Cagar Alam Gunung Simpang dan Leuweng Sancang.

## 1.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari beberapa pemecahan masalah tentang Owa Jawa adalah kurangnya informasi tentang Owa Jawa kepada masyarakat. sebagai pemecahan masalah tersebut penulis merancang sebuah informasi yang menarik berisikan informasi tentang Owa Jawa yang dibuat semenarik mungkin dan tidak membosankan saat di baca oleh pembaca .

Berdasarkan target audiens yang dituju Strategi perancangan informasi tentang Owa jawa ini berisikan informasi menarik seperti mengetahui aktivitas harian tentang Owa Jawa. Maka dari itu sesuai khalayak target audiens informasi ini akan dibuat tahapan-tahapan melalui pendekatan yang berbentuk visual dengan warna, gaya visual, tata letak dan huruf yang

disesuaikan dengan target audiens agar informasi ini dapat tersampaikan dengan baik dan diterima oleh masyarakat khusunya kepada anak-anak.

### 1.2.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan yang akan dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara pendekatan sosial karena anak anak lebih peka terhadap rangsangan-rangsangan yang berasal dari pengaruh lingkungan sosial seperti menjalin kerja sama dan kesetiaan persahabatan yang positif dengan teman sebayanya, mudah beradaptasi dengan lingkungan dan persahabatan baru dan anak anak selalu menceritakan pengalaman yang menarik kepada teman sebayanya. Adapun pendekatan yang dilakukan dengan pendekatan melalui Visual dan verbal, diantaranya :

- **Pendekatan Visual**

  Pendekatan Visual yang akan dibuat dalam konsep perancangan informasi tentang Owa Jawa ini adalah dengan menyajikan visual penggabungan antara fotografi dan vektor. Penggunaan fotografi dimaksudkan agar target audiens mengetahui bentuk fisik asli Owa jawa secara nyata sedangkan penggunaan vektor dimaksudkan agar merangsang daya penglihatan menjadi fokus kepada objek dengan warna-warnanya yang solid dan kesederhanaan visual untuk dapat merangsang daya ingat anak, sehingga anak mudah mengingat dan memahami apa yang dilihat dalam isi buku tersebut dan informasi tentang Owa Jawa tersampaikan dengan baik. Kemudian menggunakan tata letak yang proposional sehingga nyaman saat dilihat dan menggunakan huruf-huruf yang mudah dibaca agar merangsang daya pikir anak saat membaca informasi tentang Owa Jawa.

- **Pendekatan Verbal**

  Bahasa yang digunakan dalam informasi tentang Owa Jawa ini menggunakan Bahasa Indonesia dengan penyampaian komunikasi yang ringan agar mudah di pahami oleh target audiens. Gaya bahasa yang digunakan yaitu gaya bahasa personifikasi karena target audiens yang mengarah kepada anak anak.

- **Tujuan Perancangan Komunikasi**

  Tujuan komunikasi dari perancangan media informasi yang berisi tentang Owa Jawa adalah menginformasikan dan mengenalkan tentang Owa Jawa sebagai satwa dilindungi kepada anak-anak. Dengan pengetahuan yang dimiliki anak anak tentang Owa Jawa diharapkan bisa meningkatkan kepedulian masyarakat khususnya anak-anak dapat ikut serta dalam melestarikan hutan dan melindungi satwa liar dari kepunahan.

- **Materi Pesan**

  Materi pesan dalam perancangan informasi ini Berisikan tentang pengenalan Owa Jawa dan aktivitas harian Owa Jawa seperti bergerak, makan, bermain, berkutu, bersuara, istirahat dan perlindungan Owa Jawa. Isi konten dalam informasi yang disampaikan tentang Owa Jawa Yaitu :

  - Asal Owa Jawa berisikan tentang pengenalan sekilas tentang Owa Jawa.
  - Aktivitas Bergerak, berisikan tentang informasi cara Owa Jawa berayun, berjalan dan melompat.
  - Aktivitas makan, berisikan tentang informasi kapan dan bagaimana Owa Jawa Makan.

- Aktivitas sosial, berisikan informasi tentang Owa Jawa mengutui dan bersuara.
- Perlindungan, berisikan tentang Owa Jawa adalah satwa yang dilindungi.

### 1.2.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara menyajikan informasi yang menarik yang dikemas dalam sebuah media yang didalamnya berisikan informasi tentang Owa Jawa seperti menceritakan aktivitas sehari-hari Owa Jawa di hutan seperti makan, istirahat, berjalan, berayun, melompat, bersuara dan perlindungan bagi Owa Jawa dalam bentuk visual yang sederhana namun menarik seperti penggabungan antara fotografi dan vektor dengan penyampaian komunikasi yang ringan. Hal ini dimaksudkan agar informasi ini dapat di tersampaikan dengan baik dan mudah di ingat oleh masyrakat khususnya target audiens. Dengan informasi tersebut diharapkan masyrakat khususnya anak-anak dapat mengetahui atau mengenali Owa Jawa.

### 1.2.3 Strategi Media

Media adalah sebuah alat untuk menyampaikan isi pesan kepada target audiens agar pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Media yang akan dibuat untuk menginformasikan dan mengenalkan satwa Owa Jawa dengan cara mengemas informasi singkat tentang Owa Jawa kedalam sebuah media ditambah media pendukung dan promosi.

- Media Utama

Media yang dipilih untuk menyampaikan informasi Owa Jawa kepada target audiens adalah sebuah buku. Buku merupakan sebuah media atau alat untuk menyampaikan informasi. Dalam perancangan ini media utama yang di gunakan adalah buku informasi bergambar yang berisikan informasi tentang Owa Jawa.

- Media Pendukung

Media pendukung merupakan media penambah untuk menarik perhatian target audiens dan sebagai media pengingat, media penambah ini dimaksudkan hadiah dari setiap pembelian buku bergambar. Media pendukung di bagi menjadi 2 yaitu :

a) Media Promosi

Media promosi ini akan digunakan pada saat buku ini dpublikasikan kepasaran agar dapat diketahui oleh masyarakat. Media promosi yaitu berupa Poster, x-banner, dan *flag chain.*

b) *Gimmick*

- Stiker

  lembaran kecil kertas atau plastik yang ditempelkan dengan gambar dan bentuk yang unik dan berfungsi sebagai pengingat.

- Gantungan kunci

  Gantungan kunci merupakan media pendukung yang berfungsi sebagai pengingat untuk target audiens.

- Pembatas Buku

  Pembatas buku digunakan untuk membatasi buku.

- Pin

  Merupakan salah satu media pendukung yang berfungsi sebagai pengingat.

### 1.2.4 Strategi Distribusi

Buku bergambar ini akan didistribusikan di toko buku Gramedia yang berada di kota Sukabumi, Cianjur, Bogor, Bandung, Garut dan Ujung kulon. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengetahui dimana buku ini tersedia dan lebih terorganisir penempatannya. Untuk pengenalan/promosi buku ini menggunakan poster, x-banner dan *flag chain*. Pemasangan poster dan x-banner akan di tempatkan di depan pintu masuk Gramedia, poster juga akan di tempatkan di sekolah sekolah dasar dan kebun binatang. Hal ini bertujuan agar buku ini dapat diketahui oleh target audiens dimana buku ini tersedia. Buku ini didistribusikan bersama dengan media pendukung gimmick seperti gantungan kunci, stiker, pin dan pembatas buku sebagai hadiah diberikan secara gratis. Hal ini bermaksud untuk menarik perhatian target audiens untuk membeli buku ini.

Berikut ini adalah tabel disrtibusi buku Owa Jawa di kota Sukabumi, Cianjur, Bogor, Bandung, Garut dan Ujung Kulon :

Tabel III.1 Strategi Distribusi dikota Sukabumi, Cianjur, Bogor, Bandung, Garut dan Ujung Kulon

| Bulan / Media | MEI 2014 | JUNI 2014 | JULI 2014 | AGUSTUS 2014 | SEPTEMBER 2014 | OKTOBER 2014 | NOVEMBER 2014 | DESEMBER 2014 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Buku bergambar | | | | | | | | |
| Stiker | | | | | | | | |
| Pin | | | | | | | | |
| Gantungan kunci | | | | | | | | |
| Pembatas Buku | | | | | | | | |

Tabel III.2 Media pendukung

| Media | Gratis | Tidak gratis |
|---|---|---|
| Buku bergambar | | ✓ |
| Gantungan | ✓ | |
| Stiker | ✓ | |
| Pin | ✓ | |
| Pembatas Buku | ✓ | |

## 1.3 Konsep Visual

Dalam Perancangan informasi tentang Owa Jawa, konsep visual yang di tampilkan adalah konsep natural. Hal ini dikarenakan habitat Owa Jawa adalah hutan sehingga visual yang di tampilkan berupa elemen-elemen visual yang berhubungan dengan alam. Hal ini bertujuan untuk menginformasikan kepada target audiens bahwa hutan merupakan habitat kelangsungan hidup Owa Jawa yang perlu dijaga sehingga ancaman kepunahan bagi Owa Jawa bisa di cegah.



Gambar III.1 sungai

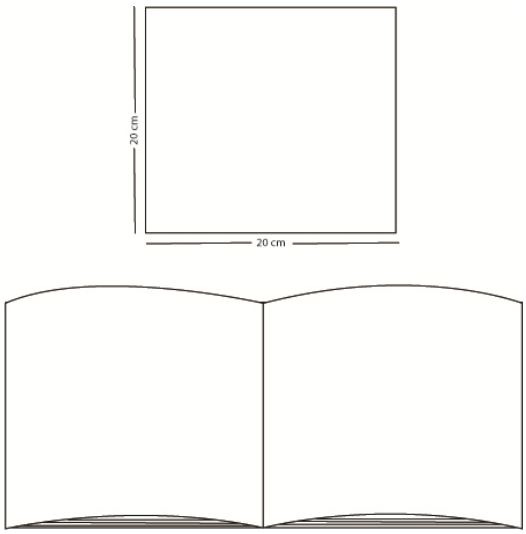


Gambar III.2 hutan

Sumber : http://2.bp.blogspot.com/-MNpjwlusMC0/UKZ_YwD0GqI/AAAAAAAAACs/tzOk6wago3o/s1600/hutan-pinus-b.jpg [ diakses 24 Agustus 2014 ]
http://3.bp.blogspot.com/_UohKClHcG8w/SjoMLbMR_PI/AAAAAAAAAAc/05Z0hxtUifw/s1600/nature-summer-wallpaper-22.jpg [ diakses 24 Agustus 2014 ]

### 1.3.1 Format Desain

Desain yang dibuat menggunakan format desain persegi yang disesuaikan dengan tema yaitu tentang alam yang menggambarkan sesuatu yang luas. Selain itu juga agar pembaca lebih leluasa dalam membaca. Ukuran buku ini adalah 20 cm x 20 cm, dengan ukuran tersebut agar buku bergambar ini bisa dibawa kemana-mana dan dipelajari di manapun dan kapanpun oleh anak anak.




Gambar III.3 Format Desain

### 1.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Dalam perancangan buku ini *layout* yang digunakan menampilkan kesan natural, dengan penggunaan *background* yang solid kemudian penambahan visual seperti daun yang menjadi *frame* setiap halaman agar lebih terkesan alami. Kemudian gambar anak Owa Jawa yang diletakan ditengah sebagai titik fokus utama. Hal ini dimaksudkan agar menarik perhatian target audiens ketika melihat buku ini tertuju pada objek utama.




Gambar III. 4 *Layout*

### 1.3.3 Tipografi

Pada perancangan buku bergambar ini jenis huruf yang digunakan adalah jenis huruf yang memiliki kesan ceria, bermain, lucu, tidak kaku dan mudah dibaca. Pemilihan jenis huruf yang memiliki kesan tersebut yang disesuaikan dengan karakteristik anak. Jenis huruf yang dipakai adalah jenis huruf Adera DisplaySSi. Jenis huruf ini digunakan untuk sampul depan. Jenis huruf tersebut dipilih karena huruf-hurufnya tebal tidak kaku, mudah untuk dibaca memiliki kesan yang sesuai dengan karakteristik anak serta dapat merangsang daya pikir anak. Kemudian untuk isi konten buku menggunakan jenis huruf Kristen ITC, jenis font ini digunakan karena memiliki kesan ceria, lucu, bermain dan tidak kaku serta mudah dibaca.

Adera Display SSI

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910
!@#$%□&*()-+

Kristen ITC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910
!@#$%^ψ*()_-=+

### 1.3.4 Ilustrasi

#### 3.3.4.1 Studi Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan dalam buku ini menggunakan penggabungan antara fotografi dan ilustrasi vektor. Ilustrasi vektor menampilkan visual-visual yang berhubungan dengan alam seperti daun ceri hutan, frame Kayu dan elemen visual lainya sebagai pelengkap. Penggunaan ilustrasi vektor daun ceri hutan dimaksudkan untuk memberikan kesan alam pada setiap halaman Sedangkan penggunaan vektor *frame* yang terbuat dari kayu digunakan karena Owa Jawa tinggal di hutan dan sebagai penghias foto agar perhatian target audiens terfokus kepada foto Owa Jawa. Hal ini dimaksudkan agar membangkitkan kepedulian masyrakat khususnya target audiens terhadap hutan yang menjadi habitat Owa Jawa. kemudian penampilan kotak dialog dengan warna solid yang cerah yang berbeda

dengan bentuk tidak merata yaitu sebagai penjelas dari teks/tulisan selain itu agar target audiens tidak bosan saat membaca buku informasi ini. Seperti isi halaman aktivitas makan Owa Jawa menampilkan ilustrasi berupa buah-buahan seperti pisang dan buah ceri merupakan salah satu makanan Owa Jawa.




Gambar III. 5 Daun Buah Ceri




Gambar III. 6 Buah Ceri




Gambar III.7 Buah Pisang



Gambar III.8 Kayu



Gambar III. 9 Ilustrasi

Penggunaan fotografi dalam buku ini terdapat foto-foto Owa Jawa asli agar target audiens mengetahui bentuk fisik asli Owa Jawa secara nyata.

### 1.3.5 Warna

Warna yang di gunakan untuk buku ini adalah warna-warna yang memiliki kesan alami, cerah, ceria, halus dan bermain sehingga nyaman dilihat dan tidak kaku yang disesuaikan dengan target audiens.

Penggunaan warna magenta digunakan karena Owa Jawa adalah satwa yang memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kelompoknya serta Owa Jawa adalah satwa monogami yaitu sekali seumur hidup dalam perkawinan. Warna hijau mengandung unsur alam sehingga warna hijau digunakan karena Owa Jawa hidup di alam. Warna merah digunakan karena Owa Jawa adalah satwa yang agresif. Warna kuning melambangkan kebahagiaan dan keceriaan. Warna kuning digunakan disesuaikan dengan karakteristik target audiens yaitu anak-anak. Warna putih digunakan karena warna ini memberikan kesan yang bersih dan polos yang disesuaikan dengan konsep. Makna warna menurut Urip Santoso ( 2012 ) yaitu :



Magenta : Melambangkan kasih sayang dan cinta, persahabatan, feminin, kepercayaan, niat baik, pengobatan emosi, damai, perasaan yang halus, perasaan yang manis dan indah.



Merah : Melambangkan kesan energi, kekuatan, hasrat, erotisme, keberanian, agresi, nafsu, kehangatan, simbol dari api, pencapaian tujuan.



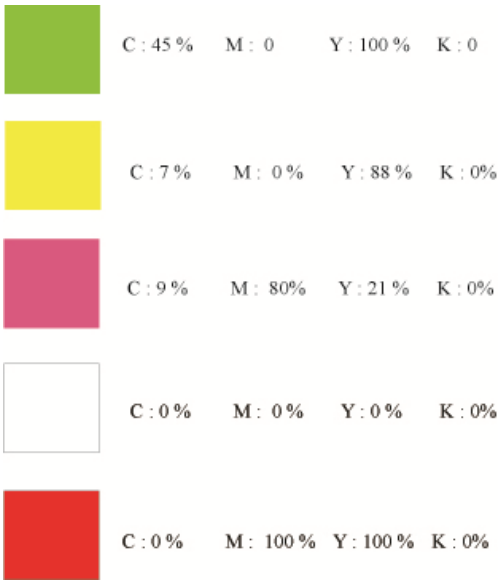
Putih : Melambangkan kedamaian, permohonan maaf, pencapaian diri, spiritualitas, kedewaan, keperawanan atau kesucian, kesederhanaan, kesempurnaan dan kebersihan.



Hijau : Melambangkan warna bumi, tanaman dan pohon, alami, sehat, keberuntungan, kesuburan, pertumbuhan, muda, kesuksesan materi, pembaharuan, daya tahan,

keseimbangan, ketergantungan dan persahabatan.

Kuning : Melambangkan matahari, ingatan, imajinasi logis, energi sosial, kerjasama, kebahagiaan, kegembiraan, kehangatan, loyalitas, tekanan mental, persepsi, pemahaman, kebijaksanaan.




Gambar III. 10 Warna