BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah cara untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada target audiens, agar target audiens dapat menangkap isi dari pesan atau informasi yang telah disampaikan. Strategi perancangan dimulai dengan mencari permasalahan yang ada, kemudian mencari data melalui sumber-sumber terkait (wawancara, buku, jurnal, *browsing*), mengumpulkan informasi yang didapat, lalu menyampaikan informasi terkait melalui media untuk disampaikan kepada khalayak.

III.1.1 Khalayak Sasaran

Target Audiens tentang energi aura manusia ini adalah sebagai berikut:

- Demografi

Usia : Remaja Pertengahan 15-18 tahun
Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa, bekerja
Status ekonomi : Masyarakat menengah dan menegah ke atas
Warga negara : Indonesia

- Psikografi

Media yang dibuat ditujukan bagi masyarakat yang menyukai hal baru, menyukai informasi bergambar.

- Geografi

Tempat : Indonesia wilayah perkotaan
Budaya : Beragam (Sunda, Jawa, Batak, Melayu, Betawi, dan lain-lain)

- Target Sekunder

Target sekunder dari buku Aura: mengenal energi aura manusia ini adalah para masyarakat yang suka mengunjungi toko buku dan mall.

III.1.2 Strategi Komunikasi

Dalam pendekatan komunikasi yang akan dilakukan, akan melalui dua cara yaitu pendekatan verbal dan pendekatan visual. Komunikasi visual merupakan konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan kedalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas ilustrasi (gambar), tipografi, warna, komposisi, dan *layout* (Tinaburko, Gemiantra, 2009).

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan dengan sudut pandang tentang energi aura manusia yang disampaikan secara ringkas dan jelas, hal ini bertujuan agar taget audiens dapat menangkap pesan yang telah disampaikan sekaligus dan secara tidak langsung dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini diambil dari berbagai sumber yang berkaitan dengan energi aura manusia, seperti dari hasil wawancara, buku, jurnal, *browsing* dan lainnya. Pendekatan komunikasi verbal dalam perancangan ini menggunakan Bahasa Indonesia karena target audiens adalah orang Indonesia. Tetapi bahasa yang digunakan tidak terlalu baku, meggunakan bahasa sehari-hari sehingga mudah dipahami dan informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada target audiens.

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang dilakukan adalah dengan menggunakan buku ilustrasi. Menurut Wikipedia buku adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebuah halaman. Buku juga bisa di akses oleh siapa saja dan dari kalangan mana saja karena bentuknya yang nyata dan terlihat. Dengan buku yang bergambar masyarakat akan lebih mudah memahami isi dari buku ini karena memiliki gambar di dalamnya dan tidak perlu lagi membayangkan karena sudah berisi informasi yang disertai dengan gambar. Konsep visual yang akan ditampilakan adalah menggunakan gaya ilustrasi yang diambil dari situs bernama www.grafolio.com dengan artis bernama Lee Gong (이공) yang berasal dari Korea Selatan.

III.1.3 Mandatory

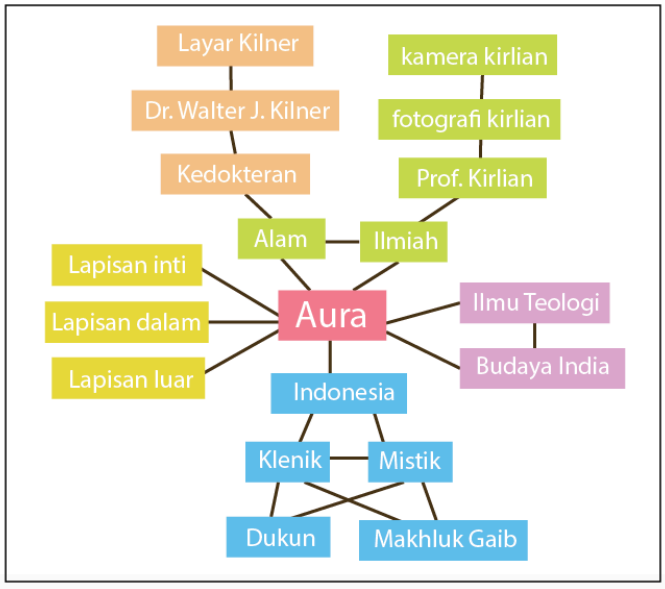
Buku ilustrasi tentang energi aura bekerja sama dengan pihak Gramedia selaku penerbit dan juga toko buku yang menjual buku Aura: Mengenal lebih dekat energi aura manusia.

III.1.4 Strategi Kreatif

Untuk merancang media informasi yang berbeda dan menarik diperlukan strategi kreatif yang baik. Adapun strategi kreatif yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

- Copywriting

Copywriting akan digunakan untuk menentukan media. Untuk copywriting nama buku akan bersumber dari *key word* yang telah ditentukan yaitu "Aura: Mengenal Lebih Dekat Energi Aura Manusai". Dengan kata lain *key word* yang dibuat terbentuk dari aura dan ilmu yang mempelajari aura.



Gambar III.1 *Mind mapping* key words
Sumber: Dokumentar pribadi

Mind mapping dibuat untuk mempermudah penggalian ide yang berkatain dengan objek dan subjek permasalahan. *Mind mapping* mempunyai berbagai manfaat, salah satunya untuk membuat nama atau judul buku.

- *Key Visual*

Key visual merupakan terjemahan dari *key word* ke dalam bentuk gambar. Gambar-gambar tersebut akan dijadikan referensi dalam proses perancangan desain buku. Adapun *key visual* yang berkaitan adalah sebagai berikut:



Gambar III.2 *Key visual*
Sumber: https://aura.net/wp-content/uploads/2016/01/4553885_orig.jpeg, http://www.chakranews.com/wp-content/uploads/2012/07/Buddhism-Lord-Buddha-187x300.jpg, http://1.bp.blogspot.com/-iV82yrXwS90/UyHAeXXdcjI/AAAAAAAALc0/HE11SpgYRUE/s1600/Human+Aura.jpg, http://quizsocial.com/quimg/aura-color/results/3.jpg
(Diakses pada 12/06/2016)

III.1.5 Strategi Media

Media yang akan dibuat terbagi menjadi dua jenis yaitu media utama dan media pendukung. Adapun konsep mengenai media tersebut adalah sebagai berikut:

- **Media Utama**

Media utama yang akan dirancang adalah buku ilustrasi, buku adalah sumber informasi yang masih di gemari hingga sekarang dan populer di masyarakat. Dengan buku yang bergambar akan menarik target audiens untuk membacanya dan juga akan lebih mudah memahami isi dari buku karena memiliki gambar di dalamnya jadi tidak perlu lagi membayangkan karena sudah berisi informasi yang disertai dengan gambar. Terlebih lagi lebih banyak buku tentang aura yang hanya berisikan informasi yang panjang dan minim gambar.

- **Media Pendukung**

Media pendukung merupakan kumpulan beberapa media yang dirancang untuk memberikan informasi keberadaan media utama. Adapun media pendukung yang akan dipilih adalah sebagai berikut:

- *Flyer*

Media yang bisa memberikan detail informasi dan bersifat personal. Terlebih lagi media ini bersifat luas dalam penyebarannya.

- Poster A3

Poster yang berisikan untuk menarik perhatian yang bersifat mengajak baik target audiens primer maupun sekunder.

- *X-Banner*

Dipasang pada lokasi letak buku-buku ilustrasi sebagai media utama dipajang dan dipasarkan agar pembeli mudah melihat dari kejauhan.

- Mini *X-Banner*

Dipasang pada lokasi letak buku-buku ilustrasi sebagai media utama dipajang dan dipasarkan. Mini x-banner adalah versi kecil x-banner.

- Gantungan

Gantungan adalah benda yang sangat sering dipakai dan dibawa kemana-mana dan media ini juga bisa dijadikan sebagai hadiah dari media utama.

- Pin

Pin bisa di tempel di baju atau di tas. Pin ini juga bisa dijadikan sebagai hadiah dari media utama.

- *Flag Chain*

Rangkaian bendera kecil dengan menampilkan gambar produk, merek, slogan, atau gabungan dari semua itu.

- *T-Shirt*

Media ini digunakan untuk souvenir yang akan dijual selain media utama dan juga bisa dijadikan sebagai hadiah pada *event-event* tertentu atau hadiah dari media utama.

- Pembatas Buku

Bagi seseorang yang rajin membaca, pasti membutuhkan pembatas buku yang selalu jadi pengingat dimana halaman terakhir dibaca. Pembatas buku didapatkan pada saat pembelian media utama.

- *Totte bag*

Totte bag adalah tas tangan biasanya terbuat dari bahan kain kanvas.

- Tempat minum

Tempat minum sangat berguna sekali ketika bepergian atau acara seperti piknik.

- *Hanging Mobile*

Hanging mobile adalah sebuah alat pajangan yang bergerak apabila terkena angin, penempatannya dengan cara digantung.

- Catatan

Catatan adalah media pendukung yang bisa digunakan untuk mencatat.

- *Attention*

Tahap *atention* digunakan untuk menarik perhatian masyarakat. *Atention* dibuat supaya masyarakat merasa penasaran terhadap apa yang dilihat. Jika masyarakat sudah merasa penasaran atau bingung, berarti pesan sudah diperhatikan.

- *Interest*

Tahap *interest* digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap sebuah produk. *Interest* berisikan informasi yang berkaitan dengan keinginan, mitos dan kebiasaan yang ada di benak target audien. *Interest* juga bisa berisikan informasi

mengenai produk. Dengan kata lain interest dibuat untuk menjawab keinginan masyarakat terhadap produk. Ketika produk bisa menjawab keinginan target audien, maka target audien akan tertarik dengan produk tersebut.

- *Search*

Tahap *search* digunakan untuk memberikan informasi produk kepada target audien. Pada tahap *search* target audien akan mencari tahu berbagai informasi mengenai produk yang mereka minati. Target audien biasanya mencari informasi dari majalah, tabloid, koran, katalog, *website* dan orang (penjual, keluarga, teman).

- *Action*

Setelah informasi menjawab keinginan target audien, maka akan timbul rasa ingin memiliki terhadap sebuah produk. Aksi yang terjadi pada tahap *action* diantaranya mencoba, meminjam, meminta, membeli hingga merasakan produk.

- *Share*

Tahap *share* merupakan proses apresiasi, tanggapan atau penilaian terhadap sebuah produk. Konsumen akan membuat informasi berkaitan dengan kritik, saran atau dukungan terhadap produk. Konsumen akan memberikan informasi yang dibuat kepada orang lain. Informasi biasanya diberikan melalui pembicaraan secara langsung ataupun berupa tulisan yang dibagikan di dunia maya.

III.1.6 Strategi Distribusi

Untuk lebih memudahkan penyebaran distribusi, terdapat di wilayah penyebaran meliputi toko buku yang telah mempunyai nama besar di Indonesia khususnya kota- kota besar di Indonesia. Toko buku yang telah terkenal seperti Gramedia, Gunung Agung, Togas Mas menjadi target pendistribusian buku ilustrasi Aura: Mengenal lebih dekat energi aura manusia. Selain buku terdapat pula satu paket hadiah pembelian buku seperti, gantungan, pin, pembatas buku, dan *t-shirt* yang dapat dimiliki. Wilayah penyebaran tersebut sebagian besar adalah tempat dimana target biasa mencari atau membeli buku dan sebagian sebagai daerah pergaulan *target audiens*.

Tabel III.1 Tabel Distribusi Media
Sumber: Dokumentar pribadi

Media		2016											
		Oktober				November				Desember			
Media Utama													
a	Buku Ilustrasi Aura												
Media Pendukung													
a	Flyer												
b	Poster												
c	X-Banner												
d	Mini X-Banner												
e	Gantungan Kunci												
f	Pin												
g	*T-shirt*												
h	Pembatas Buku												
i	Catatan (*Notebook*)												
j	Totte Bag												
k	Tempat Minum												
l	*Hanging Mobile*												
m	*Flag Chain*												
n	Wobler												

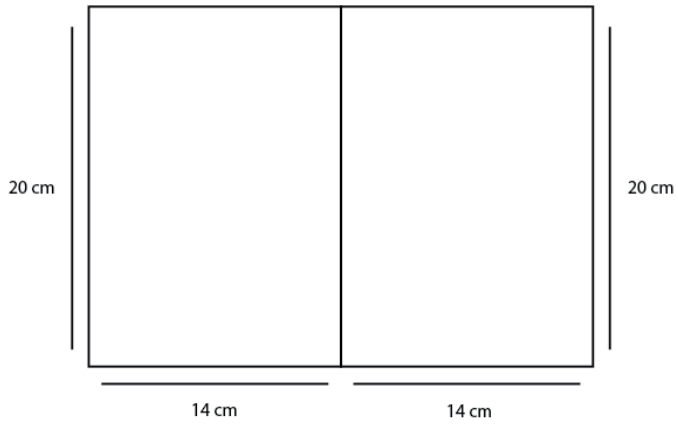
III.2 Konsep Desain

Dalam sebuah media informasi yang menarik dan informatif, konsep visual sangat memegang peranan penting. Konsep visual dalam buku ilustrasi aura ini menggunakan gaya ilustrasi yang diambil dari situs bernama grafolio.com dengan artis bernama Lee Gong (이공) yang berasal dari Korea Selatan dan menggunakan teknik komputerisasi berbasis vektor dengan gaya yang sederhana agar lebih terlihat rapih dan lebih mudah dipahami dan dimengerti. Untuk mengisi ruang yang kosong diberi pola desain (*pattern*) yaitu sebuah istilah di dalam rekayasa perangkat lunak yang mengacu pada solusi umum yang bisa

dipergunakan kembali atau berulang-ulang untuk menyelesaikan masalah-masalah yang umum terjadi dalam konteks tertentu atau khusus yang ditemui pada desain perangkat lunak.

III.2.1 Format Desain

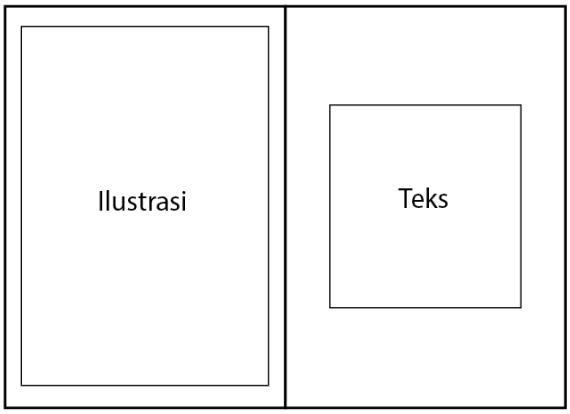
Buku Ilustrasi tentang aura akan dibuat dengan ukuran 140 mm x 200 mm dengan format persegi panjang atau *portrait* dan 25-30 halaman isi, ukuran yang terbilang kecil memudahkan buku untuk dibawa kemana-mana. Dengan bentuk buku yang berbentuk *portrait* membuat lebih nyaman dalam membaca dan menggenggam buku. Sementara untuk arah baca, digunakan dari arah kiri ke kanan agar pembaca tidak kesulitan dalam menangkap informasi yanga ada dalam buku.



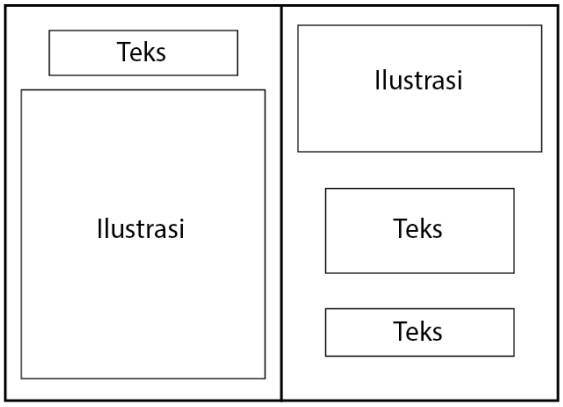
Gambar III.3 Format desain *portrait*
Sumber: Dokumentar pribadi

III.2.2 Tata Letak

Tata letak yang baik berfungsi sebagai salah satu kenyamanan untuk para pembaca, juga membuat elemen visual dan verbal menjadi lebih komunikatif. Format tata letak buku ilustrasi tentang aura ini berisikan 50-60% visual dan sisanya adalah kalimat-kalimat informasi. Adapun tata letak buku ilustrasi tersebut, sebagai berikut:



Gambar III.4 Tata letak buku ilustrasi
Sumber: Dokumentar pribadi



Gambar III.5 Tata letak buku ilustrasi
Sumber: Dokumentar pribadi

III.2.3 Huruf

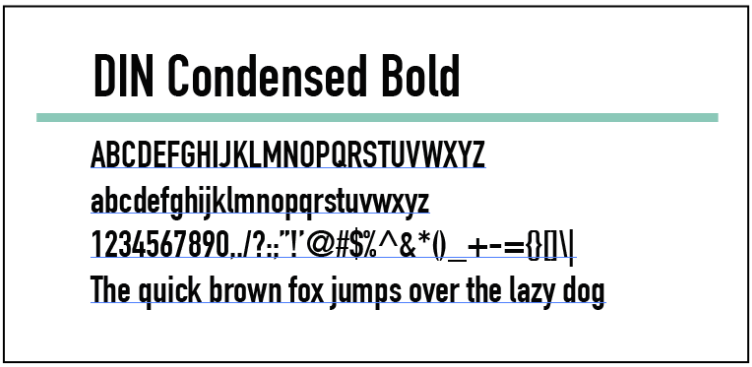
Jenis huruf dan tipografi merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah buku ilustrasi. Untuk pemilihan tipografi harus dipilih dengan seksama karena sangat mempengaruhi kenyamanan pembaca dalam membaca pesan yang disampaikan.

III.2.3.1 Huruf Judul

Tipografi yang digunakan dalam judul buku ilustrasi aura ini adalah “DIN Condensed Bold” untuk tulisan “Aura”. Tipografi sub judul “mengenal lebih dekat energi aura manusia” menggunakan huruf “DK Lemon Yellow Sun”.



Gambar III.6 Judul buku ilustrasi
Sumber: Dokumentar pribadi



Gambar III.7 Tipografi judul
Sumber: Dokumentar pribadi



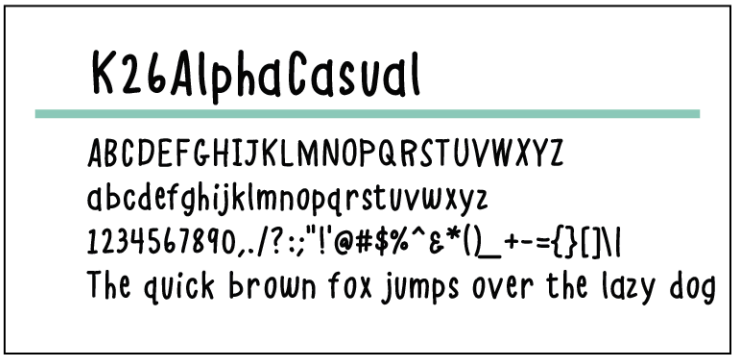
Gambar III.8 Tipografi sub judul
Sumber: Dokumentar pribadi

III.2.3.2 Huruf Isi dan Keterangan

Untuk teks isi buku menggunakan font “Avenir Next Condensed” karena huruf ini memiliki keterbacaan yang cukup jelas. Untuk keterangan menggunakan font “K26AlphaCasual” karena font ini terlihat santai dan tidak kaku.



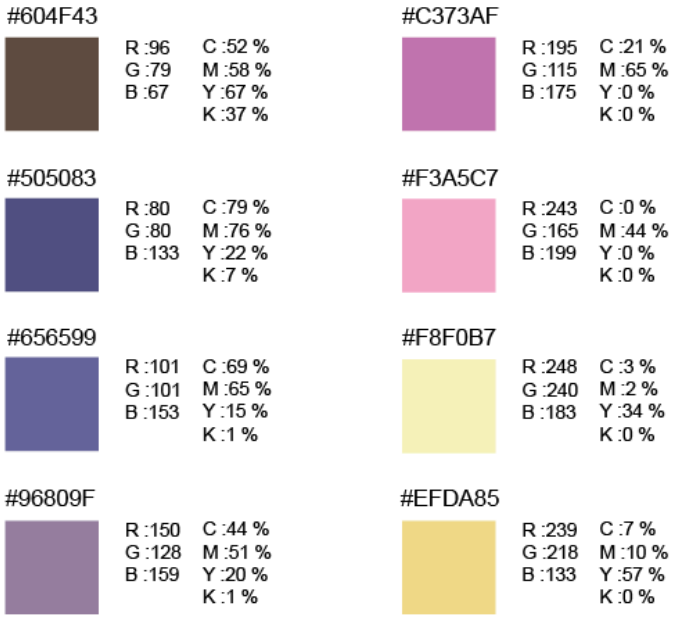
Gambar III.9 Tipografi isi buku
Sumber: Dokumentar pribadi



Gambar III.10 Tipografi keterangan teks
Sumber: Dokumentar pribadi

III.2.4 Studi Warna

Warna adalah elemen pendukung agar isi lebih menarik perhatian pembaca. Warna yang terdapat dalam perancangan buku ilustrasi ini adalah warna yang memberikan kesan tenang tidak terlalu cerah mengingat banyaknya objek yang akan ditampilkan.



Gambar III.11 *Color guide*
Sumber: Dokumentar pribadi

III.2.5 Ilustrasi

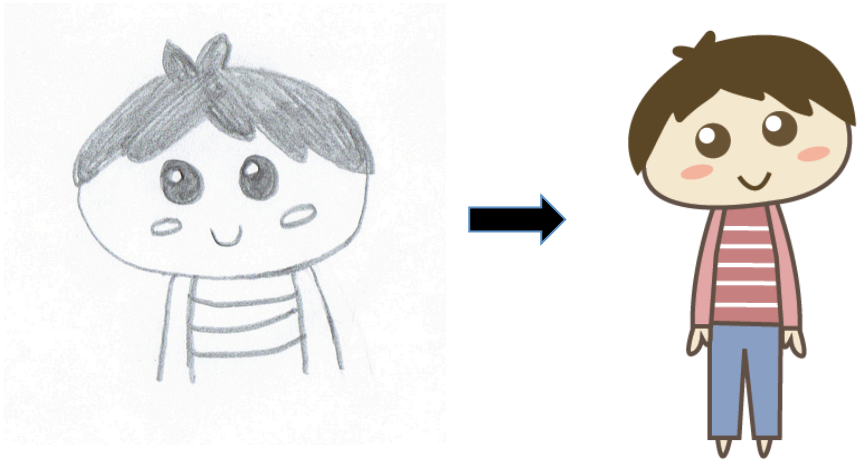
Gaya ilustrasi yang digunakan untuk buku ilustrasi aura adalah menggunakan gaya ilustrasi yang diambil dari situs bernama grafolio.com dengan artis bernama Lee Gong (이 공) yang berasal dari Korea Selatan, dengan gaya yang minimalis, menghindari efek pencahayaan agar lebih lebih mudah dipahami dan dimengerti.



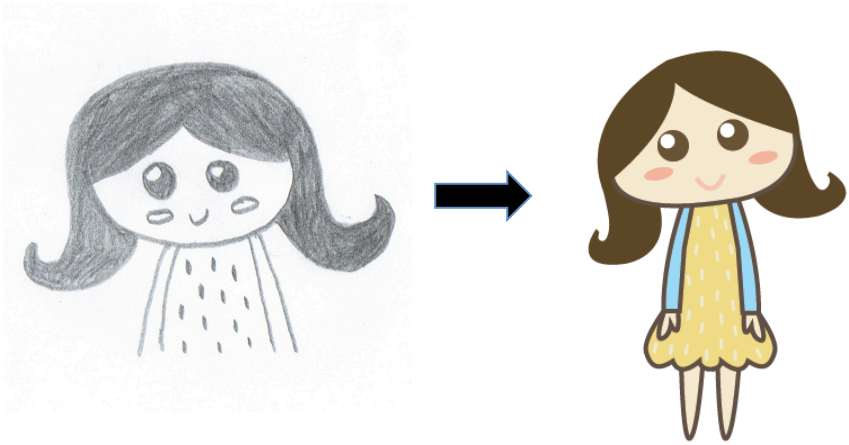
Gambar III.12 Referensi ilustrasi
Sumber: http://www.grafolio.com/works/68517&from=il_bg&bdgNo=32
(Diakses pada 01/05/2016)

III.2.5.1 Studi Karakter

Karakter dalam dalam buku ilustrasi ini adalah dua tokoh yaitu laki-laki dan perempuan.



Gambar III.13 Ilustrasi karakter laki-laki
Sumber: Dokumentar pribadi



Gambar III.14 Ilustrasi karakter perempuan
Sumber: Dokumentar pribadi

III.2.5.2 Studi Lokasi

Lokasi yang akan muncul dalam buku ilustrasi Aura: Mengenal lebih dekat energi aura manusia yaitu di ruang tengah sebuah rumah. Berikut contoh lokasi yang dijadikan latar tempat buku ilustrasi Aura: Mengenal lebih dekat energi aura manusia:



Gambar III.15 Referensi ruang tengah
Sumber: http://www.polyvore.com
(Diakses pada 03/06/2016)



Gambar III.16 Ilustrasi ruang tengah
Sumber: Dokumentar pribadi

III.2.5.3 Studi Properti

Properti yang digunakan dalam buku ilustrasi aura ini adalah benda-benda yang ada dalam rumah pada umumnya. Properti-properti tersebut antara lain adalah

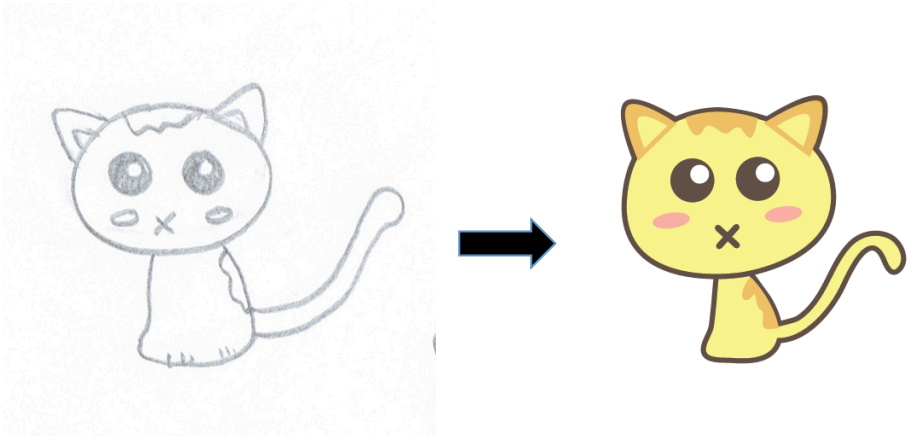
sofa, meja, karpet, lampu, tanaman, hingga yang terkecil seperti gelas, buku, kunci dan lain-lain. Berikut beberapa properti yang digunakan dalam buku aura:



Gambar III.17 Ilustrasi properti
Sumber: Dokumentar pribadi

III.2.5.4 Studi Hewan

Selain karakter manusia, ada juga karakter hewan yaitu kucing. Dalam buku ilustrasi, kucing berperan sebagai hewan peliharaan dari tokoh wanita dan laki-laki.



Gambar III.18 Ilustrasi hewan
Sumber: Dokumentar pribadi