BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi terhadap khalayak sasaran sehingga perlu mempunyai strategi perancangan yang tepat untuk disampaikan. Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan pada bab II, dalam merancang sebuah informasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak kepada pasangan muda, gagasan-gagasan yang akan disampaikan haruslah mudah dipahami agar penyampaian pesan atau informasi dapat diterima dengan baik oleh *target audience*. Oleh sebab itu, untuk memecahkan permasalahan mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak terhadap pasangan muda yaitu dengan dibuatnya perancangan informasi melalui buku meliputi penjelasan, faktor penyebab hingga antisipasi untuk mengurangi dampak Sindrom Kematian Bayi Mendadak yang dikemas dalam bentuk cerita bergambar. Dengan demikian strategi perancangan informasi ini dilakukan dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan *target audience* akan informasi tentang Sindrom Kematian Bayi Mendadak.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan informasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak, antara lain:

- Memberikan pemahaman terhadap pasangan yang baru menikah baik yang belum memiliki maupun telah memiliki anak mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak.
- Agar para orang tua mengetahui hal apa saja yang dapat memicu terjadinya Sindrom Kematian Bayi Mendadak serta langkah apa yang dapat dilakukan guna mengurangi dampak Sindrom tersebut.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam perancangan ini meliputi pendekatan verbal dan pendekatan non verbal (visual) yang disesuaikan dengan target audiens.

Pendekatan secara verbal adalah penggunaan bahasa yang digunakan oleh sebagian besar target audiens, sedangkan pendekatan secara visual adalah penggunaan ilustrasi visual yang disesuaikan dengan target audiens. Demi tercapainya komunikasi yang efektif keduanya saling membutuhkan dan tidak bisa dipisahkan, sehingga diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap *target audience*.

III.1.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual adalah faktor yang penting dalam perancangan sebuah informasi untuk mencapai daya tarik *target audience.* Pendekatan visual yang digunakan adalah dalam bentuk gambar vektor, karena dalam penyampaian pesan tentang Sindrom Kematian Bayi Mendadak ini adalah melalui buku ilustrasi. Konten atau materi pesan yang akan disajikan mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak ini yaitu menggambarkan keseharian sebuah keluarga yang baru memiliki bayi yang dibuat dalam bentuk cerita bergambar, sehingga akan lebih jelas dan dipahami oleh *target audience.*

III.1.2.2 Pendekatan Verbal

Dalam menyampaikan informasi ini, bahasa yang digunakan yaitu Bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia digunakan untuk menyampaikan pesan agar lebih efektif dan dimengerti karena sebagai bahasa nasional. Semua data yang didapat akan dirangkum menjadi sebuah informasi yang praktis dan menarik sehingga dapat tercapai maksud dan tujuannya, serta dapat memperkuat visual yang ditampilkan. Menggunakan bahasa yang tidak terlalu formal sehingga diharapkan dapat mempengaruhi minat *target audience* untuk membacanya.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan ditampikan adalah mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak. Pada awalnya *target audience* akan ditampilkan sebuah cerita keseharian sebuah keluarga yang baru memiliki bayi, namun dalam pertengahan cerita tersebut informasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak mulai dijelaskan, namun tanpa keluar dari konteks cerita tersebut. Informasi mengenai

Sindrom ini akan dipaparkan satu persatu menggunakan gambar dan teks, sehingga *target audience* tidak mudah bosan ketika membacanya.

III.1.4 Gaya Bahasa

Dalam perancangan ini gaya bahasa yang digunakan disesuaikan dengan *target audience*, agar pesan yang disampaikan mudah diterima dengan baik. Gaya bahasa yang digunakan yaitu gaya bahasa Indonesia yang tidak terlalu baku dan santai, selain itu juga menggunakan bahasa sehari-hari yang digunakan, hal ini disesuaikan dengan *target audience* yaitu para orang tua muda sehingga informasi dan pesan yang ingin disampaikan tidak sulit dipahami.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran perancangan ini meliputi seluruh masyarakat Kota Bandung mulai dari *gender*, usia, status sosial dan lain-lain. Sedangkan untuk *target audience* pada perancangan ini adalah pasangan dengan rentang usia antara 20-30 tahun yang baru menikah, namun tidak menutup kemungkinan informasi ini dapat mempengaruhi masyarakat selain *target audience*. Khalayak sasaran pada perancangan ini menggunakan beberapa cara, yaitu dengan cara melihat *target audience*, *consumer insight* dan *consumer journey* agar memberikan gambaran untuk perancangan media yang akan dibuat.

III.1.5.1 *Target Audience*

A. Demografis

Dilihat dari segi demografis, sasaran dari perancangan informasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak adalah:

- Sasaran : Remaja dan dewasa awal
- Usia : 20-30 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Kelas Ekonomi : Mengah kebawah
- Pendididkan : SMA, Perguruan Tinggi
- Status : Sudah Menikah
- Agama : Semua Agama

B. Psikografis

Secara psikografis yaitu masyarakat dengan rentang usia 20-30 tahun yang dapat dikatakan dewasa awal, yang telah memiliki sifat mandiri dan tidak ketergantungan kepada orangtua. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004, 53) masa remaja adalah peralihan dari masa anak anak menjadi masa dewasa dimana masa ini mengalamin perkembangan dalam semua aspek untuk masuk ke masa dewasa. Menurut Kartono (1990) Remaja dikategorikan menajadi 3 kelompok, yaitu:

- Remaja awal (12-15 tahun)

  Pada masa ini remaja mengalami perubahan pada fisik dan perkembangan daya intelektual sehingga berdampak pada rasa ingin tahuan yang besar pada dunia luar. Pada masa ini remaja cenderung tidak lagi menganggap dirinya kanak-kanak namun masih memiliki kebiasaan pada masa kanak-kanak. Selain itu pada masa ini remaja sering merasa sunyi, ragu-ragu, tidak stabil, tidak puas dan merasa kecewa.

- Remaja pertengahan (15-18 tahun)

  Pada masa ini remaja masih memiliki sifat kanak-kanak akan tetapi ada hal baru yang muncul pada remaja di usia ini, yaitu kesadaran akan kepribadian. Maka perasaan ragu-ragu yang ada pada masa remaja awal mulai hilang dan timbul rasa percaya diri pada diri sendiri. Rasa percaya diri ini menimbulkan penilaian kepada prilaku yang dilakukannya, selain itu remaja pada masa ini mulai mencari dan menemukan jati dirinya.

- Remaja akhir (18-21 tahun)

  Pada masa ini remaja sudah bisa berfikir secara benar dan mengenali dirinya, pada fase ini remaja sudah mulai menggariskan bagaimana pola hidup dan tujuan yang akan dijalankannya. Pada fase ini remaja sudah mencapai titik kedewasaan dimana sudah mengambil keputusan untuk bagaimana membawa dirinya mencapai tujuannya.

- Dewasa awal adalah masa peralihan dari masa remaja. Dariyo (2003) mengemukakan bahwa secara umum orang yang tergolong dewasa awal ialah antara 20-40 tahun. Sebagai seorang individu yang sudan tergolong dewasa, peran dan tanggun jawabnya tentu semakin bertambah besar.

Individu tersebut tidak harus lagi bergantung secara ekonomis, sosiologis maupun psikologis pada orangtuanya (Dariyo, 2003).

C. Geografis

- Primer : Masyarakat Kota Bandung
- Sekunder : Masyarakat Indonesia

III.1.5.2 *Consumer Insight*

Pemahaman dan tanggapan mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak, yaitu:

- Masyarakat Cenderung belum mengetahui mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak karena tidak adanya informasi yang diberikan secara langsung.
- Tidak adanya inisiatif dari masyarakat untuk mencari tahu langsung mengenai informasi Sindrom Kematian Bayi Mendadak.

III.1.5.3 *Consumer Journey*

Target audience dari perancangan ini adalah remaja akhir dan dewasa awal, untuk menentukan media yang akan digunakan dapat dilihat dari aktivitas target audiens dengan *point of contact* sebagai berikut :

Tabel III.1. *Consumer Journey*

Sumber: Dokumen Pribadi

waktu	Aktivitas	Tempat	*Point Of Contact*
05:00	Bangun tidur, wudhu, shalat	Kamar tidur	*Handphone*, Poster, Kasur, Handuk, Sajadah
05:30	Beres-beres kamar, senam hamil, , mandi.	Kamar tidur, kamar mandi	kaos, Bantal, selimut, handuk.
06:30	Sarapan, Minum susu, Minum	Meja makan, Ruang tengah,	Piring, mug, kalender, jam dinding, gantungan kunci,

	obat, Jalan-jalan pagi, mengobrol	Halaman rumah	televisi, banner, stiker.
07:00 – 10:00	Bersih-bersih rumah, memasak, bersantai	Dapur, Ruang tengah, ruang tamu, halaman depan	Poster, Kalender, Gantungan kunci, sapu.
10:00-13:00	Makan siang, bersantai, ngemil	Ruang tengah, Halaman rumah	Meja, kursi, televisi, mug, gantungan kunci, buku.
13:00-15:30	Minum obat, shalat, tidur siang	Ruang tengah, kamar	Peralatan shalat, jam dinding, mug, kalender, *smartphone*, poster, pin.
15:30	Bangun tidur, Shalat, Mandi	Kamar, Kamar mandi	Poster, handuk, gayung, baju, peralatan shalat.
15:30-18:00	Jalan-jalan, mengobrol, minum teh, memasak	Halaman depan, supermarket, ruang tengah, dapur	Piring, sendok, sofa, mug, Poster, Kalender, banner, stiker.
18:00-19:00	Makan malam, bersantai, mengobrol	Dapur, Ruang tengah	Buku, jam dinding , kalender, gantungan kunci, televisi, mug.
19:00-21:00	Minum obat, Senam peregangan, shalat, tidur	Ruang tengah, Kamar tidur.	Kalender, mug, gantungan kunci, peralatan shalat, bantal.

III.1.5.4 Indikator Konsumen

Indikator konsumen ialah menjelaskan bagaimana ciri-ciri tampilan fisik *target audience* secara umum. Berikut adalah tampilan fisik sebagian besar masyarakat di Kota Bandung:



Gambar III.1. Indikator Konsumen 1

Sumber:https://www.facebook.com/photo.php?fbid=932936760049753&set=t.100000003131702&type=3&theater

Diakses pada (14/06/2016)



Gambar III.2. Indikator Konsumen 2

Sumber:https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10203285033273342&set=t.100000220754607&type=3&theater

Diakses pada (14/06/2016)

III.1.6 Pemberi Mandat

Perancangan informasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak bekerja sama dengan beberapa pihak. Pihak-pihak tersebut mendukung perancangan ini. Pihak yang berwenang dalam perancangan informasi ini adalah Kementrian Kesehatan Republik Indonesia yang bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Bandung.



Gambar III.3. Logo Kemenkes
Sumber: http://www.aidsdigital.net/wp-content/uploads/2013/10/logo-kemenkes-2503.jpg
Diakses pada (14/06/2016)

III.1.7 Strategi Kreatif

Strategi kreatif digunakan untuk membantu dalam menyampaikan informasi kepada *target audience* agar mampu tersampaikan dengan baik. Dalam perancangan informasi ini untuk menarik minat para orangtua agar mengetahui informasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak. Adapun strategi kereatif yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- *Copywriting*

  Copywriting akan digunakan untuk menentukan judul buku, *headline* dan *body text*. *Copywriting* akan digunakan pada media utaman maupun pendukung lainnya. Untung *Copywriting* judul buku akan bersumber dari kata S.I.D.S (*Sudden Infant Death Syndrome)* yang berarti Sindrom Kematian Bayi Mendadak

- *Headline*

  Headline yang digunakan pada buku ilustrasi ini adalah "Ciptakan lingkungan tidur yang aman untuk bayi". Dengan harapan dapat menarik perhatian *target audience.*

- *Body Copy*

  Merupakan isi konten dari buku ilustrasi, diantaranya berisi informasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak melalui cerita. *Body copy* ini berupa visual dan text yang saling mendukung agar *target audience* mudah memahaminya.

- *Storyline*

  Storyline juga diperlukan dalam merancang suatu media informasi yang akan dibuat. Dengan adanya *Storyline,* penentuan jumlah halaman juga akan lebih mudah, khusunya pada media buku. Berikut ini adalah *Storyline* yang telah dibuat sebagai konten dari buku ilustrasi Sindrom Kematian Bayi Mendadak.

Tabel III.2. Tabel *Storyline*

Sumber: Dokumen Pribadi

Halaman	Lokasi	Keterangan
1	Di rumah	Menggambarkan keadaan dan suasana rumah keluarga Pak Ari dan Ibu Lia.
2	Di rumah	Menggambarkan kegiatan keseharian Ibu Lia sebagai seorang ibu rumah tangga yang baru menikah
3	Di rumah	Menggambarkan Ibu Lia yang kelelahan karena kegiatan kesehariannya, sehingga ia tertidur di sofa rumahnya.
4	Di rumah	Ibu Lia terbangun karena mendengar anaknya tiba-tiba menangis
5	Di rumah	Ibu Lia memeriksa keadaan anaknya yang menangis di kamarnya
6	Di rumah	Menggambarkan reaksi Ibu Lia

		yang terkejut karena anaknya mengalami demam
7	Di rumah	Ibu Lia yang panik segera menelepon suaminya untuk segera pulang ke rumah
8	Di rumah	Pak Ari yang tiba dirumah langsung memeriksa kondisi anaknya dan mengajak Ibu Lia ke klinik terdekat.
9	Di klinik	Pak Ari dan Ibu Lia tengah berada di bagian resepsionis untuk menanyakan prosedur pemeriksaan.
10	Di klinik	Pak Ari dan Ibu Lia tengah berada di ruang tunggu untuk menunggu di periksa.
11	Di klinik	Menggambarkan Ibu Lia yang secara tidak sengaja pandangannya teralihkan oleh sebuah poster SIDS.
12	Di klinik	Ibu Lia dipanggil untuk gilirannya diperiksa.
13	Di klinik	Pak Ari dan Ibu Lia sedang berbincang dengan Dokter Ira untuk menjelaskan kondisi anaknya yang demam.
14	Di klinik	Menggambarkan Dokter Ira yang sedang memeriksa anak Ibu Lia.
15	Di klinik	Setelah pemeriksaan selesai, Ibu Lia menanyakan seputar informasi mengenai SIDS.
16	Di klinik	Dokter Ira menjelaskan apa itu SIDS.
17	Di klinik	Dokter Ira menjelaskan tentang bayi prematur.
18	Di klinik	Dokter Ira menjelaskan tentang posisi bayo yang tidur tengkurap.
19	Di klinik	Dokter Ira menjelaskan tentang bahaya asap rokok.
20	Di klinik	Dokter menjelaskan tentang suhu ruangan yang tepat untuk bayi.
21	Di klinik	Dokter menjelaskan tentang bayi yang berbagi tempat tidur dengan orangtuanya.
22	Di klinik	Dokter menjelaskan langkah apa saja yang dapat mengurangi dampak SIDS.
23	Di klinik	Dokter menyarankan agar posisikan tidur bayi secara terlentang.

24	Di klinik	Dokter Ira menyarankan untuk selalu memperhatikan tempat tidur bayi.
25	Di klinik	Dokter Ira menjelaskan tentang *Room Sharing.*
26	Di klinik	Dokter Ira menyarankan untuk selalu memberikan ASI eksklusif.
27	Di klinik	Dokter Ira memberi saran kepada orangtua untuk selalu teliti dalam memperhatikan kondisi bayinya.
28	Di rumah	Kini keluarga Pak Ari dan Ibu Lia mendapatkan pengetahuan baru mengenai kesehatan bayi mereka. Pak Ari dan Ibu Lia akan lebih menjaga kesehatan bayinya agar ia dapat tumbuh dengan sehat.

III.1.8 Strategi Media

Strategi media dalam perancangan buku ilustrasi ini berupa media yang dalam pemilihannya disesuaikan dengan kebutuhan *target audience*, media tersebut terbagi kedalam media utama dan media pendukung. Media merupakan suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Hafied Cangara, 2006, h.119).

Dilihat dari permasalah yang dihadapi, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi untuk menjawab permasalahan. Strategi media yang akan digunakan untuk perancangan informasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak adalah sebagai berikut:

1. Media Utama

Pemilihan media utama yang digunakan sebagai media informasi ini adalah media yang dengan mudah diakses sesuai dengan karakteristik *target audience*. Buku merupakan media informasi yang sesuai dengan *target audience* karena tidak membutuhkan media lain. Disamping itu buku masih dibutuhkan hingga saat ini dan bisa dijadikan pedoman untuk mengetahui informasi yang lebih informatif.

Dengan demikian dipilihlah buku ilustrasi sebagai media utama karena lebih memperlihatkan visual, dengan harapan *target audience* akan menyukainya. Tidak lupa media pendukung lainnya yang dapat menunjang media utama sebagai media informasi.

2. Media Pendukung

Media pendukung mempunyai peran yang penting sebagai penguat media utama dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mengingatkan. Pemilihan media pendukung berdasarkan target audience untuk memudahkan penyampain informasi. Media pendukung untuk buku ilustrasi ini meliputi:

a. Tahap Informasi

- Poster

  Poster merupakan sebuah sarana penyampaian informasi yang sudah lama dipergunakan karena sifatnya jelas, sederhana dan menarik perhatian. Poster ini berisi informasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak secara singkat namun mudah dipahami.

- X-Banner

  X-Banner ini berisi sekilas informasi yang akan disampaikan dan akan digunakan ketika adanya suatu *event* yang bersangkutan dengan kesehatan bayi.

- Sosial Media

  Berfungsi sebagai media informasi berbasis digital yang dapat diakses melalui jaringan internet dimanapun dan kapanpun, peran sosial media pada saat ini sangatlah dibutuhkan agar penyebaran informasi yang dilakukan dapat tersampaikan lebih cepat.

b. Tahap pengingat

Ditahap ini akan digunakan media-media yang sangat dekat dengan target audiens pada kesehariannya. Sehingga target audiens bisa selalu mengingat. Gimmick yang akan diberikan akan memberikan kesan tersendiri untuk target audiens. Media sebagai gimmick ini akan diberikan sebagai hadiah bersamaan dengan diberikannya media utama. Media yang akan digunakan adalah:

- T-Shirt

  Berfungsi sebagai media pengingat yang diberikan sebagai souvenir yang akan diberikan bersama media utama.
- Mug

  Media ini digunakan sebagai media pendukung sekaligus sebagai media pengingat serta bagian dari souvenir yang akan diberikan bersama dengan media utama.
- Gantungan Kunci

  digunakan sebagai media pendukung sekaligus sebagai media pengingat yang dapat digantungkan serta dapat dibawa kemana-mana, sehingga saat konsumen melihat gantungan kunci tersebut akan selalu ingat dengan media utama.
- *Paper Bag*

  Digunakan sebagai *packaging* saat semua media dibagikan kepada konsumen, selain itu paper bag juga memiliki kelebihan yaitu dapat dilipat sehingga dapat menghemat tempat dan dapat dibawa kemanapun.
- Kalender

  Berfungsi sebagai media pengingat yang berperan cukup penting dalam kehidupan sehari-hari, dimana audience dapat melihat agenda di setiap bulannya, sehingga pada saat melihat kalender, audience akan ingat dengan media utama.
- Stiker

  Stiker sebagai media pendukung lainnya, stiker bisa ditempel dimanapun dan dapat dibawa kemanapun. Biasanya sticker akan ditempelkan pada benda kesayangan ataupun benda yang sering konsumen bawa, sehingga konsumen akan selalu ingat dengan media utama.

III.1.9 Strategi Distribusi

Tabel III.3. Tabel Strategi Penyebaran

Sumber: Dokumen Pribadi

Media	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Jalur Distribusi
Buku Ilustrasi						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit.
X-Banner						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit.
Poster						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit.
T-shirt						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit (saat pertama kali buku dibagikan)
Sticker						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit (saat pertama kali buku dibagikan)
Mug						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit (saat pertama kali buku dibagikan)
Kalender						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit (saat pertama kali buku dibagikan)
Gantungan Kunci						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit (saat pertama kali buku dibagikan)
Paper Bag						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit (saat pertama kali buku dibagikan)
Fanpage						Klinik, puskesmas, posyandu, rumah sakit (saat pertama kali buku dibagikan)

Media dengan tahap nformasi yang meliputi buku ilustrasi, fanpage akan terus dilakukan selama bulan Agustus hingga Desember, sedangkan untuk x-banner dan poster haya 3 bulan saja terhitung dari bulan Agustus hingga Oktober 2016. Untuk persebaran media dengan tahap pengingat yagn meliputi *t-shirt*, stiker, mug, kalender, gantungan kunci dan *paper bag* akan terus diberikan bersamaan dengan buku ilustrasi dari bulai Agustus hingga bulan Desember 2016.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual dalam perancangan buku ilustrasi ini adalah menggunakan visual berbasis vektor yang sederhana namun dengan tambahan gradasi warna sehingga memberikan kesan 3D yang cukup baik dan tidak terkesan datar. Penggunaan unsur visual seperti warna, tata letak, tipografi yang akan digunakan dalam perancangan buku ilustrasi ini juga akan menyesuaikan dengan ilustrasi yang telah dibuat. Berikut adalah beberapa konsep visual yang digunakan dalam perancangan informasi Sindrom Kematian Bayi Mendadak.

III.2.1 Format Desain

Format desain pada buku ilustrasi tentang sindrom kematian bayi mendadak ini adalah dengan menggunakan teknik *digital* berbasis vektor yang kemudian teknik pewarnaannya menggunakan *Software* Adobe Photoshop. Kemudian untuk kertas, menggunakan art paper berukuran A5 dengan format *Portrait*, sehingga memudahkan *target audience* dalam membacanya.

III.2.2 Tata Letak (*Layout)*

Layout dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan me-*layout* itu sama dengan mendesain (Surianto Rustan, 2008). Maka Untuk layout, peletakkan tata visual lebih ditonjolkan untuk menjadikannya sebagai pusat perhatian. Hal ini bertujuan agar target audiens langsung terfokus pada visualnya ketika membaca buku tersebut.



© Rachelle Anne Miller | rachelleannemiller.com

Gambar III.4. Referensi layout

Sumber: https://farm3.static.flickr.com/2195/2219470996_6766d286ff.jpg

Diakses pada (14/06/2016)

Berikut merupakan contoh tata letak yang digunakan pada perancangan media utama buku ilustrasi Sindrom Kematian Bayi Mendadak, berdasarkan konsep dan referensi yang telah ditentukan:



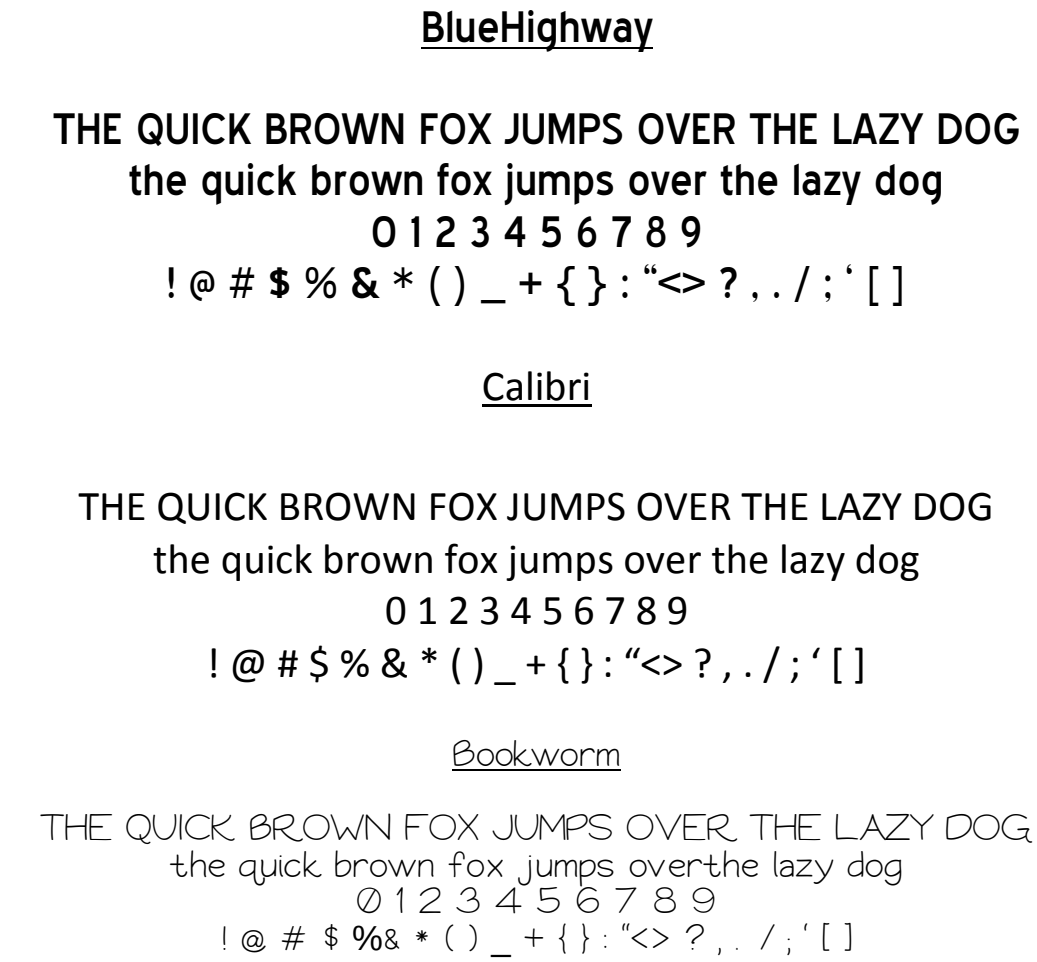
Gambar III.5. *Layout* buku ilustrasi

Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.3 Tipografi

Huruf merupakan unsur yang mempunyai peranan penting dalam penyampaian pesan, pemilihan jenis huruf yang digunakan untuk membantu memberikan kesan pada komunikasi pesan yang ingin disampaikan. Huruf yang baik adalah huruf yang mudah dibaca dan nyaman baik dari segi proporsi, spasi, ukuran maupun penempatannya. Menurut Rustan (2011, 80) "pada umumnya kategori serif dan sans serif paling baik untuk *text type* karena ditujukan untuk itu, sedangkan dekoratif dan *script* untuk display". Pada perancangan buku ilustrasi ini jenis huruf yang digunakan sebagai *display* adalah "Blue Highway". Sedangkan jenis

huruf “calibri” digunakan untuk *headline*, dan “Bookworm” digunakan sebagai *body text* pada buku ilustrasi tersebut.



Gambar III.6 Tipografi

Sumber: Dokumen Pribadi, 2016.

III.2.4 Gaya Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang digunakan dalam buku ilustrasi ini adalah dengan gaya kartun (*cartoon),* kartun adalah penggambaran tentang sesuatu secara sederhana, atau dengan cara yang dilebih-lebihkan (Marianto dalam Indarto,1999, h.11). Perancangan buku ilustrasi ini lebih menekankan pada ilustrasinya, sehingga dipilihlah gaya ilustrasi tersebut, namun dengan tidak mengesampingkan konten yang dibuat.



Gambar III.7. Referensi visual 1
Sumber: http://www.zengrenade.com/wp-site/wp-content/uploads/2013/06/illo.jpg
Diakses pada: (15/06/2016)



Gambar III.8. Referensi visual 2
Sumber: https://s-media-cache-ak0.pinimg.com
/736x/fc/8c/c6/fc8cc6dbf268fa2ffdbf27f2c5836b97.jpg
Diakses pada: (15/06/2016)



Gambar III.9. Referensi Karakter

Sumber: https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/d5/7d/ba/d57dbadfe379e51ef999932552fcb109.jpg

Diakses pada (15/06/2016)

Dengan mengadaptasi gaya ilustrasi kartun yang sederhana, diharapkan dapat menarik minat *target audience*, karena gaya ilustrasi kartun merupakan gaya ilustrasi yang paling sering dijumpai dalam media cetak maupun elektronik.

III.2.5 Studi Karakter

Dalam perancangan buku ilustrasi ini, karakter menjadi unsur yang sangat penting. Karakter dapat dimaknai sebagai tokoh yang hadir dalam sebuah cerita yang memiliki kualitas moral, intelektual dan emosional tertentu(sifat-sifat/ciri-ciri) yang tercermin dari ucapan dan tingkah lakunya (Ari Nurhayati, 2004). Adapun hasil dari studi karakter tersebut, yaitu:





III.2.6 Warna

Warna yang akan dipakai untuk perancangan buku ilustrasi ini adalah warna dengan mode CMYK karena hasil dari perancangan buku ini akan dicetak, berikut ini adalah contoh pemakaian warna yang akan digunakan:



Gambar III.10. referensi warna

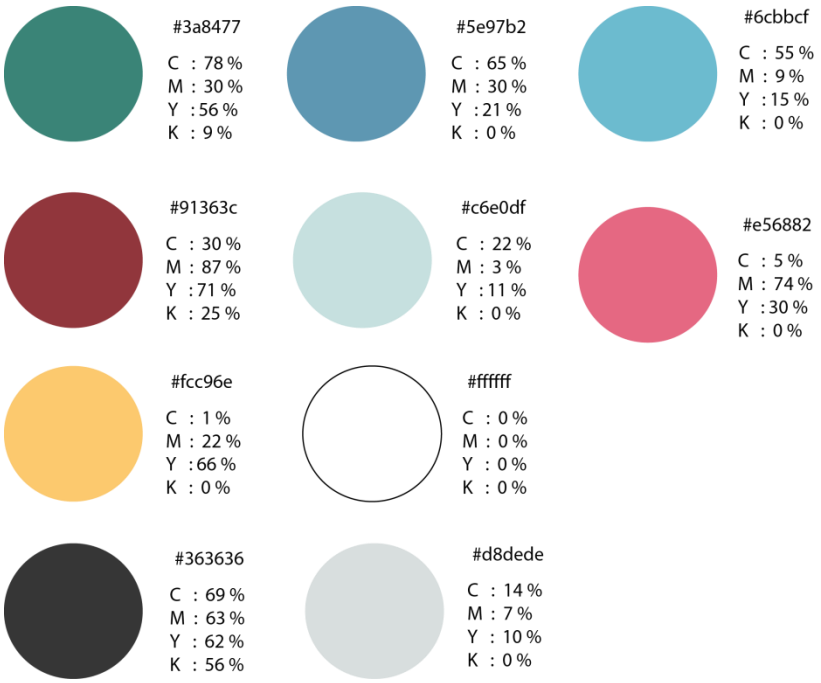
Sumber: http://www.maaillustrations.com/services/images/illustrations/book-illustration-03.jpg

Diakses pada (20/06/2016)

Menurut Surianto Rustan (2009), beberapa kesan yang ditimbulkan dari warna dibawah ini adalah:

- **Hijau** : Masa muda, islam, alam, dingin, keseimbangan, tenang, harmoni, stabil, kreatif.
- **Biru** : Damai, kesatuan, tenang, harmoni, sejuk, teknologi, keagamaan, bumi.
- **Kuning** : Gembira, bahagia, sinar matahari, harapan, persahabatan.
- **Coklat** : Tenang, alam, makhluk hidup, stabil, tanah.
- **Merah** : Suci, tulus, energy, kuat, gairah, gembira, panas.
- **Orange** : Kebahagian, energi, keseimbangan, panas, kesenangan.
- **Hitam** : Baru, modern, misteri, elegan, serius, kesatuan.
- **Putih** : Suci, netral, masa muda, damai, simpel, kehidupan.

Setelah melakukan studi warna dari referensi warna yang ada, maka buku ilustrasi mengenai Sindrom Kematian Bayi Mendadak menggunakan warna-warna sebagai berikut:



Gambar III.11. Warna yang dipilih

Sumber: Dokumen Pribadi