BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat adalah penyampaian informasi mengenai pesan moral yang ada pada kisah Nyai Dasima yang merupakan cerita berjenis fiksi yang sempat terkenal di kalangan suku Betawi. Untuk itu dibutuhkan solusi dengan membuat media sebagai alat penyampaian informasi mengenai khusus pesan moral yang ada pada cerita Nyai Dasima yang diolah kedalam sebuah buku ilustrasi agar penyampaiannya menjadi lebih menarik, juga berisikan informasi mengenai tempat-tempat bersejarah, tradisi-tradisi pada masa Nyai Dasima hingga pengenalan tokoh-tokoh Nyai Dasima.

III.1.1 Khalayak Sasaran Perancangan

III.1.1.1 Target Audiens

Target Audiens dari media informasi buku ilustrasi tentang cerita Nyai Dasima ini adalah sebagai berikut:

A. Demografis

- Usia :17-20 Tahun (Remaja Akhir)
- Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki-laki
- Pekerjaan : Pelajar
- Pendidikan : SMA dan Perguruan Tinggi
- Status Ekonomi Sosial : Kalangan Menengah
- Warga Negara : Indonesia

B. Psikografis

Media yang akan dibuat ditujukkan kepada kelompok remaja *Nesters* yaitu kelompok yang lebih banyak berkumpul dengan keluarga, sehingga cenderung tidak mengenal dunia luar (Sarwono, 2012 : 13). Oleh karena itu kelompok Nesters cenderung lebih suka mengoleksi buku-buku untuk hiburannya dibanding pergi keluar. Kelompok ini pun lebih memilih menabung di rumah ketimbang di bank. Kelompok ini lebih banyak tersebar di Jakarta dan Bekasi. Sebagian besar

remaja masih memperoleh uang saku dari orang tua yang kisarannya Rp 20.000-50.000 ribu/hari. Sebagian besar uang saku itu dihabiskan untuk keperluan sehari-hari, seperti membeli minuman dan makanan ringan *(snack)*. Pengeluaran untuk *handphone* juga tergolong salah satu yang terbesar, khususnya bagi wanita. Setiap bulan, remaja wanita menghabiskan 50.000-60.00,- Rupiah untuk membeli vocer *handphone*.

C. Geografis

Cerita rakyat Nyai Dasima ini sendiri terjadi di ibu kota Indonesia yaitu Jakarta. Dimana di kota tersebut banyak penduduk baru yang bertujuan untuk mencari mata pencaharian, maka dari itu penyebaran cerita rakyat Nyai Dasima sendiri dilakukan di Jakarta dan Jawa Barat agar pendatang baru yang menetap di Jakarta dan masyarakat Jawa Barat dapat mengetahui informasi tentang cerita Nyai Dasima.

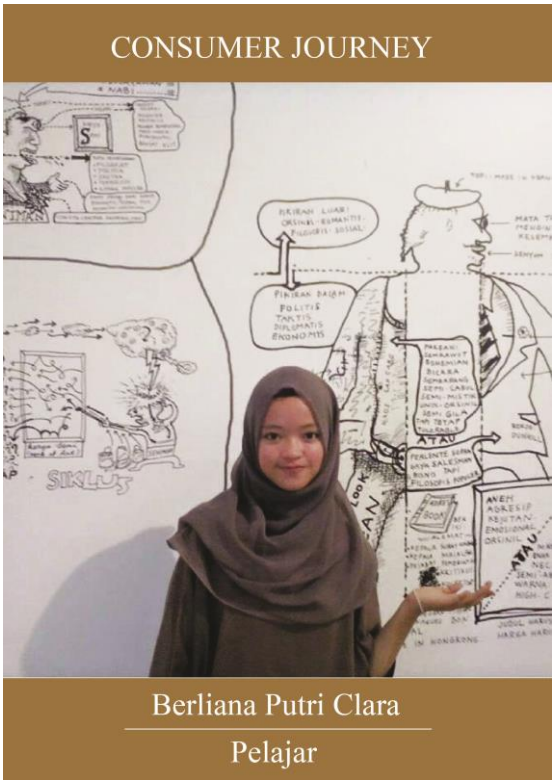
III.1.1.2 *Consumer Insigh* dan *Consumer Journey*

Consumer insight adalah proses mencari tahu secara lebih holistic tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya (Amalia, 2009, p25 - 26). Target perancangan buku informasi ini adalah remaja yang berusia 17-20 tahun yang dikategorikan remaja akhir khusunya remaja perempuan yang gemar membaca baik buku fiksi maupun nonfiksi. Remaja perempuan dipilih karena diantara laki-laki dan perempuan biasanya perempuanlah yang menyukai buku bacaan yang bertemakan drama karena pada perancangan media informasi ini buku dibuat dramatis. Berikut *insight* dari target audiens:

- Suka membaca
- Drama

Consumer Journey dilakukan oleh remaja perempuan yang bernama Berliana Putri Clara yang bersekolah di SMA Yayasan pendidikan Islam (YPI) 45'. Berliana mempunyai hobi membaca novel, dan sangat menyukai novel fiksi karya Ilana Tan, remaja perempuan ini adalah salah satu dari sekian banyak teman-

temannya yang berpendapat bahwa tidak pernah tahu cerita dari suku Betawi selain Si Pitung. Berikut aktivitas remaja tersebut dari pagi hingga malam:



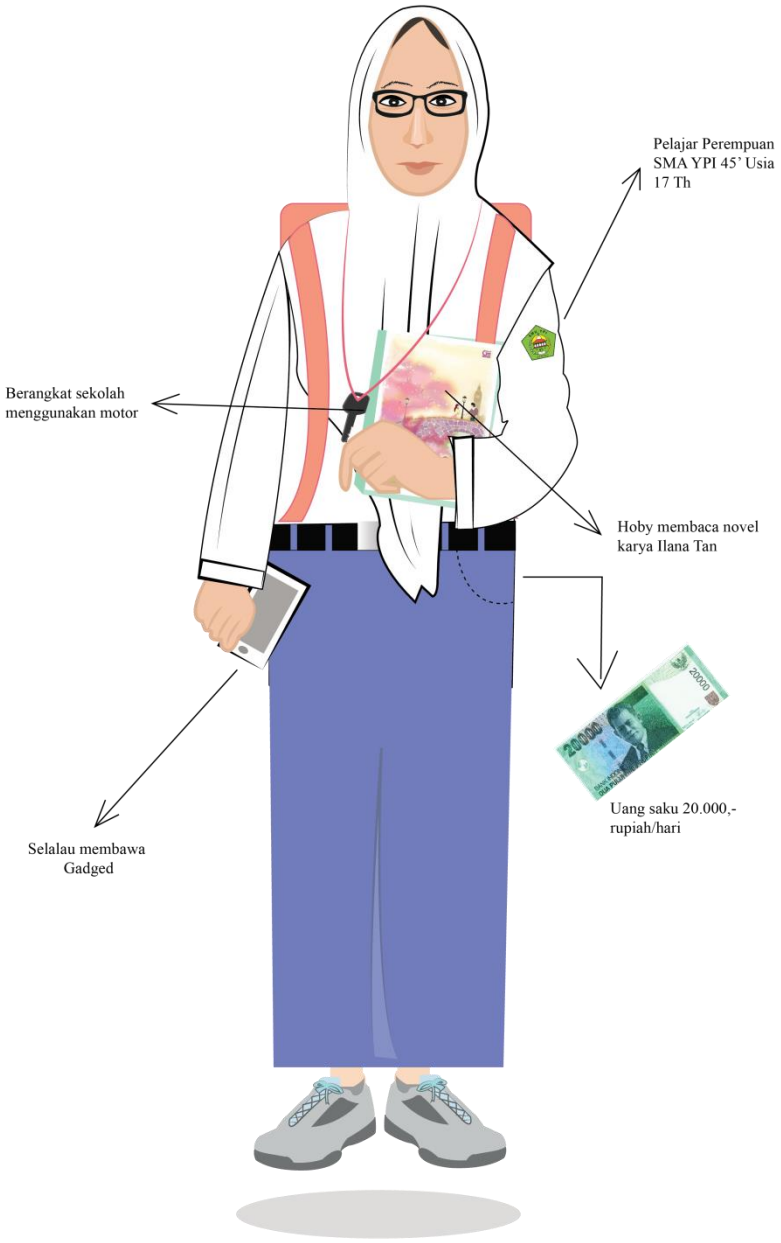
Gambar III.1 Consumer Journey dan Consumer Insight
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Tabel III.1 *Consumer Journey* dan *Connsumer Insight* yang telah diolah

CONSUMER JOURNEY			
Nama Usia Hobi Domisili Genre Film Genre Musik Agama	Berliana Putri C 17 Membaca Novel Jakarta Animasi Jazz, Pop Islam	Smartphone Jenis Buku Favorit Penulis Favorit Buku Favorit Kendaraan Pendidikan Uang Saku	Android Fiksi Ilana Tan Summer In Seoul Motor SMA YPI 45' 20.000/hari
Waktu	**Aktivitas**	**Tempat**	*Point Of Contact*
Pagi 04.00-06.40 WIB	Bangun pagi, Solat, Membereskan Tempat Tidur, Mandi, Berpakaian, Merias Wajah, Sarapan, Memanaskan Motor, Berangkat Sekolah	Kamar Tidur, Mushola, Kamar Mandi, Ruang Makan, Halaman Rumah.	Handphone, Bantal Guling, Selimut, Alat Sholat, Alat Mandi, Cermin, Lemari, Pakaian, Alat Make Up. Meja Makan, Tanaman,
06.55-12.30 WIB	Sampai di Sekolah, Parkir Motor, Belajar, Makan, Perpustakaan, Sholat Zuhur, Berermin, Pulang Sekolah.	Parkiran Sekolah, Ruang Kelas, Kantin, Perpustaka-an, Halaman Seko lah, Masjid, Kamar Mandi.	Motor, Mobil, Meja, Kursi, Buku, Alat Tulis, Jajanan Sekolah, Tanaman, Air Mancur.
Siang 12.45-15.00 WIB	Ganti Pakaian, Masak, Makan Siang, Main Handphone, Menonton Tv, Membaca Novel, Tidur Siang.	Kamar Tidur, Dapur, Ruang Makan, Ruang Tengah.	Pakaian, Cermin, Lemari, Kulkas dan Alat Dapur lainnya, Handphone, Tv, Bantal, Jam, Kipas Angin.
Sore 15.00-18.00 WIB	Bangun Tidur, Melihat Handphone, Mandi, Berpakaian, Sholat Ashar, Merias Wajah, Isi Bensin, Pergi Jemput Ibu Kerja.	Ruang Tengah, Kamar Mandi, Kamar Tidur, Mushola, Jalan Raya, Pom Bensin, Kantor	Bantal, Tv, Remote, Jam, Handphone, Cermin, Alat Sholat, Alat Make Up, Motor, Mobil, Helm.
Malam 18.10-21.30 WIB	Sampai Rumah, Solat Magrib, Mengaji, Solat Isya, Makan Malam, Mengerjakan Tugas Sekolah, Menyiapkan Buku-buku Pelajaran, Main Handphone,Tidur	Rumah, Mushola, Ruang Makan, Kamar Tidur, Ruang Tengah.	Motor, Alat Sholat, Al- Qur'an, Piring, Gelas, Buku-Buku, Pensil, Pulpen, Handphone, Tv, Bantal, Guling, Selimut, Jam, Kasur.

Sumber: Doukumen Pribadi

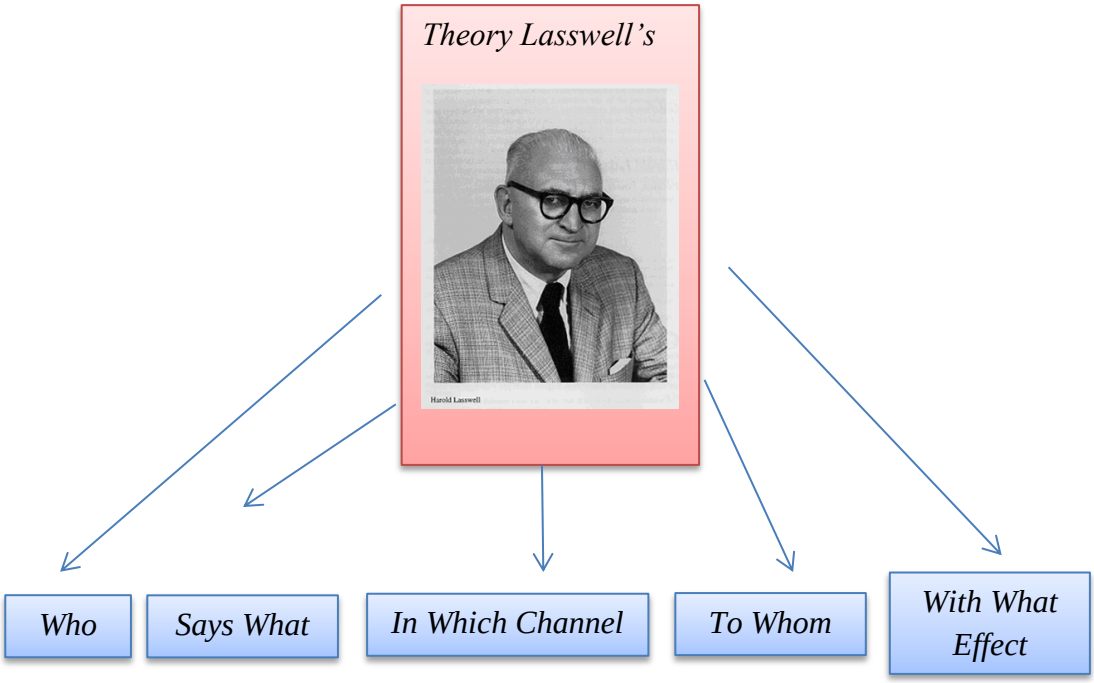
Indikator *Consumer*



Gambar III.2 Indikator *Consumer Insight*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.1.2 Strategi Komunikasi

Komunikasi adalah penyampaian pesan dari komuikator kepada komunikan sedangkan strategi komunikasi sendiri merupakan panduan dari perencanaan komunikasi *(communication planning)* dan manajemen *(communications management)* untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 1986 : 84). Dalam berkomunikasi dibutuhkan strategi agar penyampian pesan dapat dimengerti oleh komunikan yang dituju. Maka dari itu strategi komunikasi yang dilakukan pada perancangan cerita rakyat Nyai Dasima yaitu dengan menggunakan teori dari ilmuan politik asal Amerika Serikat yang bernama Harold D. Lasswell dengan cara menjawab pertanyaan berikut:



- *Who* (Siapa)

Lembaga kebudayaan Betawi (LKB) yang bekerjasama dengan Komunitas Bambu merupakan lembaga dan komunitas yang akan menginformasikan cerita Nyai Dasima.

- *Say Whats* (Bicara apa)

Maka yang akan disampaikan dalam perancangan ini adalah informasi yang berisi penggalan kisah yang hanya berupa pesan moral terkait ruang, waktu dan karakter

tokoh. Pesan moral seperti ahlak atau budi pekerti baik buruk dalam kisah Nyai Dasima.

- *In Which Channel* (Pada saluran mana)

Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan utama dibutuhkan media yang bersifat informatif. Dan media yang informatif salah satunya adalah buku, karena buku adalah salah satu media yang sangat efektif yang dapat diakses oleh masyarakat umum dan juga buku bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama tanpa ada keterbatasan waktu untuk membacanya lagi selain itu didalam buku berisi ilustrasi dengan teks yang akan menjelaskan dari ilustrasi tersebut.

- *To Whom* (Kepada siapa)

Penyampian informasi cerita Nyai Dasima ini disampaikan kepada remaja khususnya pelajar yang berada di DKI Jakarta dan Jawa Barat.

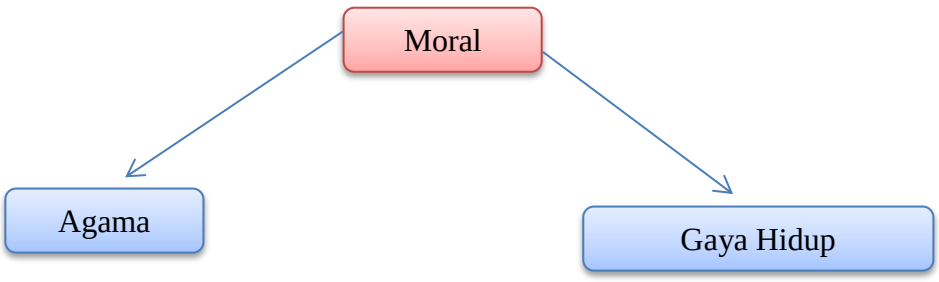
- *With What Effect* (Dengan pengaruh apa)

Maka dari itu dengan adanya penyampaian informasi ini, setidaknya generasi muda jadi tahu akan keberadaan kisah Nyai Dasima dan dari pesan moral yang sudah disampaikan dapat dijadikan renungan dan ilmu pengetahuan moral yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

A. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi perancangan informasi cerita rakyat Nyai Dasima ini antara lain adalah mengajak masyarakat khususnya generasi muda untuk memahami makna yang terkandung dalam cerita Nyai Dasima.

B. Pendekatan Komunikasi



Pendekatan komunikasi yang dilakukan dalam penyampaian informasi ini melalui Agama dan gaya hidup karena ketiganya berhubungan dengan moral yang akan dibahas dalam menyampaikan pesan moral Nyai Dasima.

Agama

Pendekatan komunikasi dimulai dari sisi agama khususnya agama islam karena pada cerita ini agama islam juga sangat ditonjolkan sehingga banyak pesan-pesan atau nasihat dari sisi agama yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pesan-pesan tersebut diambil dari hadits yang sudah ada dan ini bisa jadi bagian pengetahun agama untuk masyarakat khususnya remaja saat ini.

Gaya hidup

Pada pesan moral Nyai Dasima ini sendiri ini beberapa tokoh menunjukkan gaya hidup yang baik dan kuang baik, dan ini dapat dijadikan pelajaran bagi masyarakat untuk dapat memilah-milih mana yang baik dan mana mana yang kurang baik serta diberi gagasan bahwa yang baik harusnya ditiru sedangkan yang kurang baik ada kalanya ditinggalkan.

- **Pendekatan komunikasi secara visual**

Berdasarkan dari pendekatan melalui agama dan gaya hidup maka pendekatan visual pada perancangan media informasi ini dilakukan dengan ilustrasi dan Gaya visual yang realis sehingga pesan-pesan moral yang disampaikan dapat terlihat nyata dan mampu membuat masyarakat sadar akan isi pesan moral yang terkandung.

- **Pendekatan komunikasi secara verbal**

Pendekatan verbal dalam perancangan media informasi pesan moral Nyai Dasima menggunakan bahasa Indonesia yang tidak baku dan menggunakan bahasa Betawi sehari-hari. Penggunann Bahasa tersebut digunakan agar dalam penyampain informasi ini mudah dipahami target audiens dan bahasa Betawi juga sebagai

Bahasa pendukung agar kesan budaya pada penyampaian informasi ini tetap terasa.

C. Sifat Pesan

Penyampain informasi pesan moral Nyai Dasima disampaikan dengan serius dan dramatis karena materi pesan menyangkut moral maka perlu adanya keseriusan dalam penyampaian agar masyarakat sadar akan apa yang terjadi pada cerita Nyai Dasima.

D. Gaya Bahasa

Gaya bahasa dalam perancangan media buku ini menggunakan gaya bahasa persuasif yaitu ajakan atau bujukan dan gaya bahasa deskriptif dengan menggunakan bahasa indonesia yang dipadukan dengan bahasa Betawi. Gaya bahasa tersebut mudah dipahami tanpa menghilangkan unsur kebudayaan yang aslinya.

E. Materi Pesan

- Pengenalan karakter yang ada pada cerita Nyai Dasima.
- Penjelasan tentang nilai moral-nilai moral yang ada pada cerita Nyai Dasima
- Anotasi bahasa Betawi

F. *Problem Statement*

Berdasarkan identifikasi masalah bahwa Nyai Dasima kurang dikenal dan banyak yang tidak tahu tentang nilai yang terkandung dalam cerita maka perlu ada media dalam menginformasikan pean moral Nyai Dasima sesuai pada rumusan masalah. Maka dari itu media buku ilustrasi adalah sebagai solusi dalam menginformasikan cerita Nyai Dasima. Berikut materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan media informasi ini adalah:

G. *Key word Key Visual*

- **Cinta**

Keyword : Coklat, bunga, keluarga, pelukan, laki-laki dan perempuan, simbol kasih sayang, cerita, komitmen, rindu, puisi.

Keyvisual :










- **Tragedy**

Keyword : Pembunuhan, pemerkosaan, bom, borgol.

Keyvisual :






- **Pengorbanan**

Keyword :

Penjara, meninggal, sakit, miskin, teraniaya, darah.



H. Copy Writing

Pada judul buku maka dibuat :

- *Headline* : Cinta, Tragedi dan Pengorbanan

Cinta : Dimana pada pesan moral ini terdapat cinta yang harus dikejar sesulit apapun cinta maka harus didapatkan seperti pada tokoh Samiun yang mengejar cinta Nyai Dasima.

Tragedi : Namun yang ada bukanlah cinta yang tulus tapi justru tragedi dari mulai dianggap rendah oleh bangsa lain hingga dibunuh.

Pengorbanan : pengorbanan seorang Nyai Dasima dimana Nyai Dasima harus tinggal seorang diri dalam keadaan yang jauh dari orang tua, teman bahkan bangsanya sendiri hidup diantara orang-orang yang selalu menghinannya.

- *Subheadline* : Sepenggal Renungan Kisah Nyai Dasima

Subheadline ini menjelaskan bahwa pada buku ini menceritakan beberapa penggal pesan-pesan moral dari kisah Nyai Dasima yang dirangkum berupa visual. Pesan moral tersebut bukan hanya ada pada tokoh utama saja bahkan disetiap tokohnya mempunyai pesan-pesan tersendiri sehingga patut diketahui oleh masyarakat sebagai renungan.

I. *Story Line* Cerita rakyat Nyai Dasima

1. Masa kehidupan Nyai Dasima dengan orang inggris (masa Nyai Dasima sebagai istri simpanan)

- Tentang kekayaan yang di berikan orang inggris kepada Nyai Dasima
- Tentang diskriminasi terhadap orang pribumi (Nyai Dasima) yang dianggap rendah
- Penghinaan dan penyiksaan Tuan Edward kepada Nyai Dasima
- Kesepian karena tinggal sendiri dengan orang asing dan jauh tidak diakui orang tuanya.

2. Karena seringnya mengantar jemput Nancy anak dari Nyai Dasima dan Tuan Edward maka muncul rasa ketertarikan pada Nyai Dasima, rasa ketertarikan Samiun dimulai dari :

- Melihat kecantikan dan kekayaaan Nyai Dasima

Upaya samiun untuk mendapatkan Nyai Dasima

- Meminta bantuan kepada Wak lihun untuk memelet Nyai Dasima

Alasan lain Samiun ingin menikahi Nyai Dasima karena

- Samiun tidak mempunyai anak dari Hayati
- Hayati yang berprilaku tidak baik (seperti sering bermain judi dibanding mengurusi suaminya)

3. Tindakan Nyai Dasima dengan alasan mau menikahi Samiun

- Karena tidak kuat disiksa oleh Tuan Edward
- Karena samiun baik dan walaupun tukang delman samiun tetap pekerja keras
- Ada saran dari orang dalam sehingga Nyai Dasima mau menikah
- Nyai Dasima dilepaskan oleh Tuan Edward dan di beri harta namun anaknya harus tetap ikut dengan Tuan Edward
- Nyai Dasima menikah dengan Samiun dan menjadi istri kedua samiun

4. Kehidupan saat Samiun mempunyai 2 istrinya
    - Nyai Dasima mendapatkan perlakuan buruk dari istri pertama Samiun (Hayati)

- Mendapatkan ketidak adilan dari Samiun
- Berusaha tetap tabah
- Walaupun begitu Nyai Dasima tetap senang karena ia hidup bersama bangsanya sendiri.
- Ketika Nyai Dasima sedang sendiri dan tiba-tiba ada bang Pause yang bersembunyi dibelakang rumah

5. Karena balas dendam karena sudah ditinggalkan, kemudian Tuan edward menyuruh bang pause (premang kwitang) untuk membunuh Nyai Dasima
    - Tuan Edward dan Bang Pause melakukan perencanaan pembunuhan Nyai Dasima
    - Nyai Dasima lari-lari dikejar dibunuh dengan goloknya bang Pause dan seketika Nyai Dasimapun tewas.
    - Mayatnyapun di buang ke kali ciliwung.

6. Ending
    - Bang Pause berhasil ditangkap dan disergap oleh 8 polisi
    - Karena turut bertanggung jawab atas kejadian pembunuhan Nyai Dasima Bang Samiunpun ikut di penjara.

III.1.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan buku informasi ini adalah dengan menggunakan tahap AISAS yaitu akronim dari kata-kata *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Search* (cari), *Action* (tindakan), *Share* (berbagi).

- ***Attention*** **(**Perhatian)

Membuat media buku informasi untuk membangun kesadaran pada masyarakat khususnya pelajar dengan menggunakan kalimat-kalimat persuatif (ajakan) yang serius dan dramatis untuk buku sedangkan untuk media pendukung menggunakan kalimat-kalimat yang menyisipan bahasa-bahasa Betawi .

Buku :

- Cinta tragedy dan pengorbanan
- Sepenggal renungan kisah Nyai Dasima

Pendukung :

- Nyok kite same-Same liat kisah Nyai Dasime
- Peristiwa berdarah
- Ade bonusnye

- ***Interest*** (Minat)

Mengajak masyarakat untuk mau melihat pesan moral yang ada pada cerita Nyai Dasima dengan cara membuat packaging dari material dupleks yang seolah-olah berbentuk pintu dengan ditambahkan tali sehingga dari packaging sudah terlihat dramatis dan dapat menibulkan rasa ingin tahu masyarakat tentang buku cerita Nyai Dasima.

- ***Search*** (Cari)

Buku informasi cerita rakyat Nyai Dasima ini bisa didapatkan di beberapa toko buku seperti di Gramedia atau di acara pameran-pameran buku yang diselenggarakan di Jakarta dan Jawa Barat sesuai target audiens yang dituju, buku ini juga nantinya dapat diakses diperpustakaan-perpustakaan daerah.

- ***Action*** (Tindakan)

Mengubah prilaku atau sekedar mau mambaca dan memahami beberapa pesan-pesan moral yang dapat dijadikan renungan atau pembelajaran dalam berprilaku sehari-hari khususnya perempuan. Dibuatnya buku sebagai salah satu upaya menginformasikan pesan-pesan tersebut yang dibuat dengan visual yang klasik agar masyarakat dapat merasakan sentuhan moral dan pesan-pesan moral ini juga dapat dijadikan sebagai pengetahuan atau wawasan yang menyangkut budi pekerti manusia yang beradab.

- ***Share*** (Bagi)

Memanfaatkan gimmick yang sering digunakan oleh para remaja yaitu dengan membagikan gantungan kunci, kaos, stiker, *tote bag* sebagai salah satu sarana

untuk memperkenalkan Nyai Dasima terlebih berkaitan dengan *Attention dan interest* menarik perhatian serta minat dalam masyarakat agar mau memahami pesan-pesan yang terkandung dalam kisah Nyai Dasima.

III.1.4 Strategi Media

Strategi media yang digunakan untuk penyampaian buku ilustrasi yang berupa informasi tentang kisah Nyai Dasima ini adalah menggunakan metode *Grafis vector*. Penggunaan *Grafis vector* disesuaikan oleh target audiens *yaitu* remaja agar menarik minat untuk melihat serta membacanya. Adapun kelebihan menggunakan ilustrasi *Grafis vector* yaitu:

- Gambar *Vector* dapat di ubah dalam ukuran dan bentuk tanpa menurunkan kualitas tampilannya dan gambar objek dapat diatur baik detail dan warnanya.
- Dapat dicetak pada resolusi tertinggi pada printer.
- Pengaruh daya Tarik masyarakat dengan *Vector* sangat kuat sehingga masyarakat berminat untuk melihat atau membaca.

Pada media buku ilustrasi juga memberi kesan keseriusan pada informasi yang disampaikan dan dapat menjadi sebuah koleksi sebagai kepuasan tersendiri. Buku ilustrasi disini sendiri merupakan sebuah buku yang berisikan gambar yang diperjelas dengan tulisan. Didalam buku ilustrasi yang dibuat, ilustrasi menjadi penggambaran dari sebuah penggalan kisah yang berupa teks, selain agar pembaca mengetahui informasi berdasarkan teks, pembaca juga dapat mengetahui dari bentuk yang dimaksud. Maka dari itu dibuatlah buku ilustrasi dengan metode *Grafis vector* yang disesuaikan dengan remaja zaman sekarang sehingga mengguggah daya tarik remaja untuk mengenal cerita Nyai Dasima. Buku ilustrasi cerita Nyai Dasima akan menggunakan *hardcover*. Media yang digunakan dalam menyampaikan informasi ini terbagi dua jenis yaitu media utama dan media pendukung.

A. Media Utama

Media utama yang akan dibuat adalah media berupa buku ilustrasi. Pengambilan buku dipilih karena media ini lebih efektif dibanding media yang berbasis elektonik seperti komputer karena penyampaian informasi dengan media elektonik membutuhkan tambahan alat dan tambahan biaya dari listrik hingga internet. Dan juga komputer hanya terdapat pada masyarakat menengah keatas dan menurut hasil survei tidak sesuai dengan target audiens yang dituju. Selain lebih efektif buku juga bisa disimpan dengan kurung waktu yang lama dan lebih praktis serta buku dapat menjadi suatu koleksi yang eksklusif sebagai koleksi. maka dalam pemilihan media buku ini diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan yang ada. Buku dibuat dengan teknik *digital printing*.

B. Media Pendukung

Media pendukung berfungsi sebagai pelengkap media utama dengan tujuan agar penyampaian dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung. Media pendukung tersebut antara lain adalah:

- Poster

Poster juga mempunyai cangkupan yang luas sehingga dapat di tempatkan di tempat umum dan ruang terbuka.

- Stiker

Stiker sangat praktis dan efektif, dapat ditempelkan dimana saja sehingga memperluas jangkauan dari pesan kampanye yang ingin disampaikan.

- *X-Banner*

X-Banner, penyampaian informasi berbentuk banner dengan penyangga x. Akan ditempatkan bersama dengan keberadaan buku dan memberikan informasi yang lebih jelas mengenai kegiatan promosi buku yang dilakukan.

- *Id- Card*

Tanda pengenal diberikan kepada pengunjung pameran dan digunakan pada panitia-panitia penyelenggara sebagai identitas untuk mengenalkan cerita Nyai Dasima.

- Pembatas Buku

Pembatas buku masih berkaitan dengan media utama, pembatas buku berguna saat pembaca menandai dimana halaman terakhir dibaca. Berbentuk persegi panjang menjadikan pembatas buku ini tidak rentan rusak.

- *Flyer*

Flyer dibuat untuk memberitahu dan sekaligus sebagai alat pendekatan yang persuasif.

III.1.5 Strategi Distribusi

Strategi distribusi untuk menyalurkan produk kepada konsumen dan memaksimalkan promosi yang dilakukan melalui beberapa cara penjualan:

Target dalam pendistribusian buku Cerita Rakyat Nyai Dasima ini yaitu dengan cara ditempatkan di pameran-pameran buku atau acara yang berkaitan dengan budaya khususnya budaya Betawi, Selain itu buku juga ditempatkan di toko buku Gramedia agar target audiens dapat membeli atau sekedar membacanya. Penerbit yang dipilih yaitu Masup Jakarta, Pemilihan penerbit ini karena masup Jakarta adalah salah satu penerbit yang menerbitkan buku-buku sejarah dan sastra. Selain itu Masup Jakarta juga merupakan salah satu penerbit yang mempunyai dasar dalam menerbitkan buku yang mengkhususkan pengetahuan untuk pembacanya.
Pada tahun 2016 ini penyebaran media akan dilakukan di 4 acara yang akan dilaksanakan di Jakarta. Terhitung dari bulan Mei hingga bulan Juli dan satu acara lagi tercatat di bulan Januari 2017. Berikut rincian penyebaran media informasi diJakarta :

Tabel III.2 Jadwal Penyebaran Media

Jadwal Penyebaran Media	**Media**	**Penempatan Media**
Periode Pertama 6-22 Mei 2016	Buku ,X Banner, Poster , Pembatas, Buku, *Id-Card.Flyer*	"Pameran Buku Nasional 2016" **Tempat:** Perpus Kementrian Pendidikan Budaya, Senayan, BPAD DKI Jakarta (Taman Ismail Marzuki).
Periode kedua 22- Juni-2016	Buku, X Banner, Pembatas, Buku, Kaos, Pin, Stiker, *Id- Card*, packaging, Poster	Pesta Raya Jakarta " Pekan Raya Jakarta" **Tempat:** Kemayoran
Periode Ketiga 10-17 Juli 2016	Buku, X Banner, Pembatas, Kaos, *Merchandise*, Poster	"Jakarta Fair 2016" **Tempat:** Jalan Expo Kemayoran Jakarta.
Periode Keempat 5-17 Januari 2017	Buku, X Banner, Pembatas, Buku, Kaos, *Merchandise, Gimmick. Poster*	"Pesona Tempo Doeloe Jilid 5" **Tempat:** Atrium Hall, Lantai Dasar, Gajah Mada Plaza, Jakarta.
	Buku, X Banner, Pembatas, Buku. Poster	Toko Buku Gramedia, Perpustakaan Daerah dan Pameran-pameran Buku.

Sumber: Doukumen Pribadi

III.1.5.1 Pertimbangan Dasar Distribusi

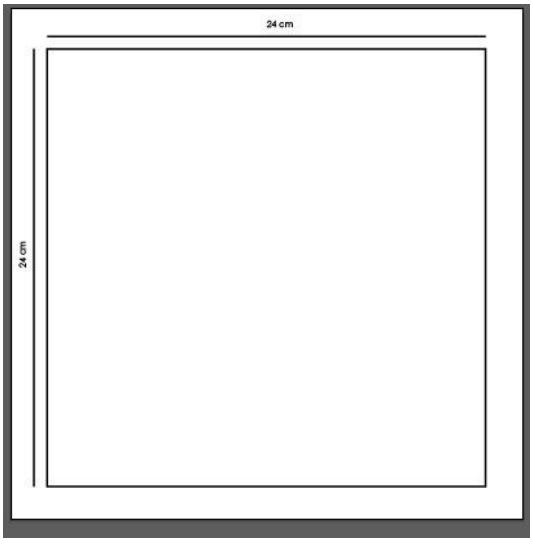
Berdasarkan pertimbangan distribusi media utama ini yaitu buku informasi dijual seharga Rp. 85.000,- perhitungan ini sudah disesuaikan dengan biaya promosi, biaya produksi dan juga sudah disesuaikan dengan uang saku target audiens yang dituju.

III.2. Konsep Visual

Kesan kuno dan klasik digunakan dalam pembuatan buku ilustrasi ini agar lebih mendalami pesan moral yang akan disampaikan dalam kisah Nyai Dasima, dibuat dengan sketsa manual, setelah di vector kemudian gambar dilanjutkan dengan vector dan pewarnaan dengan teknik desain komputer atau *Digital Painting*.

III.2.1 Format Karya

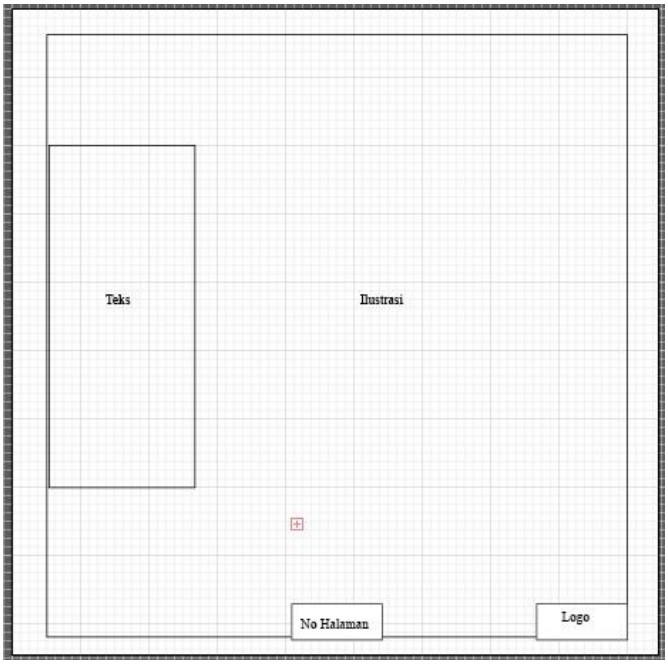
Buku ilustrasi yang dibuat sebagai media utama perancangan media informasi buku cerita Nyai Dasima ini berukuran 24 cm x 24 xm Ukuran tersebut telah disesuaikan dengan konsep visual yang telah ditentukan, dan untuk isi buku, digunakan kertas Art Paper tebal dengan print laser. Dengan ukuran demikian diharapkan menjadi buku yang menarik, eksklusif dan menjadi media informasi yang tersampaikan kepada target audiens.



Gambar III.3 Format buku Nyai Dasima
Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak dalam perancangan media informasi ini bergaya klasik, *layout* pun dibuat dengan diberi teksture dengan tujuan buku ilustrasi ini memberi kesan kuno sehingga terdapat nilai estetika pada sebuah layout. Namun susunan tulisan juga dibuat rapi agar tingkat keterbacaan lebih baik.



Gambar III.4 Layout Nyai Dasima
Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.2.3 Jenis Huruf

Dalam pembuatan buku ilustrasi yang bertemakan dramatis, klasik dan kuno, maka digunakan beberapa jenis huruf yang sesuai dengan tema klasik. Maka dari itu huruf yang digunakan adalah “FUTURA” sebagai judul buku. yaitu “cinta, tragedy dan pengorbanan” huruf tersebut dipilih karena selain tegas juga meimiliki tingkat keterbacaan yang jelas.

Futura

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwyz

0123456789

"CINTA TRAGEDI DAN PENGORBANAN"

Sedangkan untuk *subheadline* dengan isi teks pada buku ilustrasi dipilih *Rage* Italic karena hhuruf tersebut memiliki kesan kuno juga memiliki kesan klasik yang begitu erat .

Segoe Script

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUFWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstufwxyz0123456789

"Sepenggal Renungan Kisah Nyai Dasima"

- Dan untuk body teks dalam cerita dan manual book menggunakan jenis huruf *Century Gothic* agar tingkat keterbacaan jelas.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUFWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstufwxyz

0123456789

- Font tambahan menggunakan Birmingham dan digunakan juga untuk logo Nyai Dasima.

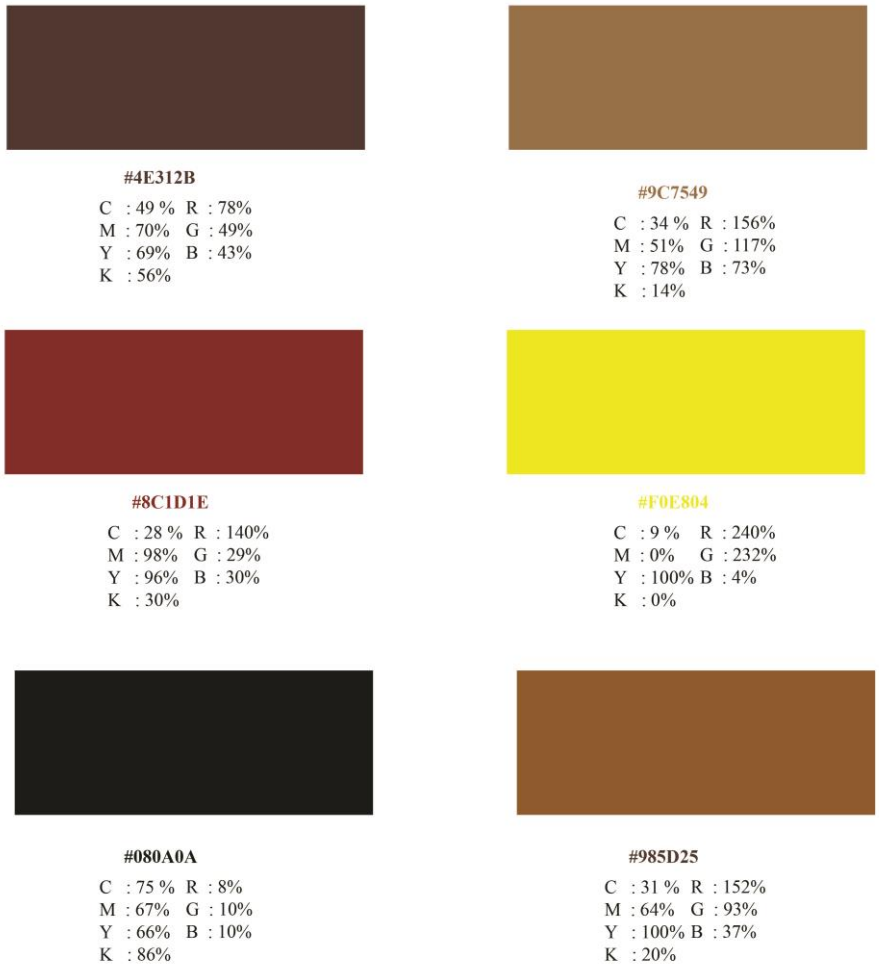
BIRMINGHAM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUFWXYZ

0123456789

III.2.4 Warna

Warna yang digunakan berdasarkan tema buku yaitu klasik. Sampul menggunakan warna coklat karena warna coklat merupakan warna yang terkesan kuno dan ada beberapa halaman menggunakan brush berwarna merah yang menyerupai darah sehingga ketika pertama kali melihat buku informasi ini masyarakat langsung merasakan kesan dramatis dan kuno klasik. Warna coklat juga merupakan warna umum yang disukai perempuan dan laki-laki sehingga dapat menjadi daya tarik target audiens. Warna-warna baju juga disesuaikan dengan warna-warna khas Jakarta seperti kuning, merah, hitam dan lain-lain.



Gambar III.5 Palet Warna
Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.2.5 Studi Karakter

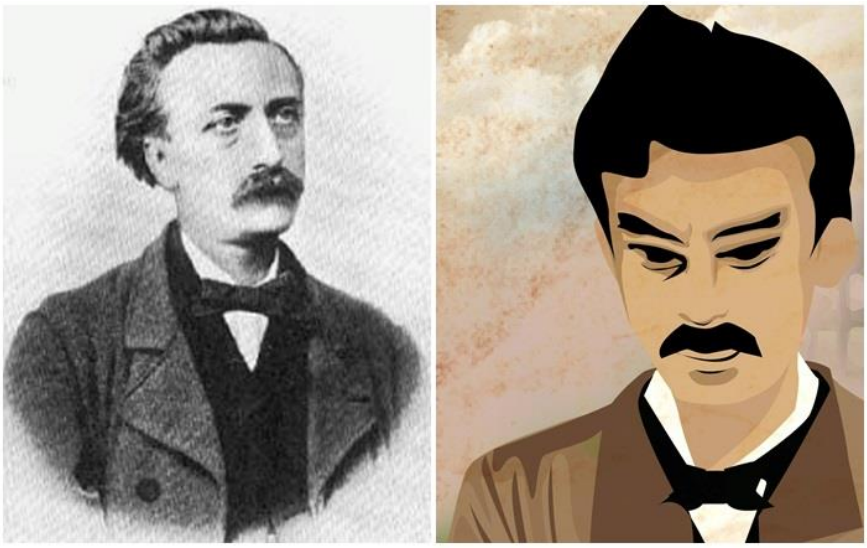
Karakter yang akan dimunculkan pada buku ilustrasi adalah tokoh sentral (utama) dan tokoh peripheral (pendukung) dari kedua jenis tokoh tersebut masing-masing mempunyai sisi pesan moral tersendiri yang baik dan tidak baik sehingga masyarakat dapat memilah-milih sendiri untuk dijadikan pelajaran dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Tokoh-tokohnya antara antara lain:

1. **Nyai Dasima** : Seorang wanita yang cantik, anggun,sabar,penyayang namun mudah terpengaruh.



Gambar III.6 Referensi Nyai Dasima None Jakarta
(Sumber: https://akihikoyuuri.files.wordpress.com/2015/06/img_5016.jpg.jpg diakses pada 04/06/2016)

2. **Tuan Edward** : Seorang laki-laki berkebangsaan Inggris yang keras dan angkuh



Gambar III.7 Referensi Tuan Edward Kolonial Inggris
(Sumber: http://angintopan.heck.in/files/multatuli.jpg. diakses pada 04/06/2016)

3. **Samiun :** Seorang laki-laki tukang sado asli Jakarta seorang laki-laki pekerja keras namun egois. Referensi bang samiun (keyword : abang jakarta)



Gambar III.8 Referensi Bang Samiun Iko Uwais
(Sumber: http://cdn1-a.production.liputan6.static6.com/medias/16232/big/iko-uwais-2-131012c.jpgdiakses pada 04/06/2016)

4. **Hayati** : Seorang istri dari Samiun dia jahat dan suka bermain judi



Gambar III.9 Referensi Hayati
(Sumber: https://i.ytimg.com/vi/-nQmL2yEtQk/maxresdefault.jpg diakses pada 04/06/2016)

5. **Bang Pause :** Seorang preman asal kwitang yang sangat jahat suka mengancam, memalak dan melakukan apa saja demi mendapatkan uang.



Gambar III.10 Referensi Bang Pause
(Sumber: http://2.bp.blogspot.com/-Sa8cmlNBgz4/VDeS4yD7QUI/AAAAAAAAApY/tPXDGbwgqeg/s1600/Tampilan%2Bpalang%2BPintu%2B(1).JPG diakses pada 04/06/2016)

6. **Wak Lihun :** Seorang dukun namun bukanlah dukun yang jahat melainkan sosok yang ahli agama wak salihun suka membawa tasbih.



Gambar III.11 Referensi Wak Lihun ustadz Guntur Bumi
(Sumber: http://www.wowkeren.com/images/photo/guntur_bumi.jpg diakses pada 04/06/2016)

7. **Mak Buyung** : Seorang wanita yang merupakan pembantu dari Nyai Dasima dan tuan Edward dia mempunyai sifat suka menghasut.



Gambar III.12 Referensi Mak Buyung
(Sumber:
http://sewabusanabetawi.com/uploads/sidemenu/kebaya%20encim.jpg
04/06/2016)

III.2.6 Properti

Dalam pembuatan buku ilustrasi yang sudah ditentukan, maka properti disesuaikan dengan dengan tema klasik, *vintage* seperti menambahkan ornament-ornamen yang terkesan klasik, seperti kain batik Jakarta bercak darah agar terlihat dramatis , dan logo



Gambar III.13 Referensi kain batik Jakarta
https://lh6.googleusercontent.com/-YQyiBFKip-U/UOqEsR1-AwI/AAAAAAAAC_A/_z70_LHAM8s/s800/Batik%2520Betawi%2520Ondel-ondel%2520Pucuk%2520Rebung.jpg 04/06/2016)



Gambar III.14 *Brush* Dokumentasi Pribadi

III.2.7 *Setting*

Setting lokasi dan gambar pendukung terdapat di Jakarta maka dari itu penggunaan rumah adat kebaya yaitu rumah adat yang berasal dari Betawi dan beberapa perlihatkan sado atau delman yang merupakan salah satu alat transportasi pada zaman Nyai Dasima, ini semua dikemas agar unsur Budaya Betawi tetap melekat di Zaman sekarang.



Gambar III.15 Rumah adat kebaya Jakarta
(Sumber: http:
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b2/Rumah_Kebaya.jpg
diakses pada 04/06/2016)