BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan terdiri dari kata strategi dan perancangan. Menurut Jauch (1989), strategi adalah proses atau penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan dapat tercapai. Sedangkan perancangan menurut Whitten (2009:160) perancangan adalah suatu kegiatan pemecahan masalah untuk membuat sesuatu menjadi lebih baik. Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa strategi perancangan adalah sebuah cara atau proses untuk mencapai tujuan dengan hasil yang baik.

Agar perancangan informasi *achluophobia* pada anak dapat tercapai dengan baik, maka tahapan-tahapan strategi pembuatan media informasi *achluophobia* pada anak adalah sebagai berikut:

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan informasi *achluophobia* pada anak adalah agar orangtua dapat melakukan terapi dirumah pasca konsultasi dengan psikolog dan orangtua turut aktif dalam membantu proses penyembuhan *achluophobia* pada anak.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Pendekatan komunikasi media informasi ini disesuaikan kepada khalayak sasaran yang akan dituju, yaitu untuk anak-anak. Pendekatan komunikasi yang akan dilakukan menggunakan dua cara pendekatan yaitu pendekatan verbal dan visual.

III.1.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan dibuat dalam perancangan ini adalah menggunakan ilustrasi. Penggunaan ilustrasi dimaksudkan karena khalayak sasaran untuk anak-anak dibuat lebih menarik dan dapat merangsang imajinasi anak. Berikut referensi visual yang akan digunakan dalam perancangan ini :

- **Karakter**

  Karakter yang akan digunakan pada perancangan ini adalah binatang nokturnal atau binatang yang aktif dimalam hari seperti kelelawar dan burung hantu.



Gambar III.1 Contoh referensi kelelawar
Sumber : http://www.earthtimes.org/newsimage/bat120115.jpg (Diakses 11 Juni 2016)



Gambar III.2 Contoh Referensi Siluet Kelelawar
Sumber : http://www.clker.com/cliparts/u/J/I/4/N/j/bats-md.png (Diakses 11 Juni 2016)

- **Latar**

  Latar yang digunakan pada perancangan ini adalah suasana pada malam hari yang akan digambarkan dalam bentuk vektor.



Gambar III.3 Contoh Referensi Latar
Sumber : http://images6.fanpop.com/image/photos/39300000/Graveyard-halloween-39347158-1800-1200.gif (Diakses 11 Juni 2016)

III.1.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan adalah Bahasa Indonesia. Tetapi bahasa yang digunakan tidak menggunakan bahasa baku dan menggunakan bahasa sehari-hari untuk anak agar lebih mudah dimengerti dan tersampaikan dengan baik.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan dalam perancangan ini diantaranya :

1. Memberikan gambaran kepada anak bahwa kegalapan dan malam hari bukanlah hal yang harus ditakuti.
2. Kegelapan dapat membantu tubuh untuk beristirahat dan relaksasi.
3. Memberikan sugesti kepada anak agar tidak menjadi penakut.

III.1.4 Khalayak Sasaran Perancangan

1. Berdasarkan analisa terhadap khalayak sasaran agar informasi dapat tersampaikan dengan tepat, maka ditentukan beberepa segmentasi sebagai berikut:

- Demografis

Khalayak sasaran yang dituju adalah anak-anak yang berusia 6-12 tahun penderita *achluophobia*.

1. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
2. Pekerjaan : Sekolah Dasar
3. Ekonomi : Menengah Keatas

- Geografis

  Menurut Phillip (1995) segmentasi geografis adalah pembagian geografi seperti negara, wilayah kota, dan desa. Daerah yang dipandang potensial dan menguntungkan akan menjadi target. Berdasarkan lokasi yang menjadi khalayak sasaran perancangan ini adalah masyarakat atau anak yang berada di Kota Bandung.

- Psikografis

  Segmentasi psikografis menurut Fandy (2001) adalah membagi variabel utama dalam segmentasi pasar dalam variabel kelas sosial, personalitas, dan gaya hidup. Menurut Erikson (1982) kondisi psikologis umur 6 tahun adalah masa dimana anak cenderung aktif, tertarik dan senang dengan hal baru, dan mampu mengekspresikan berbagai jenis emosi. Secara psikografis khalayak sasaran yang dituju untuk perancangan media informasi ini yaitu anak yang serba ingin tahu, aktif, dan ingin belajar.

2. *Consumer Insight*

   Menurut Maulana (2009), *Consumer Insight* adalah proses mencari tahu secara lebih mendalam tentang pemikiran dan perilaku konsumen, dan untuk menemukan emosi dan perasaan tersembunyi dari konsumen. Untuk perancangan ini target audiens yaitu anak-anak yang berusia 6-12 tahun memilki perilaku dan emosi yaitu anak-anak akan melakukan apapun apabila diberikan apresiasi atau hadiah.

3. *Consumer Journey*

Agar informasi dan pemilihan media dapat tersampaikan dengan baik, diperlukan daftar aktifitas dari target audiens. Berikut adalah daftar aktifitas dan tempat yang memungkinkan untuk dikunjungi dan berinteraksi dengan target audiens.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (16 Juni 2016)

No	**Kegiatan**	**Tempat**	***Point of Contact***
1	Bangun tidur	Kamar	Jam Dinding, Bantal
2	Mandi/Sarapan	Ruang Tamu, Halaman Rumah	Baju, Mug, Majalah
3	Berangkat Sekolah	Jalan, Sekolah	Gantungan Kunci, Tas, Poster, Sticker, Tempat Pensil, *Tumbler*
4	Pulang Sekolah	Jalan	Banner, Flyer, Majalah, Buku, Pulpen, Buku Catatan
5	Istirahat	Ruang Santai	Televisi
6	Tidur	Kamar	Mug, Jam Dinding

III.1.5 Strategi Kreatif

Perancangan ini berisikan tentang terapi *achluophobia* pada anak untuk orangtua dirumah. Orangtua harus memandu anak membacakan cerita, menggambarkan suasana, dan berinteraksi dengan anak sesuai dengan jalan cerita. Buku ini memberikan gambaran tentang suasana dan kegelapan yang disajikan dalam bentuk ilustrasi sehingga dapat merangsang imajinasi anak. Kegelapan dan suasana pada malam hari digambarkan dengan suasana yang menyeramkan agar dapat merangsang keberanian anak dan mepelaskan rasa takut yang ada didalam diri anak tersebut. Buku ini juga hanya diberikan dominan warna hitam dan putih agar anak terbiasa dengan warna hitam atau gelap. Pada buku ini terdapat dua jalan cerita yang didasarkan pada indikator tingkat kecemasan *achluophobia* pada

anak. Setiap tingkatan *achluophobia* pada anak memiliki jalan cerita yang berbeda sesuai dengan panduan yang terdapat pada buku.

- ***Copywriting***

  Menurut Agustinus (2002), *Copywriting* adalah kemampuan *creative advertising* dalam mengolah kata dan menciptakan naskah periklanan yang menggabungkan kerja intelektual dan seni untuk memenuhi pesan penjualan. Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, *copywriting* yang digunakan dalam perancangan ini adalah :

  1. *Headline* : Berpetualang Dalam Kegelapan
  2. *Subheadline* : *Achluophobia Therapy Series*

- ***Storyline***

  1. Halaman 1-2

     Halaman pembukaan dimulainya masuk ke hutan dan membayangkan kehidupan binatang malam.
  2. Halaman 3-4

     Menggambarkan suasana hutan pada malam hari, mengenal binatang nokturnal dan membayangkan binatang tersebut.
  3. Halaman 5-6

     Menceritakan bayangan burung hantu yang sedang hinggap di dahan pohon.
  4. Halaman 7-8

     Mendeskripsikan kehidupan burung hantu pada malam hari, dan makanan burung hantu.
  5. Halaman 9-10

     Menceritakan bayngan kelelawar yang sedang terbang di langit pada malam hari.
  6. Halaman 11-12

     Menceritakan kehidupan kelelawar pada malam hari, tempat hidup dan makanmanya.
  7. Halaman 13-14

     Menceritakan suasana kamar yang gelap malam hari.

8. Halaman 15-16

   Menceritakan keseraman di kolong tempat tidur

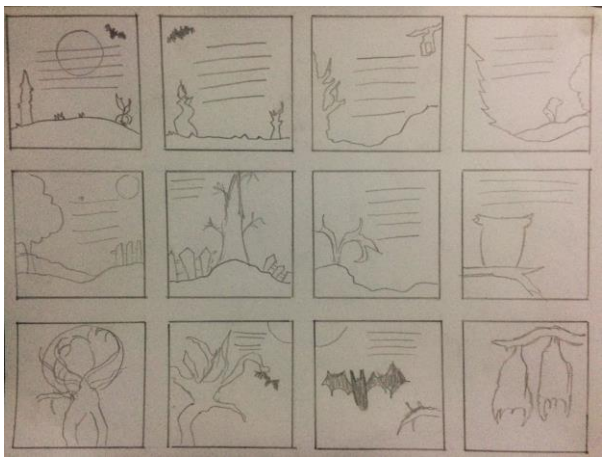
9. Halaman 17-18

   Menceritakan dan membayangkan sesuatu di dalam lemari.

10. Halaman 19-20

    Menceritakan sesuatu di balik jendela pada malam hari.

- ***Storyboard***

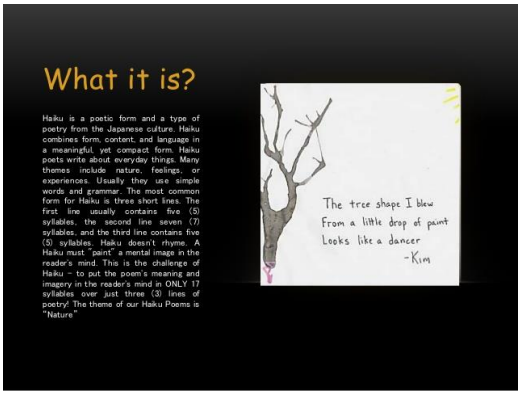


Gambar III.4 Contoh *Storyboard* Buku
Sumber : Dokumen Pribadi (18 Juni 2016)

- **Visualiasi**

  Visualisasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah ilustrasi. Semua konten yang terdapat didalam buku ini disajikan dalam bentuk ilustrasi agar mudah dipahami dan dapat merangsang imajinasi anak. Visualisasi pada buku juga menggunakan gambar siluet dan latar hitam putih agar membiasakan anak dengan warna gelap atau hitam.

  Visualisasi pada perancangan ini juga menggunakan ilustrasi yang menyeramkan pada bagian sampul buku dan beberapa halaman pembukaan agar anak terpancing keberaniannya dan membiasakan diri dengan bayangan-bayangan yang dianggapnya seram.



Gambar III.5 Contoh halaman ilustrasi buku
Sumber : http://image.slidesharecdn.com/haikupoems-151107224330-lva1-app6892/95/haiku-poems-2-638.jpg?cb=1446936246 (Diakses 11 Juni 2016)

III.1.6 Strategi Media

Berdasarkan kepada permasalahan yang dihadapi, diharapkan pemilihan media dapat menjadi solusi permasalahan. Didalam perancangan ini media yang digunakan terbagi menjadi dua jenis media.

III.1.6.1 Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah buku ilustrasi untuk anak penderita *achluophobia* yang digunakan oleh orangtua sebagai media terapi dirumah pasca terapi untuk membantu proses penyembuhan anak penderita *achluophobia.*

Menurut Surahman (2014) secara umum membedakan buku menjadi empat jenis, yaitu :

1. **Buku sumber**, yaitu buku yang biasa dijadikan rujukan, referensi, dan sumber untuk kajian ilmu tertentu, biasanya berisi suatu kajian ilmu yang lengkap.
2. **Buku bacaan**, adalah buku yang hanya berfungsi untuk bahan bacaan saja, misalnya cerita, legenda, novel, dan lain sebagainya.
3. **Buku pegangan**, yaitu buku yang bisa dijadikan pegangan guru atau pengajar dalam melaksanakan proses pengajaran.
4. **Buku teks**, yaitu buku yang disusun untuk proses pembelajaran, dan berisi bahan-bahan atau materi pelajaran yang akan diajarkan.

Menurut Wibowo (2007:46) anatomi buku terdiri dari :

- Sampul Depan

  Sampul depan buku biasanya terdiri dari judul, nama penulis, penerbit dan edisi. Bagian yang penting dari sampul buku adalah judul buku. Judul buku memegang peranan penting karena menggambarkan sekilas isi buku.

  Judul berarti nama yang diberikan untuk menunjukkan sebuah buku. Judul terdiri atas tiga jenis, yaitu judul umum, judul bab dan sub-bab. Judul umum tampak pada halaman sampul. Judul bab umumnya dapat dilihat di dalam buku.

- Punggung Buku

  Punggung buku terdiri atas judul buku, nama penulis dan logo penerbit. Penulis tidak perlu membuatnya karena penerbitlah yang akan membuatnya.
- Sampul belakang buku berisi synopsis, logo dan nama penerbit dan barcode. Bagian yang cukup penting dari sampul belakang adalah sinopsis.
- Halaman judul
- Halaman *Copywright*
- Halaman persembahan/dedikasi
- Kata Pengantar

  Kata pengantar biasanya disusun oleh penulis sendiri. Didalam kata pengantar, penulis menyajikan tujuan penulisan buku, pokok pikiran buku.
- Prakata

  Tujuan prakata adalah untuk memperkenalkan buku dan pengarang oleh orang lain yang tidak secara langsung berhubungan dengan buku tersebut.
- Daftar Isi

  Tujuan daftar isi adalah menunjukkan sekilas apa yang ada di dalam buku. Di dalam daftar isi, pengarang menyajikan semua bab, sub-bab.
- Ilustrasi

  Ilustrasi merupakan tambahan penjelasan teks yang diwujudkan dalam bentuk visual. Fungsi ilustrasi bagi suatu buku adalah menjelaskan dan mendukung teks yang tidak dapat digantikan dengan kata-kata.
- Daftar Pustaka

  Berisi daftar buku-buku yang dijadikan referensi dalam menulis materi buku.

- Biografi Penulis

  Penjelasan tentang latar belakang penulis yang melahirkan buku.

III.1.6.2 Media Pendukung

- **Tahap Informasi**

  1. *X-Banner*

     Dipasang di toko buku lokasi tempat media utama dijual atau pada saat acara peluncuran buku.

  2. Poster

     Berfungsi untuk menarik perhatian baik target audiens primer maupun sekunder.

  3. *Flyer*

     Media yang memberikan informasi produk secara detail dan dibagikan didalam jangka waktu tertentu.

- **Tahap Pengingat**

  1. *T-Shirt*

     Media ini digunakan sebagai hadiah atau *doorprize* untuk pembeli pertama pada saat hari penerbitan buku.

  2. *Notebook*

     Buku catatan atau *notebook* juga diberikan sebagai *doorprize*. *Notebook* dapat digunakan oleh anak maupun orangtua.

  3. Bantal

     Bantal juga diberikan sebagai hadiah saat penerbitan buku dan dapat digunakan oleh anak untuk tidur.

  4. *Tumbler*

     Tumbler atau tempat minum dapat digunakan oleh anak untuk dibawa ke sekolah maupun aktivitas sehari-hari.

  5. Tabel Perkembangan Keberanian

     Tabel ini akan dibuat berupa poster dan digunakan untuk mencatat proses terapi anak *achluophobia.*

III.1.7 Strategi Distribusi dan Penyebaran Media

Buku terapi *achluophobia* pada anak akan didistribusikan sesuai pada tabel berikut :

Tabel III.2 Distribusi Media Tahun 2016 Akhir

	Media	Juli				Agustus				September			
No	**Media Utama**												
1	Buku												
	Media Pendukung												
	Media Informasi												
2	*X-Banner*												
3	Poster												
4	*Flyer*												
5	*Media Pengingat*												
6	*T-Shirt*												
7	*Notebook*												
8	*Tumbler*												
9	Bantal												
10	Tabel Perkembangan												

Penjualan buku BERPETUALANG DALAM KEGELAPAN *"Achluophobia Therapy Series"* akan memberikan hadiah atau *doorprize* kepada lima orang pembeli pertama pada saat hari *launching* atau penerbitan buku berupa *t-shirt*, *tumbler*, *notebook*, dan bantal. Harga pada saat *launching* atau penerbitan buku yaitu Rp. 75.000,00 beserta *doorprize* yang diberikan dan Rp.59.000,00 tidak disertai dengan *doorprize*.

Lokasi penyebaran media utama :

- Toko Buku

  Toko buku merupakan lokasi utama untuk untuk menyebarkan media. Khususnya di Bandung, toko buku yang sudah dikenal oleh masyarakat seperti Gramedia, Togamas, dan toko buku lainnya.

Lokasi penyebaran media pendukung :

- Pusat Perbelanjaan dan Sekolah

  Lokasi penyebaran media pendukung akan dilakukan di pusat perbelanjaan dan sekolah-sekolah dimana banyak orangtua atau target audiens sekunder berkumpul. Biasanya di sekolah banyak orangtua yang mengantar atau menjemput anaknya ke sekolah.

III.2 Konsep Visual

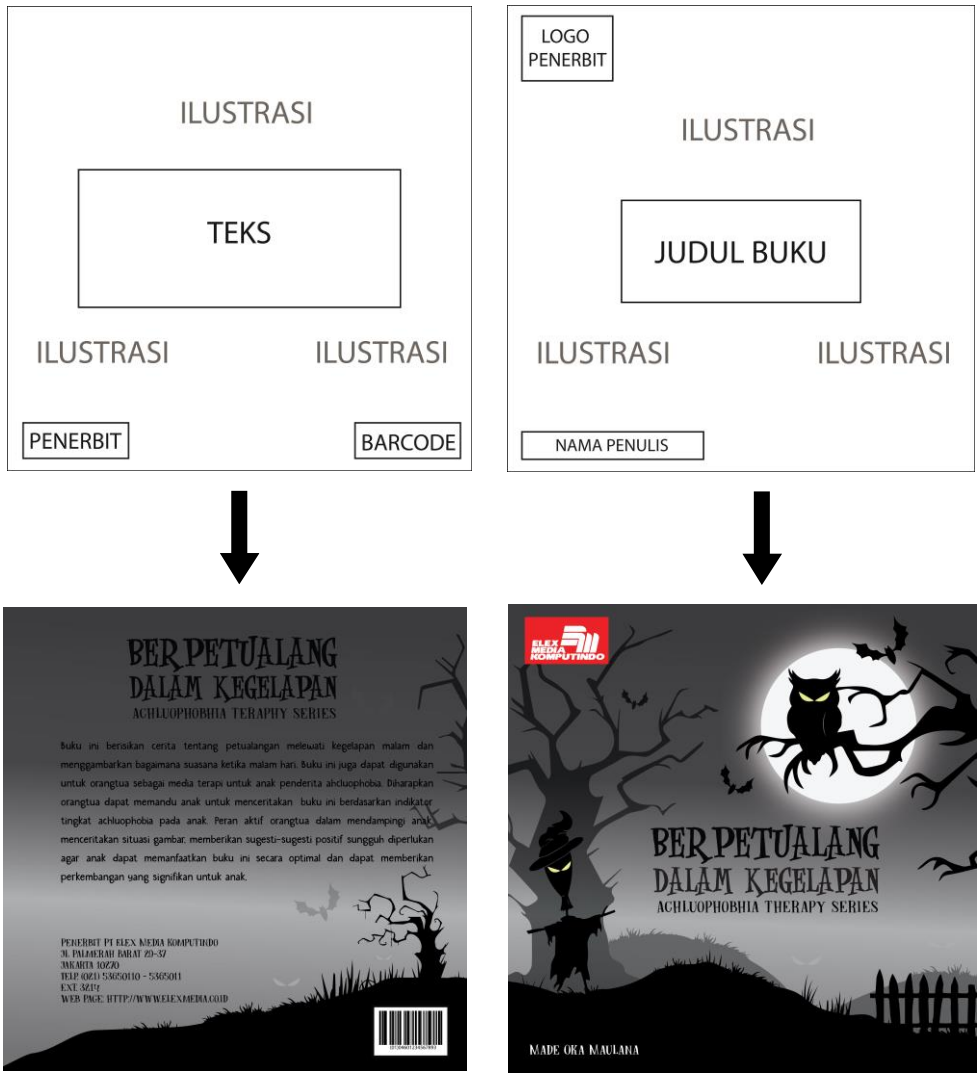
Konsep visual perancangan informasi *achluophobia* pada anak ini menggunakan teknik ilustrasi yang disesuaikan dengan konsep dan target audiens. Pemilihan warna didominasi oleh warna hitam agar membiasakan anak dengan warna gelap. Ilustrasi yang digambarkan pada buku ini menggambarkan suasana malam yang seram agar dapat merangsang keberanian anak dan membantu proses terapi *achluophobia.*

III.2.1 Format Desain

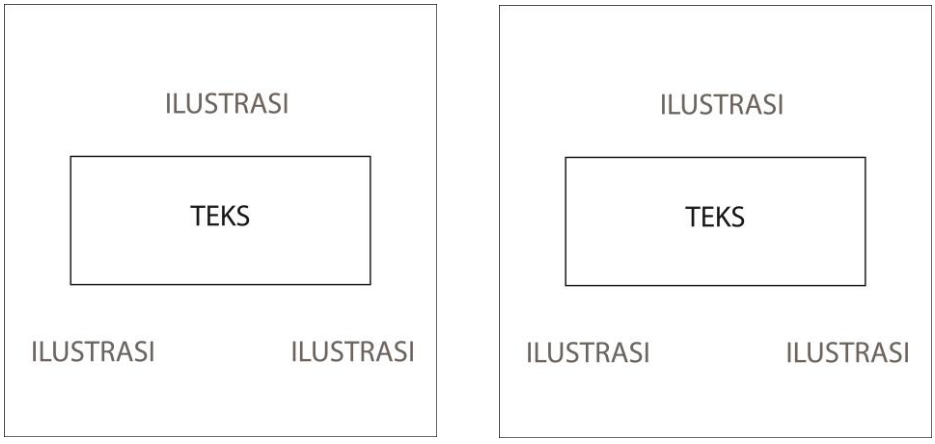
Format desain buku dibuat dengan ukuran *custom* 21x21cm, agar ilustrasi dapat ditampilkan lebih besar sehingga memudahkan pembaca saat melihat ilustrasi tersebut. Sampul buku akan dicetak dengan teknis *hardcover,* sedangkan isi buku akan dicetak pada kertas *Tik Paper*.

III.2.2 Tata Letak *(Layout)*

Pada bagian sampul buku, area ilustrasi dibuat lebih luas dan judul buku diletakkan di tengah agar menjadi pusat perhatian. Pada halaman buku, area ilustrasi juga lebih luas dan area teks disesuaikan dengan ilustrasi.



Gambar III.6 Contoh *Layout* Sampul Buku
Sumber : Dokumen Pribadi (18 Juni 2016)



Gambar III.7 Contoh *Layout* Halaman Buku
Sumber : Dokumen Pribadi (18 Juni 2016)

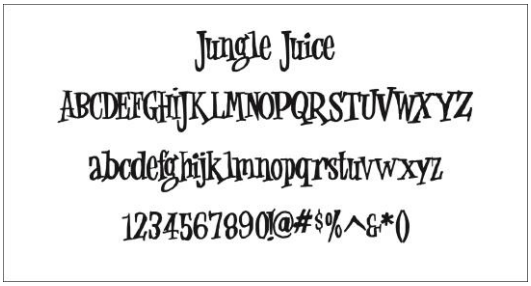
III.2.3 Huruf

Huruf atau tipografi yang digunakan dalam perancangan ini adalah font dekoratif disesuaikan dengan konsep dan target audiens primer yaitu anak-anak. Tipografi judul untuk tulisan "BERPETUALANG DALAM KEGELAPAN" menggunakan font *"jungle juice",* sedangkan untuk subjudul *"Achluophobia Therapy Series"* menggunakan font *"DK Bodiam".*



Gambar III.8 Tipografi Judul Buku
Sumber : Dokumen Pribadi (18 Juni 2016)

Untuk halaman pada konten buku, menggunanakan font *"Granstander Clean".* Font *"Granstander Clean"* termasuk kedalam kategori font dekoratif dan memiliki keterbacaan yang cukup jelas,



Gambar III.9 Tipografi *Headline*
Sumber : Dokumen Pribadi (18 Juni 2016)



Gambar III.10 Tipografi *Subheadline*
Sumber : Dokumen Pribadi (18 Juni 2016)



Gambar III.11 Tipografi *Bodytext*
Sumber : Dokumen Pribadi (18 Juni 2016)

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah teknik ilustrasi vektor. Pemilihan teknik ilustrasi vektor karena disesuaikan dengan target audiens yaitu anak-anak, dan agar dapat menghidupkan sebuah cerita dan membantu mengembangkan imajinasi anak.

Konten yang ada didalam buku menggambarkan suasana kegelapan malam dan menyeramkan agar dapat memunculkan keberanian anak. Pemilihan teknis ilustrasi dalam perancangan ini karena disesuaikan dengan target audiens yaitu anak-anak. Ilustrasi pada buku juga menggunakan teknik siluet dan bayangan agar dapat merangasang imajinasi anak terhadap hal-hal yang menyeramkan. Pada bagian sampul buku dimunculkan sebuah bayangan burung hantu dan kelelawar agar terkesan menyeramkan.

Pada ilustrasi kamar, suasana pada kamar dibuat gelap dan menyeramkan terutama di bagian atau sudut kamar seperti dibawah tempat tidur, didalam lemari

dan jendela dibuat sepasang mata untuk membuat rasa penasaran dan membuat anak untuk berani melihat bagian pada kamar tersebut.



Gambar III.12 Ilustrasi Suasan Hutan
Sumber : Dokumen Pribadi (19 Juni 2016)



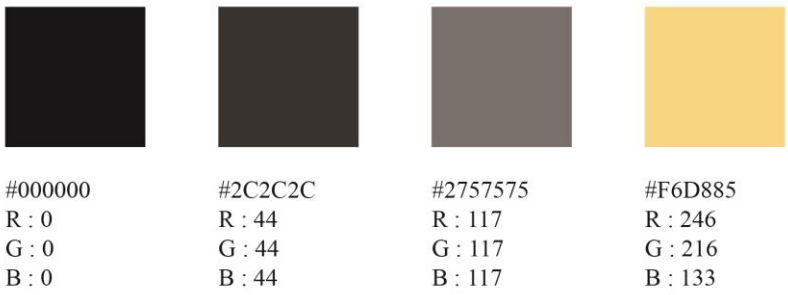
Gambar III.13 Ilustrasi Bayangan Kelelawar
Sumber : Dokumen Pribadi (19 Juni 2016)



Gambar III.14 Ilustrasi Halaman Kamar
Sumber : Dokumen Pribadi (19 Juni 2016)

III.2.5 Warna

Pemilihan warna dalam perancangan ini yaitu menggunakan dominan warna hitam, dan abu-abu *(grayscale)*, sehingga lebih memunculkan kesan gelap. Hal ini dimaksudkan untuk membiasakan anak yang mendertia *achluophobia* terbiasa dengan warna hitam atau gelap.



Gambar III.15 Skema Warna
Sumber : Dokumen Pribadi (19 Juni 2016)

Menurut Brewster, arti warna tersebut adalah :

- Hitam

  Warna hitam mempresentasikan kekuatan, emosional, dramatis, dan kemisteriusan. Warna hitam juga dapat menimbulkan perasaan tertekan, kemurungan, dan duka.
- Abu-abu menggambarkan keseriusan, dan memiliki pemaknaan abstrak.
- Kuning menggambarkan kebahagiaan dan kehangatan, dan juga menarik perhatian.