BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan ini meliputi: tujuan komunikasi, pendekatan komunikasi, materi pesan, gaya bahasa, khalayak sasaran, strategi kreatif, strategi media dan strategi distribusi. Strategi perancangan tersebut sangat dibutuhkan agar informasi yang disampaikan lebih informatif dan tepat sasaran. Strategi perancangan ini diarahkan pada perancangan buku dengan visual berupa fotografi dan ilustrasi, tentang nilai-nilai Islam Kesenian Tari Topeng Cirebon.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tommy (2009) menjelaskan, tujuan komunikasi adalah menghibur, memberikan informasi dan mendidik. Dengan tujuan tersebut berdampak pada peningkatan pengetahuan (kognitif), membangun kesadaran (sikap) dan mengubah perilaku (psikomotorik) seseorang atau masyarakat dalam suatu proses komunikasi.

Tujuan Komunikasi dari perancangan ini adalah untuk memberikan pengetahuan tentang nilai-nilai Islam Kesenian Tari Topeng Cirebon, serta memberikan pemahaman masyarakat, terkait dengan nilai-nilai Islam yang terkandung dalam unsur rupa topeng dan gerak tarinya.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam perancangan ini melalui 2 pendekatan yaitu: pendekatan visual dan verbal.

- Pendekatan Visual

  Pedekatan visual merupakan faktor yang penting dalam perancangan sebuah buku. Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan ini yaitu fotografi dan ilustrasi. Fotografi digunakan untuk menampilkan setiap karakter topeng dan gerak tarinya, sedangkan ilustrasi yang digunakan yaitu megamendung. Pendekatan visual berupa fotografi dan ilustrasi tersebut digunakan untuk memperkuat pesan yang disampaikan, agar lebih mudah dipahami oleh khalayak yang disasar.



Gambar III.1 Referensi Ilustrasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017



Gambar III.2 Referensi Fotografi
Sumber:https://saputra7376.files.wordpress.com/2014/07/20130116_freebies_idkreatif_wallpaper_penari_topeng.jpg (Diakses pada, 01 Desember 2016)

- Pendekatan Verbal

  Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang baku dengan penyampaian yang mudah dipahami, agar khalayak dapat mengikuti alur yang dipaparkan. Penyampaiannya juga disertai dengan kutipan tafsir ayat Al-quran, untuk memperkuat informasi yang dipaparkan.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan pada perancangan buku ini, difokuskan pada nilai-nilai Islam yang terkandung didalam kelima karakter topeng dan gerak tarinya. Alur pemaparannya akan disampaikan secara bertahap.

- Pada tahap pertama yaitu pemaparan informasi mengenai pengertian Topeng Cirebon dan sejarah singkatnya.
- Pada tahap selanjutnya yaitu penggambaran tentang kelima karakter topeng, terkait dengan unsur rupa pada karakter topeng dan gerak dasar tarinya, disertai dengan pemaparan informasi mengenai nilai-nilai Islam.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa perbandingan dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baku, tujuannya adalah untuk membawa khalayak mengikuti alur informasi yang dipaparkan dengan menggunakan rasionalnya. Melalui pendekatan yang mengarah pada simbol-simbol yang ada pada unsur rupa topeng dan karakter tarinya, seperti: warna putih menggambarkan kesucian dan warna merah menggambarkan amarah.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran perancangan ini mengacu pada: Demografis, Geografis, Psikografis, *Consumer insight* dan *Consumer journey.*

- Demografis :
  a. Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
  b. Usia : 18-24 tahun
  c. Pendidikan : Mahasiswa
  d. Status Ekonomi : Menengah
- Geografis :
  a. Primer : Cirebon
  b. Sekunder : Indonesia

- Psikografis :
  a. Menyukai sesuatu yang baru, yang sebelumnya tidak mereka ketahui dan lebih membutuhkan informasi untuk menambah wawasannya. Salah satu contohnya berhubungan dengan buku.
  b. Menyukai sesuatu yang sesuai dengan gaya mereka.
  c. Kebebasan dalam artian bebas untuk menuangkan segala ide yang berkaitan dengan kreatifitas.
  d. Lebih antusias dengan yang didapat diluar lingkungan pendidikan, kondisi tersebut merujuk pada gaya sosial *pergroup* atau perkelompok.
- *Consumer insight*

  Consumer insight merupakan suatu keinginan yang ada didalam benak seseorang. Berdasarkan khalayak yang disasar dalam perancangan ini, yaitu remaja dengan *consumer insight* sebagai berikut:
  a. Membutuhkan informasi untuk menambah wawasannya
  b. Menyukai sesuatu yang sesuai dengan gaya mereka
  c. Kreatif
  d. Lebih antusias dengan yang didapat dilingkungan sekitar, seperti kesenian
- *Consumer journey*

  Consumer journey sangat dibutuhkan untuk menentukan media yang sesuai dengan khalayak yang disasar. Berdasarkan khalayak yang disasar dalam perancangan ini yaitu remaja akhir atau dewasa. Berikut ini c*onsumer journey* dari remaja akhir atau dewasa.

Tabel III.1 *Consumer Journey* Remaja.
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016.

Waktu	Aktifitas	Tempat	*Point of contact*
Pagi	Bangun tidur, mandi, sarapan, berangkat sekolah/kampus, belajar, istirahat	Kamar tidur, kamar mandi, ruang makan, kendaraan,	Bantal, buku, *gadget,* kunci, kalender, kaos, tas, baliho,

		sekolahan, kantin, lapangan	*billboard*, poster, stiker. *madding*
Siang	Belajar, pulang sekolah/kampus, bermain didalam rumah, bermain diluar rumah bersama teman.	Sekolah, tempat les, rumah, ruang keluarga, kamar tidur, lapangan, taman.	Buku, poster, pin stiker, majalah, komputer, laptop, tv, *gadget*,
Sore	Pulang kerumah, mandi, santai diruang keluarga	Rumah, kamar mandi, ruang keluarga	Foto, buku, majalah, stiker, jam, cermin, tv, *gadget*, gelas.
Malam	Santai diruang keluarga, belajar.	Ruang keluarga, kamar	Tv, komputer, laptop, jam.

Berdasarkan *point of contact* yang didapat dari *consumer journey* remaja, maka media yang digunakan pada perancangan ini berkaitan dengan buku, media sosial, kalender, kaos, poster, stiker, pin, gantungan kunci, gelas atau mug. Penggunaan buku sebagai media utama karena media informasi berupa buku sering dijumpai dan dibutuhkan remaja.

III.1.6 Pemberi Mandat

Perancangan informasi mengenai Kesenian Tari Topeng Cirebon ini bekerja sama dengan beberapa pihak, diantaranya Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata daerah Cirebon dan Sanggar Seni Suji Mekar Arum. Tujuannya ingin memberikan gambaran dan informasi kepada masyarakat tentang nilai-nilai Islam dalam Kesenian Tari Topeng Cirebon. Serta bekerja sama dengan Toko Buku

Gramedia sebagai penerbit bukunya, kerena Toko Buku Gramedia dikenal masyarakat sebagai jaringan toko buku yang terluas yang ada di Indonesia.





Gambar III.3 a. Logo DISPORBUDPAR Daerah Cirebon b. Logo Gramedia Sumber: a.http://www.transformasi.org/images/cirebon.jpg b.http://vignette4.wikia.nocookie.net/logopedia/images/4/45/Gramedia.png/revision/latest ?cb=20120831130610 (Diakses pada, 06 Januari 2017)

III.1.7 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dibutuhkan untuk menerjemahkan pesan yang ingin disampaikan kedalam bahasa visual. Pesan yang ingin disampaikan pada media informasi yang dirancang, berupa nilai-nilai Islam dalam kelima karakter pokok Kesenian Tari Topeng Cirebon. Oleh karena itu bahasa visual yang digunakan adalah fotografi dan ilustrasi.

Langkah awal yang dilakukan dalam perancangan ini adalah mendapatkan informasi mengenai nilai-nilai Islam dalam Kesenian Tari Topeng Cirebon, melalui: buku-buku yang berkaitan, jurnal-jurnal, serta artikel-artikel yang dimuat dalam *internet*. Setelah mendapatkan informasi mengenai nilai-nilai Islam, maka langkah selanjutnya adalah menentukan media informasi yang mampu menyampaikannya kepada masyarakat, berupa buku. Dimana buku dapat diterima berbagai kalangan serta penyampaian pesannya lebih detail. Hal tersebut untuk menghindari penafsiran yang berbeda-beda dimasyarakat. Berikut langkah-langkah untuk strategi kreatif tersebut:

- *Copywriting*

  Copywriting digunakan untuk menentukan judul buku, *sub* judul dan *body text*. Judul yang digunakan dalam perancangan ini adalah *Panca Wanda*.

Panca yang artinya Lima, sedangkan *Wanda* mempunyai arti karakter. Penggunaan judul *Panca Wanda*, berdasarkan dari informasi yang disampaikan dalam buku tersebut yaitu berupa 5 karakter pokok Tari Topeng Cirebon. Kelima karakter tersebut biasa disebut *Panca Wanda*. Sedangan *sub* judul yang digunakan yaitu: Makna Islam Dibalik Topeng Cirebon. Penggunaan *sub* judul, bertujuan untuk mempertegas informasi yang disampaikan. Informasi yang disampaikan dalam perancangan ini berkaitan dengan nilai-nilai Islam dalam kelima karakter Tari Topeng Cirebon.

- Visual

  Visual yang digunakan pada perancangan ini berupa fotografi dari kelima karakter topeng dan gerak tarinya. Visual yang ditampilkan tersebut berdasarkan informasi yang disampaikan. Sedangkan ilustrasi yang digunakan yaitu *megamendung*, sebagai identitas dari daerah Cirebon. Berikut visual yang ditampilkan:



Gambar III.4 Visual Lima Karakter Topeng
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)



Gambar III.5 Visual *Megamendung*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

III.1.8 Strategi Media

Berdasarkan pesan yang ingin disampaikan, maka strategi media yang digunakan harus sesuai dan informatif, agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh *target audiens*. Strategi media yang digunakan terbagi menjadi 2, yaitu: media utama dan media pendukung.

a. Media Utama

Dari permasalahan yang sudah dijabarkan sebelumnya maka didapatkan solusinya, untuk membuat buku *Panca Wanda*: Makna Islam Dibalik Topeng Cirebon. Perancangan buku ini diharapkan mampu menambah wawasan serta menarik minat remaja untuk mengenal tentang kesenian daerahnya. Salah satunya adalah Kesenian Topeng Cirebon.

b. Media Pendukung

Media pendukung juga sangat diperlukan untuk menopang atau memperkuat media utama yang digunakan. Berikut ini media pendukung yang digunakan:

- Media Informasi
  a. Poster

     Penggunaan poster bertujuan untuk memberikan informasi tentang adanya buku *Panca Wanda* sebagai media utama, serta informasi berupa kontak untuk pemesanannya.

b. *X-Banner*

X-Banner digunakan sebagai penanda dan informasi *launching* buku, yang dipasang pada lokasi penjualan buku Panca Wanda sebagai media utama.

c. *Fans page facebook*

Penggunaan media sosial berupa *facebook* digunakan untuk menginformasikan tentang buku *Panca Wanda*, terkait dengan pembeliannya dan media yang lainnya.

- Media Pengingat

a. Gantungan Kunci

Penggunaan gantungan kunci sebagai media pendukung karena dapat digunakan semua kalangan dan sering digunakan sehari-hari.

b. Pin

Penggunaan pin sebagai media pendukung karena dapat digunakan semua kalangan dan sering digunakan sehari-hari.

c. Mug

Penggunaan mug sebagai media pendukung karena dapat digunakan pada saat santai bersama keluarga.

d. Stiker

Penggunaan stiker sebagai media pendukung karena dapat digunakan dimana saja.

e. *T-shirt*

Penggunaan *T-shirt* sebagai media pendukung karena dapat digunakan sebagai media pengingat berjalan apabila digunakan.

f. Kalender

Penggunaan kalender sebagai media pendukung karena perannya sebagai media pengingat tanggal akan lebih efesien jika digunakan sebagai media pendukung buku informasi *Panca Wanda.*

g. *Paper bag*

Paper bag digunakan sebagai tempat atau kemasan untuk pembeli. Selain itu paper bag juga berguna sebagai media pengingat.

III.1.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dan waktu penyebarannya akan bekerja sama dengan Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata daerah Cirebon (DISPORBUDPAR), yang merupakan istansi pemerintah yang khusus dibidang kebudayaan. Selain itu banyak masyarakat yang masih menggunakan perpustakaan DISPORBUDPAR sebagai sarana pencarian informasi, terkait dengan kebudayaan. Dengan table pendistribusian seperti dibawah ini:

Tabel III.2 Tabel Strategi Distribusi.
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2017.

Media	Juni	Juli	Agustus
Buku			
Poster			
X-Banner			
Fans page Facebook			
Gantungan Kunci			
Mug			
Stiker			
T-Shirt			
Kalender			
Paper Bag			

III.2 Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan buku fotografi ini meliputi: format desain, tata letak *(layout*), ilustrasi, huruf, fotografi, ilustrasi dan warna, yang akan disesuaikan dengan *target audiens*. Hal tersebut untuk memperkuat pesan yang disampaikan.

III.2.1 Format Desain

Format desain pada perancangan Buku *Panca Wanda* ini menggunakan tampilan *landscape*, hal tersebut untuk memberikan kenyamanan pembaca. Ukurannya 21X15cm dengan isi 37 halaman. Dikemas dengan *softcover* laminasi *Glosy.*

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout merupakan penyusunan dari elemen-elemen desain kedalam sebuah bidang, sehingga membentuk sebuah susunan yang menjadi satu kesatuan. Pada perancangan buku *Panca Wanda* ini lebih menekankan keseimbangan antara visual dan teks. Berikut *layout* yang digunakan:

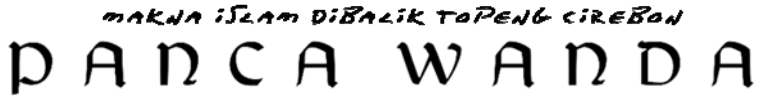


Gambar III.6 *Layout*
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2017.

III.2.3 Huruf

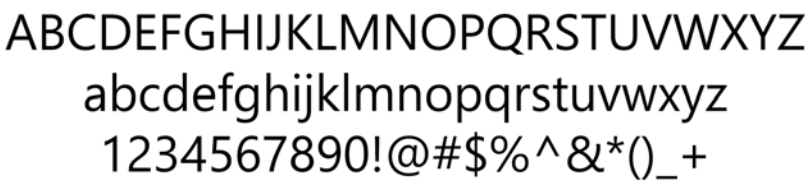
Penggunaan huruf sangat penting dalam penyampaian pesan secara verbal, selain itu penggunaan huruf yang tepat mampu mempengaruhi kenyamanan pembaca dan informasi yang disampaikan mampu diterima. Oleh karena itu agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan nyaman saat dibaca maka digunakan huruf sebagai berikut:

- Tipografi yang digunakan untuk judul buku adalah *Bretagne Gaelic*, sedangkan untuk *sub* judulnya menggunakan *font Dad's Recipe*. Penggunaan tipografi pada judul sesuai dengan karakteristik dari unsur rupa topeng dan elemen visual yang terwujud dalam setiap karakter Topeng Cirebon.



Gambar III.7 Judul Buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017.

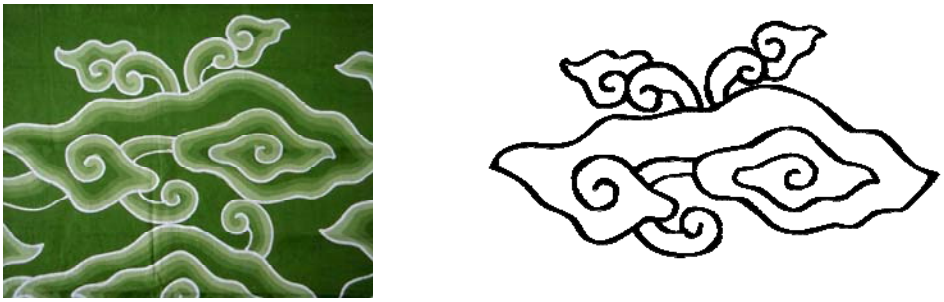
Untuk *bodytext* digunakan huruf *Nirmala UI* karena mudah dibaca dan bentuknya tidak lebih tegas dari judul sehingga tidak terlihat terlalu dominan.



Gambar III.8 *Body Teks*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017.

III.2.4 Ilustrasi

Ariesto (2005) menjelaskan ilustrasi dan foto digunakan untuk melengkapi informasi yang terdapat dalam tulisan, sehingga dengan adanya ilustrasi atau foto, pengguna akan lebih mudah memahami apa yang dibacanya.



Gambar III.9 Ilustrasi *Megamendung*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017.

Ilustrasi yang digunakan dalam sebuah buku bisa berupa ilustrasi manual dan ilustrasi digital yang prosesnya menggunakan media elektronik seperti: komputer dan laptop. Berikut contoh ilustrasi yang dibuat dengan menggunakan foto yang sudah ada untuk membuat pola yang sama. Penggunaan ilustrasi *megamendung*

bertujuan sebagai identitas dari daerah Cirebon, selain itu motif batik *megamendung* juga sering digunakan dalam pertunjukkan Tari Topeng Cirebon.

III.2.5 Fotografi

Pengertian umum dari fotografi adalah seni dan proses penghasilan gambar dengan cahaya pada film atau permukaan yang dipekakan. Dalam pedoman teknis fotografi (2000) definisi fotografi menurut *Encyclopedia Britanica* adalah sebagai berikut.

- Fotografi sebagai seni, maksudnya adalah pada dasarnya fotografi merupakan hasil dari suatu rekaman tetap sebuah gambar dengan cara menggabungkan cahaya dan proses kimia.
- Fotografi sebagai teknologi, yang digunakan untuk merekam gambar yang terlihat, karena adanya cahaya pada benda-banda yang peka cahaya.
- Fotografi dalam arti fungsi membuat gambar dari sebuah objek atau benda dengan menggunakan suatu sistem lensa dan lempengan peka cahaya atau film.

Berdasarkan uraian diatas, maka fotografi digunakan untuk merekam gambar atau membuat gambar, dari suatu objek atau benda yang terlihat atau peka cahaya. Pada perancangan ini fotografi yang dibuat berkaitan dengan kelima karakter topeng dan gerak tarinya, sesuai dengan konsep buku *Panca Wanda.*

Pemilihan fotografi digunakan untuk menampilkan kesan yang nyata dan juga detailnya, dengan sudut pandang yang sejajar dengan objek (*eye level*), sudut pandang dari atas (*high angle*) dan sudut pandang dari bawah (*low angle*). Pengambilan gambarnya juga menyesuaikan dengan konsep buku *Panca Wanda* yaitu *full shoot*, *medium shoot* dan *close up*. Teknik yang digunakan dalam pemotretan ini adalah *modeling photography* yang menekankan pada gestur atau gerakan tubuh seorang penari Topeng Cirebon, dengan memanfaatkan cahaya yang tersedia yaitu cahaya matahari. Posisi datangnya cahaya berada ditigaperempat objek, biasa disebut *oval light*. Kemudian foto yang dihasilkan diolah *digital* agar lebih menarik. Berikut salah satu contoh fotografi yang ditampilkan:



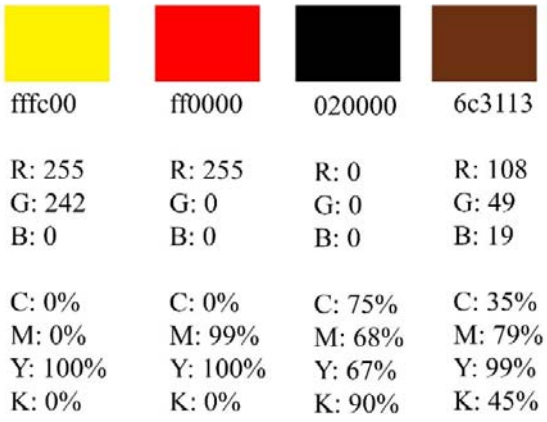
Gambar III.10 Fotografi Panca Wanda
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017.

III.2.6 Warna

Warna merupakan salah satu unsur rupa yang digunakan dalam membentuk keindahan, meskipun masih banyak unsur lain yang mempengaruhinya. Warna juga berfungsi untuk menyempurnakan bentuk dan memberikan karakter terhadap karya seni atau desain. Warna merupakan unsur rupa sehingga warna juga tunduk pada prinsip-prinsip dasar warna, diantaranya: keserasian dominasi, keseimbangan, keselarasan dan kesatuan (Sarwo, 2015).

Dominasi warna dalam karya memiliki keistimewaan, keunggulan, daya tarik, pusat perhatian atau pusat pandangan. Tanpa dominasi, maka akan terasa hambar, tidak ada greget, tidak ada vitalitas, tidak ada pusat perhatian, sehingga tidak menarik. Pada perancangan ini dominasi warna yang digunakan adalah warna hitam, untuk memberikan kesan kedalaman ruang, sehingga unsur visual yang digunakan lebih terlihat menonjol. Warna dalam komunikasi memiliki karakter dan simbolisasinya tersendiri. Sarwo (2015) menjelaskan karakter dan simbolisasi dari beberapa warna, sebagai berikut:

- Kuning: Simbol dari kecerahan, kehidupan, kemenangan, kegembiraan, kemeriahan dan kecemerlangan.
- Merah: Simbol dari api yang merupakan lambang keberanian, kekuatan dan kemarahan. Jika merah berubah menjadi merah muda maka memiliki arti kesehatan, kebugaran, keharuman bunga mawar.
- Putih: Simbol dari kesucian, kemurnian, kekanak-kanakan, kejujuran, ketulusan, kedamaian, ketentraman, kebenaran, kesopanan, keadaan tak bersalah, kehalusan, kelembutan dan kewanitaan.
- Hitam: Simbol dari misterius, jika dikombinasikan dengan warna-warna lain watak hitam akan berubah total. Sebagai latar belakang warna hitam mengasosiasikan kuat, tajam, formal dan bijaksana.
- Coklat: Simbol dari kesopanan, kearifan, kebijaksanaan dan kehormatan.



Gambar III.11 Warna Perancangan
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017.

Warna yang diuraikan diatas merupakan warna-warna yang digunakan dalam perancangan ini. Penggunaan warna digunakan sesuai dengan simbol atau karakter dari setiap tokoh dalam *Panca Wanda*. Warna juga digunakan sebagai simbol, untuk menghadirkan kesan atau suasana.