BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Dalam perancangan sebuah karya tentunya memiliki sasaran kepada siapa karya ini akan di arahkan.

a. Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan *(unisex)*

Pentingnya informasi mengenai manfaat dari tomat sebaiknya diketahui oleh laki – laki dan perempuan maka strategi perancangannya pun disesuaikan untuk laki –laki dan perempuan.

Umur : 7 – 9 Tahun

Target sasaran ditujukan untuk masyarakat yang berusia 7 – 9 tahun, usia tersebut termasuk pada klasifikasi masa kanak -kanak, klasifikasi usia tersebut ditetapkan oleh Depkes RI tahun 2009. Pada aspek ini pekembangannya diawali dengan perkembangan kemampuan mengamati, melihat hubungan dan pemecahan masalah sederhana. Kemudian berkembang ke arah pemahaman dan pemecahan masalah yang lebih rumit.

Status Ekonomi : Semua kalangan

Status ekonomi khalayak ditujukan unuk semua kalangan baik ekonomi menengah, atas, atau bawah.

b. Geografis

Anak-anak yang berada diperkotaan.

c. Psikografis

• Anak-anak yang menyukai buku cerita bergambar.
• Memiliki sikap kreatif dan imajinatif.
• Mampunyai rasa ingin tahu yang besar.

Consumer Insight

Semua orang pasti mendambakan memiliki tubuh yang sehat. Karena dengan memiliki tubuh yang sehat seseorang dapat bebas beraktifitas apapun. Oleh karena itu asupan makanan harus selalu diperhatikan.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan sangat dibutuhkan termasuk dalam menyebarkan informasi. Sebagai landasan dalam merancang media informasi tentang manfaat buah tomat, diperlukan suatu strategi perancangan agar karya yang dihasilkan benar-benar karya yang sudah matang. Strategi perancangan yang akan dilakukan utuk membuat media informasi tentang manfaat buah tomat untuk anak-anak yaitu :

• Membuat buku cerita bergambar untuk anak-anak.

• Membuat media pendukung untuk mempromosika buku tersebut.

III.2.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yaitu cara yang akan dilakukan oleh penyusun dalam memberikan pemahaman dan penyampaian pesan atau informasi kepada target sasaran. Strategi komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah melalui media gambar.

III.2.1.1 Tujuan Komunikasi

Untuk mencapai tujuan komunikasi, dalam hal ini penyampaian pesan yang didalamnya memuat pesan yang berarti bagi target sasaran. Tujuan utama komunikasi yaitu :

- Menginformasikan tentang kegunaan tomat untuk kesehatan tubuh.
- Mengenalkan manfaat tomat kepada anak-anak.
- Membiasakan anak-anak untuk membaca buku.
- Merangsang daya pikir anak-anak agar peka terhadap informasi yang akan disampaikan.
- Meningkatkan wawasan atau pengetahuan terhadap tomat.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam strategi perancangan pendekatan komunikasi mempunyai dua poin utama yang akan menjelaskan maksud dan tujuan dari sebuah perancangan yaitu :

a. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan dengan cara menggunakan strategi bahasa yang tepat. Pendekatan verbal yang digunakan yaitu, bahasa Indonesia karena bahasa Indonesia akan lebih mudah di mengerti dan dipahami oleh pembaca.

b. Pendekatan Visual

Konsep secara visual diharapankan dapat menghasilkan sebuah hasil yang baik bagi audiens. Dalam strategi pendekatan visual pembuatan media informasi ini menghadirkan sebuah figure pahlawan super yang mengilustrasikan manfaat tomat, dan juga menghadirkan figur anak yang dibuat sesuai dengan target audiens.

III.2.3 Mandatory

Penulis memilih penerbit Erlangga For Kids, karena Penerbit Erlangga ini mempunyai dasar dalam menerbitkan buku-buku yang mempunyai latar belakang dalam ilmu pengetahuan. Erlangga For Kids mengkhususkan buku-buku ilmu pengetahuan dengan tema anak-anak. Buku cerita bergambar ini akan disalurkan kepada toko-toko buku besar seperti TB Gramedia dan TB Toga Mas karena disesuaikan dengan target sasaran. Dalam pemilihan penerbit,

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah pengenalan terhadap tomat dan membujuk anak dari yang awalnya tidak menyukai tomat menjadi menyukainya. Kemudian cerita bergambar ini bertujuan memberikan pengetahuan mengenai tomat dengan penyampaian yang informatif sehingga dapat dengan mudah dimengerti oleh anak-anak, dan anak memahami apa manfaat tomat bagi kesehatan tubuh mereka

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia sehari-hari. Gaya bahasa disampaikan dengan informatif yang singkat dan jelas sesuai dengan informasi yang ingin disampaikan, yaitu mengenai manfaat tentang tomat.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan ini yaitu dengan memberikan informasi mengenai Tomat, dan memadukan illustrasi sebagai penyampaian dengan dikemas menjadi media edukasi dalam bentuk buku cerita bergambar. Untuk mendukung perancangan media buku cerita bergambar ini ada beberapa strategi kreatif, yaitu sebagai berikut :

a. Karakter Visual

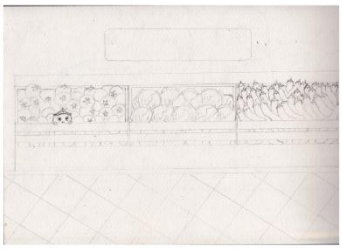
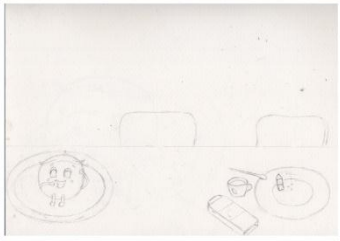
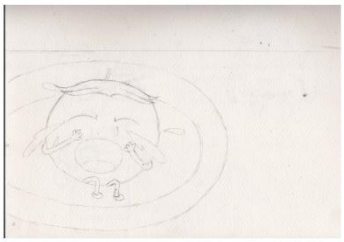
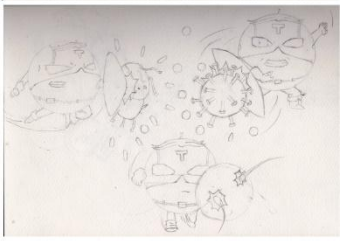
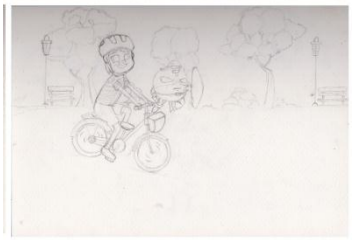
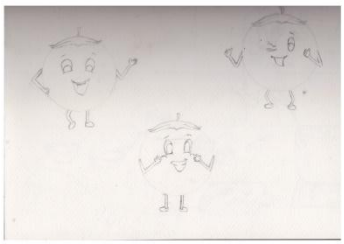
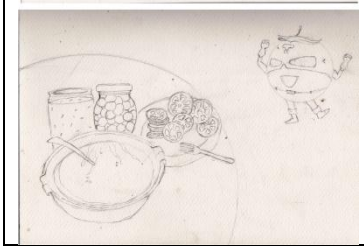
Pembuatan karakter visual dilakukan dengan cara menganalisis yang nantinya akan divisualisaikan. Dalam pembuatan media informasi ini adalah memberikan kesan kartun pada penggunaan ilustrasinya. Maka didapatlah karakter yang sesuai dengan target audiens.

b. Referensi

Referensi adalah sumber acuan yang dilakukan seseorang untuk membantu mendapatkan sebuah informasi. Untuk menginspirasi dalam pembuatan buku bergambar, referensi sangatlah dibutuhkan untuk mendapatkan ide – ide dalam pembuatanya.

c. Storyboard

Pembuatan *storyboard* bertujuan aga memudahkan dalam merangkai dan membuat alur cerita dengan baik. Menurut Halas (seperti dikutip Barasa Haidi,2013) storyboard merupakan rangkaian gambar manual yang dibuat secara keseluruhan sehingga menggambarkan suatu cerita.

Visual	Halaman	Visual	Halaman
	1 dan 2		3 dan 4
	5 dan 6		7 dan 8
	9 dan 10		11 dan 12
	13 dan 14		15 dan 16
	17 dan 18		19 dan 20
	21 dan 22		

Tabel III.1 *storyboard*
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

III.2.7 Strategi Media

Media adalah salah satu hal terpenting dalam penyampaian sebuah informasi, yaitu sebagai alat penghubung untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran. Maka diperlukan media yang sesuai agar informasi mudah dipahami dengan baik. Media yang akan digunakan dalam perancangan media informasi ini berupa media utama dan media pendukung, media utama yang berisi informasi yang lengkap untuk disampaikan, dan media pendukung yang menunjang dari media utama.

III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang digunakan dibuat dalam bentuk buku cerita bergambar untuk anak-anak. Diharapkan dengan menggunakan buku cerita bergambar ini, informasi yang disampaikan bisa diterima dengan baik. Menurut Rothlein, L., & Meinbach, A. M., (seperti dikutip Dhanumurti, 2009). Buku Cerita bergambar adalah buku cerita yang disajikan dengan menggunakan teks dan ilustrasi atau gambar. Buku cerita bergambar ini biasanya ditujukan pada anak-anak. Untuk anak usia SD kelas rendah, gambar berperan penting dalam proses belajar membaca dan menulis. Buku bergambar lebih dapat memotivasi mereka untuk belajar. Dengan buku bergambar yang baik, anak-anak akan terbantu dalam proses memahami dan memperkaya pengalaman dari cerita.

III.2.7.2 Media Pendukung

Selain media utama yang akan digunakan untuk pembelajaran, dipilih juga beberapa media pendukung untuk membantu mempromosikan media utama. Adapun media-media

- x-banner

  x-banner ini disimpan di toko-toko buku dengan maksud agar pengunjung mengetahui bahwa buku bergambar “MISI RAHASIA TUAN TOMAT” telah terbit dan tersedia di took-toko buku tersebut.

- *Mug*

  Souvenir tidak hanya dimanfaatkan sebagai hadiah saja yang diberikan secara percuma atau sebagai ucapan tanda terima kasih, bahwa dengan pemberian hadiah souvenir ini cukup banyak menarik perhatian minat calon pembeli untuk datang.
- Topi

  Tujuan pemilihan media pendukung topi adalah selain sebagai souvenir, juga sebagai pelindung targer audiens dari paparan sinar matahari saat bermain diluar ruangan.
- T-shirt

  Souvenir tidak hanya dimanfaatkan sebagai hadiah saja yang diberikan secara percuma atau sebagai ucapan tanda terima kasih, bahwa dengan pemberian hadiah souvenir ini cukup banyak menarik perhatian minat calon pembeli untuk datang.
- Pin

  Tujuan pemilihan media pendukung pin adalah selain sebagai souvenir, juga sebagai hiasan atau cendra mata.
- Stiker

  Merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel. Bisa ditempel dimana saja. Stiker ini juga kadang-kadang menjadi nilai kebanggan tersendiri bagi pemasangnya.(konsumen)

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Jadwal penyebaran media dilakukan selama tiga bulan. Penyebaran dilaksanakan pada awal bulan Juni 2017 dan berakhir pada bulan Agustusi 2017 karena pada bulan Juni bertepatan dengan liburan sekolah anak-anak.

Media Utama

Jadwal Penyebaran Media	Media Utama	Penempatan Media
Juni – Agustus 2017	Buku "MISI RAHASIA TUAN TOMAT"	-Toko buku Gramedia -Toko buku Toga Mas - DLL

Tabel 3.1 Penyebaran media utama

Media Pendukung

Jadwal Penyebaran Media	Media Pendukung	Penempatan Media
Juni – Agustus 2017	Mini x-banner	- Toko Buku
Juni – Agustus 2017	Gimmick (marchandice)	- Toko Buku

Tabel 3.2 Penyebaran media pendukun

III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format buku cerita bergambar ini berukuran 17 cm x 17 cm. pemilihan format ini bertujuan untuk memudahkan anak-anak untuk membacanya, Buku ini terdiri dari 12 lembar dan 26 halaman yang isinya menceritakan tentang pemaparan terhadap tomat.

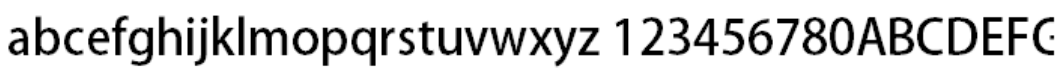
III.3.2 Tata Letak *{Layout}*

Layout adalah bentuk pengaturan beberapa elemen yang menjadikan pesan lebih berarti. Tata letak dalam buku cerita bergambar ini adalah dengan menempatkan ilustrasi secara penuh di tiap halaman, Tata letak ini disusun agar pembaca tidak kebingungan dalam memahami isi cerita buku bergambar ini.

III.3.3 Tipografi

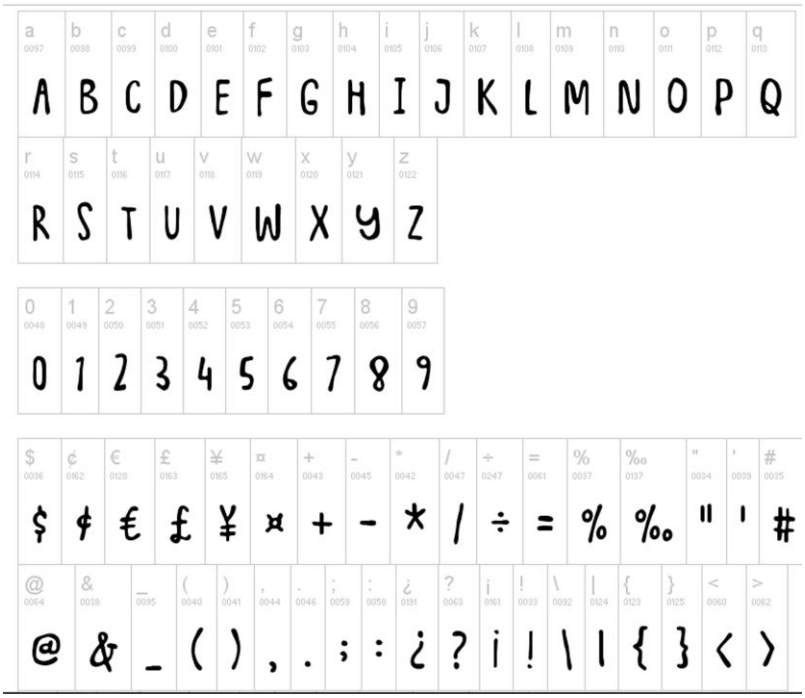
Lazlo Moholy (seperti dikutip Kusrianto, 2007) berpendapat bahwa tipografi alat komunikasi. Oleh karena itu, tipograpi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas *(clarity),* dan terbaca *(legibility).* Eksekusi terhadap desain tipograpi dalam rancangan grafis pada aspek legibility akan mencapai hasil yang baik bila melalui proses investigasi terhadap makna naskah, alasan-alasan kenapa naskah harus dibaca, serta siapa yang membacanya. Jenis huruf yang digunakan pada setiap media berbeda-beda. Hal ini menyesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat keterbacaan huruf itu sendiri.

Adobe Fan Heiti



Gambar III.2 Adobe Fan Heiti
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Jenis huruf ini digunakan pada isi buku cerita bergambar. Tingkat keterbacaan yang jelas menjadi alasan dipilihnya jenis huruf ini. Sedangkan untuk judul di pilih jenis huruf Junkyard Plush DEMO. Jenis huruf Junkyard Plush DEMO digunakan pada judul dan beberapa media yang lainnya. Di karenakan karakteristiknya bersifat kuat,



Gambar III.3 Junkyard Plush DEMO
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Hasan Alwi (seperti dikutip Baskara, 2011) Ilustrasi adalah Gambar untuk membantu memperjelas isi buku, atau karangan. Bentuk gambar ilustrasi dapat berupa : foto, karikatur, kartun, potret manusia, binatang, dan tumbuh - tumbuhan. Ilustrasi dilihat dari segi teknisnya dapat digolongkan menjadi beberapa teknik, teknik yang digunakan dalam pembuatan buku bergambar ini adalah teknik Ilustrasi Tangan *(Hand Drawing*) yaitu gambar teknik ilustrasi dengan cara mengandalkan keterampilan tangan sepenuhnya baik itu menggunakan kuas, pensil, pena, air brush dan alat-alat yang dipakai menggambar lainnya.



Gambar III.4 tokoh utma
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Tomat adalah tokoh utama dalam pembuatan buku ini, tomat dibuat menyerupai tokoh superhero dengan gaya gambar kartun di tujukan agar anak-anak merasa tertarik.

III.3.5 Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculya rasa haru, sedih, gembira, mood, atau semngat, dll. Adi (2007 : hal 46)

Karakteristik warna-warna perlu jadi pertimbangan dalam aplikasi warna agar tercapai tujuan yang diinginkan oleh seniman maupun desainer. Warna pada buku bergambar ini mengacu kepada warna-warna sejuk dan warna tegas. Alasannya adalah untuk memunculkan karakter dari cerita itu sendiri. Diharapkan warna-warna tersebut dapat menarik perhatian anak-anak. Dibawah ini beberapa warna yang digunakan,



Gambar III.5 warna

Sumber: Dokumen pribadi (2017).

Beberapa penjelasan mengenai warna yg digunakan dalam buku bergambar ini.

• Hijau

Merupakan warna yang banyak digunakan karena warna ini memiliki kesan alami, segar, kekeluargaan dan warna religius. Oleh karena itu warna hijau dipilih untuk mewarnai rumput dan kebun.

• Kuning

Warna yang bisa mewakili kesan kehangatan, semangat dankeseimbangan. Oleh karena itu warna ini dipilih untuk mewarnai baju Nina (karakter anak-anak dalam buku ini).

• Merah

Mewakili kesan kekuatan dan kesungguh-sungguhan dan warna merah juga sebagai menjadi warna pokok pandangan mata.

• Biru

Memiliki kesan kepercayaan, konservatif, keamanan dan keteraturan.

• Coklat

Warna coklat digunakan karena mewakili warna tanah, dan memiliki kesan nyaman.