BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Informasi yang dibuat perlu disampaikan dan agar penyampaian informasi mengenai fenomena anak jalanan bisa berjalan lancar, maka segmentasi untuk target sasaran pemberian informasi perlu ditentukan, khalayak sasaran dibagi menjadi dua bagian yaitu kelompok sasaran primer dan kelompok sasaran sekunder.

a) Kelompok Sasaran Primer

Kelompok sasaran primer merupakan target audiens utama dalam menyampaikan media informasi dalam bentuk foto esai ini. Untuk batasan dari sasaran primer dibagi menjadi 3 bagian sebagai berikut :

- **Demografis**
  - Pria dan wanita.
  - Remaja akhir dan dewasa awal.
  - Kalangan menengah ke atas dengan rentang usia 20 hingga 35 tahun.
  - Berlatar belakang pendidikan atau sudah bekerja.
- **Geografis**

  Daerah perkotaan maupun daerah yang masih berkembang di Indonesia karena pada umumnya banyak juga anak jalanan yang berasal dari daerah-daerah yang masih berkembang.
- **Psikografis**

  Santrock (2002) menjelaskan “konflik sehari-hari yang mencirikan relasi orang tua-remaja sebenarnya dapat berperan sebagai fungsi perkembangan yang positif. Perselisihan dan perundingan kecil dapat mempermudah transisi remaja dari tergantung pada orang tua menjadi seorang individu yang memiliki otonom. Remaja yang mengalami konflik orang tua -remaja yang berat, menghasilkan berbagai dampak negative bagi remaja” (h.50).
  - Menyukai fotografi.
  - Menyukai membaca buku.

- Masyarakat yang memiliki rasa peduli dengan apa yang dilihat dan dirasakannya.

b) Kelompok Sasaran Sekunder

Kelompok sasaran sekunder merupakan masyarakat umum yang tinggal di daerah perkotaan maupun daerah berkembang.

c) *Insight*

a. *Consumer Insight*

Nama : Fachrul Amali F

Pria, 21 tahun, mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Komputer Indonesia. Lahir di Kota Bandung dan sekarang berdomisili di Kota Bandung. Fachrul adalah seorang pemuda dan juga mahasiswa yang memiliki kegemaran bermain game dan aktif di media sosial yang sedang populer sekarang yaitu instagram. Fachrul juga terkadang meluangkan waktunya untuk bermain juga belajar tentang fotografi meskipun belum sepenuhnya untuk fokus memperlajari dan mendalami.

Expectation

Tertarik dengan *game*, hal-hal yang baru juga tertarik melakukan *travelling.*

Insight

Memiliki ketertarikan untuk mencoba suatu hal yang baru seperti pada *game* juga Fachrul memiliki ketertarikan melakukan *travelling*, atau sekedar bermain untuk menenangkan pikiran sambil memperlajari tentang fotografi.

Meskipun biaya seringkali menjadi kendala untuk melakukan hal-hal tersebut akan tetapi tidak pernah habis ide, karena masih banyak sesuatu hal-hal yang baru bisa dilakukan tanpa banyak mengeluarkan banyak biaya.

- ***Consumer Journey***

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber : Dokumentasi pribadi (2017)

Waktu	**Aktivitas**	**Tempat**
06 : 00	Bangun Tidur	Kamar
06 : 30	Cek HP & Media Sosial	Kamar
07 : 30	Mandi	Kamar Mandi
08 : 00	Sarapan	Kamar
08 : 15	Persiapan Kuliah	Kamar
08 : 30	Berangkat Kuliah	Jalan Raya
09 : 00	Kuliah	Kampus – Kelas
10 : 30	Selesai Kelas	Kampus – Kelas
10 : 45	Kumpul bersama teman kampus	Halaman Kampus
12 : 00	Makan Siang	Kantin
13 : 00	Kuliah Siang	Kampus - Kelas
14 : 30	Selesai Kelas	Kampus - Kelas
15 : 00	Pulang Kuliah	Jalan Raya
16 : 00	Pergi Jalan-jalan	Alam
16 : 30	Kumpul bersama teman	Cafe
18 : 30	Pergi mencari tempat makan	Jalan Raya
19 : 00	Makan Malam & Kumpul	Tempat Makan / Cafe
20 : 30	Pulang	Jalanan
21 : 00	Sampai Rumah	Rumah
21 : 15	Mandi	Kamar Mandi
21 : 30	Bermain *laptop* & *handphone*	Kamar
23 : 00	Mengerjakan tugas kuliah	Kamar
01 : 00	Tidur	Kamar

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat diperlukan agar informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dan isi dari informasi tersebut adalah seputar tentang kehidupan dan kegiatan sehari-hari anak jalanan Kota Bandung dimulai dari siang hari sampai sore khususnya anak-anak jalanan yang

berada di persimpangan Jl. Laswi dan persimpangan Jl. Gatot Subroto. Karena pada umumnya kegiatan anak-anak jalanan tidak menentu maka dari itu anak jalanan seringkali disebut memiliki karakter yang dinamis atau karakter yang tidak menentu.

Solusi yang dibuat adalah dengan menggunakan media yang isinya terdiri dari informasi mengenai kegiatan anak jalanan sehari-hari, yang dibagi menjadi dua waktu dalam satu hari yaitu kegiatan anak jalanan disiang hari selanjutnya kegiatan anak jalanan disore hari. Karena sebagian dari jumlah anak jalanan yang ada di jalan Laswi dan jalan Gatot Subroto masih bersekolah maka dari itu kegiatan anak-anak pun pasti berbeda dari waktu ke waktu. Informasi yang disajikan berupa lampiran foto yang didampingi oleh penjelasan berupa teks dan dibagi menjadi dua bagian, pada tiap-tiap foto akan diberikan judul atau pendahuluan singkat mengenai kejadian foto tersebut.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Setiap pesan yang ingin disampaikan selalu memiliki tujuan begitu juga dalam hal berkomunikasi, karena pada umumnya komunikasi dilakukan oleh dua orang ataupun lebih karena sejatinya manusia ialah mahluk sosial. Maka dari itu dalam hal perancangan sebuah buku yang berisikan foto esai ini memiliki tujuan dalam hal penyampaiannya, tujuannya adalah untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang fakta-fakta anak jalanan yang ada di kota Bandung khususnya yang memiliki rasa empati terhadap fenomena sosial.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi menurut kamus besar Bahasa Indonesia merupakan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yg dimaksud dapat dipahami. Proses penyampaian pesan informasi terdiri dari gagasan, emosi baik berupa teks, visual maupun verbal dan juga bisa dengan disengaja ataupun tidak disengaja. Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada target, maka dibutuhkan sebuah strategi untuk menyampaikan informasi mengenai produk kepada khalayak sasaran.

a) Pendekatan Visual

Strategi komunikasi pendekatan visual yang digunakan adalah merancang media buku yang berisi foto-foto anak jalanan dengan gaya foto jurnalis, foto-foto tersebut akan disusun dan dibuat bercerita yang disebut foto esai. Tujuan memilihi foto esai adalah agar setiap foto yang disusun didalam sebuah buku dapat mudah dipahami dan diresapi oleh pembaca ketika melihat dari setiap foto yang disusun dan dibuat bercerita.



Gambar III.1 Contoh Pendekatan Visual
Sumber: Human Interest Photography (2017)

b) Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan ialah bahasa Indonesia baku yang disusun dengan menggunakan paragraf deskripsi, dari setiap foto akan diberikan penjelasan dengan tujuan memperkuat foto guna memudahkan pembaca untuk lebih memahami dari setiap foto.

III.2.3 *Mandatory*

Perangcangan media informasi buku esai fotografi ini akan bekerja sama dengan penerbit buku yang mendukung dalam perancangan dari awal hingga produksi bahkan menerbitkan karya buku esai fotografi ini. Salah satu penerbit tersebut

adalah PT Grafindo Media Pratama yang merupakan anak perusahaan dari PT Karya Kita atau sering juga disebut dan dikenal PT Karya Kita Group. PT Grafindo Pratama didirikan oleh H.Syaifullah Sirin pada tahun 1970 di Kota Bandung dengan berbekal satu unit mesin cetak.

Perusahaan ini menjadi salah satu perusahaan percetakan yang terbilang tua dan sudah memiliki cabang hampir di tiap-tiap kota besar yang ada di Indonesia. Dengan memilihnya perusahaan percetakan di Bandung karena yang menjadi khalayak sasaran yang pertama adalah hanya daerah Kota Bandung dan sekitarnya, dengan harapan dapat menjadi perwakilan kota-kota besar yang lain.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan dalam perancangan buku esai fotografi ini ialah ingin memberitahukan kepada masyarakat perihal fakta-fakta dari kondisi anak jalanan yang ada di Kota Bandung, dengan tujuan dapat menimbulkan rasa empati masyarakat terhadap kondisi anak jalanan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan buku esai fotografi ini adalah gaya bahasa parabel yang menggunakan ungkapan suatu pelajaran atau nilai dalam hidup tetapi dikiaskan atau disamarkan dalam cerita.

III.2.6 Strategi Kreatif

Dalam setiap penyampaian informasi dibutuhkan strategi dalam penyampaiannya, mengingat banyaknya media informasi dengan berbagai cara dalam penyampaiannya. Untuk memberitahukan tentang adanya produk buku esai fotografi yang mengangkat tentang kondisi anak jalanan ini, maka sangat dibutuhkan strategi kreatif guna menarik perhatian masyarakat dan menumbuhkan minat untuk membaca. Buku ini sendiri memiliki perbedaan dengan buku-buku foto esai lainnya, buku ini berisikan foto-foto kondisi dan fenomena anak jalanan dengan gaya foto jurnalis dan dari setiap foto diberi penjelasan dan sedikit cerita untuk memperkuat dari cerita foto tersebut.

a. *Copywriting*

"Geliat Lampu Merah"

Geliat :

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia geliat memiliki arti meregangkan badan, bisa juga memiliki arti sudah menjadi kebiasaan. Jadi geliat disini memberikan arti kehidupan anak-anak yang berada di jalanan sudah menjadi kebiasaan sehari-hari, kegiatan yang dilakukan yaitu berjualan, membersihkan kendaraan dengan kemoceng, dan mengamen.

Lampu :

Lampu dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti alat untuk menerangi dan bisa juga perihal seseorang yang hidupnya sangat melarat.

Merah :

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merah memiliki arti warna serupa dengan warna darah atau bisa juga terlihat bagus akan tetapi sebenarnya tidak.

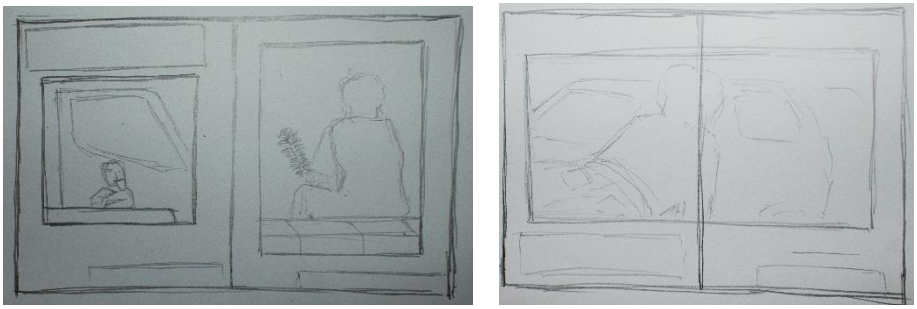
Jadi secara keseluruhan *Geliat Lampu Merah* memiliki arti kehidupan anak jalanan yang bekerja sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan ekonomi karena faktor kemiskinan yang dialami olehnya dan juga keluarganya, kehidupan anak-anak jalanan dapat ditemui disetiap persimpangan lampu merah.

b. *Storyline*

Storyline sangat dibutuhkan untuk dalam setiap pembuatan karya dan cerita karena *storyline* merupakan salah satu pendukung kuatnya sebuah cerita, munculnya keinginan dan timbulnya sebuah ide untuk mengangkat fenomena anak jalanan adalah bagian dari pengetahuan fotografer. Bagaimana cara pemahaman seorang fotografer dalam memahami fenomena anak jalanan yang ada di Kota Bandung.

c. *Storyboard*

Storyboard adalah gambaran dasar dari sebuah cerita atau produk yang akan dibangun oleh penulis, *storyboard* memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah rancangan karya karena *storyboard* sendiri merupakan gagasan awal atau ide dari penulis.



Gambar III.2 Contoh *Storyboard*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

d. Visualisasi

Visualisasi adalah bentuk pengubahan dari konsep menjadi media gambar atau objek yang berbentuk visual dalam artian dapat dilihat secara langsung adapun penjabaran dari visualisi karya sebagai berikut:

1. Aspek Naratif

   Cerita dalam buku ini sendiri pada umumnya membahas tentang fenomena yang terjadi di jalanan yang meliputi anak-anak dibawah umur. Buku esai fotografi ini akan memberikan gambaran sekaligus menceritakan tentang kegiatan apa saja yang dilakukan anak jalanan, dan memberikan persepsi kepada pembaca seolah-olah anak jalanan yang ada di dalam foto menceritakan secara langsung tentang aktivitas yang dilakukannya.

   Pengambilan foto sendiri lebih fokus pada dua lokasi yaitu di perempatan jalan Laswi dan perempatan jalan Gatot Subroto, karena di tempat tersebut anak-anak yang bekerja di jalanan akan mudah ditemui. Kegiatan anak-anak yang ada di jalan-jalan tersebut tidak menentu, kadang anak-anak melakukan kegiatannya sebagai penjual tisu, pembersih kaca mobil, dan pengamen. Selain itu anak-anak terkadang melakukan kegiatan layaknya anak-anak pada umumnya seperti

bermain atau sekedar bercanda gurau, hanya saja anak-anak yang ada di jalanan tetap melakukannya di jalan tempat mereka mencari uang.

2. *Gesture* atau Sikap Tubuh

   Gesture secara keseluruhan dari foto-foto yang ada di dalam buku Geliat Lampu Merah adalah *gesture* yang terjadi secara spontan yang dilakukan anak-anak dijalanan. Dapat disimpulkan juga *gesture* tubuh secara keseluruhan yang penggambaran rasa sedih dan lelah, meskipun demikian anak-anak tetap harus melakukan kegiatannya meski kadang dengan berat hati.

3. Ekspresi

   Ekspresi yang dibangun dari setiap foto adalah ekspresi sedih, senang, lelah, semangat, yang keseluruhan terjadi secara spontan di lokasi tempat

   pengambilan foto.

4. *Property*

   Property yang digunakan dalam foto adalah *property* anak-anak yang dibawa pada waktu itu atau pada waktu dimana mengambil foto, diantaranya tisu, kantung pelastik besar yang biasa digunakan untuk membawa tisu, tas punggung, topi, gitar, atau mungkin kemasan minuman gelas bekas yang digunakan untuk mengumpulkan uang pada saat mengamen.

5. Waktu

   Waktu pengambilan foto dilakukan setelah jam pulang sekolah, dimulai dari pukul 13.00 WIB sampai sore pukul 18.00 WIB, akan tetapi anak-anak lebih sering berdatangan ke jalan pada pukul 14.30 WIB sampai 15.00 WIB karena pada jam tersebut matahari sudah tidak terlalu panas.

6. Tempat

   Tempat yang dipilih dalam pengambilan foto adalah Jalan Gatot Subroto dan Jalan Laswi Kota Bandung.

Dan dibawah ini salah satu contoh dari perwujudan konsep visual yang akan disusun dalam bentuk buku esai fotografi.



Gambar III.3 Contoh Visualisasi Karya
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

III.2.7 Strategi Media

Strategi media yang dirancang akan disesuaikan dengan kebutuhan khalayak sasaran dalam hal keefektifan penyampaian pesan serta informasi, guna khalayak sasaran yang melihatnya akan tertarik. Adapun media yang akan digunakan dibagi menjadi dua bagian diantaranya adalah sebagai berikut:

A. Media Utama

Media utama yang akan dirancang adalah buku fotografi yang berisikan foto esai atau foto yang bercerita, karena foto esai memiliki kekuatan dalam hal penyampaian pesan kepada khalayak sasaran. Pada umumnya sebuah karya fotografi memiliki cerita namun akan lebih kuat dan mudah difahami oleh khalayak sasaran, apabila foto tersebut didampingi dengan sedikit cerita atau penjelasan sesuai dengan kejadian yang ada dalam foto.

Sejatinya sebuah karya foto akan lebih mudah diingat dan dinikmati dibandingkan dengan sebuah karya tulis, foto esai ini diambil dengan gaya

foto jurnalis dan sesuai dengan sudut pandang fotografer. Setelah itu foto-foto akan disusun dan saling terhubung antara satu dengan yang lainnya. Foto esai sendiri memiliki daya tarik yang lain yaitu narasi atau cerita yang ada disetiap bagian foto, cerita tersebut akan menjadi pengantar pembaca untuk memahami lebih dalam juga untuk memperkuat foto-foto tersebut.

B. Media pendukung

Dalam perancangan strategi media tentunya membutuhkan media-media tambahan guna memberikan dampak yang baik untuk media utama, media tersebut biasa disebut sebagai media pendukung. Media pendukung sendiri memiliki beberapa bagian diantaranya adalah:

a. Media Promosi

- **Poster**

  Poster digunakan sebagai media pendukung untuk mempromosikan atau memperkenalkan media utama kepada audiens, media poster ini akan dicetak menggunakan kertas *art paper* 210 gram. Poster akan diletakan di tempat-tempat yang sering dikunjungi banyak orang.

- **X-Banner**

  X-banner sebagai media pendukung yang biasa digunakanan saat media utama yaitu buku esai fotografi akan diterbitkan atau digunakan saat *launching* buku tersebut. X-banner akan ditempatkan di toko-toko buku dengan ukuran 160 cm x 60 cm yang dicetak menggunakan bahan Flexi Korea.

- **Stiker**

  Stiker digunakan sebagai media yang dibagikan saat pembelian buku gratis mendapatkan stiker, dan stiker juga digunakan sebagai media pengingat karena stiker pada umumnya ditempel ditempat-tempat strategis dan sering dilihat oleh orang banyak.

Stiker ini berukuran 6 cm x 7 cm, 5,4 cm x 8 cm, dan 3,3 cm x 9 cm stiker akan dicetak menggunakan bahan Vinyl Doff.

- ***Flyer* Instagram**

  Instagram *banner* akan dibuat oleh penulis untuk mendukung media promosi, mengingat perkembangan dan banyaknya pengguna media sosial Instagram maka penulis memanfaatkan kesempatan ini. Instagram *banner* ini akan dibuat dengan ukuran 8:10 dan akan *diposting* oleh para pengguna Instagram yang sudah menjadi *influencer* atau yang sudah memiliki banyak jumlah *followers* atau bisa juga *dipost* oleh akun yang informatif seperti infobdg.

b. Merchandise

- ***T-shirt***

  T-shirt akan menjadi *merchandise* utama dalam pemasaran buku ini, *t-shirt* ini akan didesain dengan menampilkan langkah kaki seorang anak yang tidak beralaskan sandal. *T-shirt* ini nantinya akan dijual dengan harga delapan puluh ribu rupiah yang nantinya uang hasil penjualan akan dibelikan buku pelajaran lalu disumbangkan kepada anak jalanan. *T-shirt* tersebut akan memilih bahan *cotton combat* berwarna hitam dan menggunakan model sablon *Direct To Garmen* atau biasa disebut DTG.

- **Poster Tempel**

  Poster tempel ini akan digunakan sebagai *merchandise* yang nantinya akan dibagikan secara gratis kepada setiap 20 orang yang membeli buku pertama. Poster tempel ini akan dicetak menggunaan kertas *art paper* 210 gram.

- ***Tote Bag***

  Tote bag berperan sebagai *merchandise* yang nantinya *tote bag* ini akan diberikan harga sebesar enam puluh ribu rupiah, *tote bag* diproduksi sebanyak 100 buah, akan tetapi tidak menutup kemungkinan jika dikemudian hari akan diproduksi kembali jika banyaknya minat dari audiens.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan perencanaan penyebaran media utama dan media pendukung dalam kurun waktu tertentu. Dengan tujuan untuk mempermudah dalam hal mengorganisir dan mempermudah dalam hal penyebaran informasi secara akurat kepada target audiens. Secara geografis buku esai fotografi ini akan disebarkan terlebih dahulu di Kota Bandung, adapun jadwal distribusi sebagai berikut:

Tabel III.2 Tabel Distribusi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Month	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec
Instagram Banner	■	■	■	■	■							
Poster Utama	■	■	■									
X-banner	■											
Instagram Banner						■	■	■	■	■	■	■
Poster Tempel	■											
Sticker 1	■	■	■	■								
Sticker 2					■	■	■	■				
Sticker 3									■	■	■	■
T-Shirt	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tote Bag	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang dirancang dan digunakan adalah konsep buku esai fotografi dengan memadukan antara foto dengan cerita singkat tentang foto-foto yang ada dalam buku tersebut. Foto-foto yang ada dalam buku ini akan diambil dengan gaya foto jurnalis, yaitu mengabadikan moment dengan tanpa rekayasa sesuai dengan apa yang dialami sang fotografer. Sedangkan cerita yang ada pada tiap-tiap bagian dari foto akan menceritakan tentang foto tersebut.



Gambar III.4 Contoh Konsep Visual
Sumber: Human Interest Photography (2017)

III.3.1 Format Desain

Format desain dalam hal perancangan tentunya diperlukan, agar objek yang akan dirancang nanti sesuai dengan apa yang diinginkan, dan rincian format desain pada buku ini akan dijelaskan sebagai berikut:

Layout *:* Portrait
Jenis kertas : Art Paper
Cover : Soft Cover Doff
Ukuran : 21 cm x 25,25 cm
Isi : 66 halaman

III.3.2 Tata Letak *(Layout)*

Layout adalah penyusunan antara elemen-elemen yang berbeda baik berbentuk gambar ataupun teks menjadi satu kesatuan dan menjadi komunikatif, sehingga memudahkan pembaca dalam hal menerima informasi yang disampaikan.

Layout foto dalam buku esai fotografi ini sendiri akan dibuat menjadi tiga macam *layout* yaitu foto *portrait*, foto *landscape*, dan foto berukuran 1:1 atau foto berbentuk persegi.

III.3.3 Tipografi

Steven Heller (seperti dikutip Hasibuan dan Kartono, 2012) adapun tujuan dalam tipografi adalah dapat menginformasikan, mendokumentasi, membujuk, menghibur, atau mendapat tanggapan. Bentuk visual dalam tipografi dapat membantu menarik perhatian, memberi kesan dan maksud dari isyarat tertentu.

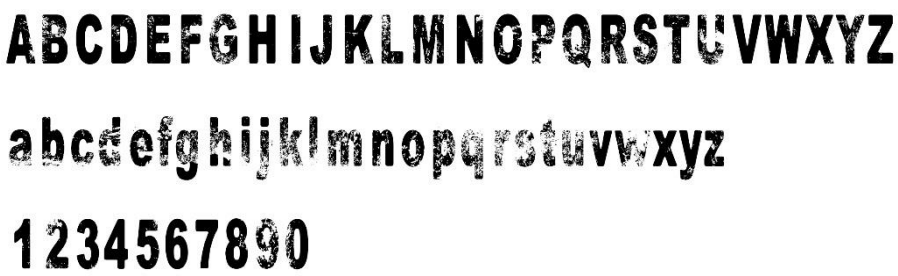
Judul foto akan menggunakan dua *font,* untuk tulisan "Geliat" akan menggunakan *font TW Cen MT Bold.* Penggunaan *font Tw Cen Mt Condensed Bold* pada judul buku bertujuan untuk mewakili besarnya semangat anak-anak jalanan untuk terus berusaha untuk kelangsungan pendidikan dan membantu perekonomian keluarga mereka.



Gambar III.5 *Font TW Cen MT Condensed Bold*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Sedangkan untuk tulisan "Lampu Merah" akan menggunakan *font Boring* pemilihan *font Boring* untuk menggambarkan kerasnya hidup di jalanan, namun anak-anak jalanan tetap berusaha membantu perekonomian keluarga mereka dan juga anak-anak terus berjuang demi pendidikan dan masa depan mereka.

Karena meski *font* ini terlihat pudar dan hancur namun jika bersatu secara keseluruhan akan tetap utuh dan terbaca, seperti semangat anak-anak dijalanan yang saling menyemangati satu sama lain.



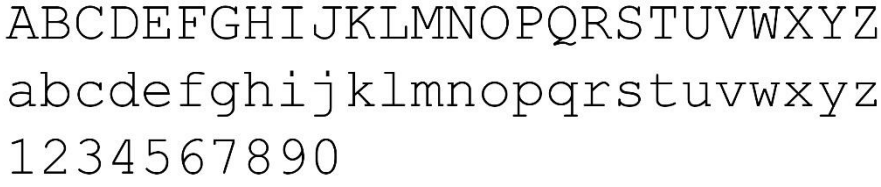
Gambar III.6 *Font Boring*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Sedangkan untuk *font* isi dari buku akan masih menggunakan dari keluarga *font TW Cen MT* yaitu *font TW Cen MT Condensed Regular* yang digunakan pada *story* dari setiap foto guna pembaca dapat membaca dengan mudah dan jelas dan dibawah ini adalah gambaran dari *font* tersebut.



Gambar III.7 *Font TW Cen MT Condensed Regular*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Dan yang terakhir adalah penggunaan *font* untuk penjelasan *history* kamera saat melakukan foto seperti pengaturan iso, *shutter speed*, dan diafragma akan menggunakan *font Courier New* dan dibawah ini gambaran dari *font* tersebut.



Gambar III.8 *Font Courier New*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

III.3.4 Illustrasi

Perancangan illustrasi yang digunakan pada media utama buku ini adalah menggunakan teknik fotografi. Teknik fotografi sendiri pada umumnya memiliki arti yaitu mengambil gambar dengan menggunakan media kamera dan mendapatkan bantuan cahaya. Sedangkan jenis gaya fotografi yang digunakan ialah dengan gaya foto jurnalistik yaitu yang memiliki arti karya dari berbagai peristiwa yang disampaikan kepada masyarakat seluas-luasnya dengan waktu yang cepat.
Dibawah ini adalah penjabaran proses pembuatan illustrasi sebuah foto jurnalis:

1. Genre Fotografi

   Penulis memilih genre foto jurnalis dalam perancangan buku esai fotografi ini karena bertujuan menyajikan foto yang memiliki cerita, objek yang diambil merupakan hal-hal atau kejadian yang terjadi di sekitar pencarian data yang sudah dikerucutkan yaitu di Jalan Gatot Subroto dan Jalan Laswi. Dari setiap foto yang dihasilkan merupakan kejadian sesungguhnya tanpa memihak dan tanpa rekayasa atau tanpa didirect terlebih dahulu oleh fotografer.

2. *Angle Of View*

   - *Eye Level* pada umumnya *angle* yang sering kali digunakan dalam fotografi, fotografer memilih *angle* ini bertujuan agar tidak menyulitkan fotografer dalam pengambilan foto karena antara tinggi objek dan kamera yang dibidik oleh fotografer sejajar. Dalam *angle* ini posisi arah lensa dan kamera sama persis dengan mata fotografer ketika melihat objek, *angle* ini biasa digunakan untuk memotret manusia dan aktivitasnya.

   - *Low Anggle* fotografer menggunakan *low angle* bertujuan untuk mengambil gambar dengan secara diam-diam karena mengingat objek yang diambil adalah anak-anak yang memiliki rasa takut akan fotografer yang beraktivitas di jalanan. Karena dalam pikiran mereka foto tersebut

akan dilaporkan kepada Dinas Sosial, Satpol PP, atau akan dijadikan sebagai foto meminta sumbangan.

3. *Point Of Interest*

   Point Of Interest (POI) pada umumnya memiliki arti fokus atau titik utama dari sebuah karya foto dimana titik tersebut menjadi inti cerita dari sebuah foto. Yang menjadi POI pada semua foto yang ada dalam buku esai fotografi ini adalah anak jalanan yang berperan sebagai objek utama dalam membangun sebuah karya foto esai. Dari *cover* hingga akhir audiens akan disajikan berbagai macam kegiatan anak jalanan yang menjadikannya sebagai POI, guna mempermudah audiens memahami dari isi buku tersebut.

4. Komposisi

   Rule of Third komposisi ini adalah salah satu komposisi dasar dari fotografi dalm teknik ini adalah dimana menempatkan objek pada sepertiga bagian dalam *frame*. Namun ada juga dari beberapa foto menggunakan komposisi ditengah atau objek foto berada tepat ditengah-tengah *frame*.

5. *Tone Color*

   Foto akan memasuki tahap *editing* dengan mengatur *brightness, contrast, highlight, shadow, tone,* karena foto jurnalis sendiri pada umumnya tidak melewati tahap *editing* yang berlebihan dan beberapa dari foto akan melalui proses *editing* secara *black* and *white* dengan tujuan foto-foto terlihat lebih dramatis.

Dan dibawah ini salah satu contoh dari perwujudan illustrasi kedalam bentuk foto yang nantinya akan disusun dan ditempatkan dalam bentuk buku esai fotografi.

.



Gambar III.9 Foto Anak Jalanan Menawarkan Tisu
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

III.3.5 Warna

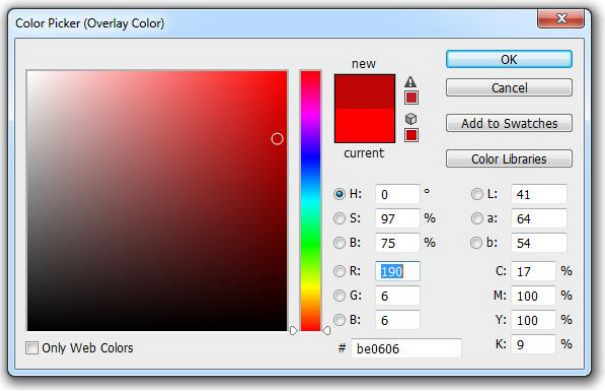
Warna yang akan digunakan pada *layout* buku ini adalah warna merah, hitam dan warna putih. Warna dalam dunia komersil sangatlah penting tidak hanya dalam dunia komersil namun dalam dunia desain atau dalam dunia sehari-haripun sangatlah akrab dengan manusia. Dalam dunia desain dan dunia komersil sendiri warna memiliki manfaat untuk merangsang minat konsumen dan juga menciptakan rasa ketertarikan dan kenyamanan saat konsumen melihat warna sesuai yang dipilih oleh penulis atau oleh desainer.

Warna-warna yang akan digunakan dalam perancangan media utama yaitu buku foto esai ini akan dijelaskan secara satu persatu dan secara rinci oleh penulis dibawah ini.

a. Warna Merah

Warna merah pada judul buku akan mewakilkan arti bahaya karena anak-anak sendiri hidup di jalanan yang memiliki tingkat bahaya yang tinggi, tidak hanya itu warna merah juga memberikan arti perjuangan dalam artian meski anak-anak jalanan tau akan bahaya hidup di jalanan tetapi mereka tetap berjuang untuk mencari uang, karena kondisi keluarga mereka yang

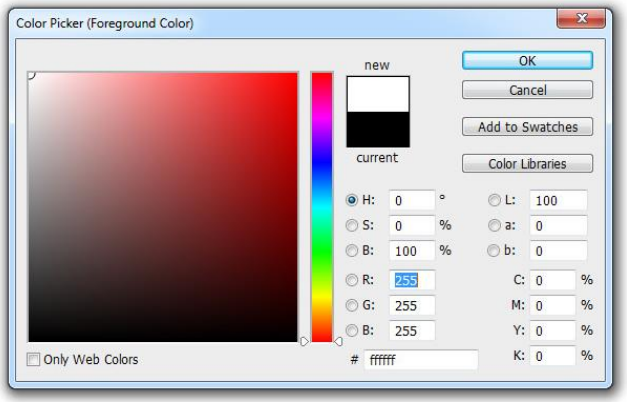
berada dibawah garis kemiskinan tidak hanya itu mereka juga mencari uang untuk menambahi biaya sekolah mereka.



Gambar III.10 Warna Merah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

b. Warna Putih

Warna kedua yang akan digunakan dalam *layout* buku ini adalah warna putih, warna putih sendiri akan memberikan makna kebebasan dan kemurnian karena anak-anak sendiri pada umumnya masih murni akan tetapi rawan terpengaruh oleh kehidupan jalanan juga anak-anak memiliki kepribadian yang menginginkan kebebasan.

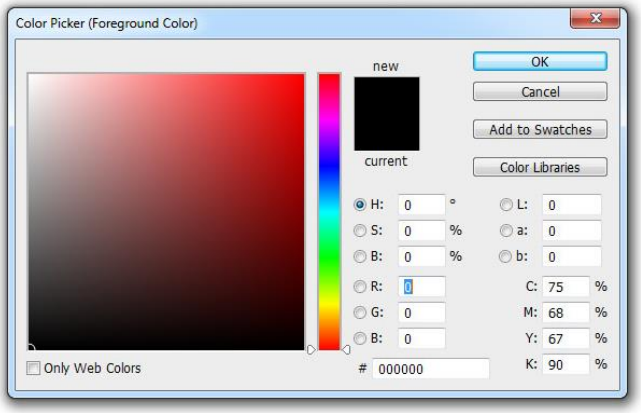


Gambar III.11 Warna Putih
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

c. Warna Hitam

Warna hitam akan memberikan kesan suram atau menakutkan namun warna hitam juga memberikan kesan kekuatan, keteguhan hati, dan keberanian. Secara keseluruhan warna hitam ini memberikan makna kehidupan anak jalanan yang penuh dengan misteri juga rawan sekali dari kecelakaan yang

akan menimopa anak-anak, meskipun begitu anak-anak yang ada di jalanan terus berusaha dan memiliki keberanian untuk terus berusaha untuk mencari rezeki dan membantu orang tuanya.



Gambar III.12 Warna Hitam
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)