BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III. 1 Khalayak Sasaran

Khalayak merujuk kepada sekumpulan orang dalam jumlah besar (bahkan tidak terbatas) yang terbentuk sebagai akibat atau hasil dari kegiatan komunikasi yang dilakukan, tersebar secara luas, banyak di antaranya saling tidak mengenal satu dengan lainnya, dan heterogen dalam hal ciri-ciri sosial, ekonomi, dan demografinya (Sholihah, 2017, h.1).

Sesuai dengan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa khalayak sasaran merupakan sekumpulan orang dalam jumlah besar yang dijadikan sasaran dalam perancangan, dan khalayak sasaran dibagi menjadi tiga bagian yaitu demografis, geografis dan psikografis.

III.1.1 Demografis

Khalayak dibedakan berdasarkan karakteristik demografi, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, status sosial (Yanuar, 2012, h.3).

Usia	:	9-10 tahun
Jenis kelamin	:	Laki-laki dan Perempuan
Pendidikan	:	Sekolah Dasar kelas 4
Status sosial	:	Menengah ke atas
Agama	:	Islam

III.1.2 Geografis

Pengelompokan khalayak berdasarkan tempat tinggalnya, mulai dari Nasional, provinsi dst. (Yanuar, 2012, h.3). Pada bagian ini khalayak sasaran ditentukan berdasarkan geografisnya, baik berdasarkan lokasi, iklim, maupun kondisi daerah.

Wilayah	:	Kota Bandung, Indonesia
Kondisi wilayah	:	Padat penduduk di beberapa daerah, kondisi lalu lintas cenderung macet
Iklim	:	Sejuk

III.1.3 Psikografis

Mowen (2002) mengatakan "psikografis mengandung ide yang menggambarkan (grafik) faktor-faktor psikologis yang membentuk konsumen. Namun dalam praktiknya, psikologis dipergunakan untuk mengukur gaya hidup konsumen dengan menganalisis aktivitas, minat, dan opini" (h.283).

Menurut teori Piaget, dalam Worzbyt (2004) "*Concrete Operational Period (ages 7–11), in which children begin to demonstrate a greater capacity for logical reasoning at a very concrete level regarding those areas of life in which they have had direct personal experience.*" (h.308). Berarti tahap konkret-operasional (7-11 tahun) dimana anak-anak mulai menunjukkan kapasitas penalaran yang logis, yang mana mereka memiliki pengalaman pribadi secara langsung.

Usia 9-11 termasuk pada tahap konkret-operasional (*Concrete Operational Period*/7-11 tahun) dimana anak-anak sedang menghadapi tantangan besar dalam hidup mereka. Pada tahapan ini juga anak-anak mengalami pertumbuhan spesifik dalam hal konsentrasi dan juga memori. Pengenalan terhadap aksara pada tahap ini merupakan hal yang tepat untuk meningkatkan perkembangan kognitif anak dalam hal membaca dan menulis.

III.1.4 *Consumer Insight*

Pengertian *Consumer Insight* Menurut Maulana (2009) "proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan." (h.25-26).

Secara singkat *consumer insight* dapat diartikan sebagai pengetahuan mendalam seorang konsumen terhadap suatu produk atau objek. Sesuatu yang bersifat *insight* berarti berisikan informasi yang mendalam pada suatu objek permasalahan yang kompleks dan ditemukannya tidak setiap saat.

Consumer Insight dari khalayak sasaran dalam perancangan ini adalah anak-anak sekolah dasar di kota Bandung yang sedang menuju proses pengenalan huruf *Hijaiyyah*. Sebelum mengenal huruf *hijaiyyah* yang lebih menjurus kepada bahasa Arab, maka dikenalkan terlebih dahulu aksara Arab *pegon* yang menggunakan

bahasa Sunda atau bahasa Indonesia agar khalayak sasaran lebih mudah menyinkronkan yang diucapkan dalam bahasa sehari-hari dan yang ditulis.

III.1.5 *Consumer Journey*

Untuk mendapatkan media yang tepat dalam merancang sebuah media informasi, maka diperlukan perancangan yang baik agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran, maka diperlukan daftar aktivitas dari khalayak sasaran. *Consumer journey* lah yang berfungsi untuk menggali *point of contact* atau kontak poin media yang cocok untuk khalayak sasaran. Berikut adalah daftar aktifitas dari khalayak sasaran:

No.	Kegiatan	*Point of Contact*	Tempat
1.	Bangun Tidur	Kasur, selimut, Bantal	Kamar tidur
2.	Mandi	Cermin, gayung, sikat gigi, handuk	Kamar mandi
3.	Sarapan	Sendok, piring, gelas, televisi, botol minum	Ruang makan
4.	Pergi Sekolah	Bus sekolah, Bus Damri, angkot, spanduk, *billboard*	Jalan
5.	Belajar	buku tulis, tempat pensil, mading, tas sekolah,	Kelas/sekolah
6.	Istirahat	spanduk	Kantin
7.	Pulang Sekolah	Angkot, Bus sekolah, Bus Damri, spanduk, *billboard*, megatron	Jalan
8.	TPA/pengajian anak-anak	Buku tulis, dinding kelas, papan tulis,	TPA
10.	Mandi Sore	Cermin, sikat gigi, handuk, gayung	Kamar mandi
11.	Tidur	Kasur, selimut, lampu tidur	Kamar tidur

III.2 Strategi Perancangan

Strategi merupakan suatu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai rancangan khusus (KBBI Daring, 2017). Strategi perancangan dapat diartikan sebagai sebuah rencana untuk menyampaikan sebuah pesan yang dirancang agar sesuai dengan khalayak sasaran. Untuk mengenalkan tata cara membaca dan menulis aksara Arab *pegon* maka diperlukan strategi yang tepat untuk khalayak sasaran.

Pada saat ini masyarakat tidak mengetahui tata cara membaca dan menulis aksara Arab *pegon*, dikarenakan kurangnya informasi yang membahas hal tersebut. Maka dibuatlah perancangan media informasi berupa buku cerita bergambar. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan rasa ingin tahu pada anak. Sesuai dengan nama media yang dibuat maka tata cara penulisan dan membaca aksara Arab *pegon* disajikan menggunakan visual berupa ilustrasi yang berfungsi menunjang huruf yang disampaikan di setiap halaman buku.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi perancangan ini adalah untuk menyampaikan kepada masyarakat aksara Arab *pegon* dan juga untuk mensosialisasikan bahasa Arab menggunakan aksara Arab *pegon* dengan cara dan gaya anak-anak sehingga mudah dipahami dan lebih menarik untuk dipelajari.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual yang digunakan pada perancangan media informasi ini berupa ilustrasi fantasi seorang anak SD yang memiliki imajinasi yang hebat. Ilustrasi yang digunakan menggunakan ilustrasi ekspresionis yaitu ilustrasi yang digambarkan dengan ekspresi yang masih dikenali wujud aslinya walaupun tidak tampak nyata atau realis.
- Pendekatan Verbal

  Pendekatan verbal dalam strategi perancangan ini menggunakan bahasa Indonesia juga menggunakan struktur kalimat yang sederhana dan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan sekelompok orang atau instansi yang menyampaikan pesan, dalam perancangan ini instansi yang dipilih menjadi *mandatory* adalah DAR! Mizan atau Divisi Anak dan Remaja Mizan, di bawah naungan PT Mizan Pustaka. DAR! Mizan merupakan *mandatory* yang tepat dalam perancangan buku cerita bergambar ini karena DAR! Mizan merupakan divisi yang memproduksi buku-buku Islam khususnya untuk anak dan remaja, hal tersebut sesuai dengan khalayak sasaran yang dituju dalam perancangan ini.

Gambar III.1 Logo DAR! Mizan

Sumber: http://www.mizan.com/dar/ [Diakses pada 13 Juni 2017, 18:31]

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah belajar aksara Arab *pegon* itu tidaklah sulit. Selain mudah juga menyenangkan, belajar sambil mendongeng. Pesan lainnya berupa pesan yang tidak disampaikan secara langsung, yaitu agar senang membantu dan menolong orang lain. Materi dikemas dengan cerita fantasi dalam artian materi disampaikan tidak sepenuhnya berdasarkan kejadian nyata.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan hal yang penting dalam penyampaian informasi kepada khalayak sasaran, karena jika gaya bahasa tidak tepat sasaran maka komunikasi yang hendak disampaikan tidak dapat diterima dengan baik oleh penerima komunikasi. Menurut Tarigan (1985) “Gaya bahasa merupakan bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak dan pembaca” (h.5).

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan buku cerita bergambar ini menggunakan gaya bahasa perulangan atau repetisi. Gaya bahasa repetisi mengandung perulangan yang terjadi pada bunyi, suku kata, kata, frasa dan bagian kalimat. Gaya bahasa repetisi berfungsi untuk menegaskan suatu pokok masalah. Seperti dinyatakan Soelistyarini (2012) " Perulangan yang difungsikan untuk menegaskan suatu pokok masalah juga sering dijumpai dalam cerita anak terjemahan seperti dalam seri buku cerita binatang terbitan Airlangga Kids" (h,193).

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan perencanaan yang bertujuan agar media informasi yang dirancang efektif untuk disampaikan, sekaligus menarik agar pembaca tidak bosan dan senang membacanya. Adapun strategi kreatif yang digunakan adalah sebagai berikut:

- ***Copywriting***

  Copywriting yang digunakan dalam perancangan media informasi ini yaitu dengan memberikan judul "Mencari Pegon yang Hilang", judul tersebut diberikan karena pada media utama menceritakan seorang anak yang mencari buku *pegon*nya yang hilang.

  Materi akan disampaikan dalam bentuk narasi, yang dimana narasi tersebut berfungsi untuk menceritakan ilustrasi yang ada dengan secara lebih detail. Pada beberapa halaman terdapat latihan untuk menulis dan membaca aksara Arab *pegon*, hal itu berfungsi untuk memberikan pelatihan menulis dan membaca aksara Arab *pegon* yang dalam arti lain agar memberikan interaksi antara media dengan pembaca.

- ***Storyline***

  Storyline merupakan sebuah cerita yang berisi urutan kejadian, namun di setiap kejadian itu hanya dihubungkan secara sebab akibat, peristiwa yang satu disebabkan atau menyebabkan terjadinya peristiwa lain. Berikut adalah *storyline* dari buku cerita bergambar berjudul "Mencari Pegon yang hilang":

Tabel III.1 Tabel *Storyline*

Sumber: Dokumen pribadi (2017)

No.	*Scene*	Narasi
1.	Ibu guru sedang mengajar aksara Arab *Pegon* murid-murid di kelas dan Genta sedang menulis	Pada suatu hari, Genta belajar aksara Pegon di sekolah. Aksara Pegon adalah huruf Arab yang digunakan untuk menuliskan bahasa Sunda atau bahasa daerah lainnya.
		Genta sangat senang belajar aksara Pegon, karena dengan aksara Pegon ia bisa menulis bahasa sehari-hari menggunakan huruf Arab.
2.	Genta bangun tidur dan kebingungan karena bukunya hilang	Keesokan harinya, Genta bangun dan ingin memperlihatkan tulisan Pegonnya kepada Ibu, namun bukunya hilang!. “di mana bukuku?”
		Genta mencari bukunya di dalam tas, ke dalam lemari, laci dan kasur. Tetapi Genta tidak dapat menemukan bukunya.
3.	Genta melihat ke bawah ranjang dan menemukan sebuah jejak ajaib	Kemudian, Genta mencari ke bawah ranjang kasurnya. Apa itu? Oh, sebuah jejak ajaib! Apakah itu jalan menuju buku Genta yang hilang?
4.	Genta mengikuti jejak ajaib dan melihat hal yang menakjubkan	Genta mengikuti jejak itu, lalu dia melihat sekitar dan terkagum-kagum melihat pemandangan yang sangat menakjubkan.
		Tapi untuk menemukan bukunya yang hilang sangatlah sulit, Genta harus berani. Akankah Genta menemukan bukunya? Ayo kita lanjutkan ke halaman selanjutnya.
5.	Genta bertemu seekor hewan besar yang sedang menangis	Genta berjalan dan terus berjalan, hingga ia bertemu dengan seekor hewan yang sangat besar yang sedang menangis karena ia lupa namanya.

6.	Hewan itu tidak ingat namanya	“Aku adalah hewan yang tidak akan pernah lupa” kata hewan tadi. “aku adalah seekor Ga…Garam, bukan, bukan Ga…Garpu”. Hewan itu menangis terisak-isak. “kamu tahu? Aku adalah hewan yang tidak pernah lupa”.
		“aku tahu” kata Genta “tidak usah sedih, Belalai, Gading dan Telinga besar itu. Tentu saja kamu adalah seekor Gajah!”.
7.	Gajah menuliskan huruf ك di atas kertas untuk diberikan kepada Genta	“Seekor Gajah, tentu saja!” gajah itu bahagia “Bagaimana aku bisa lupa?”. Lalu gajah itu menulis di atas kertas dengan belalainya. “Ini huruf “ك” untuk “ݢاجاه” (Gajah). Semoga ini dapat membantu menemukan bukumu yang hilang, simpan dan jaga baik-baik” kata sang Gajah.
8.	Genta bertemu seekor semut yang sedang kebingungan	Setelah Genta berjalan jauh, ia bertemu dengan seekor semut yang sedang kebingungan dan ia pun bertanya kepada semut itu dan menceritakan bukunya yang hilang.
		“oh, halo aku Semi si Semut. Bisakah kamu membantuku? Setelah itu aku pasti akan membantumu” kata semut itu. “baiklah!” Genta menjawab dengan penuh semangat. “aku bingung, buah apa yang diawali dengan huruf “چ” rasanya pedas”. “semut tidak suka pedas, maukah kamu mencarinya di rumahku?” lanjut semi.
9.	Di dalam rumah Semi	Ayo bantu Semi si Semut menemukan buah dari huruf چ “buah itu rasanya pedas”.
10.	Semi memberikan kertas bertuliskan huruf چ	“terima kasih kamu sudah menemukannya, ini huruf چ untuk چايڠايك / *céngék* (cabai), jaga baik-baik kertas ini” kata semi

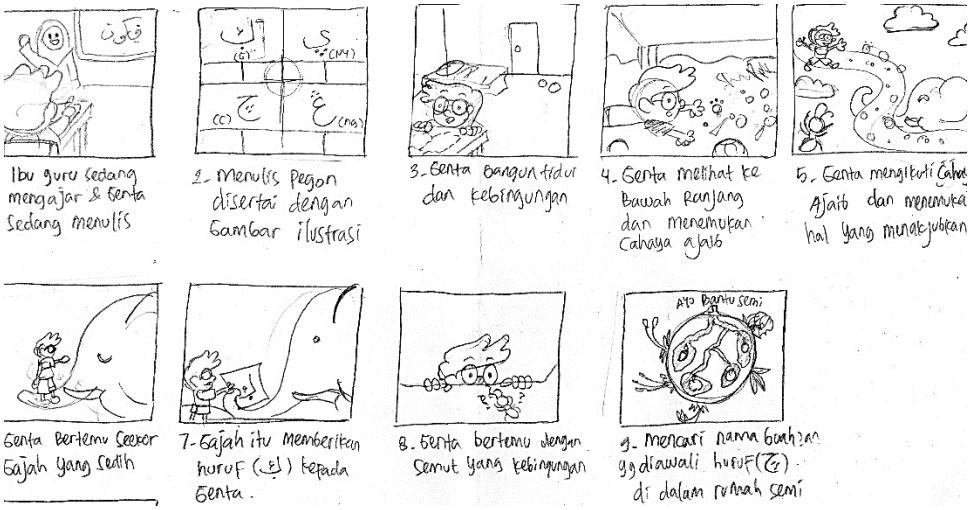
11.	Genta bertemu dengan seekor gurita dan menceritakan bukunya yang hilang	Setelah berjalan jauh Genta masih belum menemukan petunjuk tentang bukunya yang hilang.
		Lalu, Genta menemukan laut dan melihat seekor gurita, sepertinya ia sedang menulis sesuatu.
		"Hai, namaku Genta. Aku sedang mencari bukuku yang hilang, apakah kamu melihatnya?" kata Genta kepada gurita itu.
12.	Guri si Gurita sedang menulis	"halo, aku Guri si Gurita aku senang menulis, apakah kamu juga suka menulis?*"* Guri Gurita menjawab dengan senang.
		"tentu saja, aku sangat suka menulis apalagi aksara *pegon*. Tapi bukuku hilang aku tidak bisa menulis tanpa buku" Genta sedih.
13.	Guri dan Genta sedang berpikir huruf *ny* dalam huruf pegon seperti apa	"aksara *pegon* tentu saja! aku juga suka menulis *pegon.* Baiklah kita tulis kata *nyerat/*menulis, emmm… bagaimana menulis *ny?"* kata Guri.
		"seperti bebek bertelur tiga!" Seru Genta. "benar sekali baiklaah, ini dia!" kata Guri sambil memperlihatkan tulisannya kepada genta. "oh iya ini sedikit makanan untukmu, agar kamu tidak kelaparan di jalan" kata Guri.
14.	Guri menunjukkan jalan	"aku melihat banyak kertas berserakan ke arah hutan, mungkin itu kertas dari bukumu Genta" lalu Genta berterima kasih kepada Guri Gurita dengan senang.
15.	Kertas berserakan mengarah ke dalam hutan	Genta melihat banyak kertas berserakan, yang mengarah ke hutan. Setelah berjalan cukup jauh Genta menemukan sebuah sungai yang luas, Genta harus menyeberangi sungai itu.
16.	Genta mendengar suara aneh	"Kruyuukk…" terdengar suara menakutkan Genta mencari-cari tapi tidak menemukan

		seseorang. “Kruyuukkk…” suara itu terdengar berkali-kali.
17.	Genta melihat seekor buaya yang sedang kelaparan	Ternyata suara tadi dari perut buaya yang sedang kelaparan, ada seekor buaya yang sedang lemas kelaparan di balik semak-semak.
		Genta mendekati buaya itu dan mengatakan Genta ingin menyeberangi sungai, tapi sang buaya tidak mendengarkan karena sangat lapar ia hanya mengatakan “lapaar…lapaar…”
18.	Buaya memakan dengan sangat lahap	Genta ingat dia mempunyai makanan yang diberikan Guri ternyata isinya daging, lalu ia memberikannya kepada sang buaya “ini untukmu” kata Genta.
		Sang buaya langsung memakannya dengan lahap. “terima kasih, terima kasih” sambil mengunyah makanan yang diberikan Genta.
19.	Bubu si Buaya dan Genta menyeberangi sungai	Setelah selesai makan buaya itu memperkenalkan dirinya “namaku Bubu si Buaya, sebagai balasan kamu sudah memberiku makan aku akan membantumu menyeberangi sungai, naiklah ke atas punggung ku” kata Bubu.
20.	Bubu memberikan kertas yang bertuliskan huruf غْ kepada Genta	Mereka pun menyeberangi sungai dengan selamat. Genta berterima kasih kepada Bubu.
		“ini huruf غْ untuk daging” simpan baik-baik kertas ini” Bubu memberikan tulisan itu kepada genta.
21.	Genta melihat obor berjejer menuju pohon besar	Hari mulai gelap, genta melihat banyak obor berjejer di sepanjang jalan, Genta mengikuti jalan itu dan melihat sebuah pohon besar.

		Tapi tiba-tiba ia mendengar suara aneh yang menyeramkan “Hey! Sedang apa kamu di sini?”, Genta sedikit ketakutan, tapi ia harus berani.
22.	Muncul sosok Buto Ijo	“aku sedang mencari bukuku yang hilang” kata Genta dengan berani.
		“aku punya bukumu, kamu harus menjawab tugas dari ku dulu untuk mendapatkannya” lalu muncul sesosok monster berbadan besar ia bernama Buto Ijo.
23.	Buto Ijo lari terbirit-birit	Buto Ijo itu kabur dan meninggalkan buku genta setelah Genta berhasil menjawab tugas dari Buto Ijo.
24.	Genta melihat dan mengikuti cahaya ajaib	Akhirnya Genta mendapatkan bukunya, ia melihat cahaya ajaib seperti pertama ia melihatnya dan mengikuti cahaya itu.
		Ternyata cahaya ajaib itu mengarah ke tempat dimana ia mengawali petualangannya, yaitu di bawah kasurnya.
25.	Genta tidur di atas kasurnya sambil memegang bukunya	Genta merasa sangat kelelahan dan sangat senang karena bukunya telah kembali, ia pun tidur dengan sangat pulas.

- *Storyboard*

  Setelah menentukan *storyline*, maka langkah selanjutnya yaitu menggambarkan ide cerita ke dalam bentuk visual yang sudah disusun menjadi beberapa halaman ilustrasi. Di dalam buku ini terdapat beberapa halaman latihan atau permainan, di antaranya menulis aksara Arab *pegon* yang dibarengi dengan ilustrasi agar pembaca mudah mengingat beberapa huruf pada aksara Arab *pegon.* Hal ini bertujuan agar pembaca bukan hanya membaca isi cerita saja, namun juga agar dapat mempraktikkan menulis aksara *pegon* atau sering dikenal dengan istilah belajar sambil bermain.

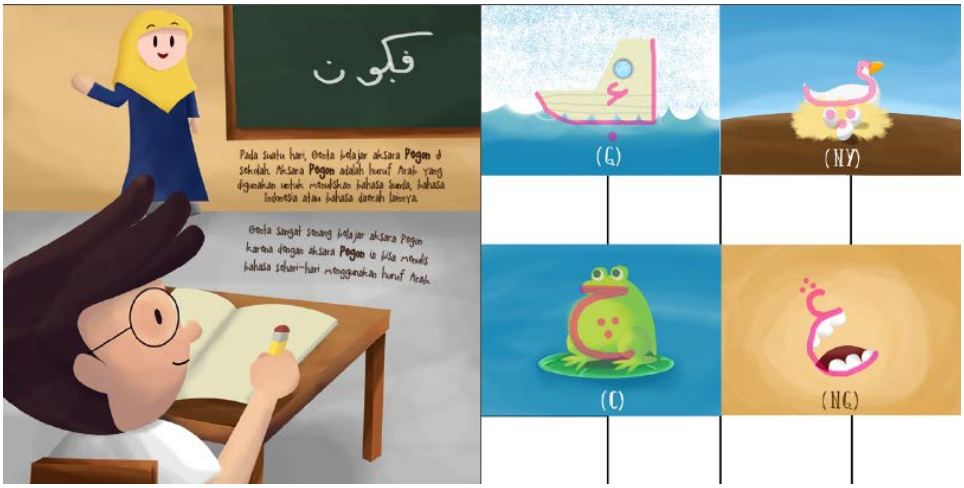


Gambar III.2 Contoh *storyboard* dengan sketsa kasar

Sumber: Dokumen pribadi (2017)

- Visualisasi

  Setelah *storyboard* dibuat secara manual menggunakan pensil, maka tahap selanjutnya adalah tahap visualisasi melalui proses digital dimulai dari *colouring*, pemberian teks narasi, hingga *layouting.* Visual terdiri dari ilustrasi yang mewakili narasi pada cerita.

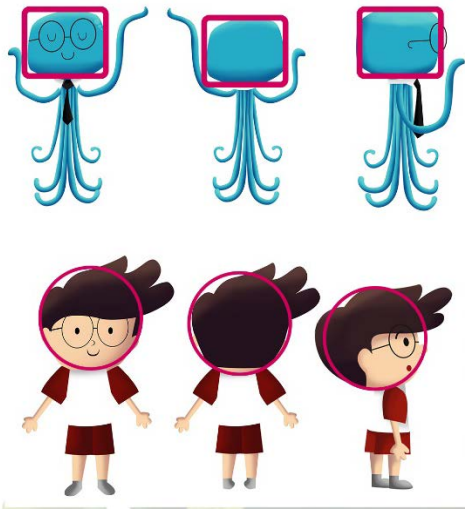


Gambar III.3 Contoh visualisasi isi cerita buku, disertai latihan menulis

Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Visual karakter pada cerita dibuat sedemikian rupa menggunakan bentuk dasar yang sederhana, seperti pada karakter utama yaitu Genta, Semi Semut dan Gajah dibuat dari bentuk dasar lingkaran, sedangkan Guri Gurita dan Buto Ijo, menggunakan bentuk dasar kotak. Hal tersebut disesuaikan dengan

target khalayak yang bertujuan agar target khalayak lebih mudah untuk mengingat karakter tersebut.



Gambar III.4 Karakter Menggunakan Bentuk Dasar yang Sederhana
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.2.7 Strategi Media

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana, strategi media dipilih atas dasar berbagai aspek dimulai dari kondisi khalayak sasaran, baik secara *insight*, maupun *journey* nya. Hal tersebut bertujuan agar khalayak sasaran dapat menerima pesan dengan sempurna dan dalam porsi yang tepat.

Media utama yang dirancang adalah berupa buku cerita bergambar berjudul "Mencari Pegon yang Hilang". Buku ini merupakan buku cerita yang disertai latihan dan permainan seputar aksara Arab *pegon*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring (2017) "buku adalah lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong". Jika dilihat dari *point of contact* khalayak sasaran banyak dihabiskan di sekolah dan di rumah, maka dari itu buku cerita bergambar ini sangat tepat dijadikan cerita pengantar belajar juga untuk meningkatkan rasa ingin tahu untuk mempelajari aksara Arab *pegon*. Kemudian sesuai dengan letak geografis khalayak sasaran, maka buku cerita bergambar ini akan didistribusikan di toko buku-toko buku di kota besar, khususnya di wilayah Kota Bandung.

Strategi media melewati beberapa tahapan, tahapan tersebut menggunakan metode AISAS yang terdiri dari *Attention, Interest, Search, Action,* dan *Share*. Jabaran tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. ***Attention***

   Media pada tahap ini bertugas untuk memperkenalkan media utama yaitu buku cerita bergambar tentang aksara Arab *pegon* kepada khalayak sasaran dan menggiring kepada aksi yang lebih lanjut.

   - **Poster**

     Poster digunakan sebagai media untuk memberikan rasa penasaran dan ingin tahu calon pembeli tentang media utama yaitu buku cerita bergambar. Poster akan ditempatkan di toko-toko buku dan di mading-mading sekolah.

2. ***Interest***

   - ***X-Banner***

     Media *x-banner* digunakan untuk menarik perhatian lebih calon konsumen dengan memberikan informasi dan promosi produk hasil perancangan. Media ini diletakan di toko-toko buku yang mana merupakan tempat penjualan berbagai bentuk promosi penjualan.

   - ***Wobbler***

     Wobbler digunakan untuk menarik perhatian lebih terhadap calon pembeli yang melihatnya. Karena ukuran media ini yang tidak besar maka diletakan di kasir-kasir toko buku agar dapat terlihat dari jarak yang dekat.

   - ***Chain Flag***

     Chain flag digunakan untuk menarik perhatian para pengunjung toko buku, sehingga tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut. Selain untuk menarik perhatian, media ini digunakan juga bertujuan untuk menambah estetika tempat di mana buku cerita bergambar “Mencari Pegon yang Hilang” dipajang.

3. ***Search***

    - **Media Sosial & *Website* Resmi Penjualan Produk Mizan**

      Merupakan tempat berkumpulnya para calon konsumen untuk terus mengikuti *update* terbaru dari informasi perihal media utama. Yang mana akan diinformasikan seputar penjualan buku cerita bergambar mulai dari spesifikasi, sinopsis hingga harga buku.

4. ***Action***

    - **Buku Cerita Bergambar**

      Media utama yang digunakan adalah buku cerita bergambar yang mana di dalamnya berisi pembelajaran aksara Arab *pegon*. Buku ini mengangkat cerita seorang anak SD yang menyukai aksara Arab *pegon* yang juga senang membantu orang lain. Buku ini menerapkan konsep bermain sambil belajar, agar khalayak sasaran tidak merasa ada keterpaksaan dalam mempelajari aksara Arab *pegon*.

    - **Gantungan Kunci**

      Gantungan kunci merupakan media pendukung untuk mengingatkan khalayak sasaran dari media utama, untuk memberikan rasa memiliki terhadap media utama.

    - **Stiker**

      Stiker merupakan *merchandise* dari paket promo yang berisi gambar keenam karakter dari buku cerita bergambar “Mencari Pegon yang Hilang”.

    - **Botol Minum dan buku catatan**

      Botol minum dan buku catatan merupakan *merchandise* dari paket promo dari buku cerita bergambar “Mencari Pegon yang Hilang”.

5. ***Share***

    - **Bingkai Foto Digital**

      Media ini merupakan bingkai digital yang dapat diisi oleh foto pribadi. *Template* bingkai foto dapat digunakan oleh pengguna akun media sosial seperti Facebook, Instagram dan lain-lain.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Buku cerita bergambar ini dibuat dalam bentuk cetak dan akan didistribusikan secara massal di toko buku yang terdapat di kota-kota besar di seluruh Indonesia khususnya di Kota Bandung. Buku ini pertama kali diterbitkan di bulan Juli, setelah libur lebaran selesai. Hal ini dapat dimanfaatkan sebagai waktu yang tepat dalam mendistribusikan buku cerita bergambar, karena sebagian besar target pasar sedang masanya membeli perlengkapan sekolah untuk ajaran baru. Strategi distribusi dan waktu penyebaran media yang akan dilaksanakan dapat dilihat pada tabel berikut:

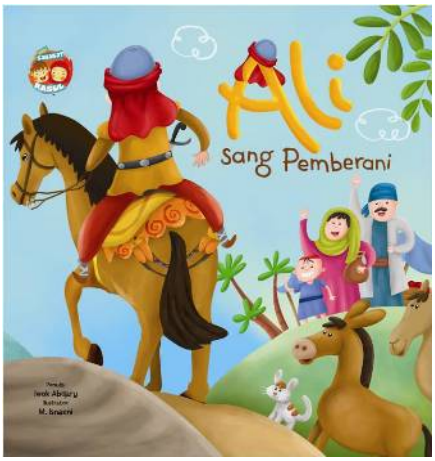
Tabel III.2 Rencana distribusi media

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Media	Juli 2017				Agustus 2017				September 2017			
Poster												
X-Banner												
Wobbler												
Chain Flag												
Sosial Media												
Buku Cerita Bergambar												
Gimmick												
Gantungan Kunci												
Stiker												
Merchandise												
Buku Catatan												
Botol Minum												
Bingkai Foto Digital												

III.3 Konsep Visual

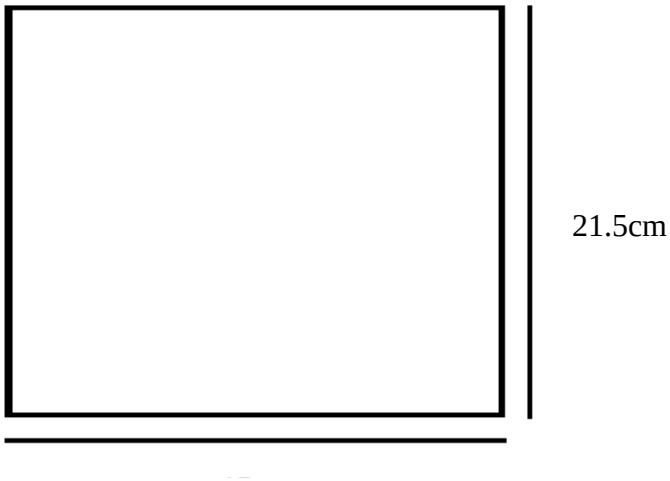
Konsep visual pada perancangan buku cerita bergambar ini ditampilkan dengan ilustrasi menggunakan penggayaan kartun dan terinspirasi dari buku seri sahabat rasul dari DAR! Mizan.



Gambar III.5 Sampul buku Seri Sahabat Rasul "Ali Sang Pemberani"
Sumber: https://www.mizanstore.com/product/detail/54803-bbseri-sahabat-rasul-umar-sang-penolong [Diakses pada 31 Mei 2017, 12:56]

III.3.1 Format Desain

Format desain dibuat dengan format *square* dengan ukuran 21.5 cm x 21.5 cm, hal ini bertujuan agar target khalayak lebih nyaman untuk menuliskan permainan yang ada pada media, tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar. Dicetak dengan kertas *art paper*, *full color* dengan format bolak-balik. Bagian sampul *hard cover* dicetak dengan *art paper* 150gr dengan laminasi *doff*, sehingga sampul tidak mudah rusak dan memiliki permukaan yang lembut. Bagian isi akan dicetak menggunakan kertas *art paper* 150gr dengan halaman yang dibuka dari kanan ke kiri.



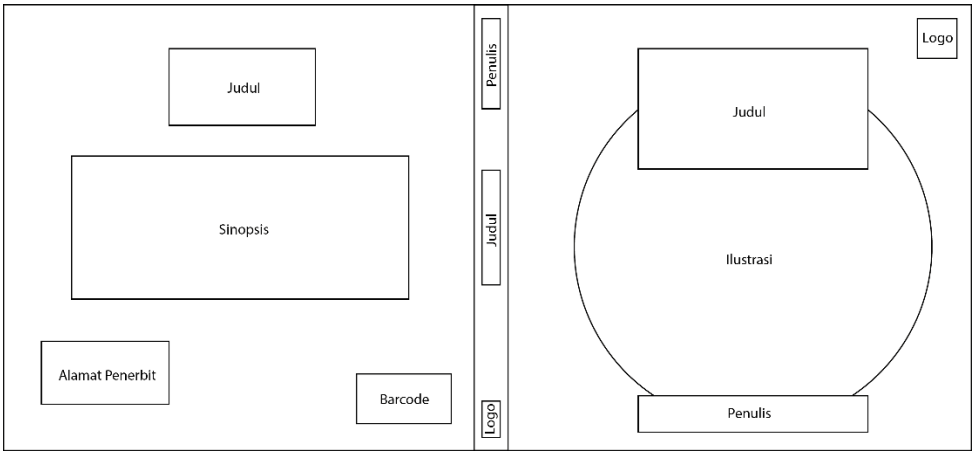
Gambar III.6 Ukuran halaman buku cerita
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.2 Tata Letak (*Layout)*

Tata letak atau *layout* merupakan suatu elemen yang sangat penting dalam desain. *Layout* merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk menunjang konsep atau pesan yang dibawanya (Rustan, 2009.h.0).

- **Sampul (*cover)***

  Bagian sampul depan diisi dengan judul buku cerita dengan ukuran yang tidak terlalu besar, namun masih tetap terlihat karena menggunakan warna yang lebih mencolok dibandingkan dengan ilustrasi. Hal itu bertujuan agar target khalayak lebih memerhatikan ilustrasi dibandingkan dengan judulnya. Selain judul buku dan ilustrasi, juga terdapat logo penerbit, nama perancang buku dan pada bagian sampul belakang terdapat judul yang lebih kecil dibandingkan dengan judul pada sampul depan, juga terdapat synopsis cerita, alamat penerbit, *barcode* penjualan, dan latar hutan yang mewakili isi cerita.

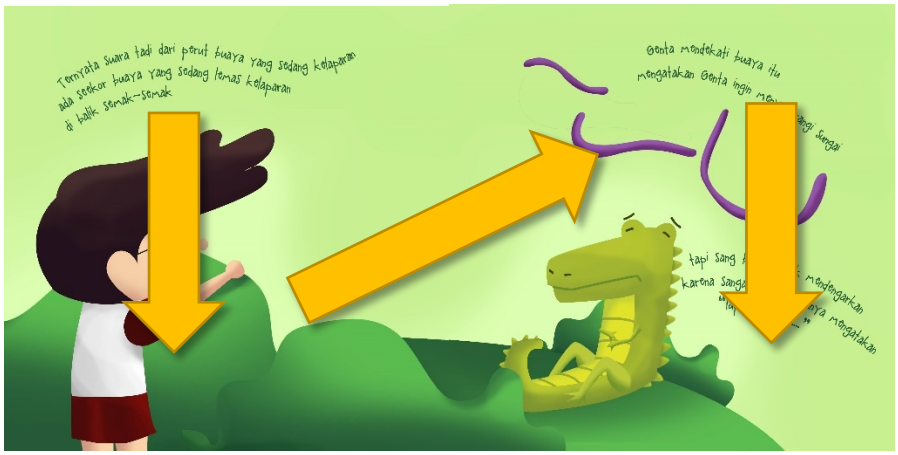


Gambar III.7 Sampul buku cerita depan (kanan) dan belakang (kiri)

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

- **Alur baca**

  Alur baca merupakan urutan dari arah mana ke arah mana urutan membaca isi cerita di dalam buku. Alur baca pada buku cerita mulai dari kiri atas ke kanan bawah, seperti membaca buku pada umumnya.



Gambar III.8 Alur baca cerita

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

- **Latar (*background)***

  Background cerita ditampilkan secara sederhana, hanya beberapa gradasi warna-warna cerah. Hal ini bertujuan agar khalayak sasaran lebih santai dan nyaman membacanya.



Gambar III.9 *Background* saat adegan

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.3 Tipografi

Tipografi dalam hal ini merupakan huruf yang tersusun dalam sebuah alfabet adalah media yang penting dalam komunikasi visual. Huruf merupakan satuan alfabet, angka, tanda baca dan lain-lain sementara tipografi dimaknai sebagai segala sesuatu disiplin yang berkaitan dengan huruf. (Rustan, 2014, h.16). Huruf yang digunakan dalam buku cerita bergambar “Mencari Pegon Yang Hilang” mempunyai tingkat

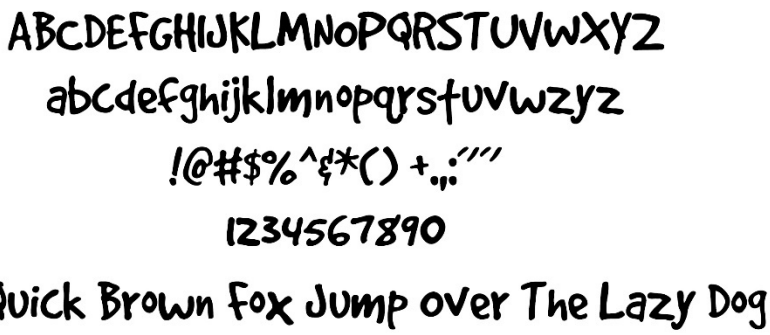
keterbacaan yang baik, hal itu bertujuan agar pesan tersampaikan dengan baik dan dapat dipahami dengan jelas.

- **Huruf pada judul**

  Huruf pada judul buku cerita bergambar "Mencari Pegon Yang Hilang" menggunakan jenis huruf sans serif dengan *font custom* yang meliuk pada kata "*pegon"* namun pada kata "mencari" dan "yang hilang" menggunakan *font* Good Dog. Hal ini bertujuan agar menguatkan pesan bahwa cerita yang dibawakan seputar aksara Arab *pegon*, juga untuk menyampaikan bahwa belajar aksara *pegon* merupakan hal yang menyenangkan.



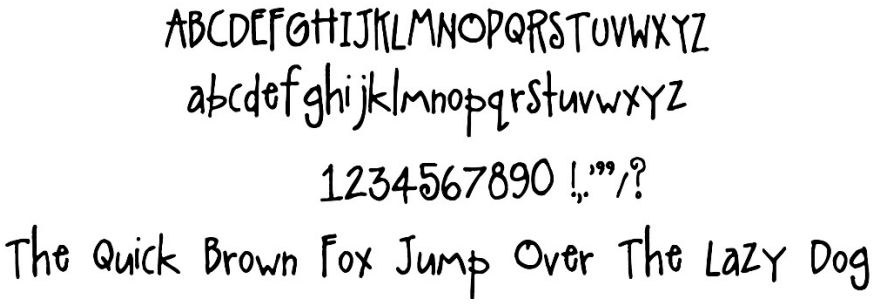
Gambar III.10 Judul buku cerita bergambar "Mencari Pegon yang Hilang"
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)



Gambar III.11 *Font* Good Dog
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

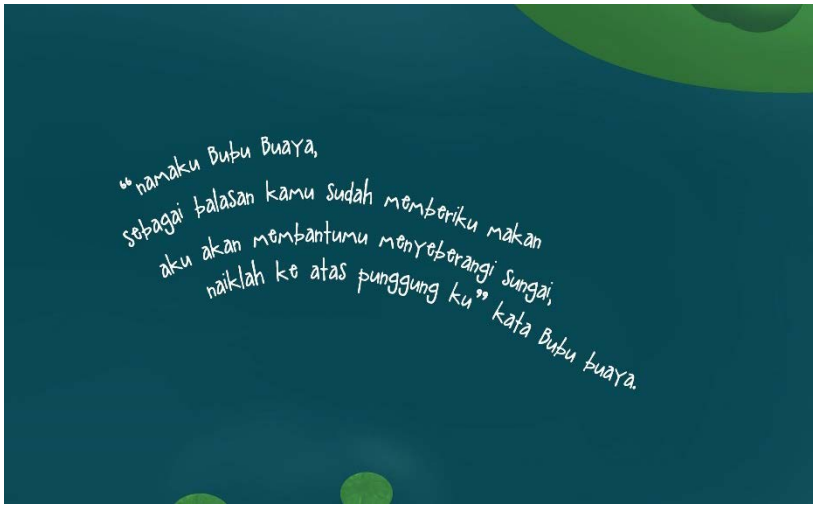
Huruf pada *Bodytext*

Huruf pada *bodytext* menggunakan jebis huruf script dengan font A Little Pot. *Font* ini dipilih agar memberikan kesan bersahabat terhadap pembaca, memberikan kesan akrab, juga mudah untuk dibaca. Huruf A Little Pot ini digunakan di setiap isi cerita baik pada narasi ataupun pada saat percakapan.



Gambar III.12 *Font* A Little Pot

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)



Gambar III.13 penggunaan *font* A Little Pot pada percakapan dalam cerita

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

- **Huruf pada efek suara**

  Huruf pada efek suara menggunakan *font custom* (dibuat sendiri), huruf pada efek suara menggunakan huruf Arab *pegon*. Hal ini bertujuan agar sedikitnya pembaca peka, bahwa huruf tersebut menggunakan aksara Arab *pegon.*



Gambar III.14 Huruf yang digunakan untuk efek suara

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.4 Ilustrasi

Wojirsch (1995) berpendapat "ilustrasi merupakan gambaran pesan tak terbaca yang dapat menguraikan cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Sehingga dapat menjelaskan makna yang terkandung di dalam pesan tersembunyi" (h.35). Ilustrasi sangat dibutuhkan dalam perancangan buku cerita bergambar Mencari Pegon yang Hilang agar khalayak sasaran dapat lebih memahami pesan yang disampaikan.

- **Studi Karakter**

  Karakter merupakan elemen penting yang tidak bias ditinggalkan di dalam sebuah buku cerita bergambar, karena berfungsi sebagai pembawa alur di dalam sebuah cerita bergambar. Seperti pada pembahasan sebelumnya, karakter utama yang digunakan adalah anak usia 6-7 tahun. Karakter utama bernama Genta yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, berani dan suka menolong. Adapun referensinya mengikuti seragam sekolah dasar, berwarna merah-putih. Berikut referensinya:



Gambar III.15 Referensi Pakaian Seragam Anak Sekolah Dasar

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)



Gambar III.16 Karakter utama “Genta”

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

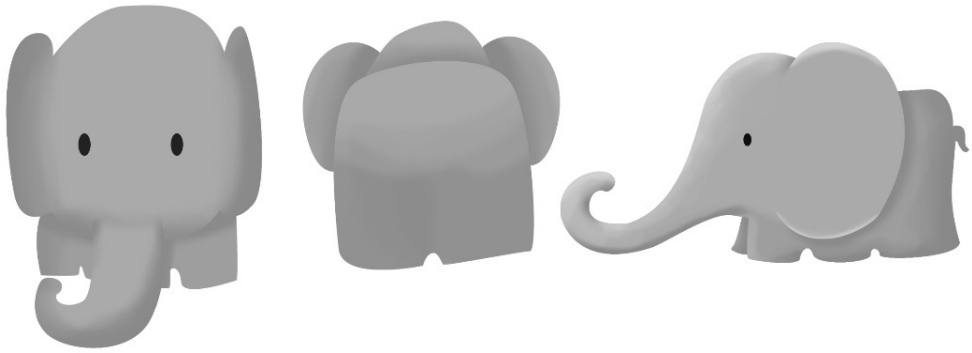
Genta anak yang menggunakan kacamata, hal tersebut menandakan bahwa Genta merupakan anak yang rajin belajar, hampir dalam setiap karakter cerita ataupun karakter animasi, anak yang menggunakan kacamata identik dengan anak yang cerdas, rajin dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi begitu pun Genta.

Selanjutnya adalah studi karakter pendukung dalam cerita yang berada di dunia ajaib. Referensinya menggunakan karakter hewan dan karakter fiksi Buto Ijo:



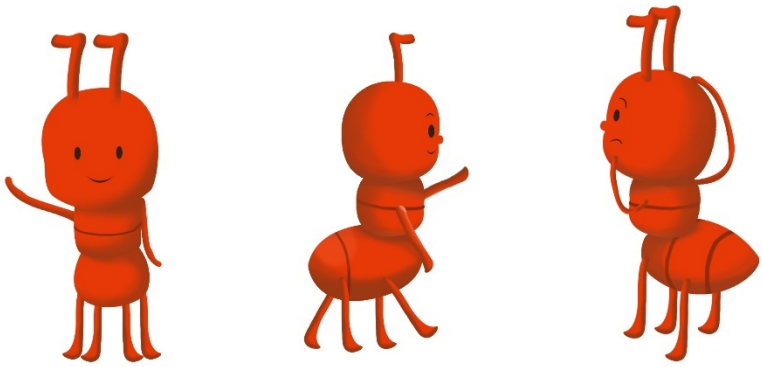
Gambar III.17 Referensi karakter “Buto Ijo”
Sumber: http://archive.itoday.co.id/metafisika/pesugihan-buto-ijo-kaya-tak-terkontrol-dan-beringas [diakses pada: 13 Jun 2017, 19:31]

Karakter pertama adalah Gajah. Merupakan karakter yang pada kenyataannya memiliki daya ingat yang tinggi, namun di dalam cerita dibuat sebaliknya sang Gajah lupa namanya. Hal ini bertujuan agar terciptanya konflik yang bertentangan dengan kenyataan yang membuat cerita lebih menarik.



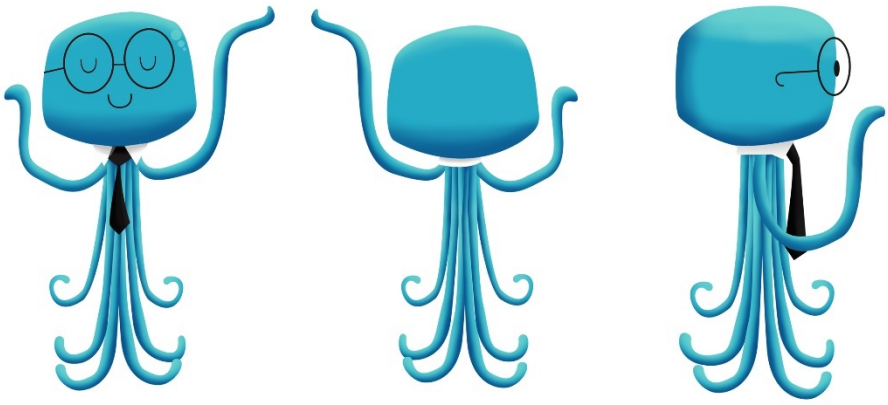
Gambar III.18 Karakter pendukung “Gajah”
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Karakter pendukung kedua adalah Semi si Semut. Semi semut merupakan seekor semut merah yang kebingungan mencari buah yang awal hurufnya adalah *ny* dan meminta tolong kepada Genta untuk mencarikannya.



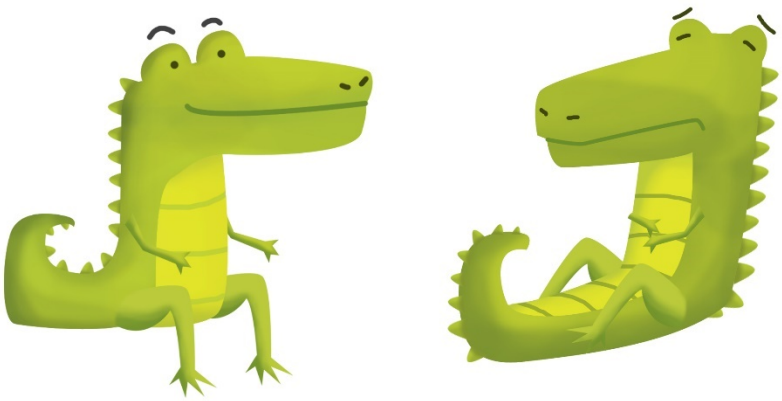
Gambar III.19 Karakter pendukung “Semi Semut”
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Karakter pendukung yang ke tiga adalah Guri Gurita. Seperti namanya, Guri Gurita merupakan seekor Gurita berwarna biru, yang senang menulis. Karena senang menulis Guri Gurita adalah seekor hewan yang cerdas hal itu ditandai dengan dipakaikan kacamata di kepalanya. Sesuai dengan kenyataannya seekor gurita adalah hewan invertebrata tercerdas, hal itu dibuktikan dari banyaknya penelitian yang telah membuktikan bahwa gurita adalah makhluk yang cerdas.



Gambar III.20 Karakter pendukung “Guri Gurita”
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Karakter pendukung yang ke empat adalah Bubu Buaya. Merupakan seekor buaya yang sedang kelaparan, saking sangat laparnya suara perut Bubu Buaya terdengar keras. Bubu buaya juga menolong Genta menyeberangi sungai yang menuju hutan.



Gambar III.21 Karakter pendukung “Bubu Buaya”
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

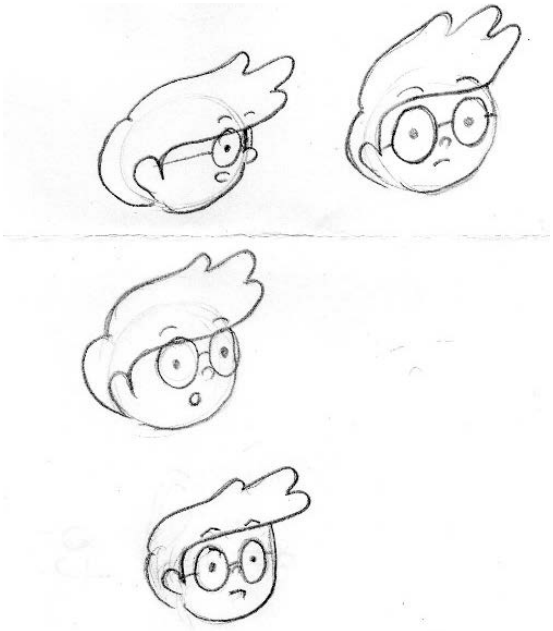
Karakter pendukung yang terakhir adalah Buto Ijo. Merupakan karakter antagonis yang mengambil buku Genta. Buto ijo diambil karena merupakan sesosok makhluk yang besar dan menyeramkan, hal tersebut bertujuan untuk memberikan pesan bahwa anak laki-laki tidak boleh menjadi anak yang penakut.



Gambar III.22 Karakter pendukung “Buto Ijo”
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

- **Studi ekspresi**

  Menurut KBBI Daring (2017) ekspresi adalah pengungkapan atau proses menyatakan (yaitu memperlihatkan atau menyatakan maksud, gagasan, perasaan, dan sebagainya). Setiap manusia memiliki emosi yang beragam. begitu pula hewan, hewan juga memiliki emosi yang beragam marah, takut, sedih, dsb. oleh karena itu dalam pembuatan buku cerita bergambar ini, ekspresi menjadi poin yang tidak bisa untuk ditinggalkan, karena dengan ekspresi pembaca dapat merasakan apa yang dirasakan oleh karakter, sehingga karakter seolah-olah hidup.

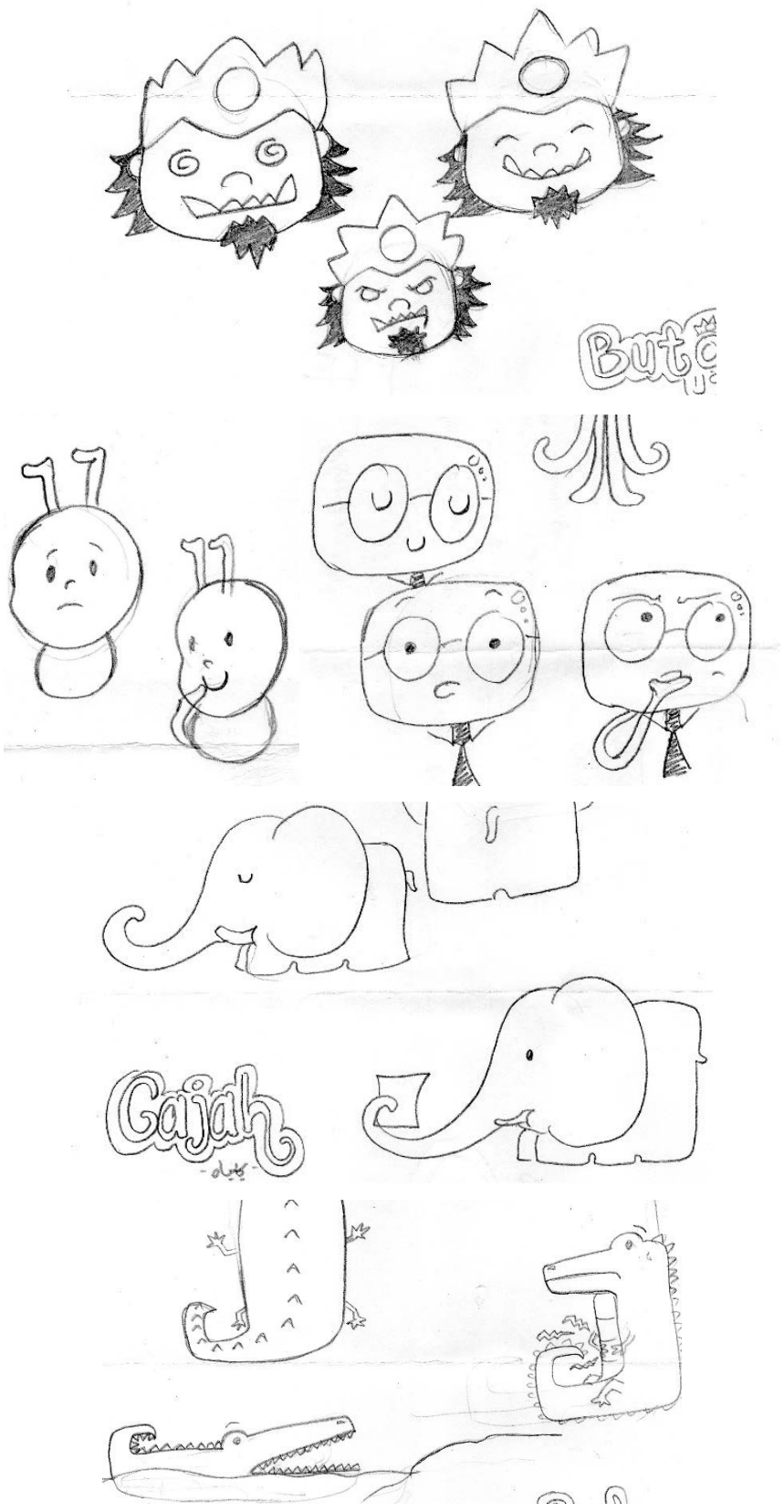


Gambar III.23 Ekspresi karakter “Genta”

Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Dalam buku cerita bergambar ini karakter Genta merupakan karakter utama yang selalu muncul. Sehingga diperlukan beberapa macam ekspresi baik ketika terkejut, heran, maupun sedih.

Sementara itu karakter lainnya, yaitu Gajah, Semi Semut, Guri Gurita, Bubu Buaya dan Buto Ijo hanya memiliki beberapa ekspresi saja, sesuai dengan cerita.



Gambar III.24 Ekspresi karakter pendukung

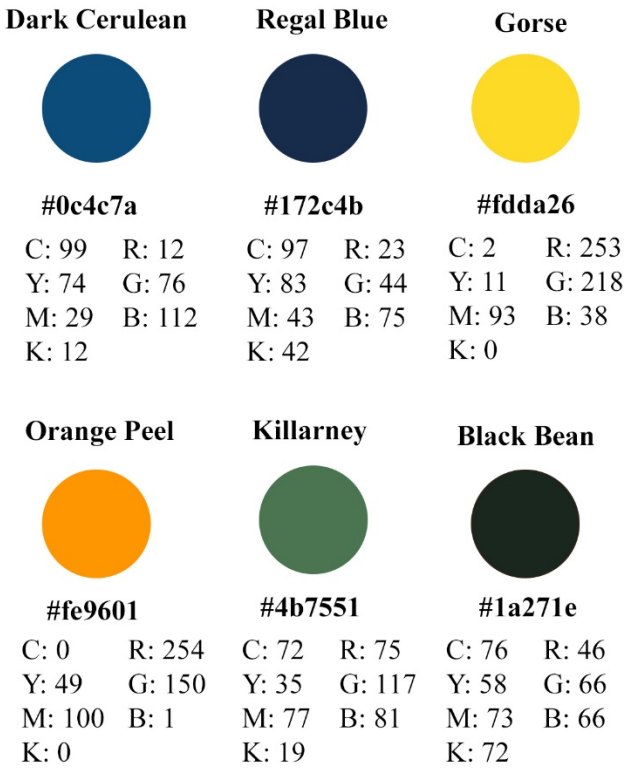
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

III.3.5 Warna

Warna merupakan elemen penting lainnya yang harus terdapat dalam buku cerita bergambar, karena warna memberikan kesan tersendiri di benak para pembaca yang merupakan anak-anak. Warna merupakan sebuah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya. (KBBI Daring, 2017).

Menurut Kusnadi (dalam Hartanto, 2007)

"Warna dibagi menjadi dua jenis yaitu warna *additive*, dan warna *subtractive*. Warna *additive* adalah warna yang dibentuk dari warna-warna primer yang terdiri dari *red, green, blue* (RGB). Sedangkan warna *subtractive* adalah warna-warna yang terdiri dari warna sekunder yaitu, *cyan, yellow* dan *magenta.*" (h.70).



Gambar III.26 Contoh skema warna

Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Warna-warna yang digunakan pada halaman buku cerita bergambar ini adalah warna-warna yang cerah, hal itu berfungsi agar pembaca lebih santai dan rileks membaca isi cerita. Namun pada beberapa halaman cerita yang menggunakan warna yang cenderung gelap, hal tersebut bertujuan untuk membangun kesan. Nama-nama warna didapat dari *website* ColorBlindor (http://www.color-blindness.com/color-name-hue/) [dikases pada: 22 Juli 2017, 18.33].