BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran mempunyai tujuan sebagai proses dari sebuah komunikasi untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan. Seorang pengguna media yang dituju yang memiliki pola pikir, gaya hidup, rutinitas dan ketersediaan dapat dikatakan sebagai khalayak karena mempengaruhi pesan yang akan dismapaikan. Khalayak juga dapat ditentukan berdasarkan beberapa golongan seperti usia, jenis kelamin, daerah, pola pikir, dll.

Perancangan media informasi yang diangkat dalam perancangan ini adalah peribahasa Sunda untuk anak-anak. Perancangan ini ditujukan untuk anak-anak sekolah dasar yang membutuhkan informasi lebih mengenai budaya lokal khususnya peribahasa Sunda.

a. Demografis

Secara demografis, target *audience* dari perancangan buku peribahasa Sunda ini adalah meliputi kedua jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan yang masih aktif belajar di Sekolah Dasar, dengan kategori usia 7-9 tahun, karena Menurut Piaget, anak usia 7 tahun sedang berada pada tahap operasional konkret yang ditandai dengan anak sudah mampu berpikir rasional, berdasarkan sesuatu yang mereka lihat secara nyata/konkret. Bahasa yang digunakan oleh anak dalam usia belajar ini sudah mulai menggunakan kata-kata yang terstruktur dan dalam usia ini anak juga memiliki kemampuan membaca yang menjadi salah satu keterampilan paling penting yang harus dikembangkan.

Tingkat pendidikan Sekolah Dasar

Pada saat ini kurikulum pembelajaran khususnya bahasa Sunda yang dipelajari oleh anak-anak Sekolah Dasar di kota Bandung pada umumnya mulai memperkenalkan dan mempelajari tentang peribahasa Sunda kepada anak-anak. Dimulai dari tingkatan rendah yaitu kelas 1-3 dimana anak-anak

mulai diperkenalkan kepada peribahasa Sunda dan tingkatan tinggi kelas 4-6 anak-anak mulai diajarkan lebih dalam mengenai peribahasa Sunda.

b. Status Ekonomi Sosial

Kalangan ekonomi yang ditujukan dalam perancangan ini adalah seluruh kalangan ekonomi. Karena media yang digunakan dalam perancangan ini adalah media formal berbasis cetak yang tentu saja lebih mudah untuk dijangkau oleh seluruh kalangan ekonomi masyarakat di Kota Bandung.

c. Geografi

Perancangan ini ditujukan untuk anak-anak yang bertempat tinggal di wilayah Kota Bandung. Selain karena penduduknya yang cukup banyak, saat ini banyak anak-anak khususnya di wilayah Kota Bandung yang kesulitan mempelajari bahasa Sunda karena faktor lingkungan dan gaya hidup yang tinggi serta memiliki rasa takut untuk mempelajari bahasa Sunda berdasarkan tingkat kesulitan berbahasa. Berbeda dengan wilayah kecamatan dan kabupaten Bandung dimana anak-anaknya masih cukup sering diajarkan untuk berbicara bahasa Sunda di lingkungannya.

d. Psikografis

Psikografis target *audience* perancangan ini adalah:

- anak-anak yang aktif
- senang membaca
- senang bekerja secara berkelompok
- senang melakukan sesuatu secara langsung.

e. Consumer Insight

- Anak yang sedang belajar membedakan antara sikap baik dan buruk dalam kehidupan sehari-harinya

- Tertarik untuk menggunakan dan mempelajari kebudayaan Sunda namun terhalang oleh faktor lingkungan.

f. Consumer Journey

Tabel III.2 *Consumer Journey*

Sumber : Penelusuran Pribadi

No.	Kegiatan	Tempat	*Point of Contact*
1.	Bangun Pagi	Kamar Tidur	Lemari pakaian, kasur, bantal, guling, selimut, cermin, meja, kursi, celengan
2.	Mandi	Kamar mandi	Gayung, ember, cermin, pintu kamar mandi, handuk, sikat gigi, sabun
3.	Sarapan	Ruang makan	Alat makan, gelas, Tv
4.	Berangkat sekolah	Jalan raya	Billboard, poster, kendaraan umum, mobil, motor
5.	Sekolah	Sekolah, ruang kelas	Papan pengumuman, papan tulis, alat tulis
6.	Istirahat	Sekolah/kantin	Papan pengumuman, alat makan, poster, lapangan sekolah
7.	Masuk kelas	Sekolah, ruang kelas	Papan pengumuman, papan tulis, alat tulis
8.	Pulang sekolah	Jalan raya	Billboard, poster, kendaraan umum, mobil, motor
9.	Makan Siang	Ruang Makan	Piring, gelas, sendok, mug, meja makan, TV
10.	Bermain	Luar rumah, lapang, halaman	Mainan, sepeda, bola, TV, kendaraan umum, mobil,

		rumah	motor
11.	mandi	Kamar mandi	Gayung, ember, cermin, pintu kamar mandi, handuk, sikat gigi, sabun
12.	Makan malam	Ruang makan	Meja makan, piring, gelas mug, sendok, TV
13.	Belajar/mengerjakan PR	Kamar tidur, ruang tengah	Pensil , penghapus, jam dinding, pulpen, tas, buku, celengan
14.	Tidur	Kamar tidur	Kasur, bantal, sprei, jam dinding, celengan

g. Target Sekunder

Target sekunder dari perancangan buku peribahasa Sunda untuk anak-anak ini adalah orang tua, diutamakan orang tua yang mau peduli terhadap budaya lokal dan bisa membuka wawasan terhadap budaya karena buku yang ditawarkan mengandung unsur pelestarian budaya dan pada dasarnya keputusan untuk membeli buku ini terletak pada orangtua anak tersebut.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan pada dasarnya merupakan suatu cara pendekatan komunikasi untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dalam bentuk media. Adapun permasalahan yang terjadi terkait dengan budaya Sunda terutama peribahasa Sunda salah satunya adalah kurangnya media pembelajaran yang menarik untuk anak-anak karena kebanyakan anak-anak hanya belajar mengenai peribahasa Sunda melalui buku pelajaran sekolah dan hanya membahas sedikit mengenai peribahasa Sunda. Media infromasi ini dibuat sebagai solusi dari permasalahan dengan membuat sebuah perancangan berupa informasi. Pembuatan konsep perancangan informasi yang ingin

disampaikan kepada target *audience* diharapkan dapat dimengerti dan dilaksanakan dengan baik.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam perancangan buku peribahasa Sunda untuk anak-anak ini adalah menunjang media pembelajaran yang menarik selain buku pelajaran khususnya untuk muatan lokal peribahasa Sunda yang saat ini cukup diminati oleh anak-anak namun kurangnya media pembelajaran yang interaktif dan menarik. diharapkan pesan yang akan disampaikan dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran. Dalam buku ini mengandung pesan yang komunikatif, penggunaan bahasa dan kata dan visual yang dapat dimengerti dan diterima oleh anak-anak sehingga dapat lebih efektif sebagai media pembelajaran dan media sosialisasi.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi untuk media informasi ini akan dibuat dengan beberapa aspek yang disesuaikan dengan target *audience* dan budaya dari suku Sunda agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif. Dalam pendekatan komunikasi dilakukan menggunakan beberapa cara diantaranya pendekatan secara verbal dan secara visual. Berikut penjelasan pendekatan secara verbal:

- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan verbal dalam media informasi ini akan berupa kata-kata dan kalimat yang ditujukan kepada target audiens. Karena target audiens dari media informasi ini adalah anak-anak maka akan dipilih kalimat dan kata-kata yang tidak formal dan tidak baku seperti yang biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari dengan tujuan agar dapat dimengerti dan dipahami oleh anak-anak untuk pendekatan secara verbal. Kalimat yang disampaikan nantinya akan menceritakan tentang

kebaikan-kebaikan dari beberapa pribahasa Sunda berupa cerita pendek dari tokoh dalam cerita

- **Pendekatan Visual**

  Pendekatan visual sangat dibutuhkan dalam menarik perhatian target audiens dengan cara menyesuaikan penggambaran dengan karakteristik dari target audiens. Penggambaran secara manual dengan tambahan *digital image* saat *finishing* membuat ilustrasi kartun terlihat lebih menarik. selain ilustrasi berupa kartun, penggunaan warna-warna juga perlu diperhatikan untuk anak-anak karena cenderung lebih tertarik dengan warna-warna yang kontras dan jelas sehingga dapat membangun kesan didalam pikiran.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory Bhuana Ilmu Populer adalah perusahaan penerbitan besar di Indonesia dibawah naugan Kompas Gramedia. Peneribit ini lebih bergerak pada pembuatan buku anak anak. Untuk para penulis atau instusi yang membutuhkan jasa menulis dan mencetak buku, Bhuana Ilmu Populer juga dapat menjadi *co-publishing*. Bergerak dibidang percetakan yang berfokus kepada penerbitan buku anak, BIP memproduksi beberapa buku seperti edukomik, dongeng, *picture book*, dan buku aktivitas bagi balita dan anak-anak.

Gambar III.3 Logo perusahaan Bhuana Ilmu Populer

Pemilihan *mandatory* kepada penerbitan ini karena memiliki pengalaman yang luas dan meyakinkan untuk memproduksi buku edukasi anak-anak seperti yang akan diproduksi dalam media informasi buku pribahasa Sunda untuk anak-anak ini.

III.2.4 Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan media informasi ini diperlukan adanya materi pesan yang akan disampaikan, adapun yang akan disampaikan dalam buku informasi peribahasa Sunda untuk anak-anak meliputi beberapa hal seperti :

- Memberitahukan infornasi mengenai peribahasa Sunda kepada anak-anak
- Memberikan pesan-pesan moral kepada anak-anak dari beberapa peribahasa melalui gaya ilustrasi
- Memperlihatkan hal-hal buruk yang tidak seharusnya dicontoh oleh para anak-anak

III.2.5 Gaya Bahasa

Penyampaian dalam media informasi ini bertujuan untuk membangun rasa nyaman saat anak-anak membaca dengan menggunakan kata-kata yang tidak baku dan sering mereka dengar, gaya bahasa yang digunakan dalam media informasi ini beragam seperti eufemisme karena dalam media informasi ada beberapa halaman yang membuat sebuah penolakan dengan kata-kata dan bahasa yang lembut seperti arti eufemisme yang sebenarnya. Makna yang digunakan dalam pembuatan media informasi ini adalah makna denotatif karena denotatif adalah makna yang sebenarnya tanpa ada pengertian lain yang terkandung dalam kata tersebut.

III.2.6 Strategi Kreatif

Dalam pembuatan media informasi untuk anak-anak ini strategi kreatif yang akan ditampilkan adalah dari segi visual dimana tokoh dan karakter utama disesuaikan dengan latar belakang kebudayaan tradisional Sunda seperti latar tempat, pakaian, dan properti. Latar tempat yang digunakan dalam media informasi ini yaitu berupa suanasa pedesaan, dan beberapa tempat yang disesuaikan dengan isi dari peribahasa. Sedangkan untuk pakaian yang digunakan oleh tokoh utama dan karakter pendukung menggunakan pakaian yang memperlihatkan ciri khas dari adat Sunda seperti pangsi, kebaya, dan baju lengser.

Terdapat beberapa alternatif strategi kreatif lain yang terdapat di dalam media informasi ini seperti halaman mewarnai dimana anak-anak yang sedang membaca peribahasa Sunda akan dihadirkan pada sebuah halaman khusus untuk mewarnai, lalu halaman khusus untuk kumpulan stiker dari penggalan kalimat peribahasa Sunda yang dapat digunting dan ditempel sesuai kemauan anak anak serta stiker dari para tokoh yang terdapat dalam cerita, dan yang terkhir adalah halaman permainan yang dapat membantu mengasah otak anak-anak seperti permainan kejelian mata dimana anak-anak harus mencari beberapa perbedaan diantara dua gambar yang terlihat sama dan permainan mencari jalan yang benar.

- *Copywriting*

  Copywriting sangat dibutuhkan dalam media informasi sebagai bentuk untuk menarik perhatian target audiens. Dengan menggunakan dan memperhatikan *copywriting* dalam sebuah media informasi juga dapat menyampaikan pesan-pesan yang terdapat didalamnya dengan lebih menarik. *Copywriting* juga dimanfaatkan untuk membangun keinginan target audiens yang kuat.

  Penggunaan *Copywriting* dalam media informasi ini terdapat pada judul yaitu “10 Ilustrasi Paribasa Sunda”, dimana judul yang

ditampilkan terdapat sebuah angka didepannya. Menurut *Write Direction* penggunaan sebuah angka atau nomor pada judul akan menjadi *trigger* dalam menarik perhatian target audiens. Selain dengan kalimat-kalimat yang menarik, penggunaan *copywriting* angka juga menjadi sebuah pengukur waktu untuk target audiens dalam memperkirakan waktu yang akan dihabiskan dalam membaca media informasi ini.

- Storyline

  Storyline dibuat untuk memperlihatkan alur yang mengatur jalannya rangkaian isi dari media informasi peribahasa Sunda ini. Dalam media informsi peribahasa Sunda ini pada awal halaman akan dijelaskan mengenai beberapa kumpulan peribahasa Sunda pilihan yang akan diangkat dan dibahas. Setelah menampilkan halaman dari peribahasa lalu akan ditambah dengan ilustrasi dari peribahasa Sunda yang dibahas dihalaman selanjutnya. Berikut adalah storyline dari media informasi mengenai peribahasa Sunda untuk anak-anak :

- ***Kudu hade gogog, hade tagog***

  Peribahasa Sunda ini membahas mengenai perilaku sopan santun terutama terhadap orang yang lebih tua. Peribahasa ini cocok untuk diberikan dan diajarkan kepada anak-anak yang masih dalam tahap mencari hal yang benar dan salah sebagai pembelajaran untuk kehidupan sehari-hari.

- ***Kudu bisa ngereut nendeun saeutik mahi loba nyesa***

  Dalam peribahasa ini membahas tentang bagaimana target audiens yaitu anak-anak untuk mengatur pendapatan yang mereka miliki baik itu sedikit atau banyak, mereka harus bisa membuatnya cukup untuk

digunakan sehari-hari. Peribahasa ini juga mengajarkan anak-anak untuk berhemat.

- ***Aya maurang kaseseul ku tohan, eta keh ulah diturut twah. Bisi urang kaseseul deui***

  Peribahasa ini juga dipilih untuk ditampilkan dalam media informasi peribahasa Sunda untuk anak karena memberitahukan untuk tidak mengikuti perilaku yang salah, melihat dari usia target audiens yang masih masuk kedalam usia produktif dimana sedang dalam masa membedakan perilaku yang baik dan buruk.

- ***Kahareup ngala sajejeuh, katukang ngala sajeungkal***

  Peribahasa ini diambil untuk memberitahukan kepada anak-anak jika dalam kehidupan sehari-hari harus berhati-hati dalam mengambil keputusan jangan sampai salah melangkah dan akhirnya dapat merugikan untuk diri sendiri. Dalam mencapai kesuksesan harus melewati beberapa rintangan sehingga peribahasa ini cocok untuk diberikan kepada anak-anak agar lebih berhati-hati.

- ***Kudu inget ka bali geusan ngajadi***

  Pribahasa ini dipilih sebagai bentuk pembelajaran untuk anak-anak dimasa depannya kelak ketika sudah hidup berkecukupan dan sukses untuk tidak melupakan kampong halaman tempat dirinya dilahirkan dan dibesarkan. Peribahasa ini juga mengajarkan untuk tidak berlaku sombong jika sudah menjadi orang yang sukses nanti.

- ***Ngeduk cikur kedah mihatur nyokel jahe kedah meicarek***

  Peribahasa ini juga dipilih sebagai media belajar anak untuk mengetahui bahwa mencuri/ tidak mengambil barang tanpa izin adalah pebuatan yang sangat salah dan dibenci oleh Allah S.W.T. di dalam halaman ini

akan menampilkan sebuah ilustrasi yang memperlihatkan hal-hal apa saja jika mencuri/mengambil barang seseorang tanpa izin.

- ***Kudu silih asah silih asih jeung silih asuh***
  Peribahasa ini mengajarkan kepada anak-anak untuk saling menjaga dan menyayangi kepada saudara baik kakak atau adik.

- ***Bibilintik ti leleutik, babanda ti bubudak***
  Peribahasa ini mengajarkan untuk menjaga sesuatu yang telah ditanam sejak dini agar berguna di masa depan.

- ***Hirup ulah manggih tungtung, paeh ulah manggih beja***
  Periabahasa ini mengajarkan anak-anak untuk menjadi orang yang berperilaku baik agar dapat disegani dan kebaikannya akan di ingat oleh orang-orang sekitar meskipun telah meninggal sekalipun.

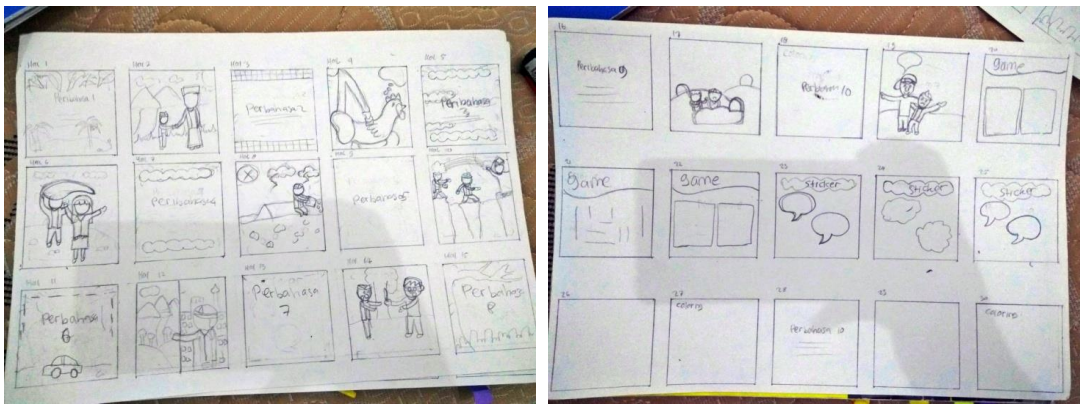
- ***Ulah kabawa ku sakaba kaba***
  Peribahasa ini mengajarkan anak-anak untuk tidak mudah terbawa pada perilaku tidak baik orang-orang disekitarnya.

- *Storyboard*

  Storyboard dibuat untuk memperlihatkan sketsa ilustrasi yang akan digambarkan yang disusun berurutan berdasarkan dengan jalan cerita sebelum memasuki tahap produksi. Dengan berisikan potongan-potongan adegan gambar. *Storyboard* juga memudahkan dalam penyampaian ide secara visual kepada pembaca.

  Dalam *storyboard* media informasi peribahasa Sunda untuk anak ini terdapat beberapa potongan gambar yang memperlihatkan isi seperti bagian awal frame peribahasa dengan ilustrasi berupa daun sisi-sisinya

dan ilustrasi dari peribahasa yang akan dibahas. Berikut adalah storyboard dari media informasi peribahasa Sunda untuk anak-anak.



Gambar III.4 Storyboard Media Informasi
Peribahasa Sunda Untuk Anak-anak

Sumber: Data Pribadi

III.2.7 Strategi Media

Media utama yang dipilih untuk menyampaikan pesan kepada target audiens secara informatif dan dapat diterima dengan mudah yaitu melalui sebuah buku ilustrasi. Buku ilustrasi menampilkan dominan visual dengan warna-wanra menarik ditambah tidak hanya menampilkan cerita ilustrasi tapi juga memberikan alternatif media pembelajaran lain seperti melalui permainan atau stiker yang terdapat dalam media informasi ini. Agar pesan yang terdapat dalam media informasi dapat tersampaikan maka media utama dan pendukung yang dipilih harus disesuaikan dengan target audiens yaitu anak-anak.

a. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam media informasi ini berupa buku ilustrasi. Buku ilustrasi dipilih agar anak-anak mau dan mudah dalam mempelajari mengenai peribahasa Sunda tanpa harus merasa bosan atau terkesan monoton. Buku ilustrasi dipilih karena dilihat dari tahap perkembangannya dimana anak-anak usia 7-9 tahun adalah fase dimana anak lebih menyukai hal yang menarik perhatian visual seperti gambar-gambar ilustrasi dengan warna yang kontras dan mencolok, serta ingin mengenal sesuatu yang baru dan mau belajar. Selain faktor tersebut dengan menggunakan buku sebagai media utama juga dapat memberikan edukasi budaya membaca kepada anak-anak.

b. Media Sosial

Media sosial yang digunakan dalam bagian promosi buku ilustrasi ini adalah media social Instagram. Instagram digunakan karena banyaknya minat dari pengguna media social tersebut dan antusiasme yang tinggi di Instagram.

c. Media Pendukung

Selain media utama yang akan digunakan sebagai pembelajaran, dibuat juga sebuah media pendukung yang berfungsi sebagai tambahan media-media untuk lebih menarik perhatian dan menjadi pengingat. Media-media pendukung yang digunakan dibagi dalam tiga bagian yaitu gimmick sebagai pengingat, *merchandise* sebagai media pendukung berbayar dan terakhir media pendukung *reminding* sebagai informasi

- **Gimmick**

  Stiker

  Stiker merupakan media yang cukup digemari oleh anak-anak karena menggunakan teknik tempel. Media ini efektif menyampaikan pesan yang singkat padat dan impresif. Diproduksi menggunakan program grafis computer

  Pembatas Buku

  Pembatas buku diproduksi untuk anak-anak yang sedang masa-masanya menyukai membaca sehingga dibutuhkan untuk menandai satu lokasi pada buku. Jenis pembatas yang sering digunakan biasanya berbahan kertas yang tebal agar lebih awet, dan tidak mudah sobek. 12 x 5.

  Gantungan Kunci

  Gantungan kunci diberikan untuk anak-anak yang sedang pada masa-masa sekolah. Gantungan kunci dapat digunakan untuk hiasan yang digantung pada tas sekolah.

- ***Merchandise***

  Kaos

  Kaos termasuk kedalam barang yang cukup terjangakau, sederhana dan mudah digunakan oleh anak-anak maupun orang dewasa, biasanya kaos untuk anak-anak diproduksi dengan lengan pendek tanpa kancing dan kerah. Kaos juga dapat digunakan oleh para anak-anak sebagai media lain dalam menyebarkan peribahasa-peribahasa Sunda.

  Celengan

  Celengan digunakan sebagai media pendukung dalam media informasi ini karena melihat target auidens adalah anak-anak yang sedang berada

dalam masa-masa senang menabung, sambil mengajarkan menabung sejak dini seperti isi dari salah satu peribahasa didalam media informasi

Bantal

Bantal digunakan sebagai media pendukung *merchandise* dapat digunakan sebagai pajangan dan hiasan untuk di rumah, kamar, atau mobil.

Totopong

Totopong/iket kepala khas Sunda akan diberikan sebagai gimmick untuk anak-anak sekaligus untuk memperkenalkan kebudayaan khas Sunda kepada anak-anak.

- ***Reminding***

Poster

Digunakan untuk mempromosikan media informasi yang akan dipasarkan kepada khalayak dengan dibuat semenarik mungkin

X Banner

X banner dapat disimpan di berbagai tempat yang menjual media informasi peribahasa Sunda untuk anak-anak.

Flyer

Flyer dipilih karena bentuknya yang praktis dan mudah untuk disebarkan pada berbagai macam situasi.

Photo Both

Photo Both digunakan untuk menarik perhatian anak-anak karena dapat digunakan untuk berfoto. *Photo Both* ini akan menampilkan tokoh

utama dengan wajah yang dihilangkan dan anak-anak bisa berfoto menggunakan badan dari tokoh utama tersebut.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi wajib diperhatikan sebelum penyebaran dan pendistribusian dengan mengetahui target audiensnya. Penyebaran media informasi Peribahasa Sunda untuk anak ini memiliki penyebaran yang dilakukan dengan cara penyimpanan di toko-toko buku atau dipesan langsung melalui penerbit. Harga dari buku 10 Ilustrasi Peribahasa Sunda ini adalah Rp. 75.000.

Waktu yang digunakan dalam pendirstribusian ini terbilang cukup lama yaitu

Tabel III.3 Jadwal Pendistribusian

Tahapan	September				Oktober				November			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Reminding												
Poster 1												
Flyer												
X-Banner												
Poster 2												
Media Utama												
Buku Ilustrasi Peribahasa Sunda												
Merchandise												
Bantal												
Tas Serut												
Kaos												
Celengan												
Totopong												
Gimmick												
Stiker												
Pembatas Buku												

Gantungan Kunci												

Untuk Poster 1 akan didistribusikan pada awal bulan September sampai akhir bulan dengan produk yang akan dikeluarkan. Pada minggu ke 3 bulan September adalah September. Poster ini adalah sebuah attention yang akan membuat orang penasaran waktu untuk pendistribusian Flyer dan poster 2 dengan jangka waktu pendistribusian yang sama yaitu berakhir pada minggu kedua bulan oktober. Waktu pendistribusian flyer hanya berkisar 4 minggu karena akan dilanjutkan dengan pemajangan X-banner di 2 mingu terakhir pendistribusian Flyer yaitu pada minggu pertama oktober sampai awal bulan desember.

Untuk pendistribusian merchandise seluruhnya akan didistribusikan pada jangka waktu yang sama yaitu awal sampai akhir bulan Oktober. Untuk Gimmick akan didisribusikan secara bertahap persatubulan dan bisa didapatkan gratis setiap pembelian buku ditambah 10 pembeli pertama akan mendapatkan ekstra gimmick.

III.3 Konsep Visual

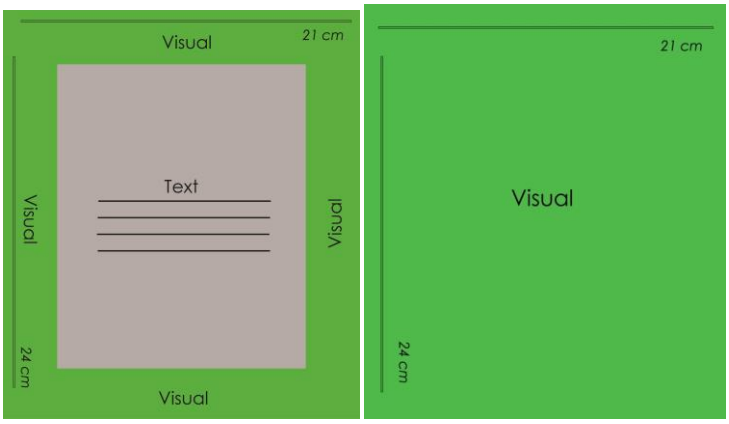
Buku informasi ini menggunakan teknik penggambaran melalui sketsa manual sampai *digital imaging.* Ilustrasi yang digunakan dalam media informasi ini adalah ilustrasi kartun yang menyesuaikan dengan segmentasi target audiens yaitu anak-anak. Menurut Sunarto (1947-2014) dosen Seni Rupa ITB mengatakan jika kartun adalah sekumpulan kertas tebal yang digunakan untuk membuat sebuah sketsa rancangan saat pembutan lukisan dinding.

III.3.1 Format Desain

Format desain pada media informasi ini menggunakan format potrait agar lebih mudah dibawa-bawa dan digunakan oleh anak-anak. Pemilihan ukuran dan format portrait juga digunakan berdasarkan banyaknya buku ilustrasi anak-anak diluar sana yang lebih mendominasi dengan format potrait.

III.3.2 Tata Letak (*layout*)

Tata letak atau layout merupakan rancangan awal mengenai perencanaan dalam penempatan visual, teks, ilustrasi, dan unsur lainnya untuk menciptakan media komunikasi yang menarik secara visual dan juga efektif dalam penyampaian pesan. Tata letak yang digunakan dalam media informasi ini terbagi menjadi 2 bagian dimana terdapat bagian *frame* yang menampilkan peribahasa Sunda dengan ilustrasi-ilustrasi pendukung sederhana dan halaman utama yang menampilkan ilustrasi secara keseluruhan serta cerita singkat. Berikut adalah gambaran tata letak dalam media utama dan *frame* peribahasa.



Gambar III. 5 Layout *frame* peribahasa dan layout halaman utama

III.3.3 Tipografi

Huruf dan tipografi yang digunakan dalam media informasi ini mempunyai peranan yang cukup penting dalam menarik perhatian target audiens. Karena buku ini ditujukan untuk anak-anak yang pada dasarnya masih dalam tahap belajar membaca maka huruf-huruf yang digunakan adalah huruf dengan keterbacaan yang cukup dengan bentuk yang tidak terlalu tajam, tegas dan formal dan tidak terlalu tipis. Huruf yang dipilih dalam buku ini lebih mengedapankan karakter dari anak-anak agar dapat dibaca dengan lebih jelas.

Berikut merupakan huruf yang cocok dengan karakter anak-anak yang ceria seperti *DK Blue Sheep, kbbubblegum,* dan *KG Corner of the Sky*

KBbubblegum

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:,:’”(!?)+-*/=

Gambar III. 6 Font *KBbubblegum*

Huruf ini digunakan pada judul untuk *cover* pada buku. Font ini digunakan karena keterbacaannya yang jelas dan menyesuaikan dengan bentuk dari karakter tokoh utama dimana ilustrasi yang digunakan lebih mendominasi dengan bentuk-bentuk bulat seperti font *KBbubblegum*. Font ini juga digunakan karena tidak terlalu tegas, tajam dan terlihat lebih sederhana dan menyenangkan untuk anak-anak.

DK Blue Sheep

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:,:’”(!?)+-*/=

Gambar III. 7 Font *DK Blue Sheep*

Font ini digunakan untuk bagian text bacaan peribahasa Sunda. font DK Blue Sheep digunakan karena hurufnya yang seikit tajam menambah kejelasan saat membaca namun masih terlihat nyaman dibaca oleh anak-anak dan tidak terlalu formal. Huruf ini juga menggambarkan karakter dari tokoh utama yang terinspirasi dari tokoh Sunda yaitu kabayan dengan karakternya yang tegas.

KG Corner Of The Sky

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:,:'"(!?)+-*/=

Gambar III. 8 Font *KG Corner Of The Sky*

font ini digunakan dalam *body text* untuk isi cerita karena terlihat lebih jelas memudahkan anak-anak untuk membacanya.

III.3.5 Ilustrasi

Dalam pembuatan media informasi untuk anak-anak ini selain penggunaan *copywritng* yang menarik, diperlukan juga visualisasi yang menarik untuk mendukung minat dari target audiens. Gaya ilustrasi yang diambil untuk media informasi ini berupa kartun. Gaya ilustrasi tersebut dapat memvisualisasikan tokoh, latar dan karakter yang akan disampaikan. Selain bentuknya yang lucu, banyaknya penggunaan warna kontras dalam kartun dapat menjadi salah satu daya tarik untuk anak-anak.



Gambar III.9 Referensi gaya ilustrasi kartun1

Sumber: Pinterest.com (19 April 2017)



Gambar III.10 Referensi gaya ilustrasi kartun2

Sumber: *twitter.com/rahmat_gns* (23 Juni 2017)



Gambar III.11 Ilustrasi yang digunakan

Sumber: Pribadi

karakter yang dipakai dalam media informasi ini diambil dari beberapa hasil penelitian terhadap target audiens seperti karakter kabay yang diambil berdasarkan hasil survey terhadap anak usia 7-9 tahun yang sedang memakai pakaian adat khas Sunda yaitu pangsi dan totopong serta karakter aki berdasarkan pemeran lengser berikut ini



Gambar III.12 Referensi Baju dan Tokoh Kabay 1

Sumber: *https://www.Tokopedia.com* (15 Februari 2017)



Gambar III.13 Referensi Baju dan tokoh Kabay 2

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar III.14 Referensi tokoh Aki

Sumber: *https://www.flickr.com/photos/ussycollection* (15 Februari 2017)



Gambar III.15 karakter Kabay dan Aki yang digunakan

Sumber: Pribadi



Gambar III.16 Referensi tokoh Ani dan hasil karakter

Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.5 Warna

Warna memiliki daya tarik yang kuat untuk menciptakan kesan dan membuat ilustrasi lebih hidup terutama untuk anak-anak. Warna yang digunakan pada buku ilustrasi 10 peribahasa Sunda untuk anak-anak ini adalah warna *monochromatis* dimana kselerasan dari warna yang sama diutamakan untuk digunakan pada cover buku agar sesuai dengan kebutuhan dan menghasilkan warna proposi sesuai dengan kombinasi yang telah ditentukan.



C : 53%
M : 0%
Y : 22%
K : 0%

R : 112
G : 202
B : 205

C : 71%
M : 15%
Y : 4%
K : 0%

R : 38
G : 169
B : 217

Selain penggunaan warna analog, digunakan juga warna-warna kontras yang digunakan untuk tokoh karakter dan properti pendukung.

C : 71%
M : 0%
Y : 100%
K : 0%

R : 71
G : 183
B : 73

C : 54%
M : 0%
Y : 20%
K : 0%

R : 107
G : 202
B : 208

Warna yang digunakan pada buku ilustrasi ini lebih didominasi oleh warna hijau dan biru untuk menyesuaikan dengan latar dari suasana pedesaan yang banyak terdapat warna hijau dari pepohonan dan gunung sedangkan warna biru dilihat dari langit cerah di daerah pedesaan dan daerah perairan seperti sungai.

C : 100%
M : 85%
Y : 36%
K : 28%

R : 0
G : 50
B : 94

C : 0%
M : 97%
Y : 71%
K : 0%

R : 242
G : 34
B : 69

C : 5%
M : 0%
Y : 82%
K : 0%

R : 225
G : 250
B : 66

Selain warna biru dan hijau yang mendominasi, terdapat juga warna-warna kontras lain untuk properti pendukung seperti warna kuning, biru tua, dan merah.

Menurut Graves Dalam buku *Bekerja Menjadi Desain Grafis* (h:80) menyebutkan bahwa para ahli telah menyimpulkan jika warna-warna cerah memiliki kekuatan emosional yang tinggi dan memiliki nilai efektif yang tinggi untuk memperhatikan sebuah ungkapan. Dalam buku tersebut juga disebutkan bahwa warna kuning, jingga dan merah memiliki sifat aktif dan merangsang daya pikir. Warna kuning juga mencerminkan sifat dari seorang anak yang memiliki optimisme tinggi dalam segala hal dan menyukai tantangan. Untuk warna merah menunjukan sifat seorang anak yang cerdas, berani dan memiliki kepribadian yang baik.