BAB III

III.1 Khalayak Sasaran

Sasaran perancangan yang dituju adalah orang tua yang memiliki ABK jenis tunarungu, dan tunagrahita ringan. Dikarenakan orang tualah yang berperan besar dalam menentukan pendidikan bagi anak yang berkebutuhan khusus.

- Demografis

Usia	: 30 s/d. 50 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan perempuan
Pendidikan Terakhir	: Tamatan SMA dan D3/S1
Pekerjaan	: Buruh, pegawai swasta/BUMN dan IRT
Status	: Sudah menikah dan memiliki anak ABK
Ekonomi	: Menengah

- Psikografis

  Khalayak sasaran dalam perancangan ini ditujukan untuk orang tua yang sangat menyayangi anaknya dan peduli akan masa depan anaknya. Sadar jika orang tua itu tidak selamanya ada, sehingga menginginkan anaknya dapat hidup mandiri, maka yang dibutuhkan adalah mencarikan sekolah yang terbaik untuk anaknya. Lebih mempercayai suatu hal berdasarkan fakta/bukti nyata dibanding hanya sekedar omongan orang lain. Menggunakan media cetak dan media digital untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

- Geografis

  Dilihat dari segi geografis, perancangan ini ditujukan untuk wilayah Bandung, tetapi tidak menutup kemungkinan juga untuk wilayah sekitar Bandung atau se-Jawa Barat, mengingat hingga saat ini APK se Jawa Barat masih sangat rendah yaitu 12% (yang berarti 88% ABK masih belum bersekolah).

Consumer Journey

Pada saat bangun tidur, hal pertama yang dilakukan khalayak sasaran adalah mempersiapkan diri. Bagi pegawai kantoran akan langsung mandi dan bersiap-siap berangkat ke kantor untuk IRT dan pedagang bersiap ke Pasar atau Mall. Khalayak sasaran akan sibuk menyiapkan keperluan anak seperti menyiapkan seragam, mengecek kelengkapan atribut sekolah, dan lainnya karena khawatir jika anaknya mendapat masalah di sekolah nantinya. Pada siang hari untuk khalayak sasaran pegawai kantoran akan istirahat untuk makan siang, sedangkan untuk IRT akan menyiapkan makan siang. Khalayak sasaran juga akan menghubungi anak untuk menyuruh anak segera pulang, mereka akan khawatir jika anak tidak pulang tepat waktu. Pada malam hari khalayak sasaran akan membantu anak mengerjakan PR dan hal lainnya sampai anak tidur.

Tabel III.1 Bagan Consumer Journey

Bangun Pagi	-Sabuk Koran -Direct Marketing (Mug) -Iklan Cetak Koran
Perjalanan ke Pasar	-Iklan Cetak Majalah -Billboard -Stiker
Di pasar/Mag	-Sabuk Koran -Direct Marketin (Mug) -Iklan Cetak Koran -Elevator -Internet (Web Banner)
Makan Siang	-Direct Marketin (Mug) -Iklan Cetak Majalah -Billboard -Elevator
Pulang dari aktivitas	-Iklan Cetak Majalah -Billboard -Elevator

Consumer Insight

Khalayak sasaran adalah masyarakat orang tua ABK yang selalu berfokus pada anak, masa depan anak, kemandirian anak, sekolah yang tepat untuk anak. Karena salah satu cita-cita terbesar khalayak sasaran adalah dapat melihat anak sukses dan bahagia untuk kedepannya, untuk itu khalayak sasaran ini membutuhkan informasi yang jelas mengenai SLB, untuk dapat menemukan sekolah terbaik buat kemajuan anaknya.

Dengan adanya Websites SLB YPWN Nike Ardila diharapkan keunggulan sekolah dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran dengan jelas.

III.2 Strategi Perancangan

Dalam merancang media-media yang akan dibuat, tentunya dibutuhkan strategi perancangan yang akan digunakan untuk merancang media. Strategi perancangan yang digunakan dilakukan tahap demi tahap untuk memudahkan perancangan.

Hal pertama yang akan dilakukan dalam perancangan kali ini menentukan informasi apa yang ingin disampaikan ke masyarakat. Informasi yang akan disampaikan merupakan informasi SLB sebagai sekolah khusus terbaik. Tahap berikutnya menentukan cara penyampaian informasi tersebut. Cara penyampaian informasi mengenai SLB BC Nike Ardila YPWN sebagai sekolah khusus, akan dilakukan dengan cara menonjolkan keunggulan dan keberhasilan SLB BC Nike Ardila sebagai sekolah khusus terbaik di Jawa Barat, agar masyarakat mengetahui secara jelas dan langsung bahwa SLB BC Nike Ardila merupakan sekolah khusus terbaik. Tahap berikutnya menentukan visual yang akan digunakan dalam penyampaian informasi. Visualisasi yang akan digunakan tentunya dengan memperlihatkan bahwa SLB BC Nike Ardila YPWN adalah sekolah khusus terbaik. Selanjutnya adalah pemilihan pesan yang ingin disampaikan ke masyarakat. Dan terakir adalah pemilihan media yang tepat dalam perancangan kali ini. Tentunya tiap-tiap tahap disesuaikan dengan khalayak sasaran dalam perancangan, seperti halnya visualisasi, jenis informasi, jenis media yang digunakan, semuanya akan disesuaikan dengan khalayak sasaran.

Website adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan file-filenya saling terkait. Web terdiri dari page atau halaman, dan kumpulan halaman yang dinamakan homepage. Homepage berada pada posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Biasanya setiap halaman di bawah homepage disebut child page, yang berisi hyperlink ke halaman lain dalam web (Gregorius, 2000).

Website adalah suatu metode untuk menampilan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan (link) satu dokumen dengan dokumen lainnya (hypertext) yang dapat diakses melalui sebuah browser (Yuhefizar, 1998).

Dapat disimpulkan Website adalah sekumpulan halaman informasi yng disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses diseluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet tanpa batas ruang dan waktu, juga merupakan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara, animasi sehingga menjadi media informasi yang menarik untuk dikunjungi oleh orang lain.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam pembuatan media informasi, tujuan komunikasi sangatlah penting agar pesan yang disampaikan dapat tepat sasaran dan mudah dipahami masyarakat, adapun informasi utama yang ingin disampaikan yaitu tentang keberadaan sekolah, profile sekolah, fasiltas sekolah, kesiswaaan, kegiatan ekstra kurikuler sekolah dan kontak sekolah, tujuannya adalah masyarakat mampu mengerti dan memahami pesan apa yang disampaikan, dalam media tersebut juga disampaikan keunggulan-keunggulan yang dimiliki sekolah meliputi pretasi yang telah dicapai sekolah dan siswa, infrastruktur, fasiltas pengajar dan sarana pendukung lainnya.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

- **Pendekatan Visual**

  SLB BC Nike Ardila YPWN merupakan lembaga yang bergerak di bidang pendidikan, sehingga pendekatan visual yang akan ditampilkan menunjukkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh siswa ABK di sekolah. Menunjukkan SLB

BC Nike Ardila YPWN sebagai sekolah khusus terbaik dengan memperlihatkan pencerminan keberhasilan yang diterapkan oleh SLB BC Nike Ardila. Menunjukkan metode pengajaran khusus yang digunakan oleh SLB BC Nike Ardila sebagai sekolah khusus dalam mendidik ABK, agar masyarakat lebih yakin bahwa SLB BC Nike Ardila merupakan sekolah khusus terbaik di Jawa Barat. Pemilihan gambar akan menggunakan foto dokumentasi yang mencerminkan keberhasilan SLB BC Nike Ardila dalam mendidik ABK, agar kesan yang diberikan dapat lebih jelas dan lebih mudah dimengerti oleh khalayak sasaran.



Gambar III.1 Contoh Foto Dokumentasi Sekolah Yang Mencerminkan Keberhasilan SLB BC Nike Ardila
Juara I Lomba Busana Tahun 2007 SAE STUDIO DPC HIMPRI Kab. Bandung
Sumber : Dokumentasi Pribadi (6 April 2017)

- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan verbal akan menggunakan kalimat-kalimat yang mendukung dan menjelaskan bahwa SLB BC Nike Ardila YPWN merupakan sekolah khusus terbaik se Jawa Barat. Mengkomunikasikan ke masyarakat bahwa SLB BC Nike Ardila YPWN merupakan sekolah khusus terbaik dengan membuat *statement-statement* tertulis yang menunjukkan dan menyakinkan masyarakat bahwa SLB

BC Nike Ardila sebagai sekolah khusus di Jawa Barat. Seluruh isi konten mulai dari menggunakan bahasa Indonesia yang baku dan jelas terbacanya, sederhana dan singkat, sehingga dapat lebih mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Dikarenakan khalayak sasaran merupakan khalayak menengah ke bawah, sehingga untuk judul, *headline*, dan *tagline* sama sekali tidak akan menggunakan bahasa Inggris agar mudah dimengerti oleh khalayak sasaran.

SLB TERFAVORIT SE - JAWA BARAT

Gambar III.2 Contoh Kalimat yang Menunjukkan SLB BC Nike Ardila Sebagai Sekolah khusus Terbaik

Sumber : Dokumentasi Pribadi (6 April 2017)

III.2.3 *Mandatory*

Yayasan Pendidikan Wawasan Nusantara merupakan mandatory yang mendukung sekolah SLB dalam pembuatan media informasi.

Gambar III.3 Logo Yayasan Pendidikan Wawasan Nusantara

Sumber : Dokumentasi Sekolah (6 April 2017)

III.2.4 Materi Pesan

Meteri pesan yang akan disampaikan dalam perancangan ini memberi tahu masyarakat bahwa SLB BC Nike Ardila adalah sekolah khusus terbaik di Jawa Barat. Memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa SLB BC Nike Ardila yang merupakan sekolah khusus lebih baik dari pada sekolah khusus lainnya, dan bahkan merupakan sekolah khusus terbaik di Jawa Barat. Guna meyakinkan masyarakat bahwa SLB BC Nike Ardila merupakan sekolah khusus terbaik di Jawa Barat, maka pesan yang akan

disampaikan memberitahu masyarakat bahwa SLB BC Nike Ardila merupakan sekolah khusus pertama di Jawa Barat untuk tingkat SD, SMP dan SMA sederajat, memiliki tenaga pengajar yang profesional dibidangnya, memiliki akredetasi "B", sehingga masyarakat yakin bahwa SLB BC Nike Ardila merupakan sekolah khusus terbaik di Jawa Barat. Informasi tersebut akan menjadi konten utama dalam perancangan media ini.

Adapun informasi sekolah yang harus disampaikan secara terbuka meliputi

- Keberadaan sekolah melalui jendela Home
- Sejarah sekolah berikut Struktur Organisasi sekolah melalui jendela Profile
- Kegiatan OSIS dan Ekstrakurikuler sekolah melalui jendela Kesiswaan
- Informasi mengenai Pendaftaran
- Update berita mengenai sekolah
- Kontak

III.2.5 Gaya Bahasa

Adapun bahasa yang digunakan dalam penyampaian pesan agar mudah dapat diterima masyarakat sasaran, menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dimengerti, jelas tidak ber tele-tele serta tidak menggunakan istilah-istilah.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan diterapkan yaitu, seluruh pesan dalam media-media tersebut akan bersifat informatif berisi informasi mendetail tentang SLB BC Nike Ardila sebagai sekolah khusus terbaik di Jawa Barat. Memperlihatkan keberhasilan pendidikan yang diterapkan SLB BC Nike Ardila guna meyakinkan masyarakat bahwa SLB BC Nike Ardila merupakan sekolah khusus terbaik di Jawa Barat. Keberhasilan pendidikan SLB BC Nike Ardila tidak hanya akan dimunculkan secara teks, tetapi juga divisual dapat terlihat dari senyuman kebahagiaan siswa ABK dan prestasi yang telah dicapai oleh siswa ABK yang merupakan hasil dari Pendidikan khusus oleh SLB BC Nike Ardila guna meyakinkan masyarakat bahwa jika ABK di sekolahkan di SLB BC

Nike Ardila, ABK tersebut akan berhasil dan memiliki masa depan yang baik. Memperlihatkan foto-foto metode pengajaran Pendidikan yang diterapkan oleh SLB BC Nike Ardila, mulai dari kegiatan di dalam kelas sampai kegiatan di luar kelas.

Pemilihan warna yang akan digunakan juga akan menggunakan warna yang mencerminkan kebahagian dan kesuksesan guna memperkuat visual yang akan digunakan. Tata letak dan tipografi yang digunakan juga akan menggunakan tata letak dan tipografi yang kuat dan dapat menambah keyakinkan masyarakat, untuk memperkuat pencerminan keberhasilan SL BC Nike Ardila sebagai sekolah khusus terbaik. Unntuk halaman utama media, menggunakan *slideshow*foto dan adanya testimonial dari orang tua ataupun alumni untuk meyakinkan khalayak sasaran bahwa SLB BC Nike Ardila merupakan sekolah khusus terbaik di Jawa Barat.



Gambar III.4 Contoh Penggunaan *Slideshow* Foto Pada Media

Sumber : Dokumentasi Pribadi (6 April 2017)

Copywriting

Headline : Sekolah khusus ter-favorit se Jawa-Barat

Pemilihan *Headline* "Sekolah khusus ter-favorit se Jawa Barat" dipilih agar masyarakat yakin dengan kualitas dan kinerja SLB BC Nike Ardila sebagai sekolah khusus terbaik. Dikarenakan SLB BC Nike Ardila merupakan sekolah khusus ter favorit se Jawa Barat, sehingga masyarakat tidak akan meragukan lagi kemampuan SLB BC Nike Adila dalam menggunakan sistem Pendidikan khusus.

Tagline : Biarkan Kami Meraih Sebuah Impian

Pemilihan *Tagline "*Biarkan Kami Meraih Sebuah Impain" diambil berdasarkan peran dan tujuan SLB BC Nike Ardila dimana mereka mensejajarkan derajat antara ABK dan non ABK, menghilangkan diskriminasi, dan memberikan kesempatan yang sama tanpa membeda-bedakan mereka. Agar masyarakat dapat dengan mudah mengetahui keunggulan yang dimiliki SLB BC Nike Ardila dibanding sekolah lainnya.

III.2.7 Strategi Media

Strategi media merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran, agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan mudah, strategi media digunakan untuk menentukan media yang akan di aplikasikan kepada rancangan, baik itu berupa media utama maupun media pendukung.

- **Media Utama**

  Media utama yang akan digunakan adalah Multimedia interaktif *online* berupa *Website.* Alasan pemilihan media ini karena beberapa sebab, yaitu:

  a. Di zaman sekarang yang serba digital, informasi akan sangat mudah didapat melalui internet.
  b. Media *website* dapat memberikan informasi yang lengkap dan terperinci.
  c. Semua orang dari berbagai kalangan dapat mengakses internet sekarang ini.
  d. Internet dapat diakses diberbagai daerah.
  e. Khalayak sasaran adalah masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman, sehingga internet bukan hal yang baru lagi bagi khalayak sasaran.
  f. SLB BC Nike Ardila belum memiliki akses informasi resmi.

- **Media Pendukung**

  Pada perancangan media informasi ini, tentunya juga dibutuhkan media pendukung yang akan membantu media utama dalam memberikan informasi. Media-media pendukung meliputi:

a. Baliho

Baliho akan ditempatkan di beberapa sudut kota Bandung. Informasi yang akan diberikan dalam baliho hanya sebatas memberitahu masyarakat adanya sekolah khusus untuk tingkatan SD, SMP dan SMA di kota Bandung yaitu SLB BC Nike Ardila. Dan tentunya akan dicantumkan alamat *website* SLB BC Nike Ardila, agar masyarakat yang melihat dan tertarik dengan informasi yang terdapat di baliho tersebut bisa mendapatkan informasi yang lebih lengkap lagi.

b. Flyer

Pemilihan media *flyer* karena *flyer* akan sangat mudah untuk disebarkan ke masyarakat, dengan ini masyarakat akan tahu keberadaan SLB BC Nike Ardila. Seperti media lainnya, pada flyer akan dicantum alamat *website* SLB BC Nike Ardila itu sendiri, sehingga masyarakat yang ingin tahu lebih lanjut dapat mengujungi *website* SLB BC Nike Ardila untuk mendapatkan informasi yang selengkapnya.

c. Kalender

Media ini merupakan media yang dapat digunakan. Dibuat dengan ukuran kecil agar dapat dibawa kemana-mana sehingga akan selalu di ingat oleh masyarakat yang memilikinya. Media ini akan disebarkan gratis untuk masyarakat. Di media ini tentunya juga akan dicantumkan alamat *website* sekolah ini.

d. Pin dan Gantungan Kunci

Kedua media ini merupakan media yang low budget, sehingga dapat dibuat dalam jumlah yang banyak dan dapat diberikan kepada masyarakat secara luas. Sama halnya dengan media-media pendukung yang lain. Media ini juga berfungsi untuk membantu mengiklankan media utama, yaitu *website*, dengan

mencantumkan alamat *website* SLB BC Nike Ardila ditiap pin dan gantungan kunci.

e. Note

Media ini merupakan media yang dapat digunakan oleh khalayak masyarakat untuk membuat catatan-catatan penting. Dibuat dengan ukuran kecil agar dapat dibawa kemana-mana sehingga akan selalu di ingat dengan mudah oleh masyarakat yang memilikinya. Media ini akan disebarkan gratis untuk masyarakat. Di media ini tentunya juga akan dicantumkan alamat *website* sekolah ini.

f. Sticker

Media ini akan disebarkan gratis ke masyaraakt. Tentunya akan dicantumkan alamat *website* untuk mengenalkan *website* sebagai media utama kepada masyaraakt. Dibuat dengan ukuran kecil sehingga dapat ditempel dimanapun, seperti halnya di kendaraan, gadget, dan lainnya.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Agar informasi mengenai SLB BC Nike Ardila ini sampai pada khalayak sasaran, maka diperlukan adanya strategi dalam pendistribusian mengenai *website* SLB BC Nike Ardila sebagai sekolah khusus, hal ini dilakukan agar dalam pendistribusian *website* ini benar-benarsampai pada khalayak sasaran, untuk itu maka perlu adanya langkah-langkahdengan menjalin kerjasama dengan beberapa pihak yaitu sekolah-sekolah khusus lainnya seperti halnya sekolah terpadu dan inklusi, dan beberapa pihak SMP/MTs. Pendistribusian media ini juga berbarengan dengan jadwal penerimaan siswa baru tahun ajaran 2015-2016 yang dilakukan oleh SLB BC Nike Ardila. Oleh karena itu, jadwal distribusi juga akan disesuaikan dengan jadwal penerimaan siswa baru yang akan dilakukan mulai pada minggu ke-4 bulan Maret 2017 hingga akhir bulan Juni 2017.

Tabel III.I Strategi Distribusi

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

Media	**Tempat/Lokasi**	**Waktu Penyebaran**												
		Maret				April				Mei			Juni	
		Minggu ke-												
		4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Website	Online													
Baliho	Persimpangan Jalan, Daerah padat penduduk, dan padat SMP													
Flyer	SLB, SD,SMP, dan di acara keramaian khususnya sekolah													
Kelender, Pin, Gantungan Kunci, *Note*, dan Sticker	Daerah padat penduduk dan padat Sekolah													

Pada tanggal 1 April 2017, SLB BC Nike Ardila membuka penerimaan siswa baru. Oleh karena itu, media utama *website*akan diluncurkan satu minggu sebelum itu. Baliho akan didistribusikan selama dua minggu sejak awal penerimaan siswa baru dibuka. Berikutnya adalah pendistribusian media *flyer* yang akan didistribusikan ke sekolah-sekolah dan pinggir jalan. Terakir adalah pendistribusian media-media yang dapat dipakai/digunakan seperti buku kalender, pin, gantungan kunci, *note*, dan stiker. Masing-masing media tersebut akan didistribusikan selama dua minggu tanpa henti hingga penutupan penerimaan siswa baru yang akan dilakukan pada tanggal 4 Juli 2017.

Media-media pakai seperti halnya kalender, pin, gantungan kunci, *Note* dan sticker juga akan diberikan untuk 150 siswa ABK pendaftar pertama. Hal ini disesuaikan

dengan jumlah maksimal siswa ABK yang diterima di sekolah ini yang berjumlah 150 siswa. Dan juga media-media pakai ini juga akan dijadikan souvenir yang akan diberikan dalam event-event tertentu yang diadakan oleh pihak SLB BC Nike Ardila, seperti halnya perlombaan, kelulusan, dan event lainnya.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual merupakan pembahasan mengenai ide warna, gambar, *layout*, dan tipografi yang digunakan pada media informasi SLB BC Nike Ardila. Karena sangatlah penting untuk membatasi elemen-elemen desain yang digunakan dalam media informasi ini, jika elemen desain yang digunakan terlalu banyak dimungkinkan akan membingungkan khalayak sasaran, sehingga akan bekerja lebih keras untuk memahami arti pesan yang disampaikan. Berikut ini merupakan pemaparan konsep visual yang digunakan dalam perancangan *website* sebagai media informasi SLB BC Nike Ardila sebagai sekolah khusus.

III.3.1 Format Desain

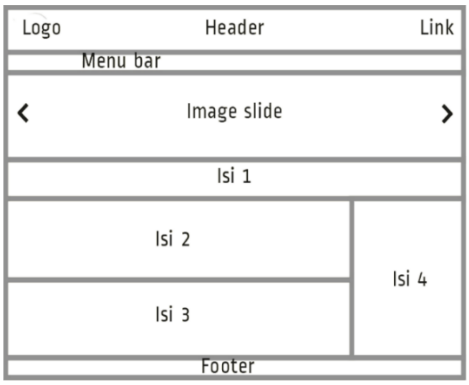
Berikut ini adalah format ukuran media-media desain komunikasi visual yang akan dibuat :

- Format desain *website* adalah berukuran 1024px x 768px
- Format desain baliho adalah berukuran 3m x 4m
- Format desain *flyer* adalah berukuran A5 (14,8cm x 21cm)
- Format desain kalender adalah berukuran 10cm x 5,5cm
- Format desain pin adalah berukuran 5,8cm x 5,8cm
- Format desain gantungan kunci adalah berukuran 5,8cm x 5,8cm
- Format desain *note* adalah berukuran 15cm x 10cm
- Format Desain sticker adalah berukuran 8cm x 8cm

III.3.2 Tata Letak (*layout*)

Tata letak yang digunakan pada setiap media informasi yaitu landscape untuk *website* sebagai media utama, dan potrait untuk media pendukung. SLB BC Nike Ardila merupakan sekolah formal, sehingga desain *layout* akan terlihat formal. Dimana formal

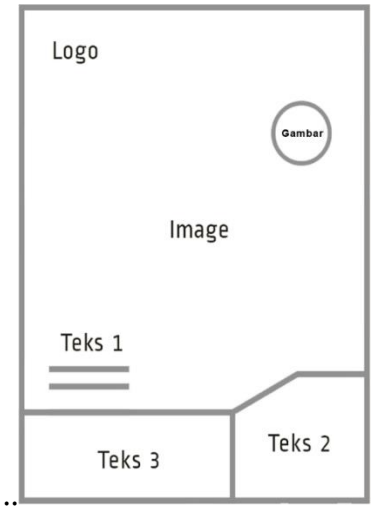
disini menggunakan desain kotak dengan sudut runcing, tidak *rounded*, tidak menggunakan objek yang berbentuk lingkaran, dan elemen-elemen yang berberntuk *wave*. Tata letak kotak-kotak juga terlihat lebih serius, berbeda dengan lingkaran dan *wave* yang terkesan bermain, guna memperkuat dan meyakinkan masyarakat bahwa SLB BC Nike Ardila adalah sekolah khusus terbaik di Jawa Barat.



Gambar III.6 *Layout Website*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan digunakan untuk media utama, yaitu untuk *website* SLB BC Nike Ardila yang akan dibuat.



Gambar III.7 *Layout* Baliho dan Flyer

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan digunakan untuk media baliho dan *flyer* SLB BC Nike Ardila yang akan dibuat.

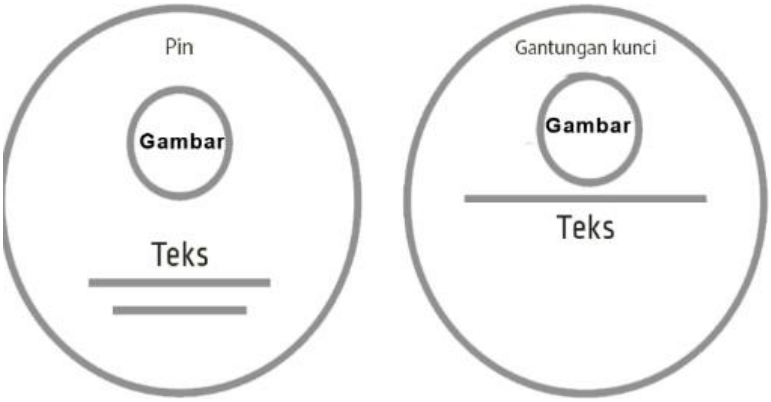


(a) (b) (c)

Gambar III.8 (a) *Layout* Kalender Depan (b) *Layout* Kalender Isi (c) *Layout* Kalender Belakang

Sumber : (a) (b) (c) Dokumentasi Pribadi (2017)

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan digunakan untuk media kalender SLB BC Nike Ardila yang akan dibuat.

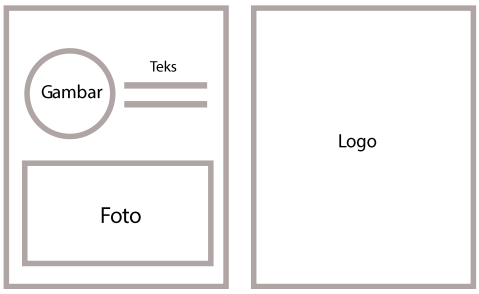


(a) (b)

Gambar III.9 (a) *Layout* Pin (b) *Layout* Gantungan Kunci

Sumber : (a) (b) Dokumentasi Pribadi (2017)

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan digunakan untuk media pin dan gantungan kunci SLB BC Nike Ardila yang akan dibuat.

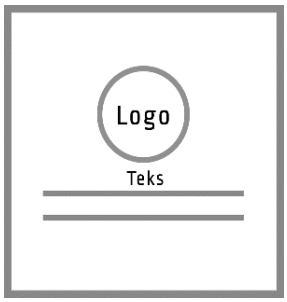


(a) (b)

Gambar III.10 (a) *Layout* Note depan (b) *Layout* Note Belakang

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan digunakan untuk media note SLB BC Nike Ardila yang akan dibuat.



Gambar III.11 *Layout* Sticker

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan digunakan untuk media stiker SMK BPP yang akan dibuat.

III.3.3 Tipografi

Dalam perancangan media ini, jenis tipografi yang digunakan untuk judul dan *headline*adalah jenis *font* "Impact". Dengan bentuknya yang tebal akan sangat cocok untuk dijadikan judul, agar keterbacaanya mudah dan terkesan lebih meyakinkan. Untuk *tagline* dan *bodytext*menggunakan *font* "Ropa Sans". Bentuknya yang hampir sama dengan *font* standar tetapi sedikit melengkung cocok untuk perancangan media ini, agar terkesan formal tetapi tidak terlalu serius dan tentunya mudah dibaca.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
.,!@#$%^&*()

Gambar III.12a Jenis *Font* Impact

Sumber : http://myfonts.com/font-thick.html (2017)

SLB TERFAVORIT SE - JAWA BARAT

Gambar III.12b di atas merupakan contoh gambar *font*"Impact" yang akan digunakan untuk judul dan *headline*.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
.,!@#$%^&*( )

Gambar III.12c Jenis *Font* Ropa Sans

Sumber : http://myfonts.com/font-formal.html (2017)

Biarkan Kami Meraih Sebuah Impian

Gambar III.12d di atas merupakan contoh gambar *font*"Ropa Sans" yang akan digunakan untuk *tagline* dan *bodytext*.

III.3.4 Ilustrasi

Defenisi illustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberikan penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Illustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatur dan akhir-akhir ini banyak dipakai image bitmap hingga karya foto (Kusriyanto, 2009). Dalam perancangan kali ini, gambar/ilustrasi yang akan digunakan berupa foto dokumentasi Alasan pengunaan foto dokumentasi agar terlihat lebih menyakinkan target audiences, dikarenakan target audiences merupakan masyarakat yang tidak mudah percaya akan suatu hal melalui omongan saja, tetapi foto yag memperlihatkan kebahagiaan ABK di SLB Nike Ardila. berikut beberapa foto dokumentasi yang akan di olah menggunakan komputer dan kemudian akan digunakan di dalam website, adapun foto-foto dokumentasi diatas bertipe Foto Jurnalis



Gambar III.13 Illustrasi Karya Foto Dokumentasi Sekolah

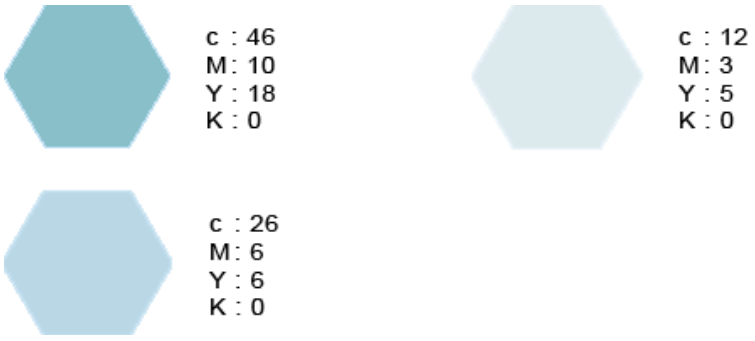
Sumber : Dokumentasi Sekolah (2017)

III.3.5 Warna

Warna yang akan digunakan tidak akan mengikuti identitas visual yang dimiliki SLB BC Nike Ardilla. Warna yang digunakan dalam perancangan ini lebih disesuikan

dengan peran, cita-cita, dan tujuan yang ingin dicapai oleh SLB BC Nike Ardila. Berdasarkan hasil wawancaran dengan pihak sekolah, SLB BC Nike Ardila memiliki peran menghilangkan diskriminasi, memberikan kesempatan yang sama untuk semua siswa dengan asas kekeluargaan. SLB BC Nike Ardila juga memiliki cita-cita yang tinggi untuk membuat seluruh siswa, utamanya siswa ABK, dapat bahagia dan memiliki masa depan yang cerah dengan pendidikan yang diberikan oleh SLB BC Nike Ardila. Oleh karena itu, warna yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah warna kuning dan biru sebagai warna primer. Tetapi tetap menggunakan sedikit warna identitas visual, agar tetap sesuai dengan identitas SLB BC Nike Ardila.

Didalam ilmu psikologi, warna sangat berpengaruh terhadap jiwa, kepribadian hingga kesehatan seseorang. Wexner (1954) pernah melakukan penelitian tentang keterkaitan warna dengan suasana hari (mood), Frank H. Mahnke (1996) psikolog Amerika melakukan eksperimen keterkaitan warna dengan emosi (UK Essays Film Studies 2015). Berdasar hasil penelitian dan eksperimen diatas ada 8 warna dasar yang dirangkum oleh CS Jones yang menggambarkan rasa dan emosi diantaranya, Warna biru memberikan efek menenangkan, komunikatif, sedangkan warna biru muda mengartikan semangat, kesuksesan, dan solidaritas. Kedua warna tersebut sesuai dengan peran dan cita-cita SLB BC Nike Ardila..



Gambar III.14 Warna yang Digunakan Pada Media

Sumber : http://gushairinfadli.com (Nov.2017)