BAB. III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Cangara (2010) menjelaskan "khalayak adalah salah satu faktor dari proses komunikasi. Karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak" (h.157). Penentuan khalayak sasaran sangat penting dalam perancangan media informasi ini agar informasi lebih terfokus dan efektif. Berikut adalah khalayak sasaran pada perancangan ini:

a. Demografis

Usia : Remaja akhir 18-21

Status Ekonomi : Menengah

Jenis kelamin ; Laki laki dan Perempuan

Status : Pelajar

Pemilihihan khalayak sasaran pada rentang usia 18-21 tahun merupakan tahap akhir dalam usia remaja yaitu tahap remaja akhir. Kecenderungan pengunjung sarana olahraga yang berapa pada usia tersebut. Kemampuan ekonomi berpengaruh terhadap kesanggupan untuk membeli media buku.

b. Psikografis

Pada usia 18-21 tahun mulai menemukan nilai nilai hidup baru, bersikap kritis terhadap objek di luar dirinya dan mencoba mendidik diri sendiri (Ahmadi dkk, 2005, h.128) Diharapkan target dapat menerima hal baru yang bersifat informatif bermanfaat bagi pengetahuan dirinya.

c. Geografis

Menurut Suyanto (2004) menjelaskan "segmentasi geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit unit geografis yang berbeda, misalnya wilayah, negara, negara bagian, provinsi, kota dan kepulauan" (h.78). Berdasarkan lokasi, khalayak sasaran yang disasar dalam media informasi ini Yaitu mencakup masyarakat Kota Bandung dan sekitarnya.

d.*Consumer Insight*

Maulana (2009) menjelaskan *"consumer insight* adalah proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran, dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya" (h.25). Berikut adalah consumer insight pada remaja akhir

· Menyukai hal baru

- Selalu ingin tahu

· Minat terhadap hal intelektual

e.*Consumer Journey*

Untuk mendapatkan interaksi dari media yang telah dibuat dengan target audiens maka diperlukan daftar aktifitas dari target audiens agar informasi tersampaikan dengan baik. Berikut adalah tabel *consumer journey*:

Tabel.III.1 *Consumer journey*
Sumber: Dokumen pribadi

NO	Kegiatan	Tempat	Point Of Contact
1	Bangun pagi	Rumah/Kosan, Kamar tidur,	Handphone, Gantungan kunci
2	Perjalanan	Jalan	Sticker, *Totebag*
3	Belajar	Sekolah, Kampus	Poster, Pembatas Buku, *Totebag*, Buku Catatan
4	Olahraga	Sekolah , Kampus	*Tumbler*, Handuk, Tas sepatu
5	Nongkrong	Kantin, Cafe	*X-banner*, poster,
6	Istirahat	Rumah	*Handphone*, Buku

III.2 Strategi Perancangan

"Strategi perancangan terdiri dari dua kata yaitu strategi dan perancangan. Strategi adalah rencana lengkap untuk mencapai tujuan organisasi" (Griffin, 2004, h.49). **"**Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi " (Nafisah, 2003, h.2).

Strategi perancangan yang akan di buat mengenai media informasi ini berdasarkan masalah yang terjadi pada masyarakat yang mengalami dehidrasi saat berolahraga**.** Bentuk media yang akan dibuat pada perancangan ini berupa buku tentang mencegah dehidrasi saat berolahraga. Dikemas secara komunikatif dan informatif agar pesan tersampaikan dengan baik dan mudah diingat oleh target audiens.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari pembuatan media informasi ini adalah menginformasikan kepada masyarakat mengenai asupan air minum saat berolahraga serta cara mencegah dehidrasi saat berolahraga. Diharapkan masyarakat dapat mencegah dehidrasi saat berolahraga dan sekaligus dapat menambah pengetahuan bagi masyarakat dalam bidang kesehatan.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam suatu penyampain informasi dibutuhkan sebuah komunikasi yang baik agar informasi yang diberikan dapat diserap dan dipahami dengan baik oleh target audiens berikut adalah pendekatan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan:

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal yang terkait dengan penyampaian informasi tentang mencegah dehidrasi saat berolahraga adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar agar informasi dapat mudah dimengerti dan tersampaikan dengan baik.

b. Komunikasi Visual

Komunikasi visual yang terkait dengan penyampaian informasi tentang mencegah dehidrasi saat berolahraga adalah dengan menampilkan gambar dan teks. untuk mempermudah penyampaian informasi akan didukung dengan visualisasi berupa penggambaran air minum, bagian tubuh, orang yang sedang melakukan aktivitas berolahraga, orang yang merasa haus, orang yang sedang minum air.

III.2.3 *Mandatory*

Perancangan media informasi tentang mencegah dehidrasi saat berolahraga ini adalah penerbit Gramedia Pustaka Utama selaku penerbit dan membantu daalam pendistribusian.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan akan menginformasikan cara mencegah dehidrasi saat berolahraga yang meliputi asupan cairan yang baik ketika olahraga ,gejala dari dehidrasi, dampak dehidrasi, penilaian tingkat dehidrasi dan cara menanggulanginya, sehingga dapat mencegah dehidrasi saat berolahraga.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang akan digunakan dalam penyampaian informasi mengenai mencegah dehidrasi saat berolahraga ini menggunakan gaya bahasa eksposisi. eksposisi adalah sebuah tulisan yang berusaha menerangkan suatu pokok pikiran yang diaanggap perlu untuk disampaikan dan diharapkan dapat memperluas pengetahuan pembaca (Kusmayadi, 2007, h.35) diharapkan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target audiens dan disertai menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, agar mudah dipahami dan bagi target audiens.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dapat menunjang perancangan yang telah direncanakan. Strategi kreatif yang akan dimunculkan dalam media informasi ini adalah Agar informasi

mencapai tujuan yang diharapkan, maka informasi harus kreatif dan memberikan informasi yang efektif. Perancangan media informasi ini dibuat dan dikemas dalam bentuk sebuah buku. Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, dalam perancangan menggunakan *copywriting, storyline* dan ilustrasi.

- *Copywriting*

  Headline : Pahami Pentingnya Cairan Tubuh

  Subheadline : Mencegah Dehidrasi Saat Berolahraga

- *Story line*

  Berikut adalah penjabaran alur dari buku informasi mengenai Mencegah dehidrasi saat berolahraga

  Bab 1 Olahraga & Dehidrasi

  Bab 2 Gejala Dehidrasi Yang Perlu Diwaspadai

  Bab 3 Indikator Tingkat Dehidrasi

  Bab 4 Pentingnya Cairan Tubuh

  Bab 5 Mencegah Dehidrasi Saat Berolahraga

- ilustrasi

  pada media infromasi buku ini disertai dengan memberikan ilustrasi pada setiap text agar mudah dipahami oleh pembaca dan tidak bosan pada saat membaca.

III.2.7 Strategi Media

Media Utama

Media utama yang digunakan untuk perancangan media informasi mengenai mencegah dehidrasi saat berolahragaini adalah buku. Buku dipilih sebagai media informasi karena mudah dibawa serta praktis. Kusrianto (2007) menjelaskan "buku cerita atau majalah adalah media yang membutuhkan ilustrasi ilustrasi akan memudahkan pembaca berilustrasi tentang tokoh atau cerita yang ditulis" (h.203). Diharapkan dapat memudahkan pembaca dalam menerima informasi. Menurut Piliang (seperti dikutip Sabana dan Setiawan, 2005) Buku sebagai bentuk informasi cetak diburu demi nilai historisnya, terdapat nilai kebendaan dan kultural pada buku, yang merupakan bagian penting dari kebudayaan manusia (h.16).

Media Pendukung

Media Pendukung Media pendukung yang akan digunakan berfungsi untuk mendampingi dan memperkuat media utama. Media pendukung yang akan digunakan diantaranya:

a. Tahap Informasi

- Poster

  Poster sebagai media informasi telah terbitnya buku ini. Poster sangat efisien dapat ditempel dimana saja.

- *X-banner*

  Media ini untuk melengkapi saat peluncuran buku , Media ini digunakan pada meja booth untuk menarik perhatian target audiens pada saat peluncuran buku,

b. Tahap Pengingat

- *Tumbler*

  Tumbler akan dijual pada saat peluncuran buku. digunakan sebagai tempat minum saat berolahraga. Dengan tumbler ini target audiens dapat membawa minum tanpa harus membeli dan sebagai media pengingat disela-sela berolahraga.

- Tas sepatu

  Tas sepatu merupakan media pendukung yang akan dijual pada saat buku diluncurkan. Pada saat berolahraga dibutuhkan tas sepatu untuk membawa sepatu, menjadi media pengingat pada saat berolahraga.

- *Totebag*

  Totebag akan dibagikan pada saat bersamaan dengan pembelian buku. Totebag dapat digunakan kembali untuk membawa barang sehari hari.

- Handuk

  Handuk akan dijual pada saat buku diluncurkan. pada saat berolahraga membutuhkan handuk dan sebagai media pengingat disela-sela berolahraga.

- Gantungan kunci

  Gantungan kunci sebagai media pengingat yang praktis, karena bentuknya yang kecil dan mudah untuk dibawa kemana – mana. Media ini akan dibagikan gratis pada saat peluncuran buku.
- Buku catatan

  Buku catatan merupakan media pendukung yang termasuk sebagai *merchandise* pada saat pembelian buku.
- Pembatas buku

  Pembatas buku sebagai media pendukung yang berguna untuk menandai dimana halaman terakhir dibaca yang termasuk sebagai *merchandise* pada saat pembelian buku.
- *Sticker*

  Sticker akan dibagikan secara gratis. berfungsi sebagai media pengingat yang fleksibel dan praktis dapat ditempelkan dimana saja, media yang baik dalam tahap pengingat.

II.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

a. Strategi Distribusi

Zaharrudin (2006) menjelaskan "tanpa suatu strategi distribusi yang baik akan mendapatkan kesulitan untuk menyebarkan atau menyalurkan produknya ke seluruh segmentasi pasar yang telah direncanakan" (h.86) . Media akan didistribusikan selaman tiga bulan. Strategi distribusi pada media informasi ini adalah dengan menyebarkan media di toko buku, pada toko buku yang mempunyai nama besar seperti Gramedia, Rumah buku, Toga mas dan Gunung Agung untuk memudahkan khalayak mendapatkan buku. Untuk pembelian online bisa melalui instagram @gramedia dan website dari gramedia pustaka utama. Diharapkan dengan strategi distribusi tersebut target audiens mudah mendapatkan media informasi yang telah dibuat.

b. Waktu Penyebaran Media

Media akan didistribusikan selama 3 bulan. Untuk media pendukung akan didistribusikan dengan jangka waktu tertentu dan akan ada pergantian dengan media pendukung lain.

Tabel III.2 Tabel Waktu penyebaran media
Sumber: Dokumen pribadi

MEDIA	Agustus	September	Oktober
Media Utama			
Buku			
Tahap Informasi			
Poster			
X-Banner			
Tahap Pengingat			
Tumbler			
Gantungan kunci			
Buku catatan			
Pembatas buku			
Totebag			
Handuk			
Sticker			
Tas Sepatu			

III.3 Konsep Visual

Pada perancangan media informasi buku mengenai mencegah dehidrasi saat berolahraga ini menggunakan elemen ilustrasi, warna dan tipografi. Ilustrasi dengan menyederhanakan visual yang berhubungan dengan dehidrasi, Dibantu dengan warna yang berhubungan dengan air yang mencerminkan segar dan ringan, diharapkan dengan adanya konsep visual lebih mudah menyerap informasi.

III.3.1 Format Desain

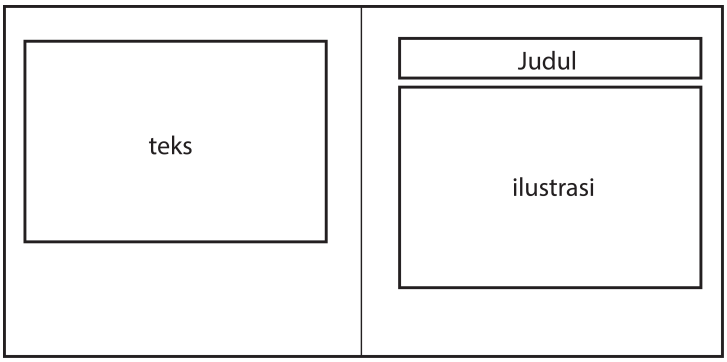
Format desain yang akan digunakan dalam media informasi buku ini adalah berbentuk persegi dengan ukuran 17x17cm, Agar buku mudah dibawa karena ukurannya yang tidak terlalu besar. Buku Dilengkapi dengan ilustrasi gambar, tipografi serta layout yang mendukung. Material kertas dengan menggunakan *art paper*.

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

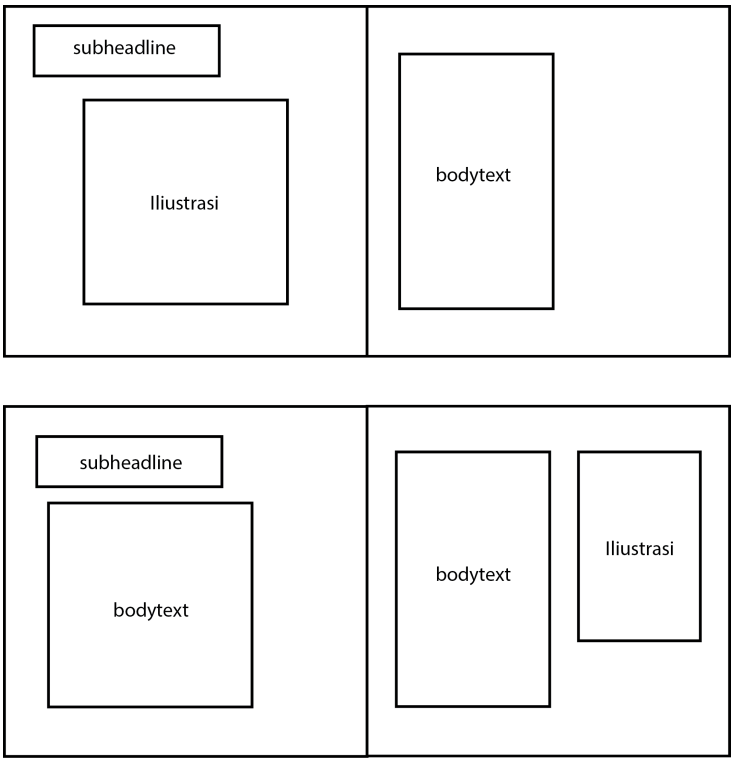
Hendratman (2015) *Layout* adalah usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel, dll) menjadi komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik" (h.197). Pada buku ini terdiri dari elemen visual yang saling melengkapi dalam menyampaikan informasi, berupa ilustrasi dan teks yang berkaitan. Buku ini menggunakan *Layout manuscript grid*, *Manuscript grid* (grid satu kolom) adalah grid dengan struktur yang sederhana. Sebagai informasi sekunder bisa disisipkan nomber halaman. Dipilih grid ini karena biasa digunakan pada buku dan novel. Penggunan grid ini tidak hanya teks saja, begitu pun gambar (Nathalia dan Anggraini, 2014, h.82). Layout teks disesuiakan dengan cara baca orang Indonesia yaitu dari kiri ke kanan, agar memudahkan sepanjang proses membaca.



Gambar III.1 Referensi layout
Sumber : https://sheilaaachan.wordpress.com/tag/layout/



Gambar III.2 Layout yang digunakan pada *cover* buku
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.3 Layout yang digunakan pada buku
Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang penempatan, penataan huruf untuk mendapatkan kesan tertentu agar pembaca bisa mendapat informasi secara maksimal (Hendratman, 2015, h.151). Untuk pemilihan tipografi harus disesuaikan dengan konsep, dan memiliki faktor keterbacaan yang jelas.

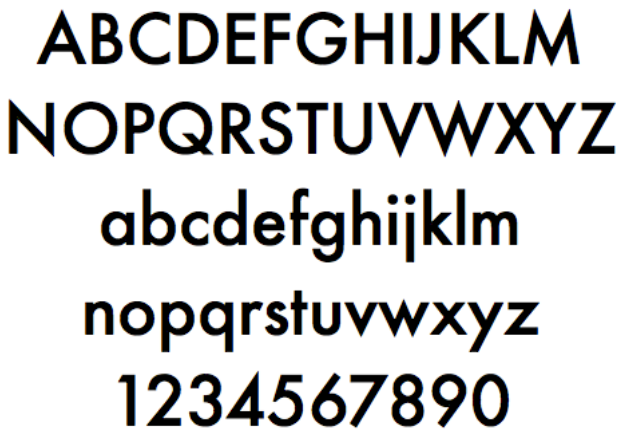
- Bukhari Script



Gambar III.4 Huruf pada judul
Sumber: Dokumen Pribadi

Pada bagian judul *cover* menggunakan *font* bukhari script memberikan kesan mengalir dan huruf ini memiliki ketebalan yang cukup cocok untuk dijadikan huruf pada judul.

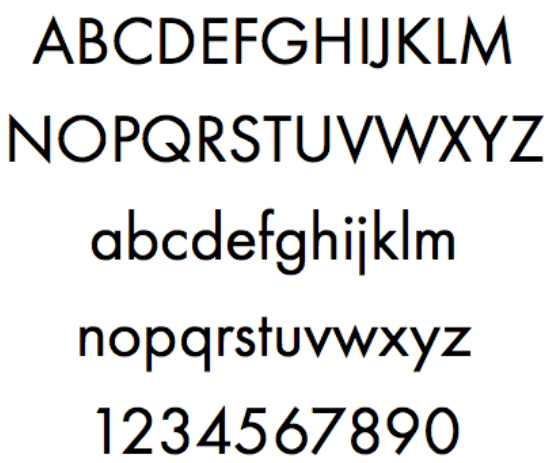
- Futura Medium



Gambar III.5 Huruf pada *sub headline*
Sumber: Dokumen Pribadi

font Futura Medium termasuk *font* sans serif digunakan pada *sub headline* . *font* sand serif melambangkan kesederhanaan dan lugas (Nathalia dan Anggraini , 2014, h.60). Sub headline lebih tebal daripada *body text* agar lebih terlihat mencolok.

- Futura T OT Book



Gambar III.6 Huruf pada *body text*
Sumber: Dokumen Pribadi

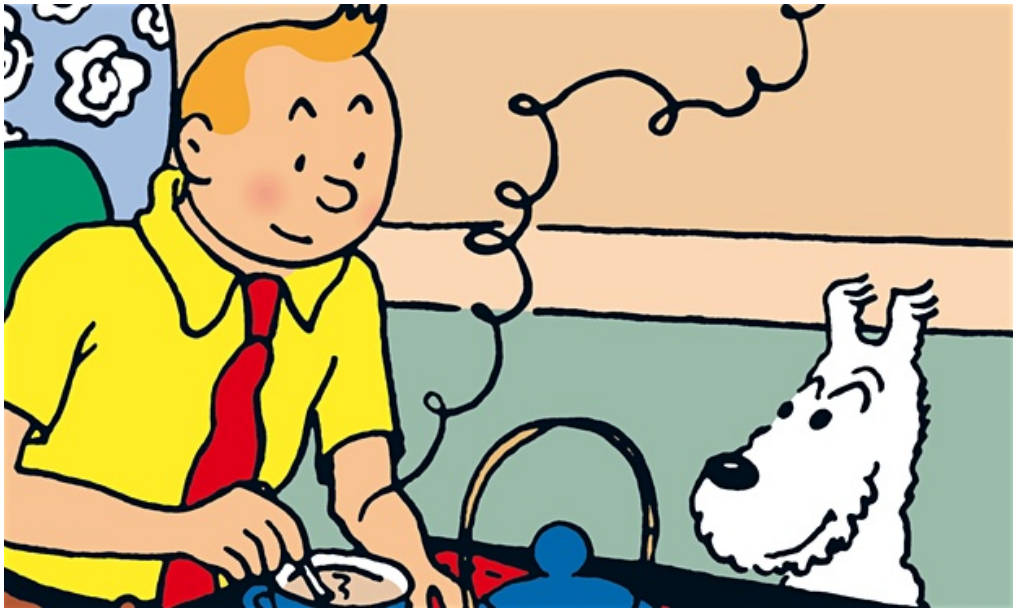
Pemilihan font Futura T OT Book pada *body text*. Pada *body text* pemilihan huruf lebih tipis dari *sub headline*. Penggabungan antara huruf tebal dan tipis agar terilihat kontras (Nathalia dan Anggraini, 2014, h.69).

III.3.4 Ilustrasi

"Ilustrasi secara harafiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu" (Kusrianto, 2007, h.110). Pada setiap teks yang berupa pemaparan informasi akan disertai ilustrasi yang dapat menjelaskan isi teks tersebut. Diharpkan dengan adanya ilustrasi dapat mendukung penyerapan infromasi dalam buku.

III.3.4.1 Studi Karakter

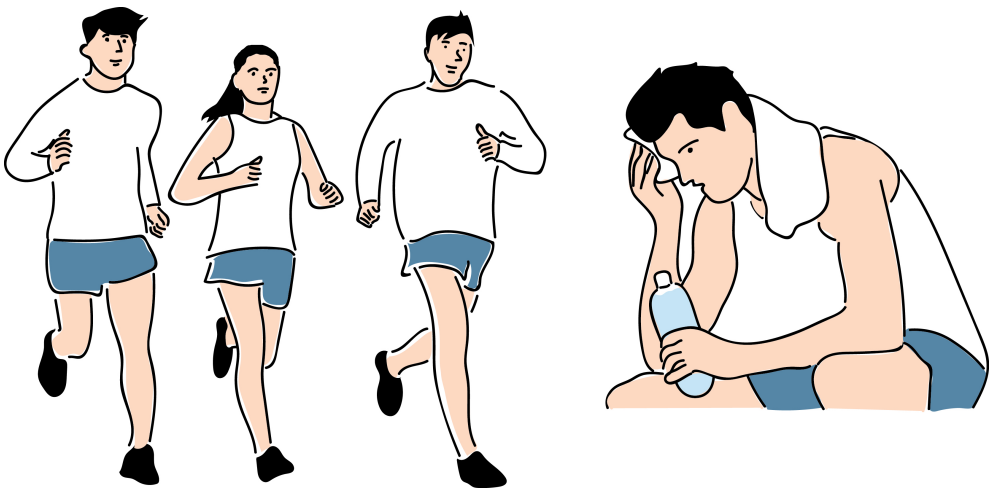
Ilustrasi terinspirasi dari serian *adventures of tintin,* yang merupakan *clear line style.*Pada ilustrasi tersebut terdapat penyerdahanaan visual dalam *style* ilustrasi tersebut, cenderung menggunakan garis yang kuat. Diharpkan mudah dipahami oleh target audiens dan terlihat lebih menarik.



Gambar III.7 Referensi illustrasi
Sumber : https://www.theguardian.com/culture/2015/nov/11/tintin-london-exhibition-celebrates-herges-boy-wonder



Gambar III.8 Referensi visual
Sumber: Google.co.id



Gambar III.9 Visualisasi pada buku
Sumber : Dokumen Pribadi

III.3.5 Warna

"Warna adalah salah satu komponen desain yang membentuk keindahan sekaligus menimbulkan persepsi psikologis, sugesti, suasana tertentu" (Hendratman, 2015, h.81). Penggunaan warna pada buku ini lebih cenderung menggunakan warna pastel. warna yang dominan digunakan adalah warna biru. Warna pastel memberikan kesan lembut. Teknik pewarnaan dengan digital dengan menggunakan *software adobe illustrator*.

Makna warna (Nathalia dan Anggraini. 2014, h.82) :

a. Coklat

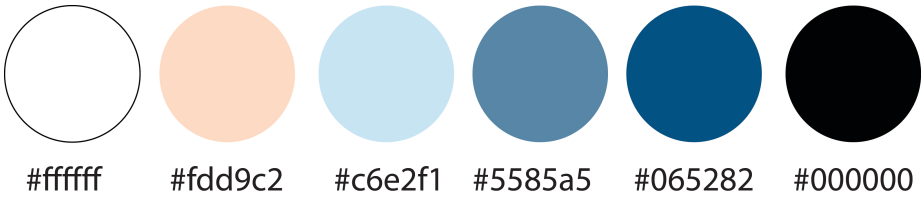
Warna coklat memberikan kesan natural, kenyamanan dan stabil.

b. Biru

warna biru tidak lepas dari air, memberikan kesan lapang dan keharmonisan.

c. Hitam

warna hitam adalah warna yang kuat dan penuh percaya diri dan perlindungan



Gambar III.10 Warna yang digunakan pada buku
Sumber : Dokumen Pribadi