BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Schramm (dalam artikel Herdianto: 2011) khalayak sasaran (*target audience*) merupakan faktor penentu keberhasilan komunikasi. Ukuran keberhasilan komunikator yang dilakukan adalah apabila pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima sampai pada khalayak sasaran, dipahami, dan mendapatkan tanggapan positif, dalam arti sesuai dengan harapan komunikator. Khalayak sasaran merupakan khalayak yang menjadi sasaran kegiatan komunikasi, itulah sebabnya komunikator berusaha mengumpulkan data dan informasi mengenai karakteristik dari individu, kelompok, atau khalayak yang akan dijadikan sasaran.

Pemilihan khalayak sasaran utama adalah anak-anak usia 4 sampai 7 tahun. Hal ini didasari karena pada periode ini anak harus didukung setiap aktivitas dan rasa ingin tahunya yang besar. Dengan begitu, kreatifitasnya akan berkembang dan anak akan mampu dengan mudah hal-hal yang baru seperti bahasa asing, khususnya bahasa Arab melalui pengenalan nama-nama hewan ternak di Indonesia. Meskipun topik dan konten yang diangkat dalam perancangan informasi ini idealnya ditujukan untuk anak usia dini, namun tidak menutup kemungkinan informasi ini dapat menjadi manfaat bagi masyarakat luas diluar khalayak sasaran yang sudah ditentukan. Berikut data tentang khalayak sasaran untuk perancangan ilustrasi Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab:

1. Khalayak Sasaran Primer

   a. Demografis

   - Sasaran : Anak-anak
   - Usia : 4-7 Tahun

   Pemilihan anak-anak sebagai khalayak sasaran karena menurut Helms dan Turner (1983) melihat periode usia 4-7 tahun sebagai *fase sense of initiative*. Perkembangan anak pada umur ini harus diarahkan supaya mengajukan pertanyaan dari apa yang dilihat, didengar dan dirasakan. Anak akan mampu mengembangkan kreatifitasnya dan hal-hal

produktif dalam suatu bidang yang disenangi, jika tidak ada hambatan dari lingkungan sekitarnya.

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Kelas Ekonomi : B-A (menengah dan atas)
- Pendidikan : TK/PAUD hingga SD kelas 1 sampai kelas 2

b. Geografis

Pemilihan khalayak sasaran berdasarkan geografis ditujukan untuk seluruh Indonesia.

c. Psikografis

Menurut Kartono (1986: h.113) mengemukakan bahwa ciri khas anak-anak pada masa 4 sampai 7 tahun sebagai berikut:

- Senang bermain dan aktif dalam melakukan berbagai hal.
- Tertarik dengan hal-hal yang baru dan aneh, dan rasa ingin tahu yang tinggi, sikap antusias yang kuat terhadap segala sesuatu.
- Anak akan banyak memperhatikan, membicarakan atau bertanya tentang berbagai hal yang dilihat atau didengarnya, dan langsung mempertanyakannya pada orang-orang disekelilingnya (pada orang tua dan teman-teman).
- Jika ada sesuatu yang diketahui atau telah dialami, sangat senang untuk menceritakan hal tersebut kepada orang lain.
- Suka mencari perhatian orang-orang disekelilingnya, dan senang jika mendapat pengakuan maupun pujian. Sosialisasi dengan teman-temannya mulai meningkat meski mereka masih bergantung pada orang lain, misalnya guru atau orang tua untuk setiap interaksi yang lebih pribadi.
- Bertindak secara kelompok bersama teman-temannya, jika temannya melakukan sesuatu, biasanya akan diikuti.

2. Khalayak Sasaran Sekunder

a. Demografis

- Sasaran : Ayah dan Ibu
- Usia : 25 tahun keatas

  Target sekunder ini ialah orang tua, karena ana-anak di usia dini masih dibawah tanggung jawab orang tua. Sehingga orang tua perlu diedukasi untuk mengantisipasi anak di masa depan. Supaya bisa mengontrol, dan bisa mempermudah anak dalam menerima pesan dalam ilustrasi, agar bisa menjelaskan dan menjawab kemungkinan-kemungkinan pertanyaan dari anak.
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Kelas Ekonomi : B-A (menengah dan atas)

  Karena rata-rata di kelas ekonomi ini banyak orang tua menginginkan yang terbaik untuk anak dalam segala hal, dan secara ekonomi di kelas ini tentunya akan mampu untuk menjangkau kebutuhan anak seperti perancangan informasi ini.
- Pendidikan : > SMP (Sekolah Menengah Atas)

b. Geografis

Pemilihan khalayak sasaran berdasarkan geografis ditujukan untuk seluruh Indonesia.

c. Psikografis

- Orang Tua yang ingin anak nya aktif dalam belajar.
- Orang Tua yang suka membelikan buku untuk anak supaya berprestasi.
- Bangga dengan prestasi yang dicapai anak.

3. *Consumer Insight*

Menurut Maulana (2009) "*consumer Insight* adalah sebuah proses mencari tahu secara lebih mendalam dan menyeluruh, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya" (h.25). Untuk kasus ini, khalayak sasaran yang dicari

adalah anak-anak dengan kategori menengah dan menengah keatas. Anak-anak di usia ini cenderung lebih aktif dan menyukai hal-hal baru, seperti visualisasi yang menarik perhatian.

Berikut *insight* dari khalayak sasaran:

- Menyukai kegiatan membaca
- Menyukai pelajaran ilmu pengetahuan dan bahasa
- Menyukai buku bergambar

4. *Consumer Journey*

Consumer Journey dilakukan untuk mencari dan memahami keadaan khalayak sasaran secara mendalam. Hal ini memudahkan dalam menentukan cara penyampaian ide yang akan digunakan dalam penyampaian informasi. Maka dari itu diperlukan daftar aktifitas dari khalayak sasaran agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat.

Tabel III.1 *Consumer Journey*

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Waktu	**Aktivitas**	**Tempat**	***Point Of Contact***
05:00	Bangun tidur, Wudhu, Shalat	Kamar tidur	Kasur, Bantal, Sajadah, Mukena, Sarung, Handuk
05:30	Beres-beres kamar, Mandi.	Kamar tidur, Kamar mandi	Selimut, Sprei, Baju, Handuk, Sikat gigi, Sabun
06:00	Sarapan, Minum susu	Meja makan	Piring, Mug, jam dinding, gantungan kunci, televisi
06:30	Pergi ke sekolah	Jalan	Sepeda, Kendaraan pribadi
07:00	Sekolah, Belajar	Kelas, Sekolah	Tas, Buku tulis, Tempat pensil, Pensil, Pulpen, Jam tangan, Gantungan kunci
09:30	Istirahat	Kelas, Kantin	Tempat makan, tempat minum
10:10	Sekolah, Belajar	Kelas, Sekolah	Tas, Buku tulis, Tempat

			pensil, Pensil, Pulpen, Jam tangan, Gantungan kunci
12:00	Wudhu, Shalat berjamaah	Mushola	Sajadah, Mukena, Sarung
13:00	Pulang sekolah	Jalan	Sepeda, Kendaraan pribadi
13:30	Makan siang, Bermain, Tidur siang, Menonton Televisi	Ruang tengah, Halaman rumah, Lapangan, Kamar	Meja, Kursi, Televisi, Piring, Mug, Gantungan kunci, Buku, Bola, Boneka, Mainan, Sepeda, Kasur, Sprei
15:30	Wudhu, Shalat	Kamar	Sajadah, Mukena, Sarung
16:30	Mandi	Kamar, Kamar mandi	Handuk, Gayung, Baju, Sikat gigi, Sabun
18:00	Wudhu, Shalat	Kamar	Sajadah, Mukena, Sarung
18:30	Makan malam, Menonton Televisi	Dapur, Ruang tengah	Piring, Mug, Meja makan, Jam dinding, Televisi
19:30	Belajar dirumah, Mengerjakan PR, Shalat, Bermain bersama keluarga	Ruang tengah, Kamar	Kalender, Mug, Gantungan kunci, Tas, Buku, Tempat Pensil, Pensil, Pulpen, Jam dinding, Sajadah, Mukena, Sarung, Mainan
21:00	Tidur	Kamar	Kasur, Bantal, Sprei, Jam dinding

Dilihat dari kegiatan yang dilakukan sehari-hari, khalayak sasaran memiliki aktifitas yang cukup banyak di sekolah, dan suka bermain jika ada waktu senggang, maka dapat disimpulkan media utama dan media pendukung yang cocok untuk khalayak sasaran.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi terhadap khalayak sasaran sehingga perlu mempunyai strategi perancangan yang tepat untuk disampaikan. Dimulai dari observasi, mengamati keadaan, dan membuat pemecahan masalah. Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, dalam perancangan sebuah informasi mengenai Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab, gagasan yang akan disampaikan haruslah mudah dipahami agar penyampaian pesan atau informasi dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran. Oleh sebab itu, untuk memecahkan permasalahan mengenai Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab yaitu dengan dibuatnya perancangan informasi yang dikemas dalam bentuk gambar ilustrasi. Dengan demikian strategi perancangan informasi ini dilakukan dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan khalayak sasaran akan informasi Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan informasi mengenai Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab, antara lain:

1. Memberikan informasi tentang Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab.
2. Menumbuhkan kecintaan anak-anak terhadap bahasa Arab.
3. Mengingat kembali salah satu budaya masyarakat di Indonesia yaitu beternak.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam perancangan ini meliputi pendekatan verbal dan pendekatan non verbal (visual) yang disesuaikan dengan khalayak sasaran. Pendekatan secara verbal adalah penggunaan bahasa yang digunakan oleh sebagian besar khalayak sasaran, sedangkan pendekatan secara visual adalah penggunaan ilustrasi visual yang disesuaikan dengan khalayak sasaran. Demi tercapainya komunikasi yang efektif keduanya saling membutuhkan dan tidak bisa

dipisahkan, sehingga diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap khalayak sasaran.

1. Pendekatan Verbal

   Pendekatan verbal disampaikan melalui bahasa Indonesia dengan kalimat yang sederhana, agar informasi dapat mudah dipahami oleh semua khalayak disertai dengan huruf Arab dari kamus Al Munawwir, dan cara bacanya. Penggunaan kata-kata atau tulisan tidak akan dimuat terlalu banyak, agar anak-anak tidak lelah ketika membaca.

2. Pendekatan Visual

   Pendekatan visual adalah faktor yang penting dalam perancangan sebuah informasi untuk mencapai daya tarik khalayak sasaran. Pendekatan visual yang digunakan adalah dalam bentuk gambar vektor dengan pilihan warna cerah. Penyampaian konten tentang pengenalan Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab ini disampaikan melalui gambar ilustrasi agar khalayak sasaran bisa berinteraksi lebih banyak dengan buku.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan lembaga yang menjadi landasan media informasi menjadi tersebar dan dipublikasikan. Biasanya informasi yang berkaitan dengan masalah umum di publikasikan oleh lembaga swasta, sedangakan perihal informasi yang berkaitan dengan masyarakat biasanya dipublikasikan oleh lembaga negara. Dalam perancangan informasi mengenai Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab bekerja sama dengan pihak yang mendukung perancangan ini. Pihak yang berwenang dalam perancangan informasi ini adalah Pelangi MIZAN, merupakan salah satu lembaga publisher buku anak berbasis islami, yang sudah banyak di kenal, dan produksinya cukup banyak, serta merupakan perusahaan besar yang sudah memiliki nama dan dikenal khalayak luas.



Gambar III.1 Logo Pelangi MIZAN
Sumber: http://www.mizan.com/uploads/2016/02/pelangi-mizan.jpg
(Diakses pada 10/5/2017)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan ditampikan adalah mengenai Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab. Perancangan informasi mengenai Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab ini dipaparkan satu persatu menggunakan gambar ilustrasi yang dilengkapi dengan teks yang berupa nama hewan ternak dalam bahasa Indonesia, dan bahasa Arab serta cara membaca bahasa Arab. Gambar hewan ternak diilustrasikan memiliki interaksi dengan gambar latarnya, sehingga mempermudah pembaca untuk mengidentifikasikan hewan ternak dengan tempat dimana mereka dapat ditemukan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Dalam perancangan ini gaya bahasa yang digunakan disesuaikan dengan khalayak sasaran, yaitu anak-anak. Gaya bahasa yang digunakan merupakan gaya bahasa Indonesia tidak baku/informal dengan tujuan agar tidak terkesan kaku, sehingga mempermudah penyampaian pesan terhadap khalayak sasaran. Selain itu juga ada beberapa bagian yang menggunakan gaya bahasa Indonesia sehari-hari, agar lebih komunikatif dan khalayak sasaran merasa lebih dekat dan akrab. Gaya bahasa Arab yang digunakan adalah gaya bahasa yang formal/baku, karena khalayak sasaran perlu mengetahui dasar bahasa Arab yang standar, agar terhindar dari kesalahan berbahasa.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif digunakan untuk membantu dalam menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran agar mampu tersampaikan dengan baik dengan solusi yang kreatif. Berdasarkan khalayak sasaran utama yang merupakan anak-anak, maka pengenalan nama-nama hewan ternak dalam bahasa Arab perlu disampaikan dengan cara yang lebih interaktif dan menarik. Dimulai dari visualisasi yang penuh warna, memiliki kesan lucu, dan merangsang ketertarikan anak. Kemudian pemilihan material media dan bentuk media yang ramah bagi anak, mudah dan nyaman saat digunakan. Setelah itu, pengemasan dibuat menarik bagi anak dan orang tua yang merupakan khalayak sasaran yang tidak terpisahkan. Hal ini bertujuan, agar memenuhi kriteria sifat anak-anak yang sebagian besar mudah bosan, memiliki rasa ingin tahu dan rasa bermain yang tinggi. Dengan begitu, proses pembelajaran Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab tersebut menjadi lebih efektif.

- *Copywriting*

  Copywriting adalah kemampuan dalam mengolah kata dan menciptakan naskah atau tulisan yang baik dan mudah dipahami serta dapat menarik perhatian dari khalayak yang membacanya. Menurut Agustrijanto, *Copywriting* merupakan tulisan dengan pendekatan dan berbagai gaya yang dihasilkan melalui cara kerja perencanaan (2006, h.33). Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, *copywriting* yang digunakan dalam perancangan judul untuk media informasi ini adalah Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab, judul tersebut digunakan karena sudah mewakili isi buku.

- *Storyline*

  Storyline merupakan sebuah cerita yang berisi urutan naskah atau tulisan yang berasal dari gagasan utama. Berikut adalah *storyline* dari buku ilustrasi Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab:

Tabel III.2 *Storyline*
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Halaman	Teknik Penyimpanan Gambar	Teks
1	Ilustrasi sapi disebelah kanan berada didalam kandang ditutupi pintu yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kiri bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi awan bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
2	Ilustrasi kambing disebelah kiri berada diluar kandang dan dalam kandang ditutupi pintu yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kanan bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi awan bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
3	Ilustrasi kuda disebelah kanan berada diluar kandang ditutupi pintu yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kiri bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi awan bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
4	Ilustrasi domba disebelah kiri berada dibelakang pagar yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kiri atas ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas kanan yang ditutupi awan bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
5	Ilustrasi kerbau disebelah kanan berada diluar kandang ditutupi rumput yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kiri bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi awan bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
6	Ilustrasi kelinci disebelah kiri berada diluar kandang dan dalam kandang ditutupi pintu yang nantinya bisa di buka	Disebelah kanan bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi awan bertuliskan bahasa arab yang

	tutup	nantinya bisa di buka tutup
7	Ilustrasi ayam disebelah kanan berada diluar kandang dan dalam kandang ditutupi pintu yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kiri bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi batu bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
8	Ilustrasi bebek disebelah kiri berada dibelakang rumput yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kanan bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi rumput bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
9	Ilustrasi ikan disebelah kanan berada ditambak-tambak ditutupi kayu yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kiri bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi rumput bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
10	Ilustrasi lebah disebelah kiri berada diluar sarang dan dalam sarang diberi penutup yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kanan bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi awan bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
11	Ilustrasi burung puyuh disebelah kanan berada didalam kandang ditutupi pintu yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kiri bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi awan bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup
12	Ilustrasi burung walet disebelah kiri berada disarang ditutupi pohon yang nantinya bisa di buka tutup	Disebelah kanan bawah ada teks bahasa Indonesia, teks latin dibagian atas yang ditutupi awan bertuliskan bahasa arab yang nantinya bisa di buka tutup

- *Storyboard*

  Setelah menentukan *storyline*, langkah selanjutnya membuat *storyboard.* Konten yang ada dalam *storyboard* pada dasarnya sama dengan *storyline* yaitu menggambarkan ide cerita dalam bentuk visual, tetapi hanya sebatas sketsa. Berikut salah satu sketsa *storyboard:*



Gambar III.2 Salah Satu Sketsa *Storyboard*
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.2.7 Strategi Media

Menurut Cangara (2006: h.119) media merupakan suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Dalam pemilihan strategi media untuk penyampaian pesan kepada khalayak sasaran supaya dapat diterima dengan mudah, maka pemilihan media informasi ini harus tepat sasaran dan efektif. Strategi media dalam perancangan buku ilustrasi ini berupa *lift the flap*, yaitu sebuah Teknik menyusun atau menumpuk beberapa kertas, menyisakan sebagian besar bagian kertas agar dapat dibuka dan ditutup kembali *lift the flap* ini berupa media yang dalam pemilihannya disesuaikan dengan kebutuhan khalayak sasaran.



Gambar III.3 Referensi Visual dari Buku Ilustrasi *lift the flap* Lisa McCue's
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Dari permasalah yang dihadapi, maka dalam pemilihan media diharapkan dapat menjadi solusi untuk menjawab permasalahan. Adapun media utama dan media pendukung yang akan digunakan sebagai media tambahan atau sebagai pendukung media utama serta melengkapi penyampaian informasi dari media utama. Berikut media utama dan pendukung yang digunakan:

1. Media Utama

   Pemilihan media utama yang digunakan sebagai media informasi adalah buku, media yang dengan mudah diakses sesuai dengan karakteristik khalayak sasaran. Buku merupakan media informasi yang sesuai dengan khalayak sasaran karena tidak membutuhkan media lain.

   Menurut Tarigan (2009: h.12) buku teks adalah rekaman pikiran rasial yang disusun buat maksud-maksud dan tujuan-tujuan intruksional, dan dapat terdiri atas dua tipe, yaitu buku pokok/utama dan suplemen/tambahan. Disamping itu buku masih dibutuhkan hingga saat ini dan bisa dijadikan pedoman untuk mengetahui informasi yang lebih informatif.

Buku bergambar adalah buku cerita yang disajikan dengan menggunakan teks dan ilustrasi atau gambar. Buku ini biasanya ditujukan untuk anak-anak. Untuk anak usia SD atau yang belum bersekolah, gambar berperan penting dalam proses belajar membaca dan menulis. Buku bergambar lebih dapat memotivasi anak-anak untuk belajar. Dengan buku bergambar yang baik, anak-anak akan terbantu dalam proses memahami dan memperkaya pengalaman dari cerita (Rothlein & Meinbach, 1991: h.132). Dengan demikian buku-buku anak-anak sebaiknya diperkaya dengan gambar, baik gambar sebagai alat penceritaan maupun sebagai ilustrasi.

Dengan demikian dipilihlah buku ilustrasi *lift the flap* sebagai media utama karena lebih memperlihatkan visual dan ada interaksi didalamnya, dengan harapan khalayak sasaran akan menyukainya. Tidak lupa media pendukung lainnya yang dapat menunjang media utama sebagai media informasi.

2. Media Pendukung

Media pendukung mempunyai peran yang penting sebagai penguat media utama dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mengingatkan. Pemilihan media pendukung berdasarkan khalayak sasaran untuk memudahkan penyampain informasi. Media pendukung untuk buku ilustrasi *lift the flap* ini meliputi:

a. Tahap Informasi

- Poster

Poster termasuk sarana penyampaian informasi yang sifatnya sederhana, jelas dan menarik perhatian. Poster ini berisi informasi tentang promosi mengenai buku ilustrasi Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab agar menarik perhatian khalayak sasaran, sehingga dapat mengetahui beberapa info tentang buku ini.

- *Flyer*

Berbeda dengan poster, media *flyer* dapat dicetak dengan jumlah yang banyak, dan langsung dibagikan kepada khalayak sasaran, sesuai dengan tempat dimana khalayak sasaran berada. Info yang dimuat cenderung lebih singkat dan padat dibandingkan dengan media cetak lain, karena area dan ukuran media yang terbilang kecil.

- *X-Banner*

X-Banner sebagai media informasi yang dapat menarik perhatian khalayak sasaran untuk menuju meja tempat buku di *display*. *X-banner* ini berisi sekilas informasi yang akan disampaikan dan akan digunakan ketika adanya suatu *event* yang bersangkutan.

- Media Sosial

Media Sosial berfungsi sebagai media informasi berbasis digital yang dapat diakses melalui jaringan internet dimanapun dan kapanpun, peran media sosial pada saat ini sangatlah dibutuhkan agar penyebaran informasi yang dilakukan dapat tersampaikan lebih cepat. Media sosial yang digunakan adalah Instagram dan Facebook karena media sosial ini paling sering digunakan oleh khalayak sasaran.

b. Tahap Pengingat

Ditahap ini akan digunakan media-media yang sangat dekat dengan khalayak sasaran pada keseharian yang dapat dilihat dari *consumer journey*. Sehingga khalayak sasaran bisa selalu mengingat. *Merchandise* dan *gimmick* yang akan memberikan kesan tersendiri untuk khalayak sasaran. Media sebagai *merchandise* bisa didapatkan dengan ketentuan khusus dan *gimmick* ini akan diberikan sebagai hadiah bersamaan dengan diberikannya media utama. Media-media yang akan digunakan adalah:

Media pendukung yang termasuk ke dalam *merchandise* dengan ketentuan khusus untuk mendapatkannya, yaitu:

- Bantal Boneka Hewan

  Berfungsi sebagai penyangga atau sandaran empuk untuk di rumah atau saat berpergian jauh, demi memenuhi kebutuhan anak yang sering membutuhkan bantal.

- Tas Serut

  Berfungsi sebagai *packaging* yang praktis, selain itu memiliki kelebihan yaitu mudah dilipat dan cukup tahan lama sehingga dapat menghemat tempat dan dapat dibawa kemanapun. Dengan adanya aturan pengurangan kantung plastik oleh pemerintah, tas serut dapat menjadi solusi yang baik untuk menambah daya tarik bagi konsumen.

- *Puzzle*

  Berfungsi sebagai media pendukung yang akan sering dimainkan oleh anak, sekaligus sebagai media pengingat media utama.

- Buku Catatan (*Notes*)

  Berfungsi sebagai media pendukung yang bisa digunakan dalam keadaan belajar di sekolah maupun di rumah.

- Magnet Kulkas

  Berfungsi sebagai media pengingat setiap membuka kulkas, karena dilihat setiap hari di rumah.

Media pendukung yang termasuk ke dalam *gimmick* yang diberikan secara gratis dengan media utama, yaitu:

- Gantungan Kunci

  Berfungsi sebagai media pendukung sekaligus sebagai media yang dapat dimanfaatkan di mana saja, di gantung di tas, di kunci rumah, dan berbagai tempat lainnya, sehingga saat konsumen melihat gantungan kunci tersebut akan selalu ingat dengan media utama.

- Stiker

Berfungsi sebagai media pendukung, menggunakan stiker untuk ditempel di berbagai media, seperti buku, di lemari, di tempat pensil, dan biasanya stiker akan ditempelkan pada benda kesayangan ataupun benda yang sering konsumen bawa, sehingga konsumen akan selalu ingat dengan media utama.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dibutuhkan untuk menyalurkan media agar sampai dan pindah ke tangan khalayak sasaran. Media informasi ini didistribusikan di toko buku besar di perkotaan. Berikut adalah jadwal pendistribusian media:

Tabel III.3 Tabel Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Jenis Media	Media	Juni 2017								Juli 2017				Agustus 2017			
Media Utama	Buku *lift the flap*																
Media Promosi	X-Banner																
	Poster																
	Flyer																
	Media Sosial																
Merchandise	Bantal Boneka Hewan																
	Tas Serut																
	Puzzle																
	Magnet Kulkas																
	Buku Catatan (*Notes*)																
	Gantungan Kunci																
Gimmick	Stiker																

Distribusi media utama mulai dilakukan pada saat liburan sekolah. Karena biasanya orang tua dan anak mengisi waktu liburan dengan bermain ke pusat perbelanjaan atau ke toko buku. Penyebaran media utama ditempatkan di toko buku kota-kota besar di seluruh Indonesia. Media pendukung seperti *merchandise* juga akan disebarkan bersama buku.

Keterangan:

- Peluncuran media promosi melalui media sosial dilakukan sebelum *launching* buku di Instagram dan Facebook.
- *Launching* untuk cetakan pertama buku *lift the flap* akan mulai didistribusikan di akhir Juni.
- Bantal boneka hewan, tas serut, *puzzle* hanya akan didistribusikan 1 bulan pertama setelah *launching* karena merchandise ini eksklusif, di produksi terbatas.
- Magnet kulkas, buku catatan, gantungan kunci dan stiker akan didistribusikan di 2 bulan setelah *launching*, dengan produksi yang cukup banyak.

Tabel III.4 Tabel Waktu Penyebaran Media
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Jenis Media	Media	Penyebaran	
		Offline	*Online*
		Toko Buku	Email
Media Utama	Buku *lift the flap*		
Merchandise	Bantal Boneka Hewan		
	Tas Serut		
	Puzzle		
	Magnet Kulkas		
	Buku Catatan (*Notes*)		
	Gantungan Kunci		
Gimmick	Stiker		

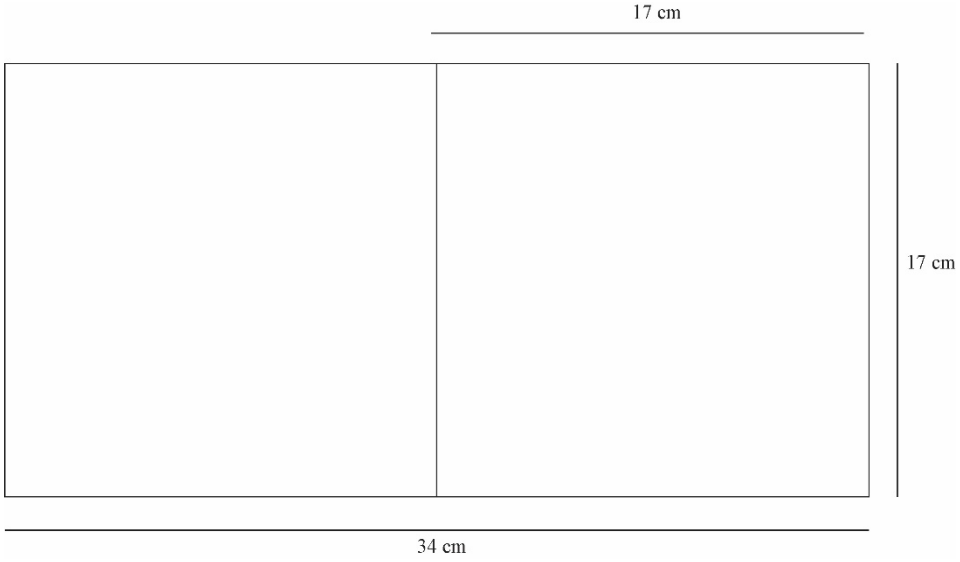
Untuk buku *lift the flap* dan semua *merchandise* bisa dibeli di toko buku atau bisa memesan melalui email resmi dari penerbit. Buku ilustrasi di terpisah di toko-toko buku. Tetapi ada juga paket istimewa, dengan kemasan *hard box* yang unik, diisi dengan beberapa *merchandise* dengan harga spesial dibanding membeli buku dan *merchandise* terpisah.

III.3 Konsep Visual

Konsep desain merupakan ide awal untuk mengklasifikasi objek yang biasanya ada dalam sebuah perancangan. Konsep visual dalam perancangan buku ilustrasi ini adalah menggunakan visual yang sederhana namun dengan tambahan gradasi warna sehingga memberikan kesan yang cukup baik dan tidak terkesan datar/flat dan monoton. Penggunaan unsur visual seperti warna, tata letak, tipografi yang akan digunakan dalam perancangan buku ilustrasi ini juga akan menyesuaikan dengan ilustrasi yang telah dibuat.

III.3.1 Format Desain

Format desain pada buku ilustrasi dibuat dalam ukuran 17cm x 34cm, ukuran tersebut dipilih karena mirip dengan ukuran buku anak yang beredar di pasaran. Mudah dibawa kemanapun karena ukurannya tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil, memiliki ukuran ideal untuk anak-anak, disesuaikan dengan jumlah konten yang disampaikan sehingga ruang baca buku tidak terlalu sempit dan juga tidak terlalu luas. Menggunakan teknik *digital* yang kemudian teknik pewarnaannya menggunakan *Software* Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. Kemudian untuk kertas, menggunakan *art paper*, sehingga warna yang dihasilkan baik, dan ramah dengan lingkungan.

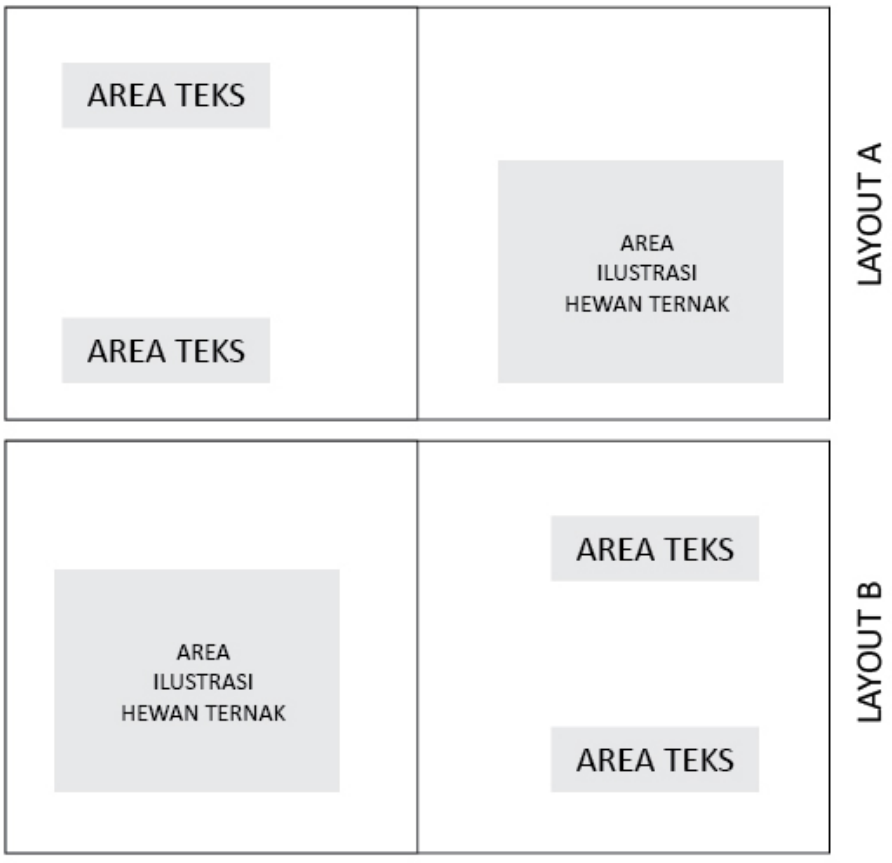


Gambar III.4 Format Halaman Buku
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.2 Tata Letak

Tata letak atau *Layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan me-*layout* itu sama dengan mendesain (Rustan, 2009: h.0).

Untuk memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan tata letak yang ditampilkan harus komunikatif dengan menampilkan elemen gambar dan teks yang menarik. Tata letak yang digunakan dalam perancangan ini dibuat sederhana dan informatif agar saat membaca isi buku tidak merasa bosan, namun tetap dimengerti. Penempatan tata letak sendiri menggabungkan unsur warna, huruf, bentuk, dan gambar yang komposisinya disesuaikan agar terlihat lebih menarik dan rapi. Dari buku ini menggunakan tata letak teks di bagian kanan, dan visualisasi yang menggunakan ilustrasi di bagian kiri atau sebaliknya, supaya tidak terkesan monoton.



Gambar III.5 Tata Letak Buku Ilustrasi.
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

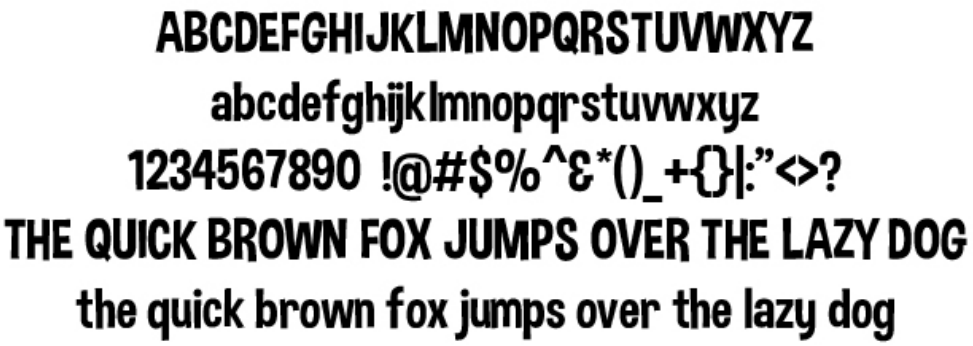
III.3.3 Tipografi

Tipografi atau sistem penggunaan huruf merupakan unsur yang mempunyai peranan penting dalam penyampaian pesan, pemilihan jenis huruf yang digunakan untuk membantu memberikan kesan pada komunikasi pesan yang ingin disampaikan. Huruf yang baik adalah huruf yang mudah dibaca dan nyaman baik dari segi proporsi, spasi, ukuran maupun penempatannya. Menurut Rustan (2011) "Pada umumnya kategori serif dan sans serif paling baik untuk *text type* karena ditujukan untuk itu, sedangkan dekoratif dan *script* untuk *display*" (h.80).

Teknik pembuatan buku ilustrasi ini dilakukan dengan teknik digital. Begitu juga dengan pengaturan huruf, yang lebih dikenal dengan istilah *font* dalam komputer. Ada beberapa jenis huruf yang digunakan dalam perancangan buku ilustrasi ini, pembagiannya sebagai berikut:

1. Jenis Huruf Primer

Jenis huruf atau *font* yang sering digunakan dalam buku ilustrasi pengenalan Nama-Nama Hewan Ternak dalam Bahasa Arab ini bernama 'Dimbo'. Jenis huruf ini tergolong kedalam 'sans serif' dan memiliki bentuk yang dinamis, sehingga tidak terkesan kaku dan sangat cocok digunakan dalam buku ilustrasi anak.



Gambar III.6 Huruf Dimbo Reguler
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

2. Jenis Huruf Sekunder

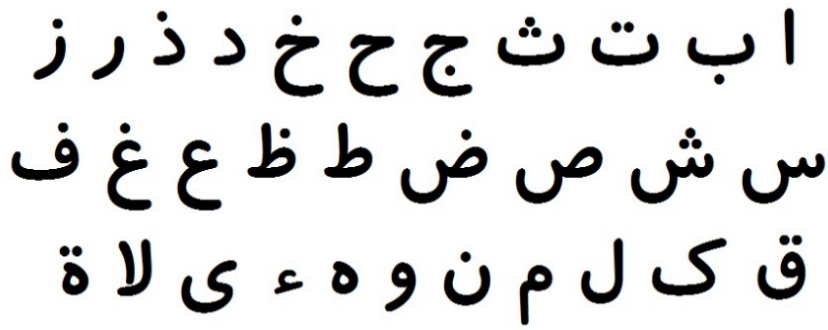
Jenis huruf atau *font* ini menjadi pendukung dalam perancangan buku ilustrasi ini. Font ini bernama EnzoOT Bold, dan tergolong juga kedalam jenis ‘sans serif’ yang memiliki bentuk yang lebih statis daripada font utama. *Font* ini digunakan pada media-media pendukung seperti poster, *flyer*, *x-banner* dan keperluan lain dalam kebutuhan tata letak dan visualisasi buku ilustrasi ini serta media pendukungnya.



Gambar III.7 Huruf EnzoOT Bold
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

3. Jenis Huruf Arab

Jenis huruf atau *file* digital ini menjadi pilihan utama penulisan huruf arab dalam perancangan buku ilustrasi ini. Dibuat *custom* menyesuaikan dengan khalayak sasaran, yang memiliki bentuk *rounded* atau membulat diujung garisnya, sehingga terkesan dinamis, santai dan tidak kaku. Sangat cocok digunakan untuk buku ilustrasi anak.



Gambar III.8 Huruf Custom
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ilustrasi merupakan hasil visualisasi atau gambar dari suatu tulisan dengan teknik menggambar, lukisan, foto atau teknik seni rupa lainnnya, untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya. Tujuan diberikannya ilustrasi ini agar pembaca bisa mengetahui lebih mudah dari penjelasan berupa teks yang ada. Dengan ilustrasi ini, diharapkan tulisan lebih mudah dipahami dengan jelas dan mudah.



Gambar III.9 Referensi Ilustrasi Kelinci
Sumber: https://pixabay.com/p-1004453/?no_redirect
(Diakses pada 10/5/2017)

Berikut adalah contoh transformasi penggambaran seekor kelinci ketika digambar dengan gaya visual kartun. Ada beberapa bagian yang tampak menjadi lebih sederhana, dan juga ada beberapa bagian yang ditambah sehingga jauh dari referensinya. Penggunaan gaya gambar kartun juga bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan anak pada buku ilustrasi ini, dan juga menghilangkan kesan kaku/serius, dan menimbulkan kesan bermain, lucu dan santai.



Gambar III.10 Hasil Ilustrasi Kelinci Dalam Gaya Gambar Kartun
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

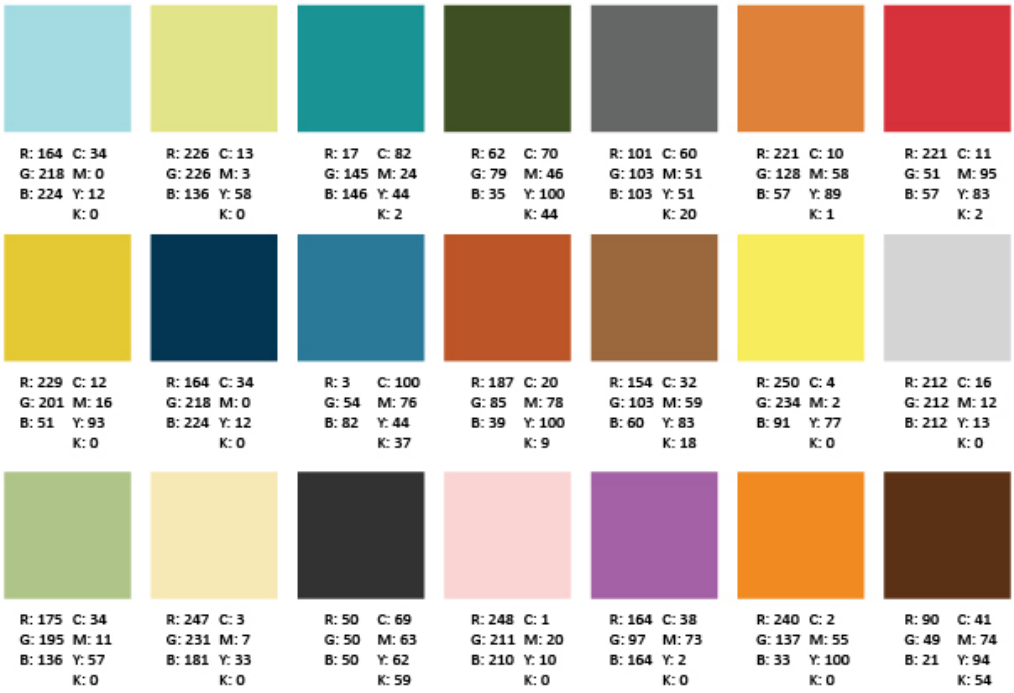
III.3.5 Warna

Warna adalah cahaya yang diterima mata manusia dari pantulan suatu objek yang masuk ke retina, lalu retina akan bereaksi dan menyebabkan kerucut-kerucut warna yang memungkinkan terjadinya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga mengubah persepsi pada mata manusia (Junaedi, 2003).

Warna RGB (*Red, Green, Blue*) adalah warna-warna tampilan pada monitor komputer, televise, kartu grafik komputer, dan sistem *display* lainnya. Warna RGB yaitu warna yang dihasilkan dengan menggabungkan intensitas warna dasar atau warna pokok dan disebut dengan sistem pewarnaan additif. Sedangkan Warna CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, dan Key/Black*) adalah warna-warna campuran pada printer dari *cyan, magenta dan yellow* yang ditampilkan pada kertas atau disebut dengan sistem pewarnaan subtraktif. Sedangkan warna putih tidak ditampilkan sama sekali pada kertas.

Dalam perancangan buku ilustrasi yang melibatkan objek seperti hewan ternak, rerumputan, pohon, langit, dan latar alam lainnya, serta teks, maka tidak lepas dari pengolahan dan pemilihan warna yang relevan. Penggunaan warna yang digunakan pada buku adalah warna-warna netral yang memberikan kesan alami untuk warna *background* yaitu warna-warna yang mengambil dari elemen-elemen alam seperti warna rumput, tanah dan pepohonan, hal ini menyesuaikan dengan habitat dari hewan ternak.

Berikut adalah warna-warna yang digunakan pada perancangan ini:



Gambar III.10 Palet Warna
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Palet warna yang dipaparkan diatas hanya memuat warna utama yang digunakan dalam buku ilustrasi ini. Sebenarnya akan ada banyak warna yang dihasilkan karena ada banyak sekali varian dan turunan warna yang dihasilkan oleh gradasi dari warna-warna tersebut.