BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah orang-orang yang menjadi tujuan atau masyarakat yang secara khusus menjadi sasaran usaha. Maka khalayak sasaran akan terbagi menjadi demografis, geografis dan psikografis sebagai berikut.

A. Demografis

Demografis adalah pembagian pasar kedalam beberapa kelompok variabel dengan dasar pembagian seperti berikut.

Usia	: 25-45 tahun
Status	: Dewasa muda, berkeluarga
Status Ekonomi	: Menengah keatas
Pekerjaan	: Karyawan, ibu rumah tangga, pegawai negeri.

Target skunder yang dipilih adalah dewasa muda yang sudah berkeluarga dengan usia 25-45 tahun karena usia tersebut masih mempunyai anak yang berusia 6-12 tahun. Status ekonomi yang dipilih adalah menengah keatas karena status ekonomi tersebut mampu memenuhi keinginan anaknya selain itu pekerjaan mempengaruhi status ekonomi karena gaji karyawan swasta dan negeri mampu memenuhi kebutuhan keluarga.

B. Geografis

Segmentasi Geografis dibagi menjadi beberapa bagian geografi yang berbeda-beda seperti negara, wilayah, kota dan desa. Geografis yang dipilih adalah kota besar yang ada di Indonesia. Kota-kota besar yang ada di Indonesia dipilih karena perkembangan informasi yang baik, lokasi yang ramai, tingkat penjualan yang tinggi dan akses yang mudah, pendapatan masyarakat yang tinggi.

C. Psikografis

Psikografis adalah segmentasi berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia. Dalam segmentasi psikografis perilaku konsumen diobservasi melalui gaya hidup, nilai-nilai kehidupan yang dianut dan kepribadian. Menurut Hurlock (1990) "dewasa awal adalah periode individu yang ditandai dengan kematangan tubuh secara optimal dan berkesiapan berproduksi dengan kondisi tubuh yang prima". Usia 25-45 tahun mulai merawat dan mendidik anak, mengelola rumah tangga dan mempunyai karir.

III.1.2 Target sekunder

Target sekunder untuk media informasi ini adalah anak yang akan memiliki media utama. Maka target sekunder akan terbagi menjadi demografis, geografis dan psikografis sebagai berikut.

A. Demografis

Demografis dibagi menjadi grup-grup dengan dasar prmbagian seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan warga negara..

Usia	: 6 – 12 Tahun
Gender	: Laki-laki dan Perempuan
Tingkat Pendidikan	: Sekolah Dasar
Warga Negara	: Indonesia

Khalayak dengan usia 6-12 dipilih kareana usia tersebut masa sekolah dasar anak senang membaca dan menulis. Selain itu pada rentang usia ini sangat suka belajar melalui buku bergambar. Media ini menggunakan bahasa Indonesia karena maka khalayak sasaran yang dipilih adalah warga Negara Indonesia.

B. Geografis

Segmentasi Geografis dibagi menjadi beberapa bagian geografi yang berbeda-beda seperti negara, wilayah, kota dan desa. Geografis untuk anak yang berada di kota besar yang ada di Indonesia. Kota-kota besar yang ada

di Indonesia dipilih karena perkembangan informasi yang baik dan lokasi yang ramai selain itu anak yang tinggal di kota senang mengunjungi tempat-tempat yang ramai

C. Psikografis

Psikografis adalah segmentasi berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia. Dalam segmentasi psikografis prilaku konsumen diobservasi melalui gaya hidup, nilai-nilai kehidupan yang dianut dan kepribadian. Menurut Shabrina (2017) "Anak usia 6-12 tahun cenderung aktif, mudah berinteraksi, rasa ingin tahu yang tinggi, menyukai hal-hal yang menantang, mengerti makna kata dan kalimat yang dibacanya, senang bercerita, dapat berbagi dan bekerja sama".

D. Consumer Insight

Consumer insight terdiri dari target audiens yang telah ditetapkan yaitu anak usia 6-12 tahun yang senang dengan buku-buku yang berisikan cerita kehidupan anak seusianya atau lingkungan sekitar. Buku-buku non fiksi dengan ilustrasi gambar yang sederhana sangat disenangi oleh anak-anak usia sekolah dasar.

E. Consumer Journey

Tabel III. 1 *Consumer Journey*

Waktu	**Kegiatan**	**Tempat**	**Pont of contact**
06.00	Bangun tidur,	Kamar tidur	Kasur, cermin, lemari, bantal, boneka, selimut
06.15	Mandi	Kamar mandi	Sabun, handuk, sikat gigi, cermin.
06.25	Siap-siap berangkat sekolah	Kamar tidur	-baju, tas, sepatu, kaoskaki, buku.

0635.	Sarapan	Ruang makan	piring, gelas, tempat makan,
06.45	Menonton tv	Ruang keluarga	iklan, kartun, gelas. sofa, bantal sofa
07.00	Berangkat sekolah	Jalan raya, transportasi	Rumah-rumah, jalanan, pedagang.
07.30	Belajar	Ruang kelas	Papan, tas, buku, pensil, penghapus
9.30	Istirahat, makan bekal, jajan, mengobrol, bermain.	Kantin, lapang sekolah, taman sekolah	bekal makan, jajanan, mainan, botol minum,
10.00	Belajar	Ruang kelas	Papan, tas, buku, pensil, penghapus
10.30	Pulang sekolah	Jalan raya, transportasi	Rumah, pedagang, kendaraan
11.00	Menonton tv	Ruang keluarga	Kartun, iklan, sofa, bantal, meja, makanan ringan. mainan
11.30	Bermain, jajan	Lapang, halaman rumah, rumah	Pedagang, rumah, mainan masak-masakan, baju bermain, sandal.
12.30	Makan siang	Ruang keluarga	Tv, piring, sendok, gelas, sofa, karpet
14.00	Menggambar/ membaca buku cerita,	Kamar	Karpet, bantal, penghapus, pensil, buku cerita.

15.00	Mandi	Kamar mandi	Sabun, sikat gigi, pasta gigi, handuk.
15.30	Bermain	Halam rumah, lapang	Sandal, baju bermain, Barbie, boneka
19.00	Makan malam	Ruang makan	Piring, sendok, makanan, gelas.
20.00	tidur	Kamar tidur	Selimut, bantal, kasur, boneka, buku cerita.

Sumber: Pribadi (11 Juni 2017)

III.2. Strategi Perancangan

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Memberikan informasi mengenai makanan kecil tradisional Bandung untuk mengenalkan jajanan asli Bandung yang khas. Informasi ini bertujuan untuk memperkenalkan sekaligus menginformasikan jajanan khas yang ada di Bandung sebagai warisan budaya agar anak-anak tertarik mencicipi sekaligus melestarikan jajanan khas Bandung.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi harus dapat dipahami oleh target. Penyampaian komunikasi tersebut bisa berupa komunikasi secara visual maupun verbal maka dari itu pendekatan tersebut diharapkan memberikan ketertarikan kepada target dalam memberikan informasi dan komunikasi yang disajikan didalam media.

1. **Pendekatan Komunikasi Secara Visual**

   Berdasarkan psikologi anak usia 6-12 tahun, maka pendekatan visual pada perancangan media informasi makanan kecil tradisional Bandung yaitu, dengan gaya visual ilustrasi cat air yang disesuaikan dengan usia anak. Menggunakan gambar-gambar yang sederhana tidak realis dan dekat

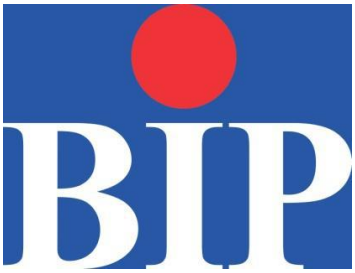
dengan dunia anak-anak dengan gambar ilustrasi kartun yang bertemakan imajinatif dan keceriaan agar memberikan kesan menyenangkan dengan pewarnaan pastel yang menarik. Warna pastel dipilih agar anak-anak yang membaca lebih nyaman melihat gambar dan tidak merusak mata.

2. Pendekatan Komunikasi Secara Verbal

Pendekatan verbal pada perancangan buku cerita ini akan menginformasikan tentang jajanan khas Bandung. Menggunakan bahasa Indonesia baku namun tetap memiliki bahasa yang dekat dengan anak-anak sehingga saat dibacakan cerita anak-anak biasa memahami cerita tersebut. Cerita ini merupakan cerita untuk anak-anak sehingga bahasa yang digunakan harus jelas dan terdapat gaya bahasa simbolik dengan narasi yang singkat dan kosa kata yang lebih bervariasi dan akan banyak kata dengan tutupan "n" dan "ng". misalnya "cacing" dan kucing". Karena pada usia tersebut banyak kata yang dibaca oleh anak tanpa harus mengeja terlebih dahulu. Menurut Retno (2014),"Saat membaca cerita, anak sudah dapat mengidentifikasi tokoh, setting dan peristiwa didalamnya".

III.2.3. Mandatory

Mandatory dari buku cerita Jajan enak bareng Ana dan Ita adalah bhuana ilmu popular atau yang disingkat BIP. Dipilih karena BIP merupakan penerbit yang berfokus lebih berfokus pada penerbitan buku anak-anak seperti dongeng, edukomik, buku gambar dan buku aktivitas bagi anak-anak dan balita. BIP juga merupakan penerbit besar di Indonesia yang berada dibawah Kompas Gramedia. Selain menerbitkan buku secara luas BIP mempunyai keistimewaan untuk pemajangan buku-buku di gerai toko buku gramedia.



Gambar II.1 Logo BIP
Sumber: http://www.kompasgramedia.com (27 Juni 2017)

III.2.4. Materi Pesan

Pesan yang disampaikan adalah sebagai berikut

- Memberikan informasi tentang makanan kecil tradisional Bandung
- Petualangan menemukan makanan tradisional Bandung
- Menginformasikan teknik memasak dan cara pembuatan

III.2.5 Gaya Bahasa

Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia dengan gaya bahasa denotatif yang baku atau formal. Karena sebagai media pembelajaran untuk anak-anak agar menambah kosakata. Maka bahasa yang digunakan harus jelas yaitu bahasa dengan makna sesungguhnya agar dimengerti oleh anak-anak.

III.2.6 Strategi Kreatif

Pendekatan kreatif yang dilakukan adalah memberikan visualisasi dan warna yang tidak realis agar menambah imajinasi anak. Macam-macam ajanan dalam buku cerita ini akan dibuat menjadi inti cerita karena memperlihatkan bagaimana menemukan bahan, menemukan jajanan dan cara mengolah. Dengan memberikan informasi makanan tradisional dalam bentuk visual yang sederhana sehingga anak-anak tertarik dan menyukai jajanan tradisional karena dalam buku cerita ini menggambarkan makanan tradisioal dengan visual makanan yang besar dan jelas. Buku cerita ini dominan menampilkan visual dibandingkan teks.

III.2.6.1 *Copywriting*

Copywriting adalah teknik tulisan untuk tujuan memasarkan atau tulisan yang membuat pembaca merespon hasil dari tulisan yang diinginkan. Dengan memberikan judul yang menarik merupakan hasil dari *copywriting* seperti judul buku cerita jajan enak bersama Ana dan Ita. Kata jajan dipilih karena sesuai dengan penelitian yang telah dibuat yang merupakan jajanan tradisional selain itu anak-anak sering dan suka jajan. Kata enak digunakan agar khalayak sasaran semakin tertarik.

III.2.6.1 *Storyline*

Tabel III. 2 *Storyline*

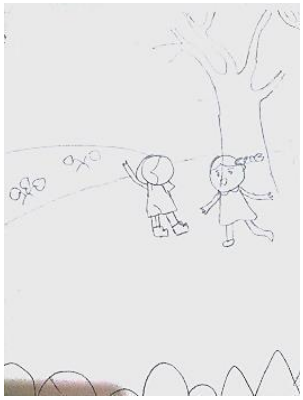
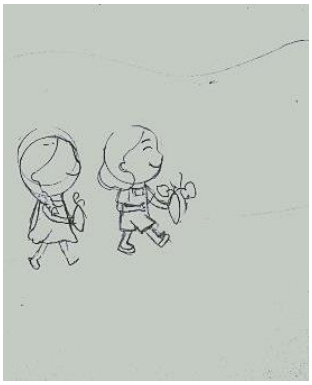
Sumber: Pribadi (11 Juli 2017)

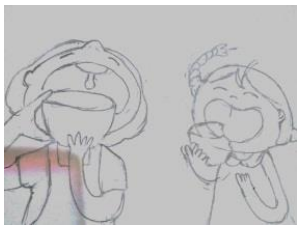
Scene	**Keterangan**
Scene 1	Ana berkunjung ke rumah saudara sepupunya yang tidak jauh dari rumah nenek di sebuah desa yang berada di Bandung. Ana bertemu dengan sepupuya yang bernama Ita. Ita dan Ana sangat akrab. Ana merupakan anak kota yang berlibur untuk mengunjungi nenek dan sepupunya bernama Ita.
Scene 2	Ana dan Ita bermain saat siang hari, mereka memanjat pohon mangga. Ana terlihat bahagia melihat banyak mangga di pohon itu. Mereka bercanda dan tertawa bersama. Ana ingin memetik mangga namun mangganya terlalu tinggi.
Scene 3	Setelah memanjat pohon mangga akhirnya mereka turun, dan Ana melihat ke arah kebun umbi jalar, anapun mengajak Ita untuk pergi kesana, kebun itu merupakan kebun umbi milik nenek mereka. Akhirnya mereka memutuskan untuk memanen umbi tersebut.
Scene 4	Mereka mulai menggali tanah dan mencoba mencabut umbi. Ana mencoba menggali tanah untuk mencabut umbi sedangkan Ita menolong Ana mencabut umbi.
Scene 5	Akhirnya mereka berhasil mencabut dua umbi. mereka terlihat senang dan Ana mencoba mencabut umbi lagi. Mereka asik memanen umbi.

Scene 6	Saat asik menggali tanah Ana melihat cacing yang sangat besar. Ia pun merasa ketakutan. Ana takut cacing karena jarang melihat cacing di kota. kemudian Ita mencoba menjahilinya dengan mengejar Ana sambil memegang cacing. Ana pun berlari ketakutan.
Scene 7	Setelah berlari merekapun memutuskan untuk membersihkan diri, karena kotor setelah memanen umbi. Merekapun mencuci muka dan mencuci umbi hasil panen. Akhirnya mereka bermain air di sungai.
Scene 8	Setelah selesai membersihkan diri, mereka akhirnya pulang ke rumah nenek dengan senyum bahagia karena berhasil memanen umbi. Saat di jalan menuju rumah nenek, mereka memperlihatkan raut bahagia.
Scene 9	Merekapun masuk ke rumah nenek sambil membawa umbi. Di dalam nenek sedang duduk bersama kucing, kemudian Ana dan Ita memberikan umbi tersebut. Nenek mempunyai ide untuk mengolahnya, nenek berkata kepada mereka akan membuat kue talam.
Scene 10	Nenek menuju dapur dan memasak umbi yang telah dibersihkan dan dikupas, nenek mengukusnya dengan *aseupan*. Umbi yang telah dikukus akhirnya matang dan mengeluarkan banyak uap.
Scene 11	Ana dan Ita membantu nenek menumbuk umbi dan membuat adonan. merekapun terlihat bahagia dengan senyuman yang lebar. Mereka terus mengaduk adonan umntuk membuat kue talam.
Scene 12	Akhirnya kue talam sudah siap dikukus. Setelah mengukus nenek menaruhnya di meja. Ana dan Ita melihat kue talam buatan nenek yang sangat besar. Mereka pun menunggu kue talam itu dingin sambil memandangi kue talam.
Scene 13	Keduanya memakan kue tersebut. Ana sangat lahap menyantap kue talam itu. Ita sangat santai memakan kue talam.

III.2.6.3 *Storyboard*

Tabel III. 3 Storyboard

Scene 1 	Dihalaman rumah Ita menyapa Ana. Mereka melambaikan tangan.	***Scene 2*** 	Mereka naik dan duduk di atas pohon mangga. Ana mengangkat tangan untuk memetik mangga.
Scene 3 	Dibawah pohon Ana melihat kebun umbi milik nenek. Ana mengajak Ita untuk ke sana.	***Scene 4*** 	Mereka memanen umbi. Ana menggali dan Ita membantu mencabut umbi.
Scene 5 	Mereka berhasil memanen umbi. Mereka bahagia sambil memegang umbi	***Scene 6*** 	Mereka membawa pulang umbi untuk dimasak oleh nenek.

Scene 7 	Nenek duduk di sofa sambil melihat mereka dan tersenyum.	***Scene 8*** 	Latar dapur dengan aseupan dan awu. Untuk memeasak umbi
Scene 9 	Mereka mengaduk adonan dengan serius.	***Scene 10*** 	Mereka melihat kue talam yang dihidangkan di atas meja.
Scene 11 	Mereka makan kue talam dengan lahap.		

Sumber: Pribadi (11 Juni 2017)

III.2.6.4 Visualisasi

Berdasarkan khalayak sasaran yaitu anak usia 6-12 maka visualisasi yang dipilih adalah gambar yang sederhana serta latar yang tidak dibuat detail dan penuh. Gaya visual yang digunakan adalah illustrasi cat air. Ilustrasi manual dipilih agar khalayak merasa dekat dengan gambar

sehingga anak-anak bisa mencoba menggambar mengikuti gaya visual dari buku cerita ini.



Gambar III.7 refrensi visual

Sumber: Instagram illustration_nation *(11 Juni 2017)*

III.2.7 Strategi Media

Berdasarkan pada objek perancangan ini, maka media yang digunakan terbagi pada 2 jenis yaitu media utama dan media pendukung.

1. **Media Utama**

   Media utama yang telah dipilih adalah media informasi buku cerita bergambar. Buku cerita adalah cerita yang menampilkan gambar atau illustrasi dengan tujuan untuk memotivasi minat baca dan menambah imajinasi anak. Buku cerita bergambar dipilih karena dapat menjadi sarana untuk mengenalkan beragam hal di sekitar termasuk mengenalkan makanan kecil tradisional Bandung sehingga dapat menstimulasi rasa tertarik terhadap objek yang dilihat dan juga membuat anak penasaran. Selain itu membaca buku cerita yang interaktif yaitu buku cerita bergambar tentang panganan tradisional Bandung, anak-anak akan lebih tertarik untuk mencoba penganan tradisional Bandung. Buku cerita ini untuk anak usia 6-12 tahun yang mulai menyukai membaca buku-buku non fiksi dengan ilustrasi gambar yang sederhana sebagai ilustrasi yang

menarik. Perancangan buku cerita ini menginformasikan tentang makanan kecil tradisional Bandung. Buku cerita ini memberikan kesempatan anak untuk mengenali objek-objek dan situasi tertentu yang bermakna dan menampilkan tokoh-tokoh dan alur yang mencerminkan tingkah laku dan perasaan anak. Menceritakan seorang dari kota yang berlibur ke rumah neneknya yang berada di desa, bertemu dengan sepupunya. Keduanya bermain dan berpetualang bersama, lalu menemukan jajanan khas Bandung. Terdiri dari empat cerita pendek tentang informasi makanan kecil tradisional Bandung, mulai dari cara pengolahan makanan kecil tradisional sampai bahan baku. Empat cerita itu diambil dari teknik pengolahan makanan tersebut, yaitu teknik kukus, goreng, rebus dan bakar. Buku cerita ini bertujuan untuk memperkenalkan keotentikan dari jajanan Bandung dan informasi bahan makanan tradisional.

2. Media Pendukung

Media pendukung bertujuan untuk menarik minat khalayak sasaran untuk mengenal dan sebagai pengingat selain itu media pendukung berperan sebagai media yang mempromosikan media utama. Perancangan ini menghasilkan media utama buku cerita bergambar serta beberapa media pendukung diantaranya:

a. Media promosi

Media promosi dirancang untuk memperkenalkan buku cerita ini agar diketahui oleh masyarakat terutama khalayak sasaran. Media promosi dipublikasikan pada waktu buku telah dirilis. Media promosi akan dipublikasikan melalui media *online* dan *offline* seperti:

- Poster Media Sosial

  Poster Media sosial *online* mulai banyak digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi termasuk produk. Selain itu media sosial penyebaranya informasi sangat cepat. Media sosial yang dipilih adalah instagram dan facebook. Karena

sebagian besar khalayak sekunder yaitu orang tua, sering mengakses instagram dan facebook. Instagram dan facebook juga termasuk dalam penyebaran informasi yang cepat dan efisien. Informasi akan dipublikasikan oleh akun BIP.

- Poster

  Poster adalah media iklan luar ruangan berfungsi untuk menginformasikan buku yang telah diliris. Poster akan ditempatkan di toko buku besar, terdapat tempat khusus untuk menempatkan iklan sehingga pengunjung bisa mengetahui bahwa buku cerita tersebut sudah dirilis. Poster ini akan dipasang di toko buku dan sekolah dasar

b. Media pendukung

Media ini merupakan media yang dekat dengan khalayak sasaran dalam keseharianya. Membuat *merchandise* dalam menyampaikan informasi bertujuan untuk jangka panjang, selain itu *merchandise* adalah media yang secara tidak langsung sebagai media informasi karena biasa digunakan dalam keseharian seperti:

- Bantal karakter

  Bantal karakter adalah bantal yang dibentuk sesuai dengan pola gambar yang telah ditentukan. Berbentuk seperti boneka namun teknis produksi cetak dan berbentuk datar sehingga biasa digunakan untuk tidur atau sebagai pajangan. Anak-anak senang mengoleksi tokoh-tokoh kartun di kamarnya seperti bantal, selimut, boneka dan benda-benda.

- Kotak Makan

  Kotak makan adalah tempat menyimpan bekal makanan yang terbuat dari plastik yang dibuat dengan berbagai bentuk, gambar dan warna. Kotak makan dipilih sebagai *merchandis*e

karena khalayak sasaran anak-anak usia 6-12 tahun yang biasanya anak-anak membawa bekal saat berpergian dan sekolah.

- Botol Minum

  Botol minum adalah tempat untuk menyimpan air minum yang biasa dibawa saat berpergian dan berbahan plastik yang dibuat dengan bermacam bentuk, warna, dan gambar. Botol minum dipilih karena anak-anak biasanya membawa botol minum saat sekolah ataupun berpergian

- *T-shirt*

  T-shirt adalah pakaian sederhana tanpa kancing dan kerah dengan lengan pendek dan leher bulat. Anak-anak menghabiskan waktu untuk bermain sehingga membutuhkan pakaian yang nyaman dipakai seperti *t-shirt* karena berbahan katun yang umumnya lembut dan nyaman dipakai.

- Ransel

  Ransel adalah tas yang memiliki dua tali untuk dibawa di punggung. Ransel merupakan jenis tas yang praktis karena memiliki banyak kantong yang bisa membantu anak untuk menyimpan barang-barang selain buku. Anak-anak biasa membawa botol minum sehingga kantong yang ada disamping membantu untuk menyimpan botol minum agar tidak tumpah.

III.2.8 Strategi Distribusi

Persebaran media utama akan ditempatkan di toko buku ternama seperti Gramedia, Togamas, Eureka dan Gunung Agung. Selain mendistribusikan media utama buku cerita, media pendukung seperti *merchandise* juga akan disebarkan di toko buku dan saat event atau pameran. Berikut tabel waktu distribusi:

Tabel III. 4 Distribusi Waktu

Media	Juli 2017				Agustus 2017				September 2017				Oktober 2017			
minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Ransel																
Bantal																
T-shirt																
Botol minum																
Kotak makan																

Sumber: Pribadi (11 Juni 2017)

- Bantal akan didistribusikan selama 3 bulan selama persediaan masih ada.
- T-shirt didistribusikan selama 3 bulan yaitu pada awal bulan Agustus saat diadakan acara peluncuran buku
- Ransel akan didistribusikan pada bulan agustus sampai oktober karena pada bulan juli sudah diisi untuk mendistribusikan bantal, *t'shirt*, kotak makan dan botol minum
- Kotak makan dan botok minum akan didistribusikan bersama yaitu pada saat launching buku tepatnya bulan Juli sampai bulan Oktober.

- Tabel tempat distribusi.

Tabel III. 5 Tempat Distibusi

Media	Penyebaran			
	Gramedia	Bale Anak	*Launching*	*Lavie House*
Ransel				
Bantal				
T-shirt				
Botol minum				
Kotak makan				

Sumber: Pribadi (11 Juni 2017)

Tempat untuk mendistribusikan *merchandise* akan ditempatkan di toko buku Gramedia, toko baju Bale Anak, toko perlengkapan anak-anak *Lavie House* dan saat launching buku. Bantal karakter bisa didapatkan di toko Gramedia, *Lavie House* dan saat peluncuran buku. Gramedia dipilih karena dapat menjual *merchandise* seperti tempat makan, botol minum, boneka dan ransel. Sehingga khalayak dapat dengan mudah membelinya tanpa harus menghadiri acara peluncuran buku. *Lavie House* adalah tempat menjual berbagai kebutuhan anak seperti tas, pakaian dan mainan. T'shirt akan dipasarkan di toko baju Bale Anak yang menjual khusus pakaian anak-anak. Saat peluncuran buku khalayak dapat juga mendapatkan *merchandise* dengan harga yang murah.

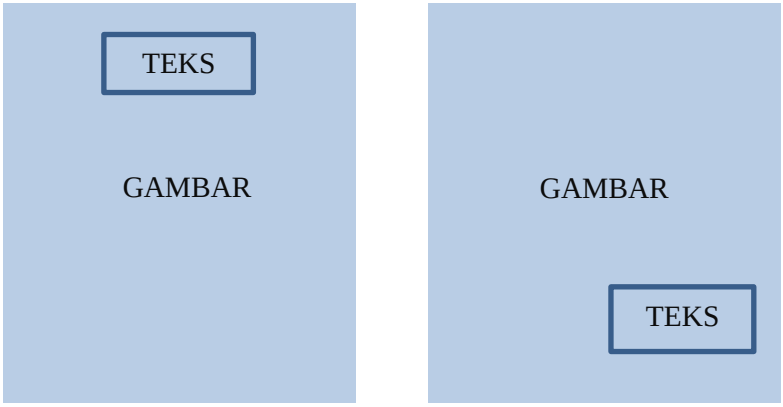
III.3. Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan untuk cover adalah *portrait* dengan ukuran kertas 29 cm x 20 cm. format portrait dipilih sebagai fokus utama pada gambar wajah karena ingin menyampaikan ekspresi dan karakter sebagai subjek gambar.

III.3.2 Tata Letak

Menurut Rustan (2014) Prinsip dasar layout antara lain *sequence, emphasis, balance* dan *unity"* (h. 74). Agar layout memberikan efek yang kuat bagi pembaca makan harus mempunyai kesan *unity* yang menciptakan kesatuan secara keseluruhan, maka gambar dan teks disusun secara berkaitan dengan *sequence* atau urutan perhatian menggunakan *sequence* Z karena orang yang menggunakan bahasa latin membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah. Menurut Rustan (2014) "75% orang membaca secara *methodical*, yaitu berurutan dari atas ke bawah. 25% *scanning readers* melihat halaman secara acak" (h. 77).



III.3.3 Typografi

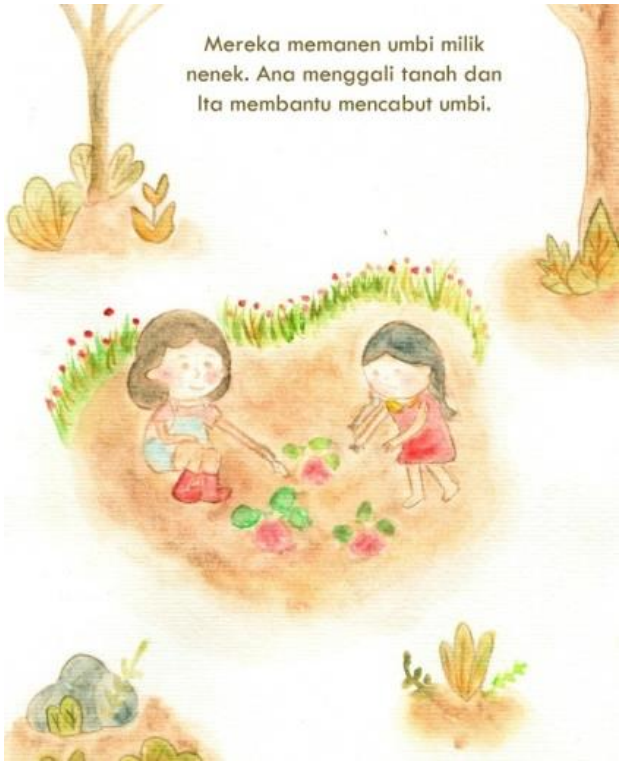
Pemilihan font untuk judul diberi ukuran besar untuk menarik perhatian khalayak sasaran dan untuk membedakan dengan *tagline.* Selain ukuran, pemilihan sifat dari jenis huruf harus menarik karena setiap jenis huruf memiliki sifat yang dapat memberikan kesan masing-masing. Menurut Rustan (2014) judul harus menarik perhatian, karena judul segi estetis lebih diprioritaskan. Seperti menggunakan huruf decorative dan tidak terlalu formal". (h.28). Maka dipilihlah *font soft marsmellow* yang memiliki karakteristik yang lembut dan bulat. Font jenis ini membawa keseimbangan dengan latar dari *cover.*



Gambar III.11 font

Sumber: Pribadi (10 Juni 2016)

Jenis huruf untuk *Bodyteks* digunakan jenis huruf *sans serif font Tw cen mt* dengan ukuran 18 point. Karena font jenis ini memberikan kesan sederhana dan memberikan kenyamanan saat dibaca. Berikut adalah contoh penggunakaan *body teks*:

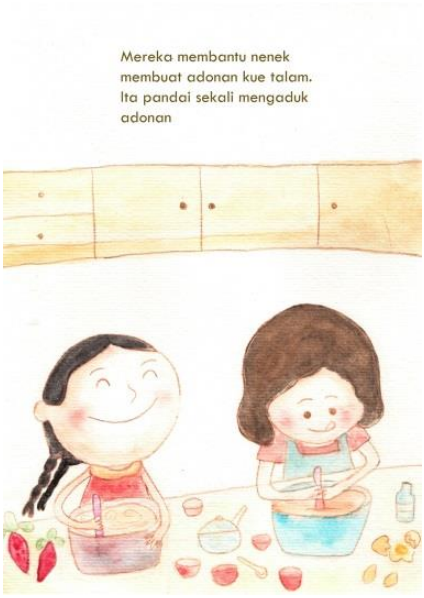


Gambar III.12 font halaman

Sumber: Pribadi (10 Juni 2016)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah gaya visual anak-anak yang tidak realis, menggunakan teknik manual menggunakan media cat air agar terlihat lebih santai. Sehingga anak dapat memahami gambar. Kesan yang ingin ditunjukan pada buku cerita ini adalah kesan imajinatif, menyenangkan, petualangan dan kontemporer. Ilustrasi manual dipilih agar khalayak merasa dekat dengan gambar sehingga anak-anak bisa mencoba menggambar mengikuti gaya visual dari buku cerita ini.



Gambar III.13 Ilustrasi

Sumber: Pribadi (10 Juni 2017)

III.3.5 Warna

Warna mampu memberikan kesan seperti merangsang munculnya rasa gembera, sedih, semangat dan haru. Menurut Rustan (2014) "Warna memainkan peran penting dalam mengambil keputusan seperti saat membeli barang, seseorang dapat mengambil keputusan terhadap orang lain, lingkungan maupun produk" (h.72). Pewarnaan pada buku cerita bergambar menggunakan media cat air. Warna tersebut memiliki kesan natural dan lembut berbeda dengan pensil warna yg terlihat tegas. Pemilihan warna yang tidak terlalu kuat sehingga mata anak tidak capek ketika lama melihat. Maka konsep warna yang dibuat untuk buku cerita ini adalah warna palstel, warna ini memberikan efek sejuk, ceria, nyaman dan lembut. Menurut Grafis-Media (2016) "Ruangan yang memiliki kombinasi warna pastel, maka perasaan pasti akan nyaman dan ceria. Pengaruh ini akan membuat otak kita berkhayal tentang sesuatu keceriaan". Seperti daun yang diberi warna hijau dengan campuran kuning agar tidak monoton dan memberikan kesan *full colour*. Pewarnaan dilakukan dengan 2 tahap yaitu tahap pertama memberikan warna dasar yaitu warna yang pucat.

Kemudia tahap kedua memberikan warrna yang sedikit gelap dengan campuran air yang sedikit.

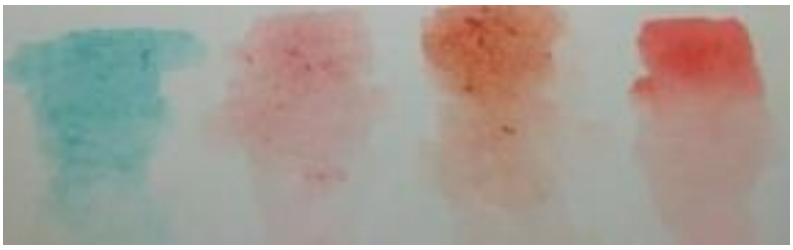
a) Skema warna kuning digunakan untuk pewarnaan pada rumah, pohon dan properti. Menurut Rustan (2014) "warna kuning memberikan makna gembira, bahagia, optimis, matahari, dan musim panas"(h.73).



b) Warna ini digunakan untuk pewarnaan pada pohon daun dan langit Menurut Surianto Rustan (2014) Skema warna hijau memberikan makna alam, kesuburan, lingkungan, tenang dan rumput" (h.73).



c) Warna pastel digunakan untuk pewarnaan pada tokoh dan properti. Warna pastel adalah warna yang terlihat cerah namun warnanya tidak begitu kuat sehingga memberikesan yang nyaman dilihat.



Gambar III.13 Warrna

Sumber: Pribadi (10 juni 2017)

III.3.5 Studi Karaker

Setiap karakter dilakukan dengan melakukan studi lapangan yang sesuai dengan deskripsi yang dibutuhkan. Diambil dari bentuk wajah orang Indonesia. ilustrasi dari setiap tokoh disesuaikan dengan karakter masing-masing tokoh.berikut adalah karakter dari buku cerita anak jajan enak bareng Ana dan Ita:

a. Ana memiliki sifat yang ceria. Dia adalah anak kota yang berlibur ke rumah neneknya yang ada di Bandung. Pakaian Ana disesuaikan dengan gaya berpakaian anak kota dengan menggunakan kaos, baju *overall* dan sepatu. Ana adalah karakter dengan rambut pendek berwarna coklat gelap. Bentuk wajah Ana yang bulat dan memiliki bentuk pipi yang besar. Kepala dibuat lebih besar dari badan untuk menunjukan ekspresi dari karakter Ana.



Sumber: Pribadi



Gambar III.14 karakter Ana

Sumber: Pribadi (10 juni 2017)

b. Ita adalah sepupu dari Ana. Pakaian Ita disesuaikan dengan cara berpakaian anak desa yang sederhana dengan rambut panjang kepang . penyederhanaan dari karakter Ita mempunyai

kepala yang bulat dan senyum nyang lebar. Ita digambarkan sebagai anak yang baik dan sedikit pemalu.

 Sumber: Pribadi	 Gambar III.15 karakter Ita *Sumber: Pribadi (10 juni 2017)*

c. Nenek mempunyai sifat baik hati dan sayang terhadap cucu. Nenek mempunyai satu kucing kesayangan. Nenek adalah karakter yang memiliki tubuh sedikit berisi dengan rambut beruban yang digelung dan menggunakan baju kebaya dengan sarung. Nenek mempunyai kerutan disekitar wajah memiliki hidung besar karena kebanyakan orang Sunda berhidung lebar dengan tubuh yang tidak terlalu tinggi.

 Sumber: wikancindy.blogspot.com	 Gambar III.16 karakter Nenek *Sumber: Pribadi (10 juni 2017)*

d. Ibunya Ita adalah seorang ibu rumah tangga yang baru mempunyai satu anak. ibu Ita mimiliki sifat yang ramah dan rajin, selain itu ibu Ita pandai memasak. Visualisasi ibu Ita menggunakan daster dikeseharianya. Ibu Ita berambut pendek dengan potongan rambut bop. Ibu Ita berbadan sedikit berisi dan warna kulis sawo matang.



Sumber : Kompasiana.com



Gambar III.18 karakter Ibu

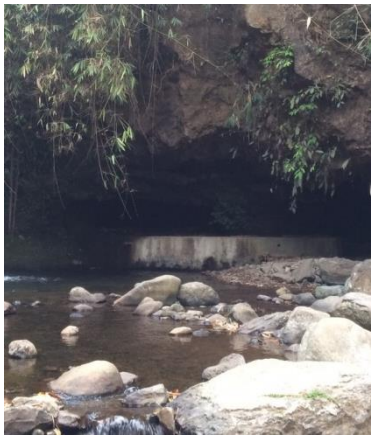
Sumber: Pribadi (10 juni 2017)

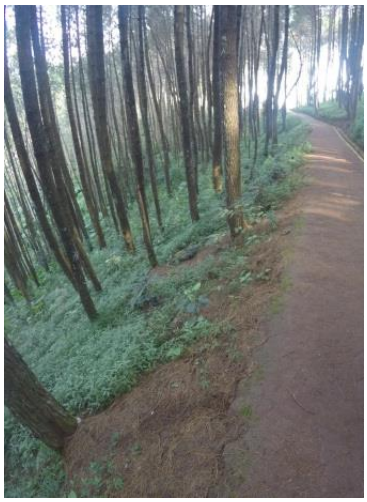
III.3.6 Studi Latar

Latar dari cerita ini diambil dari daerah yang ada di Bandung dengan menyederhanakan objek sesungguhnya. Penyerdehanaan objek dilakukan agar anak-anak mengerti gambar tersebut maka latar dibuat lebih sederhana dengan warna yang tidak terang dan dibuat dengan nuansa yang berbeda seperti menambahkan bunga dan tanaman agar terkesan indah.

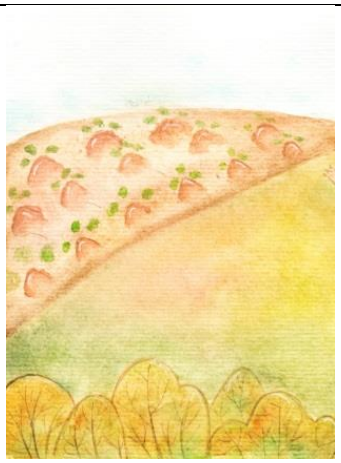
Tabel III. 4 *Storyboard*

Sumber: Pribadi (11 Juni 2017)

 Sungai Capulaga Sumber: Pribadi	 Ilustrasi
Latar ini diambil dari salah satu sungai di Capulaga. Penyederhanaan dari illustrasi ini dengan memberikan suasana sungai dengan air yang jernih serta terdapat tanaman dan bunga-bunga agar anak dapat lebih berimajinasi.	

 Moko Sumber: Pribadi	 Ilustrasi
Ilustrasi dari gambar hutan moko disederhanakan dengan memberikan warna kuning dan pohon yang tidak tinggi.	

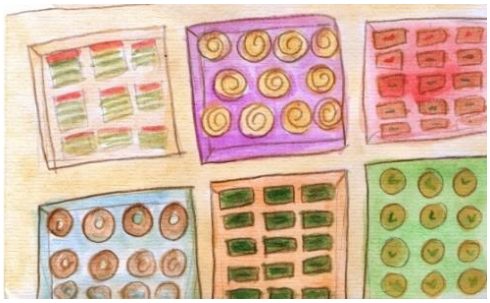
 Jendela Kayu Sumber: rumahminimalisku.com	 Ilustrasi
Jendela kayu ini biasa dipatai dirumah-rumah jaman dulu. Jendela kayu disederhanakan dengan tidak menambahkan ukiran-ukiran.	

 Umbi Jalar Sumber: Seputarpertanian.blogspot.co.id	 Ilustrasi
Kebun umbi jalar disederhanakan memperlihatkan umbi jalar yang tersusun dan menonjolkan umbi di atas tanah. Digambar dengan tidak membuat banyak daun.	

III.3.7 Studi Properti

Studi properti adalah penyerderhanaan dari prooperti yang telah ada dengan bentuk dan warna seperti aslinya agar pembaca bisa mengetahui dengan jelas bentuk dari objek yang ada dibuku cerita tersebut.

Tabel III. 6 Storyboard

 Jajanan Pasar Sumber: Pribadi	 Ilustrasi
Properti ini memperlihatkan jajanan pasar yang diletakan diatas wadah plastik yang berwarna-warni. Kemudian makan tersebut disederhanakan dengan disusun dan tidak menumpuk makanan.	

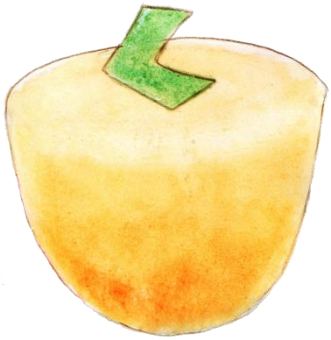
 Aseupan dan hawu Sumber: Kampungnaga253blogspot.com	 Ilustrasi

Ilustrasi ini adalah penyederhanaan dari dapur nenek yang masih menggunakan *hawu* atau kompor tradisional. Properti yang diperlihatkan dalam buku cerita ini adalah *hawu, aseupan,* kayu bakar dan panci



Kue Talam

Sumber: www.resepcaramasak.com (21Juli 2017)



Ilustrasi

Kue talam bememiliki warna kuning dan putih, serta berukuran kecil yang berbentuk seperti mangkok . Ilustrasi dari kue talam berwarna gradasi dari kuning dengan ukuran yang lebih besar.



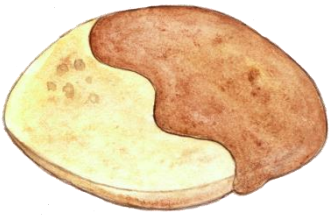
Cilok

Sumber: www.resepsedap.com (21 Juli 2017)



Ilustraasi

Cilok berbentuk bulat kecil dan diberi bumbu kacang. cilok disajikan ditusuk menggunakan tusukan dari bambu. ilustrasi cilok memiliki warna yang lebih terang dan saus kacang dibuat terlihat menetes agar terlihat enak

 Surabi Sumber: www. foodexperian.blogspot.co.id	 Ilustrasi
Surabi berbentuk bulat yang disajikan dengan gula merah cair. Ilustrasi ini mengambarkan surabi yang telah diberi gula merah cair yang menetes.	

Sumber: Pribadi (11 Juni 2017)