BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak sasaran

1. Khalayak Sasaran

a. *Consumer Insight*

Muditomo (2012) mengatakan "dalam pengertian dasarnya, "*insight*" adalah "*a clear, deep, and sometimes sudden understanding of a complicated problem or situation, or the ability to have such an understanding*".

Menurut Maulana tahun 2009 (seperti dikutip muditomo 2012) mengatakan bahwa "(1) unsur *deep*: atau kedalaman pemahaman materi; (2) unsur *complex*: yaitu mencakup kompleksitas dari masalah yang dibahas; dan (3) unsur *sudden*: dari segi waktu, yaitu sesuatu yang dimengerti secara tiba-tiba. Pengertian "*insight*" dalam konteks psikologi adalah mencari tahu secara mendalam mengenai latar belakang dan faktor-faktor yang mendorong perbuatan, pemikiran, dan perilaku seseorang".

Dalam membuat perancangan media informasi komik ini perancangan berfokus pada masayarakata yang belum mengetahui tentang kelelawar dan peran kelelawar dalam ekologi, karena informasi yang diberikan akan sangat berguna dan dapat menambah wawasan yang baru kepada masyarakat.

Berikut ini adalah *insight* dari *target audience*:

- Mengetahui tentang kebenaran kelelawar
- Mengetahui kelelawar dan peran kelelawar dalam ekologi.

Berdasarkan dari *insight* yang diperoleh, maka disimpulkan bahwa informasi yang diberikan harus jelas dan padat, agar bisa diterima dengan baik oleh *target audience.*

b. *Consumer Journey*

Journey merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *target audience*, dimulai dari *target audience* bangun lalu *target audience* tidur lagi. *Journey* digunakan untuk mengetahui tempat dan benda apa saja yang sering digunakan atau dijumpai oleh *target audience*, sehingga memudahkan untuk memilihan benda yang akan dibuat untuk media informasi ini. Berikut ini adalah hasil *journey* yang dirangkum dari

kegiatan anak – anak sd dan smp dari bangun tidur sampai dia tidur lagi, diantaranya sebagai berikut:

Tabel III.1 Tabel *Consumer Journey*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (05/12/2017)

Waktu	**Aktifitas**	***Point of contact***
04.30 - 05.30	Bangun, sholat , mandi, ganti baju	Sendal, baju, jam , pintu, kamar mandi
05.30 - 06.00	Sarapan	Televisi, buku , kalender, meja, dapur
06.00 – 06.30	Mempersiapkan perlengkapan sekolah	Meja , ruang tamu , peralatan sekolah
06.30 – 07.00	Berangkat sekolah	Sepatu, kaos kaki, jalan, dinding
07.00 – 11.00	Sampai sekolah	Alat tulis, pintu, pagar
11.00 – 12.30	Istirahat, makan, sholat, pulang sekolah	Mug, tempat makan, mushola , dinding
12.30 – 15.00	Main, nongkrong, pulang kerumah	Jalan, Tempat makan
15.00 – 16.00	Perjalanan pulang	Jalan, poster, jembatan, tembok
16.00 – 17.00	Sampai dirumah, mandi	Pintu pagar, dinding, halaman , kamar mandi, ruang tamu.
17.00 – 18.00	Ganti baju, nonton tv	Lemari, gantungan kunci, ruang tamu, kamar
18.00 – 19.00	Sholat, mengaji	Kamar, peralatan sholat,
19.00 – 21.00	Istirahat, nonton tv, makan , tidur	Televise, dapur, ruang keluarga, kamar

2. *Target Audience*

Target audience dari perancangan media informasi komik tentang peran kelelawar dalam ekologi adalah sebagai berikut:

a. Demografis

- Usia : Anak - anak (8 - 15 tahun)
- Status Ekonomi : Semua kalangan
- Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki - laki
- Pekerjaan : Semua kalangan
- Pendidikan : Sd sampai SMP
- Warga Negara : Indonesia

b. Psikografis

Menurut Piaget (seperti dikutip Yudhistira, 2011) "*Decentering* anak mulai mempertimbangkan beberapa aspek dari suatu permasalahan untuk bisa memecahkannya".

c. Target Sekunder

Target sekunder untuk media informasi ini adalah anak – anak Indonesia yang tertarik dengan keanekaragaman hayati yang ada di Indonesia.

III.2 Strategi Perancangan

Menurut Steiss dalam salusu tahun 2004 (seperti dikutip Renstra, 2017) Mengatakan bahwa "perencanaan strategis merupakan kompenen manajemen strategis yang berguna untuk memperjelas tujuan dan sasaran, memilih berbagai kebijakan, terutama dalam memperoleh dan mengalokasikan sumber daya, serta menciptakan pedoman dalam menerjemahkan kebijakan organisasi".

Strategi perancangan dalam media informasi ini ditunjukan untuk dapat merubah pandangan negatif masyrakat mengenai kelelawar, sehingga masyarakat bisa mengetahui bahwa kelelawar yang di anggap sebagai hewan yang merugikan ternyata mempunyai peran penting dalam ekologi. Dalam strategi perancangan media informasi ini ada 6 tahap untuk mendapatkan ide promosi sehingga menghasilkan karya yang baik, maka sebaiknya hal yang harus diutamakan adalah melakukan perancangan strategi terlebih dahulu sebelum memulai konsep visual.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam perancangan median informasi yang berupa komik ini adalah dengan cara melakukan perancangan informasi mengenai kelelawar dan peran kelelawar dalam ekologi, diantaranya sebagai berikut:

a. Memberikan informasi tentang peran kelelawar dalam ekologi secara umum kepada msyarakat
b. Memberikan informasi kepada masyarakat bahwa kelelawar mempunyai manfaat bagi masyarakat.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu penyampaian pesan yang menghubungkan antara satu dengan yang lain untuk memberi tahu atau untuk merubah sikap, pendapat, dan perilaku baik berupa lisan atau tulisan. Dalam Pendekatan komunikasi hal yang dilakukan adalah dengan memberikan dua proses pendekatan yaitu pendekatan verbal dan visual, diantaranya sebagai berikut :

- Verbal

  Pendekatan dengan metode verbal dilakukan menggunakan bahasa Indonesia, karena *taget audience* dari media ini adalah anak – anak di indonesia. Selain itu bahasa indonesia yang digunakan bukan bahasa indonesia yang baku, melainkan bahasa indonesia yang digunakan sehari – hari, sehingga anak – anak bisa menyesuaikan dengan bahasa yang ada didalam media ini.

- Visual

  Pendekatan visual adalah cara berkomunikasi dengan menggunakan elemen visual atau gambar, untuk membantu menyampaikan pesan kepada *target audience* agar bisa lebih mudah untuk dimengerti. Pendekatan ini berupa panel dan gambar yang bersambung ke panel berikutnya seperti format komik pada umumnya. Gaya penggambaran pada umumnya menggunakan penggambaran gaya *chibi*, kecuali bagian background menggunakan gaya penggambaran dengan metode *digital painting* menggunakan *brush*.

III.2.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan melalui media komik ialah mengenai peran kelelawar dalam ekologi yang salah satunya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat khususnya oleh *target audiens*. Materi pesan ini ditujukan agar dapat menambah wawasan masyarakat tentang kelelawar yang sangat berperan penting dalam ekologi

III.2.4 *Mandatory*

Dinas Pendidikan menjadi alternatif untuk pemilihan *mandatory* dalam media informasi ini. *Target audience* yang di tuju adalah anak SD – SMP (8 tahun – 15 tahun) yang masih dalam tahap pembelajaran. Maka dari itu media informasi yang berupa komik edukasi ini bisa bermanfaat karena didalamnya terdapat informasi mengenai peran kelelawar dalam ekologi yang bisa menjadi wawasan baru bagi anak – anak.

III.2.5 Stategi Kreatif

Strategi kreatif dibuat untuk menarik perhatian *target audience* agar informasi yang disampaikan dapat diterima oleh *target audience*. Dalam media informasi yang berupa komik ini *target audience* diajak untuk mengenali apa itu kelelawar dan peran kelelawar dalam ekologi . Untuk menari perhatian dari *target audience*, visual yang diberikan akan disesuaikan dengan selera *target audience*, selain itu dalam media informasi ini visual karakter akan dibuat dengan gaya flat desain tanpa ekpresi dan background akan dibuat dengan gaya penggambaran yang berbeda dengan karakter, sehingga media informasi yang berupa komik ini memiliki ciri khas sendiri yang berbeda dengan komik lainnya.

III.2.6 Stategi Media

Berdasarkan objek perancangan yang akan dibuat, maka dalam suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dari permasalahan yang terjadi dimasyarakat tentang peran kelelawar dalam ekologi. Terdapat dua jenis media yaitu media utama dan media pendukung.

a. Media Utama

komik merupakan salah satu media yang dianggap cukup efektif untuk menyampaikan pesan tentang perancangan media informasi tentang peran kelelawar dalam ekologi.

b. Media Pendukung

- *Ambient Media*

  Ambient media yaitu sticker, *notebook*, pembatas buku, *social media*, dan *flayer*.

- Poster

  Poster yang disebarkan secara cetak maupun melalui sosial untuk menambah cangkupan *audience.*

- *X-Banner*

  Untuk memberikan perhatian dan minat kepada *target audience*.

III.2.7 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Dalam proses distribusi, penulis akan bekerja sama dengan pihak Dinas Pendidikan Kota Bandung. Proses distribusi akan dilakukan selama 2 bulan utamanya pada saat jam pulang sekolah agar *target audience* dapat menghadiri *event* yang berlangsung. Proses pendistribusiannya dilakukan dikawasan alun – alun Banjaran karena tempatnya berdekatan dengan sekolah – sekolah. Proses pemberian komik dilakukan secara cuma – cuma yang di maksudkan untuk memberikan informasi secara gratis. Waktu penyebaran media yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel III.2 Penyebaran Media

Sumber : Dokumentasi Pribadi (05/12/2017)

Media	Maret	April	Mei	Juni
Flyer				
Poster				
X banner				
Social Media				

Pembatas Buku				
Notebook				
Komik				
Sticker				

III.3 Konsep Visual

Dalam membuat media informasi ini di butuhkannya konsep visual yang bertujuan agar *target audience* dapat menerima dengan baik dari segi penyampaian informasi yang dikemas melalui bentuk gambar dan *teks*. konsep ini direalisasikan dengan dua pendekatan yaitu pendekata verbal dan visual. Disesuaikan dengan segmentasi *target audience* yaitu berusia 8 - 15 tahun. *Loyout*, warna, huruf dan illustrasi dimaksudkan agar memperkuat dan memperjelas proses komunikasi yang bertujuan agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh target audience. Media informasi ini dirancang agar masyarakat tertarik dan ingin mengenal lebih dekat tentang kelelawar.

III.3.1 Format Desain

Dalam membuat media informasi yang akan di publikasikan, maka diperlukan konsep untuk menentukan format. Adapun format dari media informasi komik ini adalah sebagai berikut :

Media : Kertas *Art Paper*

Ukuran : A5

Resolusi : 300 dpi.

Format warna : CMYK (*Cyan-Magenta-Yellow-Black*)

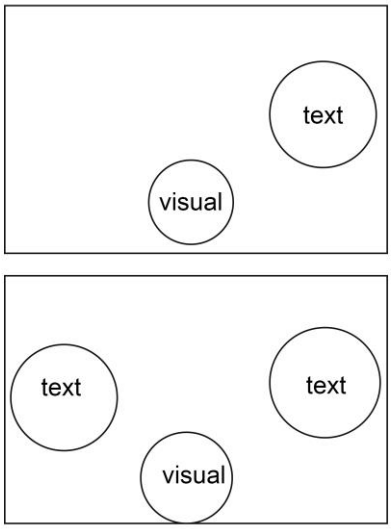
III.3.2 Tata Letak

Menurut Hakim (2012), *layout* merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel, dll) menjadikannya komunikasi visual yang komunikatif, bernilai estetik dan menarik.. Tujuan *layout* adalah untuk menampilkan elemen gambar dan teks

agar menjadi komunikatif, sehingga memudahkan pembaca untuk menerima informasi dengan baik.



Gambar III.1 *Layout* Cover
Sumber : Dokumentasi pribadi (05/12/2017)



Gambar III.2 *Layout* Halaman 1
Sumber : Dokumentasi pribadi (05/12/2017)

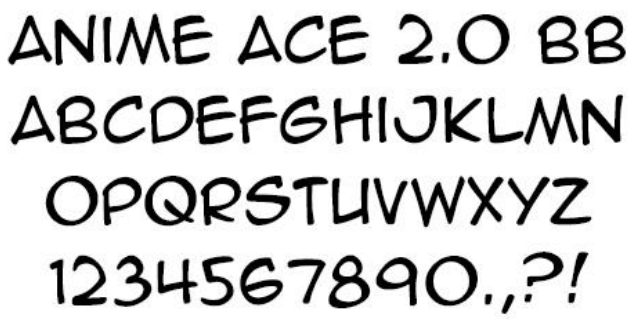
III.3.3 Tipografi

Menurut Sudiana tahun 2001 (seperti dikutip Kurniawan, 2016) mengatakan bahwa "tipografi dapat memiliki arti luas, yang meliputi penataan dan pola halaman, atau cetakan atau dalam arti yang lebih sempit hanya mencakup pemilihan, pengaturan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan pengaturan jalur pengaturan huruf, tidak termasuk ilustrasi dan elemen lainnya, bukan surat dihalaman dicetak".

Huruf yang digunakan pada media informasi ini diantaranya *Magnolia Script* untuk judul dan *Anime Ace 2.0 BB* dan *Monster Ag* untuk *body text*.



Gambar III.3 Huruf *Monster Ag* dan *Magnolia Script*
Sumber : Dokumentasi pribadi (05/12/2017)



Gambar III.4 Huruf *Anime Ace 2.0 BB*
Sumber : Dokumentasi pribadi (05/12/2017)

Alasannya karena huruf *Magnolia scripts* memiliki karakteristik yang sesuai dengan background dan menyatu dengan layout dan visual tentang kelelawar sedangkan *Anime Ace 2.0 BB* dan *Monster Ag* ini dapat terlihat dengan jelas saat disatukan dengan visual, sehingga pembaca tidak pusing dan dapat membaca dengan jelas.

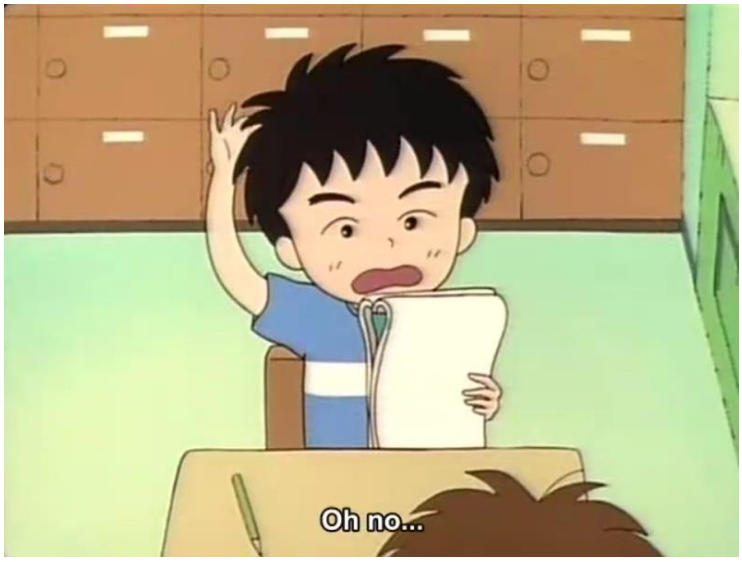
III.3.4 Ilustrasi

Studi karakter

Karakter yang terdapat dalam komik ini adalah dase, komik ini hanya sebagai bahan pembelajaran yang didalamnya terdapat informasi mengenai kelelawar dan peran kelelawar dalam ekologi. Pemilihan nama karakter disesuaikan dengan pakan kelelawar yang diwawancarai yang menggunakan kotoran kelelawar sebagai pupuk dalam proses pertanian. Selain nama karakter penggambaran dari karakter juga terpaku dari dase tersebut, tetapi gaya visual yang di berikan tergolong kepada kartun *chibi* sehingga bisa menyesuaikan dengan *target audience*

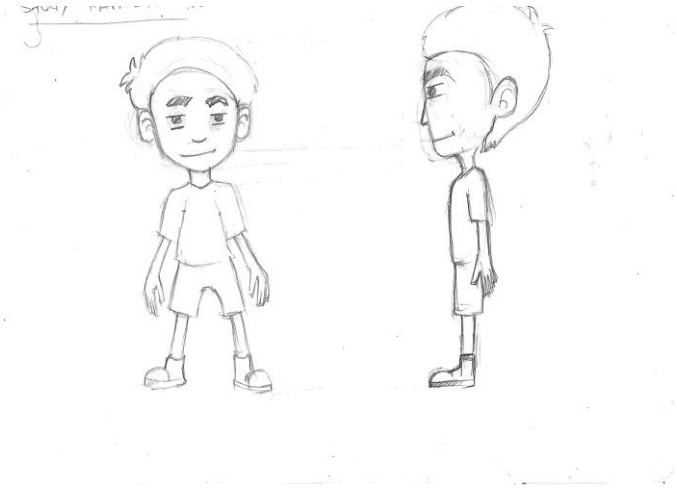


Gambar III.5 Referensi Foto
Sumber : Dokumentasi Pribadi (28/12/2017)



Gambar III.6 Referensi Gaya Visual
Sumber data : http://1.bp.blogspot.com/-qRdSMueUTg4/TuyrNiVs22I/AAAAAAAAARg/LZN8UqSCkr4/s1600/Untitled.jpg
(Diakses pada 14/02/2018)

Dari referensi foto dan visual yang diberikan diatas, maka dapat terciptalah karakter dase didalam komik ini dengan gaya berpakaian seperti anak-anak pada umumnya, sehingga mereka bisa menyesuaikan dengan visual yang ada didalam komik ini.



Gambar III.7 Karakter komik
Sumber : Dokumentasi pribadi (12/02/2018)

III.3.5 Warna

Untuk menghindari perubahan warna yang terjadi selama proses percetakan maka format warna yang dipilih adalah CMYK. Adams (seperti dikutip Ramanda yang dikutip kembali oleh Bush Sawa, 2014) mengatakan "warna bersifat Subjektif karena warna memiliki hubungan yang sangat kuat dengan setiap individu yang melihatnya. Dalam hubungan dengan logo, warna merupakan peranannya sebagai media pengingat". Warna kontrasdipilih sesuai dengan konsep dari media utama komik, karena warna kontras disesuaikan dengan *target audience* dalam perancangan komik seperti dibawah ini :



Gambar III.8 Warna
Sumber : Dokumentasi pribadi (12/02/2018)