BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran perlu ditentukan agar informasi dapat diterima dan tersampaikan dengan efektif kepada khalayak yang dituju. Sebelum menentukan informasi-informasi yang akan disampaikan, maka penting terlebih dahulu untuk menentukan khalayak sasaran. Menurut Gregory (2004) mengemukakan efek komunikasi dimulai dari pesan kepada khalayak. Pesan yang disampaikan lalu diterima dan nantinya akan terjadi perubahan pada pengetahuan, pemahaman, presepsi, dan akhirnya akan berpengaruh pada sikap dan tindakan khalayak sasaran. Khalayak sasaran untuk perancangan informasi Perpustakaan Daerah Sumedang ini adalah:

- Demografi

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Usia : 17 – 21 tahun (Remaja akhir)

Pendidikan : SMA dan mahasiswa perguruan tinggi

Ekonomi : Menengah keatas.

Agama : Semua Agama



Gambar III.1 Target Khalayak sasaran Remaja Akhir
Sumber: http://setara.net/wp-content/uploads/2017/03/mahasiswa-indonesia.jpg
(Diakses pada 15/2/2018)

Klalayak sasaran utama dalam perancangan informasi tentang Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang yaitu remaja akhir. Pemilihan remaja akhir ini selain dikarnakan jumlah pengunjung perpustakaan didominasi oleh para remaja

akhir yakni para pelajar juga dikarenakan remaja akhir saat ini lebih sering mencari informasi melalui internet.

- Psikografis

Menurut Prasetijo yang dikutip oleh Hartanto (2004), mengungkapkan Psikografis dapat mengacu pada tiga bagian AIO (*activities*, *interest*, dan *opinion*), dengan mengacu pada tiga hal tersebut didapatlah penjelasan sebagai berikut:

1. *Activities* (kegiatan), kegiatan yang dilakukan khalayak sasaran, seperti kegiatan dan alat sehari-hari yang digunakan. Dalam hasil wawancara, khalayak sasaran mengemukakan alat yang sering digunakan sehari-hari adalah *smartphone* dan laptop.
2. *Interest* (minat), hal-hal yang disukai atau diminati. Sedangakan untuk hal yang disukai adalah melihat hiburan video dan foto di media sosial.
3. *Opinion* (opini), pendapat bagaimana menanggapi suatu hal atau berkomentar. Dalam hal berpendapat khalayak sasaran yang diwawancarai cenderung berpendapat dengan spontan atau mengungkapkan langsung pada poin yang menurut mereka benar.

Maka dengan mengacu pada pembagian psikografis diatas remaja akhir suka meluangkan waktu mereka dengan melakukan aktivitas menggunakan *smartphone,* dan aktif di media sosial. Khalayak sasaran berpendapat atau berkomentar di media sosial atau media informasi digital lainnya dengan berkomentar berdasarkan yang dianggapnya benar.

- Geografis

Menurut Morissan (2010) “segmentasi ini membagi-bagi khalayak khalayak sasarani berdasarkan jangkauan geografis. Pasar dibagi-bagi kedalam beberapa unit geografis yang berbeda yang mencakup suatu wilayah negara, provinsi, kabupaten, kota hingga ke lingkungan perumahan” (h.65). Secara geografis, khalayak sasaran meliputi daerah perkotaan yang terbiasa dan mudah mendapatkan jaringan internet, namun tidak terpatok hanya wilayah perkotaan saja mengingat saat ini jaringan internet sudah semakin luas, khalayak diluar perkotaanpun sudah banyak yang mendapatkan sumber informasi melalui jaringan internet.

- *Consumer Insight*

Consumer Insight berfungsi untuk mencari tahu pemikiran, perbuatan atau prilaku konsumen terhadap sebuah produk atau suatu hal, tidak hanya terhadap sebuah produk saja melainkan bagaimana mereka menerima sebuah informasi dan bagaimana mereka menggunakan media sebagai alat mendapatkan informasi tersebut. Dari hasil penelitian maka diperolehlah *Consumer Insight* dari khalayak sasaran yang telah ditentukan sebagai berikut :

- Cenderung mencari informasi melalui media *online*..
- Ingin mendapatkan suatu hal dengan cepat dan mudah.
- Mencari alternatif hiburan melalui sosial media.
- Sering berkomunikasi dengan menggunakan sosial media.
- Membutuhkan jaringan internet dalam keseharian.

- *Consumer Journey*

Setelah mendapatkan *Consumer insight* maka perlu mengetahui *Consumer Journey* untuk mengetahui kegiatan sehari-hari yang dilakukan target *audience.* M.Indarwita (2017) menjelaskan bahwa "adalah sebuah peta perjalanan pelanggan yang dapat mengidentifikasi bagaimana pelanggan diperlakukan pada setiap titik pertemuan dan respon apa yang mereka rasakan terhadap perlakuan tersebut." *Consumer Journey* juga digunakan untuk mencari tahu objek-objek yang sering digunakan, dilihat, dan dirasakan oleh target *audience* sehingga memudahkan dalam menentukan objek yang akan digunakan dalam memberikan informasi tentang Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang nantinya. Adapun *Consumer journey* dari *target audience* adalah sebagai berikut:

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

No	Aktifitas	Waktu	Tempat	*Point of Content*
1	Bangun Tidur	05:30 WIB	Kamar tidur	*Smartphone*
2	*Browsing*	05:34 WIB	Kamar tidur	*Smartphone*

3	Mandi	06:00 WIB	Kamar mandi	Perlengkapam mandi, pintu (*sticker*)
4	Persiapan berangkat	06:20 WIB	Kamar tidur	Kaca (*sticker*), tas (gantungan), peralatan tulis.
5	Sarapan	06: 25 WIB	Ruang makan	Peralatan makan
6	Berangkat	06:35 WIB	Jalan	*Smartphon*e, brosur, sticker.
7	Tiba di Sekolah/Kampus	07:00 WIB	kelas	Smartphone
8	Istirahat	12:00 WIB	kantin	Poster, smartphone, laptop
9	Pulang dari Sekolah/Kampus	16:00 WIB	Jalan	*Smartphone*, Brosur, *sticker*.
10	Istirahat	17:00 WIB	Rumah	*Smartphone*, TV
11	Mengerjakan Tugas	19:30 WIB	Kamar/Ruang belajar	*Smartphon*e,Laptop, Buku
12	Siap- Siap Tidur	21:00 WIB	Kamar/Ruang belajar	*Smartphone*

Beberapa objek yang sering digunakan oleh *target audience* pada tabel diatas diantaranya adalah, internet, laptop, *smartphone*, sosial media, poster, *sticker*. Beberapa objek tersebut dapat digunakan sebagai sarana publikasi untuk memberikan informasi dari kegiatan perancangan ini.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dibuat adalah memberikan informasi mengenai Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang melalui media *online* yaitu *website.* Adapun informasi yang akan disampaikan yakni pengetahuan mengenai Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang yakni profil Perpustakaan, Informasi koleksi Perpustakaan, perpustakaan digital dengan menyediakan beberapa koleksi buku yang dapat dibaca, dan informasi tentang kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan perpustakaan. Dengan diterapkanya strategi perancangan media informasi ini, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan khalayak sasaran akan kebutuhan informasi tentang Perpustakaan Daerah Sumedang.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menurut Nugroho (2004) "tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku." Tujuan komunikasi dari perancangan ini adalah untuk memberikan informasi-informasi yang mudah didapatkan dan mudah diterima serta dipahami oleh khalayak sasaran. Maka tujuan komunikasi dalam perancangan informasi tentang Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang adalah sebagai berikut:

- Agar khalayak sasaran mendapatkan informasi lebih mudah tentang Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang khususnya informasi tentang koleksi buku Perpusrtakaan.
- Agar membuat kembali media *online* yakni *website* yang dahulu pernah dibuat tahun 2012 berupa *website bloger* Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang yang sudah lama tidak dipebaharui.
- Agar khalayak sasaran baik dari daerah Sumedang maupun luar Sumedang dapat mempergunakan *website* tersebut sebagai bahan informasi tentang koleksi buku, arsip yang ada Perpustakaan serta informasi lainnya.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dengan menyesuaikan gaya hidup khalayak sasaran yaitu gaya hidup remaja akhir saat ini, Menurut pendapat Susanto (dalam Nugraheni, 2003) yang dikutip oleh Prasetyaning dalam artikel *onlinenya* menyatakan:

"Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut." Remaja akhir saat ini pada umumnya memanfaatkan teknologi seperti internet untuk mendapatkan informasi barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, hal inilah yang menjadikan pendekatan dengan gaya hidup para remaja akhir saat inilah yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan media – media yang akan dibuat, *website* sendiri menjadi salah satu media yang dekat dengan keseharian pada remaja akhir saat ini, melihat dari gaya hidup remaja akhir saat ini yang menginginkan kemudahan atau *simple* demi mendapatkan barang dan jasa atau demi mendapatkan suatu informasi.

- Pendekatan Visual



Gambar III.2 Pendekaatan Visual 1
Sumber: https://www.instagram.com/p/BcEh1roFRhl/?hl=en&taken-by=tokopedia
(Diakses pada 18/2/2018)

Dari gaya hidup khalayak sasaran ini dapat menentukan pendekatan visual yang akan ditampilkan pada media-media yang akan dibuat. Maka pendekatan visual yang akan ditampilkan yaitu tampilan fotografi yang menggambarkan aktivitas yang menggunakan *gedged*, agar khalayak dapat tertarik dan menerima informasi yang akan diberikan dalam media utama maupun media pendukung.



Gambar III.3 Pendekaatan Visual 2
Sumber: https://www.instagram.com/p/BZbBvT_BQJX/?hl=en&taken-by=tokopedia
(Diakses pada 18/2/2018)

Pada isi *website* akan banyak menampilkan potografi pada beberapa konten yang dimuat di *website*, hal ini menyesuaikan dengan aktivitas keseharian khalayak saat ini yang semakin tertarik melihat gambar-gambar fotografi. Selain sosial media yang sering diakses setiap harinya yang kebanyakan menampilkan fotograpfi, potografi pada sebuah *website*-pun harus dapat menarik untuk dilihat karena khalayak tertarik melihat visual terlebih dahulu sebelum membaca isi konten pada sosial medianya.

- Reverensi Visual



Gambar III.4 Referensi Visual
Sumber: http://dispusipda.jabarprov.go.id/
(Diakses pada 18/11/2017)

Di halaman *website* seperti pada gambar diatas menggunakan foto profil perpustakaan daerah Jawa Barat sebagai *header* pada halaman awal *website*, Sedangkan header *website* Perpustakaan yang akan ditampilkan pada perancangan ini dipilih foto suasana perpustakan, dan teks yang bergerak atau *slide show*.

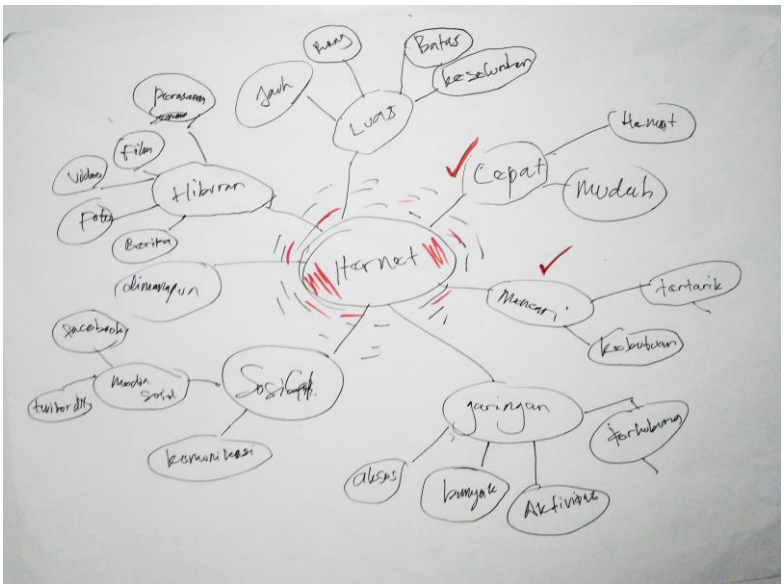
- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dengan menggunakan bahasa indonesia semi formal dengan menggunakan kata-kata yang tidak selalu baku tetapi ada beberapa kata menggunakan kata sehari-hari. Pemilihan bahasa ini agar mudah diterima dan dimengerti oleh khalayak sasaran yakni remaja akhir. Penggunaan bahasa Indonesia juga dikarnakan Perpustakaan Daerah Sumedang merupakan intansi Permeritahan Indonesia sehingga bahasa Indonesia digunakan untuk

berkomunikasi dengan pengunjung Perpustakaan dari berbagai kalangan masyarakat.

- *Keyword*

  Untuk penggalian ide lebih dalam memvisualisasikan ilustrasi maka harus menentukan sebuah *keyword* , berikut adalah proses penggalian *keyword* dengan menggunakan *mind mapping*.



Gambar III.5 Sketsa *Keyword*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Dari *mind mapping* ini didapatlah tiga *keyword* dari kata internet dan buku yaitu: cepat, mencari, dan buku. Ketiga *keyword* ini sebagai bahan untuk merancang atau membuat *tagline* dan elemen visual.

- Elemen visual

  Menurut Rustan (2014) “yang termasuk dalam kelompok elemen visual adalah semua elemen bukan teks yang kelihatan dalam suatu *layout*.” Elemen visual dibuat untuk digunakaan pada media-media pendukung sebagai unsur penentuan *layout* dan ornamen yang akan digunakan, dengan pengharapan dapat menarik perhatian khalayak sasaran dan tetap mereprensentasikan unsur Perpustakaan. Berikut adalah penjelasan gagasan elemen visual pada media pendukung yang digunakan:

- Elemen visual 1

Elemen visual ini bedasarkan hasil referensi dan gambar kaca pembesar dan dari *keyword* “mencari”, penggambaran dari pencarian buku.



Gambar III.6 Elemen Visual 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

- Elemen visual 2



Gambar III.7 Elemen Visual 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Elemen visual ini bedasarkan hasil referensi dan gambar buku dan dari *keyword* “membaca”, penggambaran dari kegiatan membaca buku.

- Elemen visual 3



Gambar III.8 Elemen Visual 3
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Elemen visual ini bedasarkan hasil referensi dengan maksuk mengambarkan angin/sifat cepat dan dari *keyword* “cepat”, dari makna mendapatkan informasi secara cepat.

III.2.3 *Mandatory*



Gambar III.9 *Mantatory* 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Mandatory dalam perancangan ini adalah pihak Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang yang dikelola oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang. Pihak Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang selaku pemberi nasihat serta saran dalam perancangan informasi yang akan dirancang, pihak perpustakaanpun selaku penyedia informasi yang akan dibutuhkan didalam perancangan *website* sebagai media utama dan dalam media pendukung lainnya.



Gambar III.10 *Mantatory* 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Dalam melaksanakan program-program yang diadakan di Perpustakaan Daerah Sumedang bekerjasama dengaan Perpuseru, Perpuseru dikelola oleh coca-cola foundation sebagai program yang membatu perpustakaan-perpustakaan di berbagai kota dan Kabupaten di Indonesia, termasuk Perpustakaan Daerah Sumedang menjalin mitra dengan Perpuseru.

III.2.4 Materi Pesan

Pesan yang akan disampaikan adalah informasi umum tentang Perpustakaan Daerah Sumedang seperti proses dan persyaratan , menjadi anggota perpustakaan , fasilitas yang ada diperpustakaan, namun informasi yang akan ditekankan yaitu tentang informasi koleksi buku yang ada diperpustakaan dengan adanya informasi ini diharapkan masyarakat baik dari daerah Sumedang maupun dari luar daerah dapat medapatkan informasi walapun di hari libur atau perpustakaan sedang tutup.

III.2.5 Gaya Bahasa

Menutut Darmayanti (2009) "Majas retorika adalah berupa pertanyaan akan tetapi dengan sebenarnya tidak akan membutuhkan dengan jawaban karena pertanyaan tersebut hanya bersifat menegaskan." Dengan kata lain maksud majas ini bisa memberikan penegasan dalam bentuk kalimat tanya yang tidak perlu lagi untuk dijawab. Kalimat yang dipakai dalam majas ini adalah "nyari info buku?, kalimat tersebut sebagai kalimat penegas tanya tentang keperluan mencari buku.

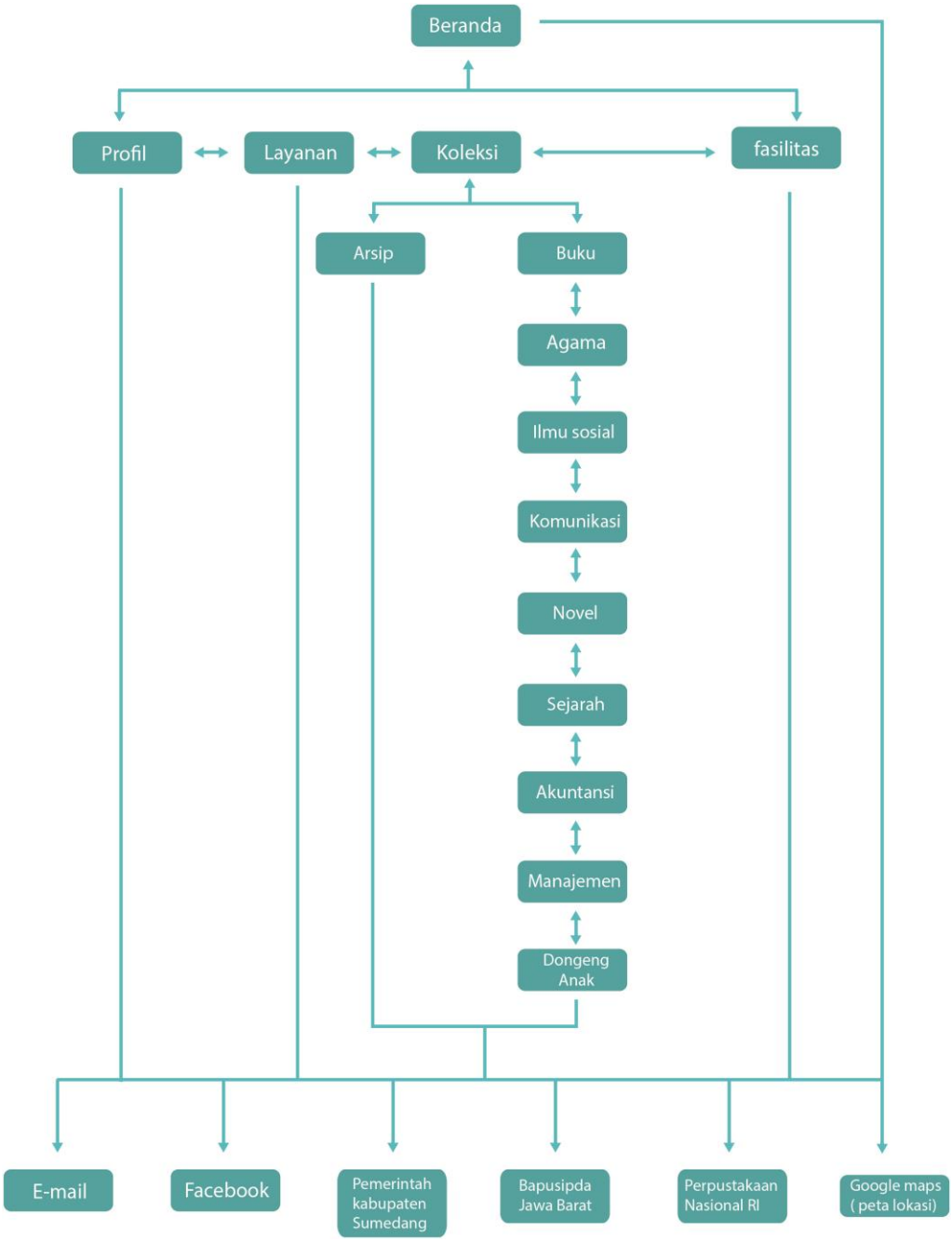
III.2.6 Strategi Kreatif

Agar informasi dapat tersampaikan dan diterima oleh khalayak sasaran, dibutuhkan strategi dalam merancang sebuah informasi, sebuah strategi yang dapat menarik perhatian serta diterima baik dan dapat digunakan dalam menyampaikan informasi kepada target khalayak sasaran. Khalayak sasaran saat ini umumnya mendapatkan Informasi dari media digital terutama dari jaringan internet. Dengan kebutuhan perncarian informasi melalui internet ini maka perlu adanya media penyampaian dalam internet seperti *website*. *Website* ini akan lebih mudah dan cepat untuk memberikan informasi kepada masyarakat khususnya para pelajar dan mahasiswa.

- Sistem Navigasi

  Menurut Suyanto (2008:62) "Struktur navigasi dalam situs *web* melibatkan sistem navigasi situs *web* secara keseluruhan dan desain *interface* situs *web* tersebut, navigasi memudahkan jalan yang mudah ketika menjelajahi situs *web*". Sistem navigasi ini berguna untuk memandu pengguna untuk mengakses konten pada *website*. Sistem navigasi ini sangat penting dan dapat dikatakan

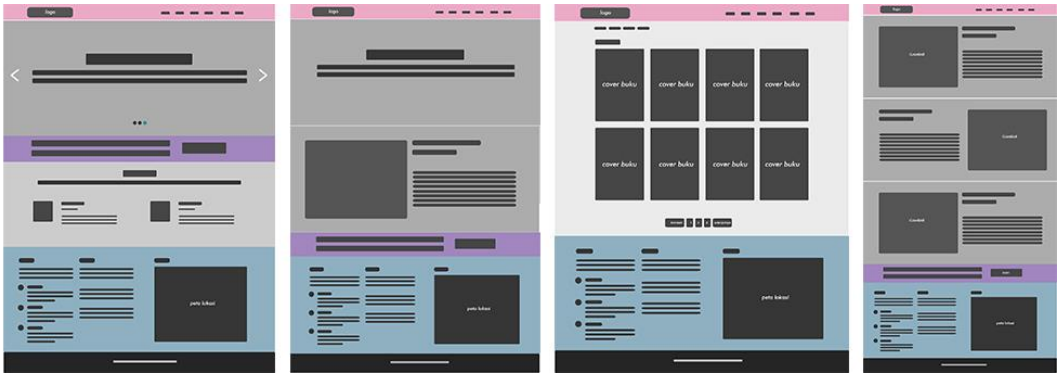
sebuah elemen petunjuk jalan untuk sebuah *website*, karena melalui navigasi ini semua konten yang ada dalam *website* dapat mengarahkan setiap halaman menuju halaman lainya.



Gambar III.11 Sistem Navigasi
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

- *Wireframe*

  Menurut Syakirurahman (2014) yang ditulis dalam artikel *onlinenya* menyebutkan "*Wireframe* adalah rancangan awal sebuah desain web yang dibuat secara manual menggunakan photoshop, atau software pengedit gambar lainnya." *Wireframe* merupakan seketsa/gambaran tataletak elemen – elemen *website* yang akan dibuat, elemen-elemen penting pada *website* seperti, menubar, kolom, *icon*, teks, gambar, dan elemen-elemen lainnya. Sebelum tahap pembuatan *mockup website* diperlukan pembuatan *wireframe* terlebih dahulu agar dapat menetapkan penempatan elemen-elemen apa saja yang akan ditampilkan pada setiap *page* halaman *website.*

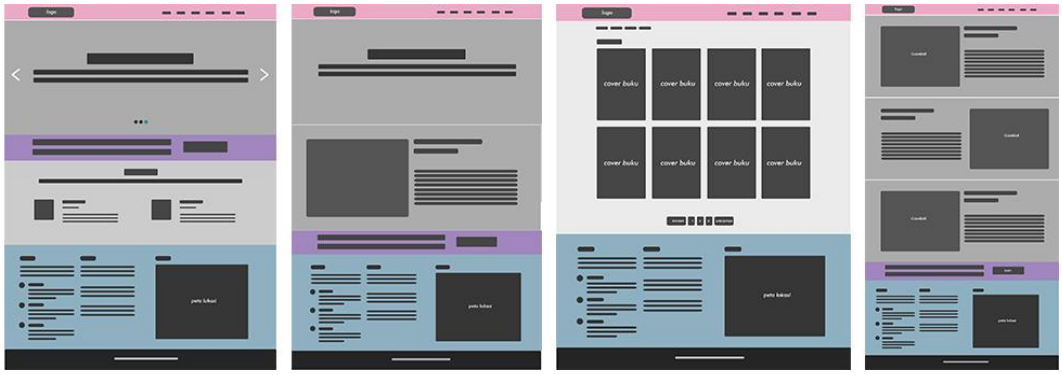


Gambar III.12 *Wireframe*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

- *Wireframe* Media Utama

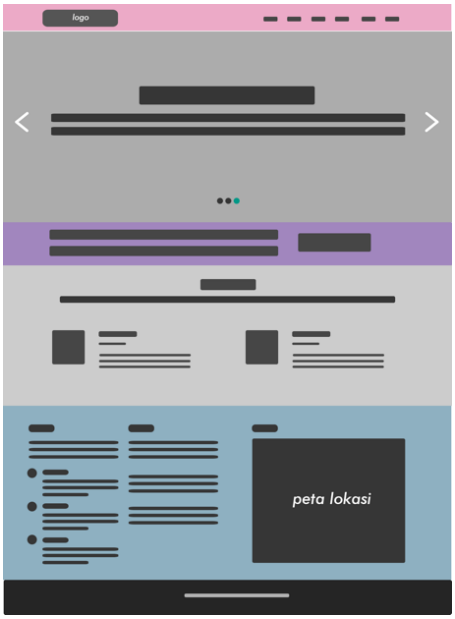
  Perancagan *wireframe* sebagai bahan acuan penempatan elemen pada *website* yang akan dibuat. *Wireframe* ini juga sebagai penentuan efek yang akan ditambahkan seperti efek *slideshow* pada halaman beranda dan halaman layanan.

  Wireframe yang dirancang pada media utama *website* terdiri dari beberapa halaman yaitu: *wireframe* beranda, profil, layanan, koleksi dan pada setiap halaman jenis-jenis buku, dan yang terakhir adalah *wireframe* untuk halaman fasilitas.



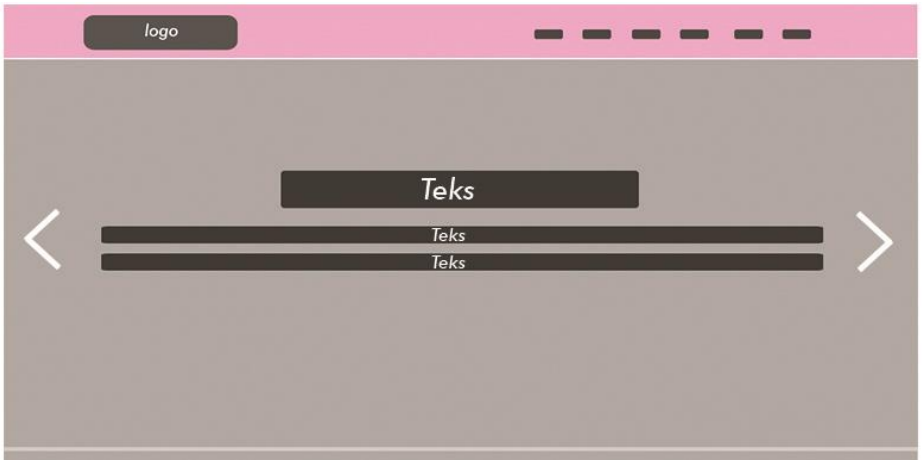
Gambar III.13 *Wireframe* Media Utama.
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

- *Wireframe* Halaman Beranda



Gambar III.14 *Wireframe* Halaman Beranda
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

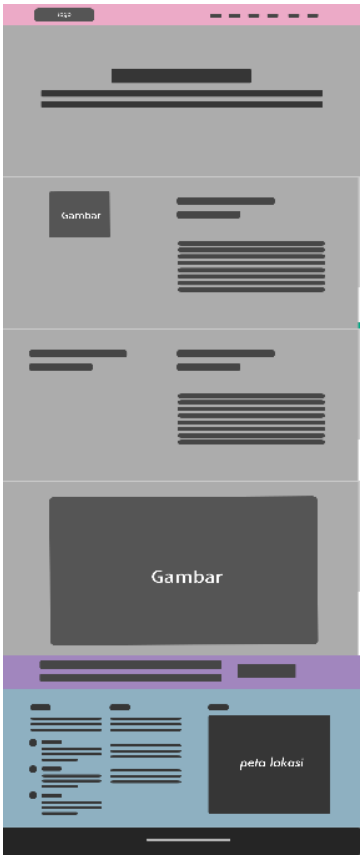
Pada halaman utama Beranda yaitu beranda terdapat elemen teks yang di tambahkan efek *slide show* sehingga terdapat *icon* tanda panah yang dapat digunakan iteraktif, teks ini menempilkan dua informasi singkat teengan *user*. Untuk kolom selajutnya terdapaat dua baris konten yang berisi tentang kegiatan Perpustakaan. Prinsip *layout* yang digunakan pada halaman ini yaitu *balance/*keseimbangan simetris.



Gambar III.15 *Slide show* Pada Beranda
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Dalam *slide show* terdapat tiga teks yang berisi informasi, pertama ucapan selamat datang di *website*, informasi singkat layanan, dan terakhir fasilitas. *Slide show* ini juga sebagai arahan untuk menuju ke halaman lain.

- *Wireframe* Halaman Profil



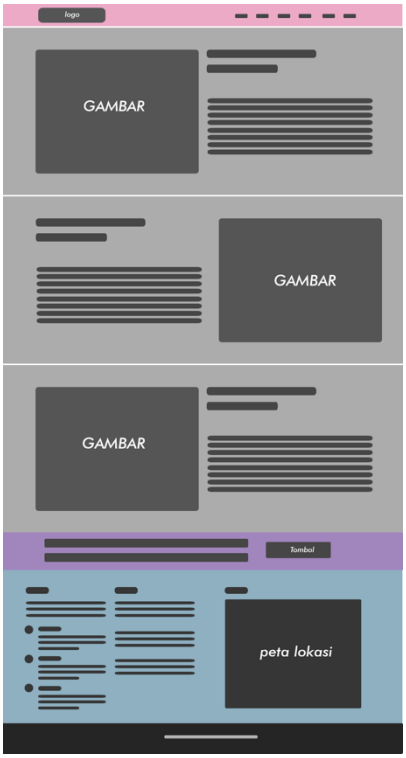
Gambar III.16 *Wireframe* Halaman Profil
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Pada halaman profil terdapat tiga kolom isi informasi, yaitu informasi tentang:

- Sejarah Perpustakaan
- Visi dan Misi Perpustakaan, dan
- Struktur Organisasi Perpustakaan.

Sedangkan pada konten bawah *website* terdapat informasi jam layanan sampai dengan lokasi perpustakaan. Lokasi perpustakaan ini dapat menunjukan peta digital dari aplikasi *google maps.*

- *Wireframe* Halaman Layanan



Gambar III.17 *Wireframe* Halaman Layanan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

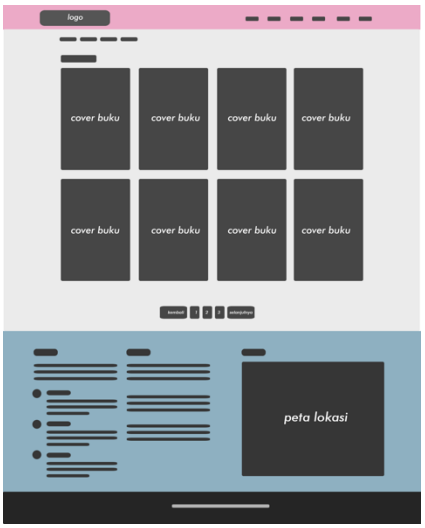
Pada halaman layanan dibuat tiga kolom, pada setiap kolom terdapat teks dan gambar dengan ukuran gambar yang lebih besar dari teks. Dengan mengunakaan prinsip *layout balence* maka kolom yang ke dua yang berada ditengah – tengah diletakan secara terbalik yakni gambar berada di kanan sedangkan teks berada di kiri agar menampilkan kesan yang seimbang.

.



Gambar III.18 *Slide show* Pada Halaman Layanan
Sumber: Dokumtenasi Pribadi (2017)

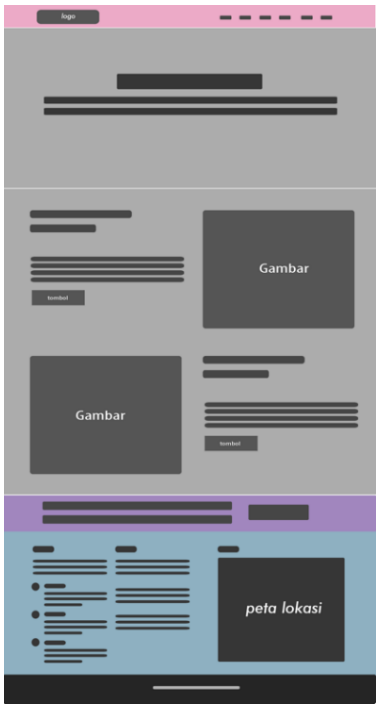
- *Wireframe* Halaman Koleksi buku



Gambar III.19 *Wireframe* Halaman Koleksi buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Pada halaman *koleksi buku* menggunakan prisip *layout balance* dengan terdapat elemen gambar cover buku yang berbaris yang berjumlah 4 gambar cover buku. Penempatan seluruh cover buku berada di tengah-tengah tampilan *website.*

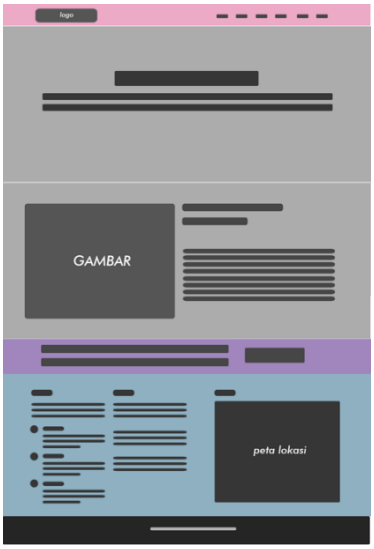
- *Wireframe* Halaman Arsip dan Koleksi



Gambar III.20 *Wireframe* Halaman Arsip dan Koleksi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Selanjutnya untuk halaman koleksi terdapat 2 kolom informasi tentang koleksi buku Perpustakaan dan informasi jumlah arsip, prinsip *layout* yang digunakan pada halaman ini adalah *balance.*

- *Wireframe* Halaman Fasilitas



Gambar III.21 *Wireframe* Halaman Fasilitas
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Dan terakhir adalah *layout* pada halaman fasilitas, pada halaman ini juga sama halnya dengan kebanyakan halaman sebelumnya mengunakan prinsip *layout balance.* Penempatan elemen gambar pada kolom informasi menyesuaikan prisif *balance.*

Karena terdapat banyak gambar yang ditampilkan, maka visual gambar akan digabungkan dengan penyajian *slide show* agar tetap dapat menampilkan *website* yang *simple.*

- *Copywriting*

  Menurut Moriarty dkk, (2011: 473) "*Copywriting* diambil dari kata *copy*, *Copy* adalah teks dari suatu iklan atau kata-kata yang diucapkan orang dalam iklan. Jadi dapat diartikan, *Copywriting* adalah proses/cara untuk menciptakan teks iklan tersebut." Teknik *copywriting* digunakan untuk menentukan tagline pada media pendukung dari *website* ini. *tagline* yang akan digunakan pada media pendukung adalah "nyari info buku ?, pemilihan *keyword* ini berdasarkan positioning pengunjung perpustakaan. Pengunjung Perpustakaan pada posisoningnya membutuhkan kemudahan untuk mendapatkan informasi buku.

- *Tagline*

  Menurut Nuradi dkk (1996) "*tagline* adalah kalimat singkat sebagai penutup teks inti yang menyimpulkan secara singkat tujuan komunikasi suatu iklan." *Tagline* bisa dimanfaatkan sebagai pendukung dalam menanamkan brand di benak konsumen sehingga lebih mudah untuk diingat. *Tagline* yang akan digunakan untuk perancangan ini yaitu "nyari info buku ?". Tagline ini ditentukan berdasarkan tema dan konsep yang diangkat dari media utama sebagai alat pencarian buku, dan pemustaka yang ingin mencari buku.

III.2.7 Strategi Media

Strategi media digunakan untuk menentukan langkah-langkah yang akan digunakan untuk menentukan bagaimana penyajian informasi yang akan disajikan, baik dari media utama maupun media pendukung dibutuhkan strategi media yang tepat agar informasi tersampaikan efektif.

Dalam perancangan ini akan dibagi kedalam 2 jenis media, yaitu media utama dan media pendukung. Berikut adalah strategi media yang digunakan dalam perancangan informasi ini.

- **Media Utama**

  Media utama yang akan digunakan sebagai media penyampaian informasi perpustakaan adalah *website.* Menurut Hidayat (2010:6) adalah seluruh halaman *web* didalam sebuah domain yang isi kontennya mengandung infomasi.menyatakan dikarenakan ssemakin meningkatnya media internet sebagai bahan informasi. Menurut Yudhianto dalam artikelnya yang ditulis di detik.com (2017) "Laporan Tetra Pak Index 2017 yang belum lama diluncurkan, mencatatkan ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara hampir setengahnya adalah penggila media sosial, atau berkisar di angka 40%." Dan Angriani (2017) mengemukakan dalam artikel yang sama menyatakan bahwa penggunaan internet didominasi oleh generasi millineal (20 -30 tahun) dan generasi Z (13- 22 tahun). Oleh karena itu *website* sering kali digunakan sebagai media yang efektif untuk penyampaian informasi baik informasi berita, informasi perusahaan, produk, jasa dan lainnya pada saat ini dikarnakan penyebaranya yang luas, mudah diakses, dan cepat untuk menyampaikan informasi, terlebih masyarakat saat ini gemar mencari informasi melalui media internet melalui media *website.* Menurut Dedi yang dikutip oleh Arief (2011: 7) dalam artikel pada halaman *website* www.spengetahuan.com menyatakan bahwa *website* merupaka aplikasi yang didalamnya terdapat dokumen-dokumen seperti teks, gambar, animasi, video dengan menggunakan protokol HTTP (*Hypertext Tranfer Protocol*) yang diakses pada sebuah *browser*. Maka dari pernyataan tersebut untuk media *website* digunakaan sebagai media penyampaian informasi Perpustakaan Daerah Sumedang karena dapat menampilkan teks, gambar, animasi, video secara bersamaan dengan mudah diakses, dan cepat. Selain itu dengan *website* pihak Perpustakaan dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan lebih efektif, menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini mencari informasi melalui *website.*

- **Media Pendukung**

  Media pendukung dibuat sebagai media publikasi yang berfungsi untuk memberikan informasi keberadaan media utama yaitu *website.* Media pendukung yang dibuat bertujuan agar dapat mengarahkan atau menjembatani khalayak sasaran menuju ke media utama. Adapun penggolongan jenis media pendukung yaitu *gimmick* dan *merhandise.* Maksud *gimmick* dalam perancangan ini adalah media-media pendukung untuk diberikan secara gratis.

  Media *gimmick* terdapat dua jenis yaitu *gimmick* tanpa syarat dan *gimmick* bersyarat, yang mendapatkan *gimmick* bersyarat adalah pengunjung yang telah mendapatkan *voucher,* berikut adalah penggolongan *gimmick:*

- Media *gimmick* tanpa syarat: pin, gantungan kunci, buku tulis, *notebook*, tempat pensil, *totebag*, pembatas buku.
- Media *gimmick* dengan syarat: *voucher,* kalender, *mousepad,* penyangga buku, baju.

  Sedangkan untuk media *merchandise* media yang harus dibeli, adapun media *merhandise* yang disediakan di perpustakaan yaitu:

- *Merchandise:* kalender, *mousepad,* penyangga buku, baju, tempat pensil, *notebook, totebag*, buku tulis, pin dan gantungan kunci.

Berikut adalah penjelasan dari beberapa media pendukung yang dibuat dalam perancangan ini:

- **Poster**

  Poster cetak ini sebagai media publikasi yang berisi sekilas tentang Dinas arsip dan Perpustakaan Daerah Sumedang dan menginformasikan bahwa *website* yang telah dirancang dan dibuat sudah bisa diakses oleh khalayak sasaran. Poster certak diaplikasikan di mading Sekolah dan Universitas sedangkan untuk poster digital akan disebarkan melalui beberapa sosial media yang sering digunakan oleh khalayak sasaran seperti, instragram, facebook, dan lain-lainya.
- **Brosur**

  Media pendukung brosur ini sebagai media publikasi juga untuk mengarahkan target khalayak sasaran kepada media utama. Brosur ini nantinya akan dibagikan

di Sekolah atau Universitas kepada para pelajar dan mahasiswa sebagai media promosi *website* yang telah dipublikasikan.

- **Iklan Youtube**

  Merujuk pada kebiasaan remaja akhir saat ini yang gemar menonton video melalui media sosial salah satunya yaitu youtube, maka dibuatlah media iklan berupa video berdurasi pendek yang berisi tentang informasi singkat tentang isi konten media utama. Dengan dibuatnya video dapat tersampaikan secara efektif menyesuaikan kebiasaan remaja saat ini. Media ini dijadikan media publikasi untuk media utama.

- ***X Banner***

  X banner ini menjadi salah satu media publikasi yang akan ditempatkan dibeberapa ruangan diperpustakaan, seperti ruang baca, dan ruang pelatihan. *X banner* ini berisikan informasi tentang *website* Perpustakaan Daerah Sumedang.

- ***Digital Banner***

  Banner ini sebagai media publikasi, akan di tampilkan di *platfom* youtube dengan berisikan informasi *website* Perpustakaan daerah Sumedang.

- **Baju**

  Baju ini dijadikan sebagai media pengingat dan *gimmick* bersyarat atau rangkaian hadiah bagi pengunjung yang mendapatkan *voucher*.

- **Kalender**

  Kalender media pengingan namun hanya untuk perangkat perpustakaan yang dipajang dibeberapa tempat seperti *front office*, ruangan kator perpustakaan, meja kerja karyawan, namun media ini juga menjadi *merhandise* pengunjung dapat membelinya.

- **Pin dan gantungan kunci**

  Pin dan gantungan menjadi media pengingat yang diberiakan pada pengunjung perpustakaan, media ini juga menjadi media *merchandise* bagi yang ingin membelinya sesuai jumlah yang diinginkan.

- **Kartu Peminjaman Buku**

  Kartu peminjaman buku adalah selembaran kartu yang digunakan Perpustakaan sebagai media data informasi peminjaman buku, yang berisikan data tanggal peminjaman buku, judul buku, dan data anggota perpustakaan. Kartu peminjaman ini dijadikan sebagai media pengingat dalam perancangan ini.

- **Tempat pensil**

  Tempat pensil ini menjadi salah satu media pengingat media utama, tempat pensil sebagai wadah dari *gimmick* pensil. Tempat pensil ini hanya dapat digunakan satu memakaian

- ***Notebook***

  Sepertihalnya bebeberapa media lainya *notebook* dijadikan sebagai media pendukung sebagai pengingat, media ini dapat digunakan pengunjung sebagai media untuk menulis hal-hal penting dan dapat mudah dibawa.

- **Penyangga buku**

  Penyangga buku digunakaan karena media informasi yang akan dibuat terkait dengan Perpustakan, maka akan bermanfaat untu digunakan sebagai media penyimpanaan buku-buku yang dipinjam di Perpustakaan atau buku-buku Pribadi lainnya.

- **Pembatas buku**

  Pembatas buku digunakan untuk menandai halaman buku yang sedang dibaca, media pembatas ini digunakan karena cocok untuk para pengunjung yang berkunjung ke perpustakaan atau pun bagi pelajar dan mahasiswa yang sedang membaca buku dimanapun.

- ***Mousepad***

  Mousepad adalah alas untuk *mouse* yaitu salah satu perangkat *hardwere* pada komputer, *mousepad* ditempakan pada ruangan layanan pelatihan TIK perpustakaan dan dapat digunakan untuk meja karyawan Perpustakaan. *Mousepad* ini juga dapat dipinjamkan untuk pengunjung Perpustakaan yang menbawa laptop, namun pengunjung juga dapat membelinya karena media ini termasuk media *merchandise.*

- ***Voucher***

  Voucher bisa menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung perpustakaan, serta menjadikan bahan publikasi media utama *website* dengan menyertakan alamat *website* dalam lembar *voucher*. Syarat untuk mendapatkan *voucher* ini pengunjung perpustakaan harus menjadi anggota perpustakaan minimal 1 tahun, dan minimal sudah meminjam 20 buku dalam bulan berlakunya *voucher*.

- ***Sticker***

  Sticket bersifat *flexibel* yang dapat ditempelkan pada beberapa batang atau tempat, sehingga media ini dipilih sebagai media publikasi karena dapat lebih luas penyebaranya.

- **Stampel**

  Stempel ini sebagai media pengingat media utama, stempel ini digunakan oleh *staff* layanan untuk menandai kartu peminjaman buku oleh para pustakawan. Stampel ini juga dapat digunakan sebagai himbauan dari pihak perpustakaan kepada peminjam buku untuk menjaga buku bacaan yang akan dipinjam.

- ***Totebag***

  Media ini digunakan sebagai alat penyimpanan buku bacaan yang akan dipinjam oleh pemustaka. Media *totebag* ini dapat dijadikan media pengingat.

- ***Sticker* mobil perpustakaan keliling**

  Layanan perpustakaan keliling dapat dijadikan media pendukung untuk penyebaran publikasi *website,* dengan adanya mobil perpustakaan keliling yang melakukan perjalanan kebeberapa sekolah tentu dapat menjadi perhatian pengguna jalan dan para pelajar di sekolah yang dituju untuk membuka layanan perpustakaan keliling.

- **Buku tulis**

  Media buku tulis ini bisa digunakan sebagai media pengingat. Media ini diberikan kepada tiap pengunjung yang mendapatkan *voucher.*

- ***Display***

  Display ini digunakan sebagai media pendukung yang ditempatkan di *front office* Perpustakaan, sehingga para pengunjung perpustakaan dapat langsung melihat media-media sebagai *gimmick* dan mengambilnya.

III.2.8 Strategi Distribusi

Agar pendistribusian berjalan dengan baik dan efektif maka lokasi penyebaran media dipilih berdasarkan kemungkinan tempat khalayak sasaran sering dikunjungi. Berdasarkan tempat yang sering dikunjungi oleh khalayak sasaran maka dipilihlah tempat –tempat yaitu sekolah, Universitas, dan Perpustakaan.

- Sekolah dan Universitas

  Sekolah dan Universitas lokasi yang dipilih pendistibusian karena akan lebih mudah untuk menarik peminat remaja agar media pendukung dapat tersampaikan lebih efektif. Sekolah yang dipilih adalah jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) dan menyesuaikan usia target khalayak sasaran yang terbiasa menggunakan gawai seperti *smartphone* dan laptop. Media yang akan didistribusikan adalah media pendukung yaitu, poster dan brosur.

- Perpustakaan Daerah Sumedang

  Media yang akan distribusikan yaitu buku tulis, pembatas buku, dan *totebag* sebagai media *gimmick.* Untuk media informasi publikasi akan mengunakan x - banner dan brosur yang akan ditempakan di ruang baca dan *front office* perpustakaan.

Tabel III.2 Tabel lokasi distribusi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Media	Sekolah dan Universitas	Perpustakaan Daerah Sumedang
Media utama		
X-banner		
Video iklan		
Brosur		

Poster		
Buku tulis		
Totebag		
Pin		
Stempel		
Digital banner		
Sticker mobil perpustakaan keliling		
Sticker		
Kartu pinjam buku		
Kalender		
Note book		
Voucher		
Pembatas buku		
Mouse pad		
Penyangga buku		
Mug		
Tempat pensil		
Baju		
Display		

Setelah lokasi pendistribusian ditentukan maka perlu kemudian dipertimbangkan waktu untuk menyebarkan media-media yang akan didistribusikan. Waktu yang dipilih adalah awal bulan Maret sampai akhir bulan Juni.

Tabel III.3 Tabel waktu distribusi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Media	Maret				April				Mei				Juni			
Media Utama																
X-banner																
Video iklan																

Brosur															
Poster															
Buku tulis															
Totebag															
Pin															
Stempel															
Digital banner															
Sticker mobil perpustakaan keliling															
Sticker															
Kartu pinjam buku															
Kalender															
Note book															
Voucher															
Baju															
Pembatas buku															
Mousepad															
Penyangga buku															
Mug															
Tempat Pensil															
Display															

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang akan digunakan dalam perancangan media informasi *website* ini adalah adalah visual *simple* dan dinamis. Konsep visual ini menyesuaikan kebiasaan dan ketertarikan khalayak sasaran dalam melihat dan memilih suatu hal dalam keseharianya, khalayak sasaran lebih memilih hal-hal yang simpel dan lebih mudah dikerjakan.

Penggunaan visual pada *website* menampilkan fotografi dengan menambahkan efek seperti *slider* pada gambar agar terkesan *modern*. Konsep pada media pendukung menggunakan fotografi dan videografi.

III.3.1 Format Desain

Dalam pengerjaanya media utama menggunakan format HTML (*Hypertext Markup Languange*), menurut Nugroho (2006:48) dalam bukunya berjudul Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya menyatakan " HTML adalah bahasa pemfomatan teks untuk dokumen-dokumen pada jaringan komputer yang sering disebut sebagai *world wide web*". Format HTML ini yang digunakan untuk merubah atau mengedit keseluruhan dalam *website.*

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout adalah salah satu bagian dasar dari perancangan desain, *layout* merupakan susunan elemen desain berupa gambar, teks, foto, video ornamen dan lainnya yang disusun sedemikian rupa dengan menyesuainkan konsep yang akan ditampilkan atau dibangun. Suryanto Rustan (2014) mengatakan dalam bukunya yang berjudul *Layout Dasar dan Penerapannya* bahwa *layout* dapat dijabarkan sebagai tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dirancang.

- Prinsip dasar *Layout*

  Menurut Rustan (2014) mengungkapkan dalam perancangan sebuah *layout* terdapat beberapa prinsip dasar, yaitu:

  - *Sequence* atau urutan:

    Pengurutan elemen visual pada *layout* yang dirancang. Pengurutan elemen visual yang harus dibaca atau dilihat pertama sampai urutan yang harus

dibaca terakhir (terakhir dilihat), pengurutan ini dilakukan juga menyesuaikan arah baca, misalkan arah baca tulisan arab dari kiri ke kanan, sedangkan dalam peraancangan ini menyesuaikan arah baca di Indonesia yaitu dari kiri ke kanan.

- *Emphasis* atau penekanan:

  Penekanan pada elemen *layout/ vocal point/ point of interest* dapat dilakukan dengan cara seperti memberi ukuran yang berbeda pada elemen menjadi fokus harus terlihat, membuat warna

  yang kontras dengan elemen lainnya, peletakan posisi elemen, atau merubah bentuk elemen yang berbeda dengan elemen lainnya. Dalam perancangan ini *Emphasis* lebih sering digunakan pada *tagline* "nyari info buku ?."

- *Balance* atau keseimbangan:

  Terdapat dua macam *balance* atau keseimbangan, yaitu simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris memberikan posisi dengan ukuran yang tepat secara terukur. Sedangkan keseimbangan asimetris hanya memberikan kesan yang seimbang pada setiap media yang dibuat.

- *Unity* atau kesatuan:

  Prinsipnya memberikan efek yang keselarasa atara elemen-elemen desain, elemen-elemen desain harus saling berkaitan dan disusun secara tepat atau konsisten. Kesatuan pada elemen tidak hanya pada fisik yang terlihat, namun juga tidak terlihat, persan yang tidak terlihat yakni jarak penempaatn, penmpayan posisi pada pesan/komunikasi yang dibawa dalam konsep desain.

- *Responsive web*

  Menurut Ignas (2016) *Responsive web design* dipopulerkan oleh Ethan Marcote pada 25 Mei 2010, *Responsive web* yaitu desain *web* secara otomatis menyesuaikan baik dari segi ukuran maupun komponen *website* pada ukuran

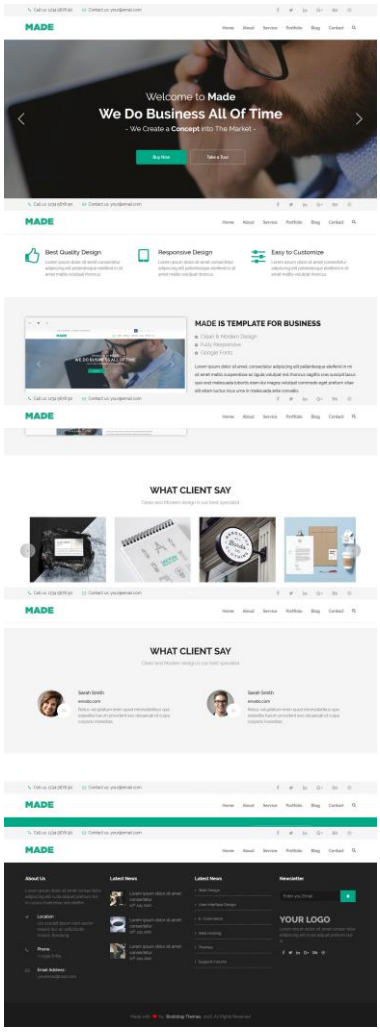
layar perangkat *gadget/*gawai seperti *smartphone, notepad,* laptop secara fleksibel tanpa harus membuat berbeda-beda desain pada setiap perangkat. Untuk mengatur tampilan pada perancangan ini agar *responsive* mengunakan *framework* (kerangka kerja), menurut Syakirurohman (2013) *framework* adalah sebuah *software* yang digunakan oleh para programmer untuk membuat aplikasi atau *web* yang berisi berbagai fungsi, plugin, dan konsep sehingga membentuk suatu sistem tertentu. Jenis *framework* yang digunakan pada perancangan ini adalah CSS.

Cascading Style Sheet atau yang sering disingkat CSS menurut Wahyu Sya'ban (2010 : 37) merupakan salah satu bahasa pemograman web untuk mengatur beberapa komponen dalam sebuah web sehingga akan lebih terstruktur dan seragam. Salah satu *framework* CSS yaitu *Bootstrap, Bootstrap* ini sering digunakan karena efektif untuk mengatur tampilan *website* yang sederhana termasuk tampilan yang *responsive. Framework Bootstrap* menggunakan lisensinya *open source,* sehingga legalitasnya gratis dapat digunakan semua kalangan.

- *Template Responsive Web*

  Pada perancangan media *website* ini menggunakan *template responsive web* dikarnakan dapat memudahkan pengerjaannya dan lebih efektif, namun *template* yang digunakan dirubah menyesuaikan perancangan yang dibuat agar menyesuaikan informasi yang akan disampaikan. *Template* yang digunakan adalah *template* yang diunduh secara gratis yang terdapat pada *website* https://readytheme.net/item/made-agency-portfolio-free-bootstrap-template/.
  Adapun spesifikasi dari *template website* sebagai berikut:
  Nama *template*: Made Agency-Portofolio
  Tanggal rilis: 27 April,2017
  Tipe : HTML5 / CSS3 *Responsive*
  Dibuat oleh: Bootstrap themes (2016)
  Bootstrap: Bootstrap 3.x
  Browsers**:** Chrome, Firefox, Safari, Opera, IE9

Jenis *Template* ini hanya berupa tampilan *single page* yaitu hanya menampilkan satu halaman saja, sedangkan pada perencangan ini dibutuhkan 6 tampilan halaman yang berbeda-beda hal ini yang kemudian perlu merancang kembali *layout* pada setiap halaman *website.*



Gambar III.22 *Template web*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Template ini dipilih karena tampilanya yang *simple* serta *navigasi* yang mudah digunakan sehingga pengunjung *website* akan bisa menyesuaikan dengan fitur-fitur pada *website* ini, seperti fitur *slide show* yang dapat dioprasikan dengan tombol. Lisensi pada *template* ini adalah dapat digunakan sebagai komersil namun harus tetap mencantumkan *copyright* pada *footer*, namun jika ingin menghilangkan *copyright* harus membayar lisensi, dikarenakan pada

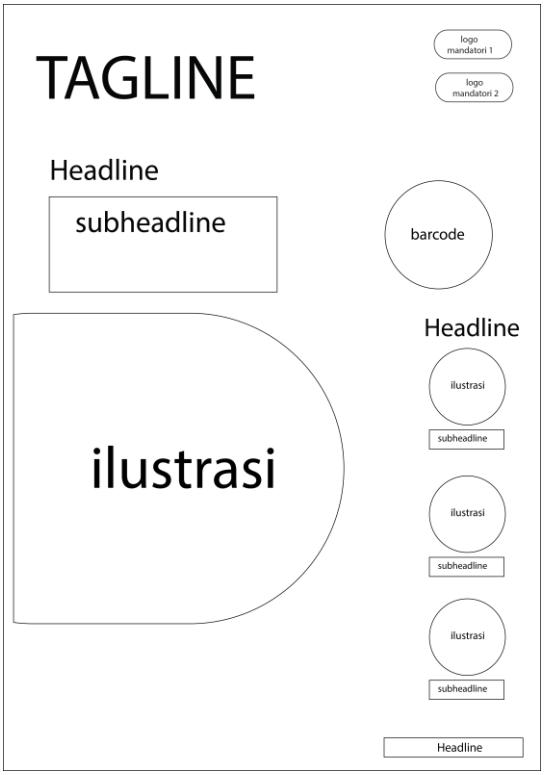
perancangan ini akan merubah *copyright* maka dilakukanlah pembelian lisensi *online.*

Dalam perancangan ini pengaturan *layout* dibagi kedalam dua bagian yaitu, *layout* pada media utama berupa *wireframe* dan *layout* media pendukung. Berikut adalah permilihan *layout* pada beberapa media pendukung yang digunakan:

- ***Layout* media pendukung**

  Pembuatan *layout* tidak hanya pada media utama saja melainkan pada media pendukung juga dibuat beberapa konsep *layout,* berikut adalah konsep *layout* pada media pendukung.

- **Poster**

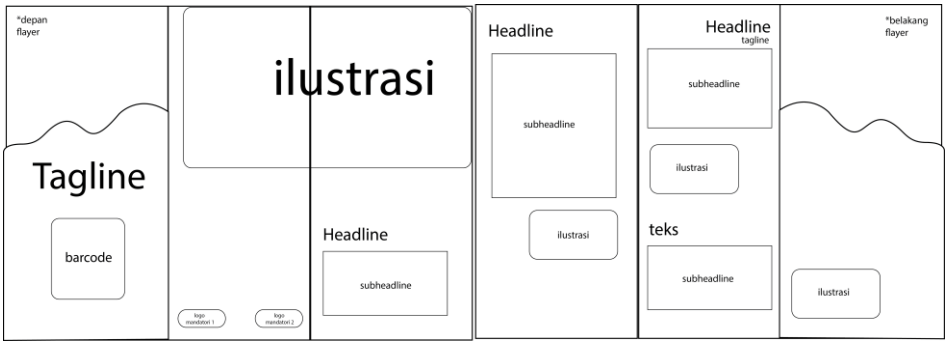


Gambar III.23 *Layout* Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Layout pada poster ini mengunakan prinsip *emphasis* dan *sequence.* Pada prinsip *emphasis* dengan melakukan perubahan ukuran *tagline* yang diperbesar pada teksnya sebagai *point of view,* sedangkan pada prinsip *sequence* membuat alur baca yang diawali dari *tagline* sampai *point* terakhir yang harus dibaca yaitu *headline* yang berisikan alamat *website* media utama. Gambar pada bagian *headline* dibentuk

bulat agar menyesuaikan betuk pada elemen visual 1, penempatan gambar-gambar tersebut secara vertikal. Gambar/ilustrasi pada konten poster ini dirubah ukurannya untuk dapat membedakan yang harus dilihat pertama kali.

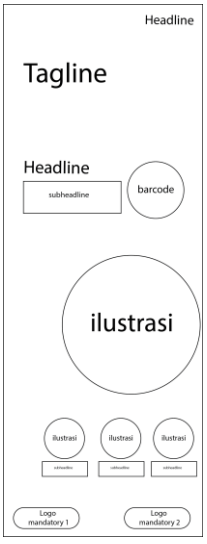
- **Brosur**



Gambar III.24 *Layout* Brosur
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pada brosur sama halnya dengan poster mengunakan prinsip *emphasis* dan *sequence*. Namun *emphasis* dengan melakukan perubahan ukuran ilustrasi diperbesar, sedangkan pada prinsip *sequence* membuat alur baca pada bagian depan brosur yang diawali dari *tagline*, kemudian ilustrasi menuju *headline*, dan terakhir pada logo *mandatory* yang diletakan pada belakang brosur.

- ***X Banner***



Gambar III.25 *Layout X banner*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

X-banner menggunakan prinsip *layout sequence*, prinsip *sequence* membuat alur baca pada bagian atas *x-banner* yaitu *tagline* sampai menuju elemen paling bawah x-banner yaitu 2 logo *mandatory*.

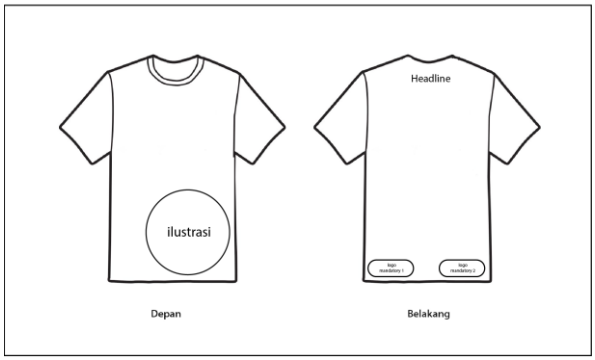
- ***Digital Banner***



Gambar III.26 Layout Digital banner
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Layout pada digital banner menggunakan prinsip *balance*, agar terkesan seimbang maka ukuran dan letak elemen teks menyesuaikan ukuran ilustrasi yang berupa fotografi.

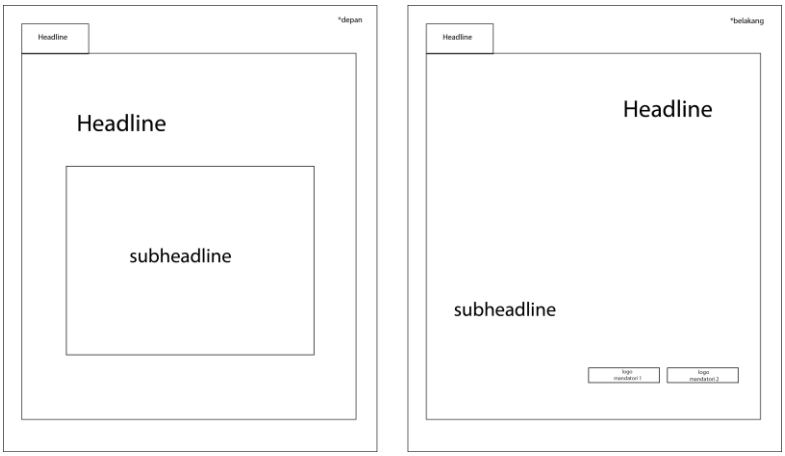
- **Baju**



Gambar III.27 *Layout* Baju
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Layout pada baju menggunakan prinsip *layout emphasis* atau penegasan dan *unity* atau kesatuan. Prinsip *emphisis* digunakan pada *tagline* dan prinsip *umity* digunakan pada peletakan posisi elemen visual yang mengukuti media pendukung lainya agar terkesan menjadi kesatuan.

- **Kalender**



Gambar III.28 *Layout* Kalender
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pada bagian depan kalender menggunakan prinsip *balance*, posisi *headline* dan *subheadline* disesuaikan agar terkesan seimbang. Sedangkan pada bagian belakang kalender menggunakan *sequence* yang membuat alur baca yang diawali dari *tagline* pada pojok kanan ukuran *layout* sampai ke arah bawah elemen logo *mandatory*.

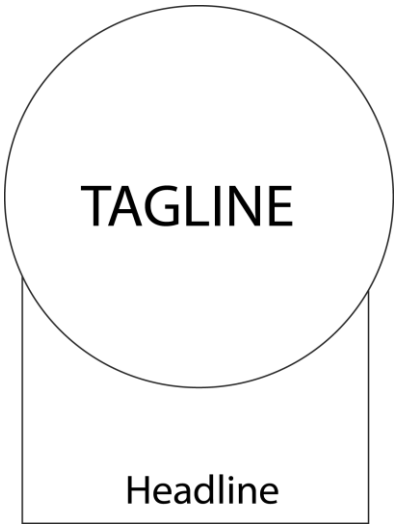
- **Pin dan Gantungan kunci**



Gambar III.29 *Layout* Pin dan Gantungan Kunci
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pin dan gantungan kunci menggunakan prinsip *unity* atau kesatuan dan *emphasis*, agar menjadi sebuah kesatuan dibuat warna dan bentuk dan ukuran yang sama yakni berbentuk bulat, sedangkan untuk penekanan dilakukan perubahan ukuran teks yang lebih besar pada bagian *tagline.*

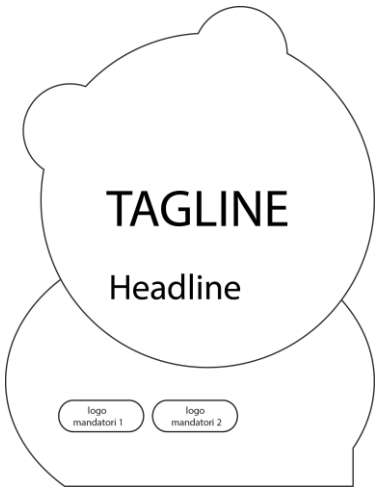
- **Pembatas buku**



Gambar III.30 *Layout* Pembatas Buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pada pembatas buku prinsip *layout* yang digunakan adalah *balance/*keseimbangan dan *unity/* kesatuan. Tata letak *lagline* vertikal sejajar dengan *headline* sehingga berkesan seimbang.

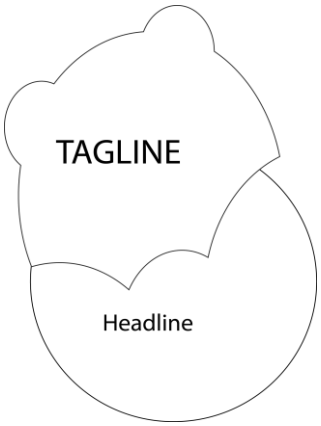
- **Penyangga buku**



Gambar III.31 *Layout* Penyangga buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Prinsip kesatuan atau *unity* yang dibangun mengikuti tampilan media pendukung pada *totebag* dan baju. Lalu pada *tagline* menggunakan prinsip *emphasis/point of view*.

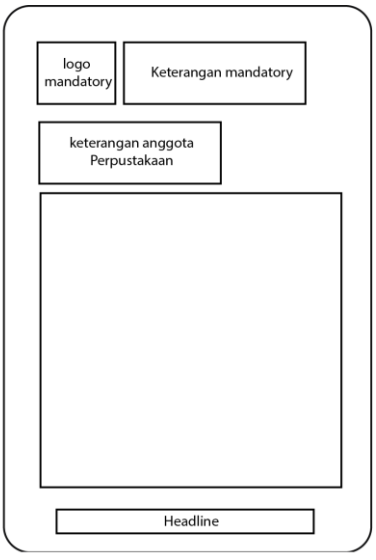
- ***Sticker***



Gambar III.32 *Layout Sticker*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Sama halnya dengan *layout* sebelumnya *sticker* ini menggunakan prinsip *layout unity* dan *emphasis.* Posisi *tagline* berada diatas dan pojok kiri sebagai arah baca yang dimulai dari kiri.

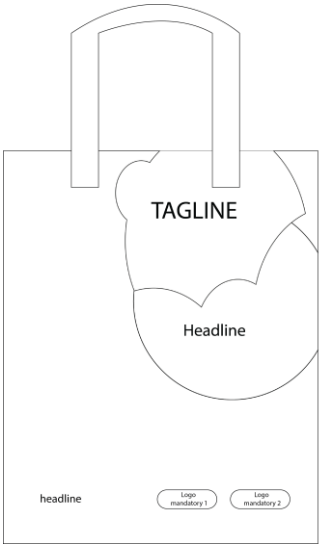
- **Kartu Peminjaman Buku**



Gambar III.33 *Layout* Kartu Peminjaman Buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Layout pada media kartu peminjaman buku ini konten dan ukuran mengikuti konten pada kartu yang dimiliki oleh perpustakaan. Pada media ini penempatan kontennya saja yang dirubah.

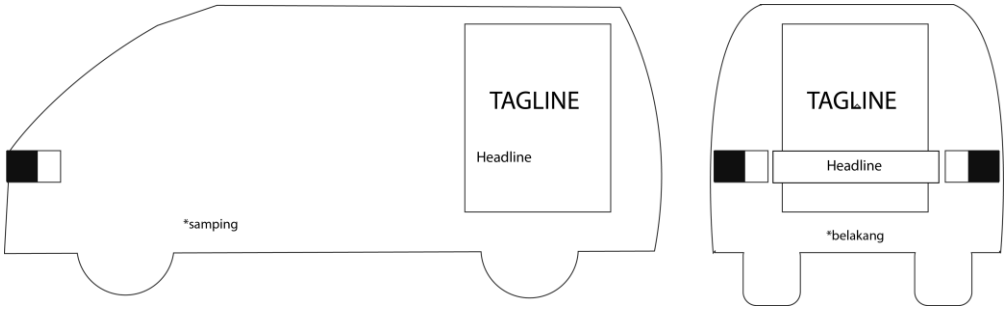
- ***Totebag***



Gambar III.34 *Layout Tote bag*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pada *layout totebag* ini menggunakan prinsip *layout unity* dan *emphasis*, mengikuti *layout* pada *sticker*, namun ditambahkan elemen *layout* yaitu logo *mandatory*.

- ***Sticker* Mobil Perpustakaan Keliling**



Gambar III.35 *Sticker* Mobil Perpustakaan Keliling
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Layout pada mobil perpustakaan keliling ini menggunakan prinsip 2 prinsip *layout* yaitu pada bagian samping mobil dengan *emphasis/*penekanan, dan pada bagian belakang menggunakan prinsip *balance/*keseimbangan.

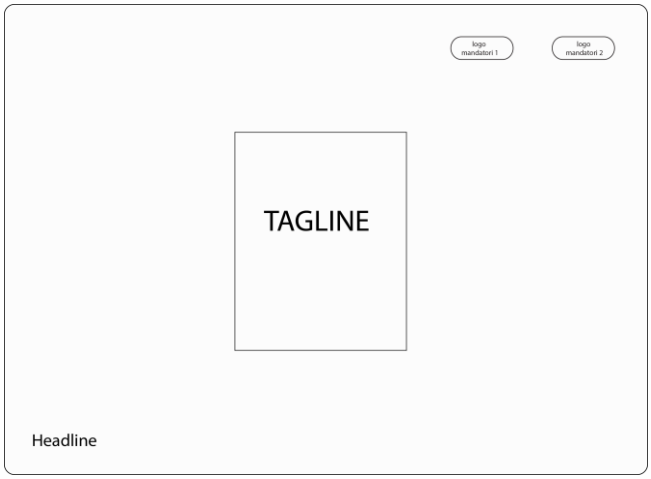
- **Stempel**



Gambar III.36 *Layout* Stempel
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Sedangkan pada *layout* stampel, hanya digunakan prinsip *emphasis/*penekanan, yang berisi elemen *layout* berupa gambar elemen viual dan teks.

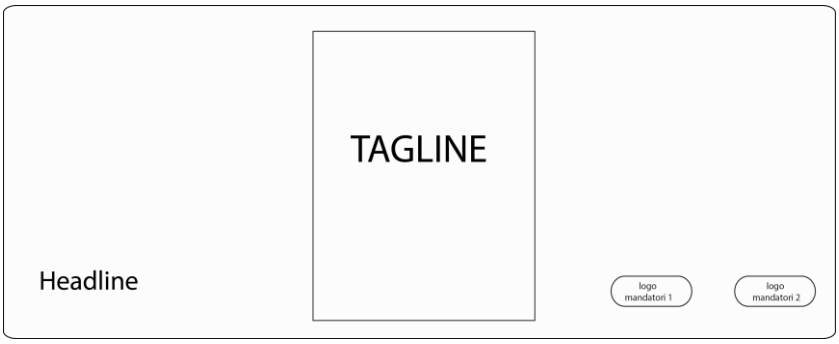
- ***Mousepad***



Gambar III.37 *Layout Mousepad*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Pada *mousepad* prinsip yang digunakan *emphasis/*penekanan dan *squence* dimana arah baca dari pajok bawah di sebelah kiri menuju pojok atas di sebelah kanan *layout,* dan penekanan *tagline* dengan memperbesar ukuran dan penempatanya di tengah *layout*.

- **Mug**



Gambar III.38 *Layout* Mug
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Mug mengunakan *layout balance/*keseimbangan, posisi tagline berada ditengah dan sebagai penyeimbang elemen logo dan *headline* berada pada kedua sisi *tagline.*

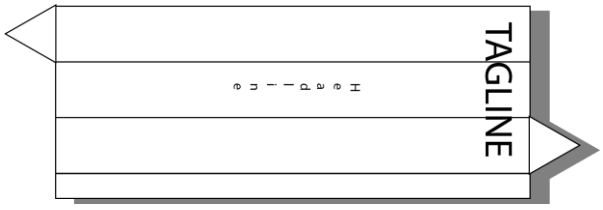
- ***Digital Banner***



Gambar III.39 *Layout* Digital Banner
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Digital banner digunakan *layout balance/*keseimbangan, posisi *headline* dan *subheadline* menyesuaikan posisi ilustrasi.

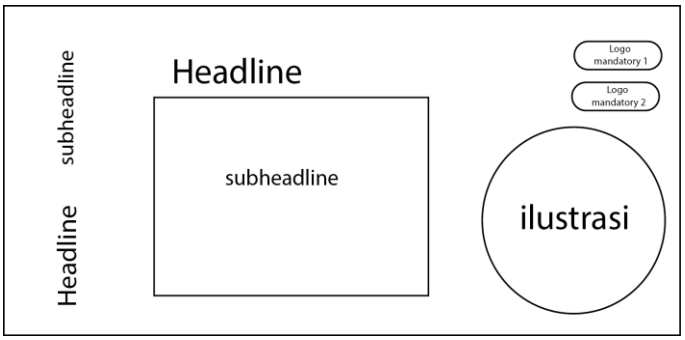
- **Tempat pensil**



Gambar III.40 *Layout* Tempat Pensil
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

layout pada tempat pensil berorintasi persegi panjang dengan bentuk sisi segitiga, prinsip *layout* yang digunakan adalah *balance/*keseimbangan.

- ***Voucher***



Gambar III.41 *Layout Voucher*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Voucher mengunakan prinsip *layout emphasis/*penekanan dan *squence,* arah baca yang harus pertamakali dilihat adalah *headline* dari kiri ke kanan. Lalu pernekanan dilakukan pada *headline* dan ilustrasi dengan memposisikan ditempat yang dapat terlihat berbeda.

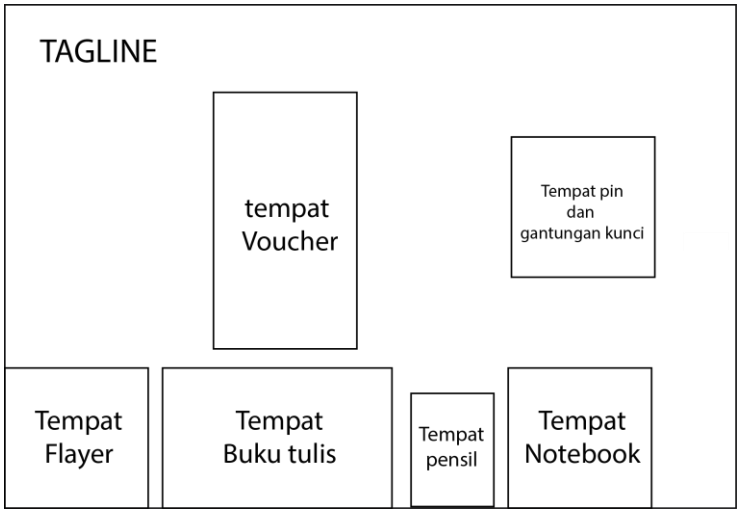
- ***Note book***



Gambar III.42 *Layout* Note Book
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

*Balance/*keseimbangan yang digunakan pada prinsip *layout* untuk perancangan *note book* ini. Orientasi ukuran pada *note book* yaitu persegi.

- ***Display***



Gambar III.43 *Layout Display*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Media pendukung terakhir yaitu *display*, *display* ini berdimensi *landscape.* Prinsip *layout* yang digunakan pada media ini adalah *emphasis/*penekanan dan *unity/*kesatuan.

III.3.3 Tipografi

Menurut Rustan (2001:16) memaknai tipografi sebagai "segala disiplin yang berkenaan dengan huruf". Dalam konteks komunikasi visual, tipografi atau huruf ini merupakan bagian dari bahasa visual yang berarti bahasa yang bisa dilihat. Peran dari tipograf ini sendiri adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi yang dimuat di dalam sebuah halaman *web*. Maka dari itu huruf yang digunakan harus mudah dibaca dan jelas untuk dilihat. Berikut adalah pemilihan font pada perancangan ini:

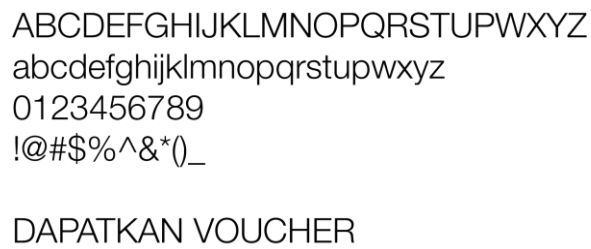
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUPWXYZ
abcdefghijklmnopqrstupwxyz
0123456789
!@#$%^&*()_

REGULAR

Gambar III.44 Tipografi *Body Text*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

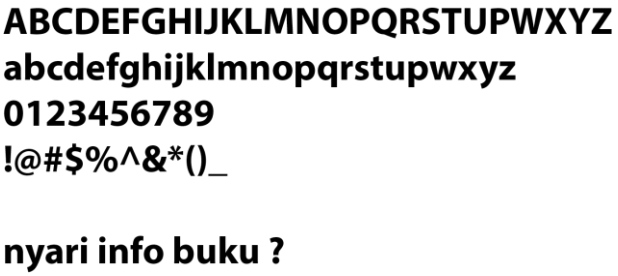
Font ini didesain oleh The League of Moveable Type, lisensi font ini SIL Open Font License, Version 1.1. dapat digunakaan untuk kepentingan komersil secara gratis. Font ini digunakan unuk bady teks *website* dan media pendukung lainnya, font ini dipilih karena keterbacaanya yang jelas walaupun ukuran font kecil.

.



Gambar III.45 Tipografi *Sub Tigline*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Font ini didesain oleh Cooper Hewitt dengan lisensi SIL Open Font License Version 1.1 font ini dapat digunakan sebagai komersil secara gratis. Font digunakan sebagai sub headline digunakan pada media pendukung, dipilih karena karakter yang mirip dengan font raleway namun dengan bentuknya yang lebar dapat meberikan kesan luas dan mudah terbaca.



Gambar III.46 Tipografi *Headline*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Font Myriad pro adalah font bawaan dari microsort. Font ini digunakan pada *headline* dipilih karena dapat menampilkan karakter yang tegas sehingga dapat menjadi point untuk dibaca awal.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan dalam perancangan informasi ini yaitu menggunakan fotografi dan juga vektor. Menurut Kusmiyati (1999) “ilustrasi

gambar adalah gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan"(h.46). Gaya ilustrasi fotografi ini digunakan untuk menjelaskan berbagai informasi umum tentang Perpustakaan Daerah Sumedang yaitu fasilitas, kegiatan,dan lainya. Fotografi ini dapat mudah diterima oleh *khalayak sasaran* remaja akhir karena remaja tertarink dan suka suka dengan fotografi. Adapun beberapa referensi foto makanan yang digunakan untuk perancangan ini.

- Studi Karakter

  Studi Karakter pada perancangan ini digunakan untuk memaparkan gambaran yang akan ditampilkan pada objek fotografi, yang menjadi objek fotografi adalah remaja akhir yaitu pelajar dan mahasiswa. Dikarenakan mayoritas pengunjung perpustakaan adalah perempuan maka dilakukanlah studi karakter pada perempuan sebagai pelajar dan mahasiswa sebagai berikut:

  - Studi karakter pelajar perempuan
    - Wajah/ekspresi wajah pelajar



Gambar III.47 Ekspresi Wajah Pelajar
Sumber: http://cdn.metrotvnews.com/dynamic/videos/2014/07/25/270752/ydjuziqziL.jpg
(Diakses pada 17/2/2018)

Studi karakter ekspresi wajah pelajar dilakukan sebagai penentuan perbedaan wajah antara pelajar dan mahasiswa, hal ini pun sebagai gambaran perbedaan usia antara khalayak sasaran. Stadi karekter ini dilakuan untuk pemilihan model yang akan ditampilkan pada media-media yang dirancang.

- Pakaian pelajar perempuan berhijab



Gambar III.48 Pakaian Pelajar Hijab
Sumber: https://cdn0-a.production.images.static6.com/1498050209-hl.jpg
(Diakses pada 17/2/2018)

- Pakaian pelajar tidak berhijab



Gambar III.49 Pakaian Tidak Berhijab
Sumber: http://akphoto4.ask.fm/672/867/873/50003010-1s5isa8-hhan9ibenhrgm2f/original/file.jpg
(Diakses pada 17/2/2018)

Pakaian pelajar di Indonesia khususnya pelajar perempuan umumnya ada dua jenis pakaian yaitu hijab, hijab merupakan gaya berpakaian muslim dengan ketentuan wajib menutupi bagian tubuh yang tidak boleh diperlihatkan (aurat), sedangkan gaya berpakaian pelajar perempuan kedua adalah tidak berhijab, yang identik dengan tidak memakai kerudung. Gaya berpakaian pelajar memang berbeda pada

setiap zamanya, dan pada perancangan ini ilustrasi menampilkan gaya berpakaian pelajar pada zaman saat ini.

- Studi karakter mahasiswi
    - Wajah/ekspresi wajah mahasiswi



Gambar III.50 Ekspresi Wajah Mahasiswi
Sumber: https://cdns.klimg.com/resized/630x/g/a/l/ /alika-20141216-001-rita.jpg
(Diakses pada 18/2/2018)

    - Pakaian mahasiswi



Gambar III.51 Pakaian Mahasiswi
Sumber: https://cdn.yukepo.com/content-images/main-images/main_image_3007.jpg
(Diakses pada 18/2/2018)

Dari studi karakter mahasiwi dalam perancangan ini dipilihlah visual yang akan ditampilkan pada media utama maupun media pendukung seperti pada contoh

gambar studi karakter mahasiswi tersebut. Pemilihan visual foto mahasiswi ini dengan maksud untuk pemilihan model yang akan dijadikan ilustrasi pada media-media yang akan dibuat.

- Lingkungan Perpustakaan

Lingkungan perpustakaan digambarkan agar suasana dapat terasa lebih kenyamanan berada dilingkungan perpustakaan. Latar belakang ruangan dalam perpustakaan bisa dimanfaatkan untuk membangun suasana yang nyaman seperti pada ruang baca dengan fasilitas wifi gratisnya. Suasana yang akan diambil adalah suasana ruang baca di Perpustakaan Daerah Sumedang.



Gambar III.52 Referensi Fotografi 1
Sumber: https://www.instagram.com/p/BcKMwrOD15f/?taken-by=acuvueid
(Diakses pada 12/1/2018)

Ruang baca merupakan salah satu gambaran yang menjadi tempat utama untuk dapat menjelaskan suasana perpustakaan, dan dapat menjadi daya tarik khalayak sasaran. Dengan latar belakang rak-rak buku dengan objek utama seseorang yang sedang asik membaca buku dapat membuat suasana yang nyaman berada di perpustakaan. Kondisi dalam ruang baca disesuaikan dengan kondisi ruang baca yang terdapat di perpustakaan daerah sumedang saat ini.



Gambar III.53 Referensi Fotografi 2
Sumber: https://www.instagram.com/p/BWolqx9jgiS/?taken-by=acuvueid
(Diakses pada 12/1/2018)

Pada Ilustrasi fasilitas wifi gratis yang disediakan oleh perpustakaan perlu adanya gambaran fotografi yang menampilkan khalayak atau pustakawan yang sedang menggunakan laptop ataupun *smartphone*. Ilustrasi ini dapat menjelaskan fasilitas *wifi* gratis yang akan didapatkan bagi para anggota perpustakaan.



Gambar III.54 Referensi Fotografi 3
Sumber: https://www.knox.edu/images/SectionHero/library_140423_3413-2.jpg
(Diakses pada 12/1/2018)

Ilustrasi tentang gambaran suasana interaksi atara pengunjung perpustakaan seperti gambar diatas perlu untuk ditampilkan dikarenakan menggambarkan keseharian khalayak sasaran yang kebanyakan berkunjung keperpustakaan bersama dengan teman-temannya.



Gambar III.55 Referensi Fotografi 4
Sumber: https://www.instagram.com/p/BYiBR33gtPC/?taken-by=grabid
(Diakses pada 12/1/2018)

III.3.5 Warna

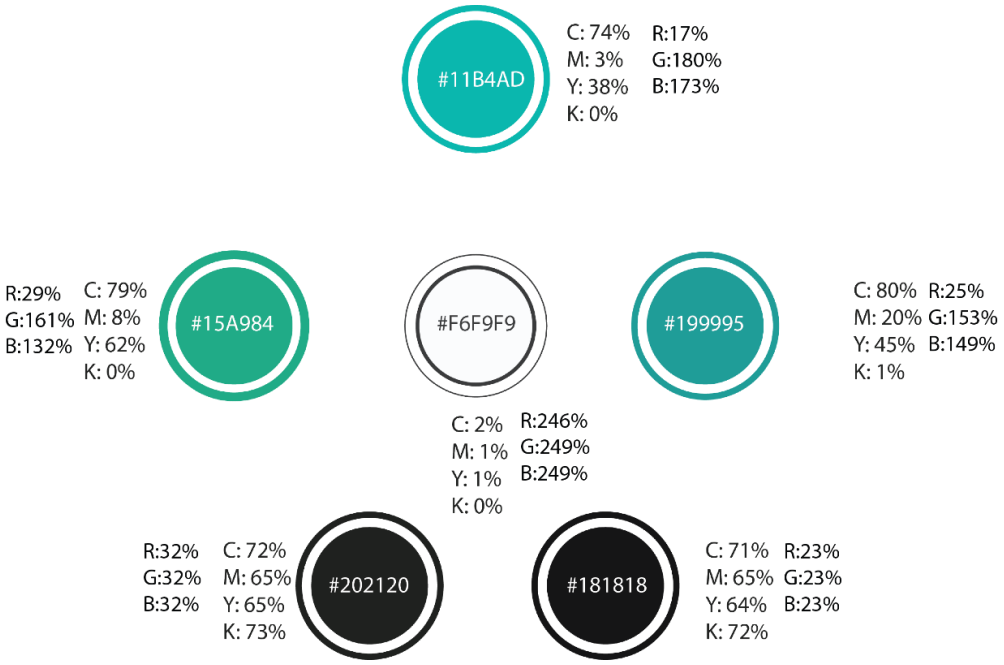
Adi Kusrianto (2007) mengatakan bahwa secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis (h.47). Warna yang akan digunakan dalam perancangan menyesuaikan dengan warana yang dipilih pada perancangan ini bertujuan untung menyajikan kesan warna yang sejuk dan nyaman, dengan maksud dari penggambaran untuk para pengunjung perpustakaan merasa nyaman dan saat mengunjungi *website* sebagai media utama.

Sedangkan untuk pendekatan warna secara emosi khalayak sasaran, menurut C.S Jones yang dikutip oleh Ballaide (2017) dalam artikel *onlinenya,* "maka ada 8 Warna dasar yang memiliki pengaruh kuat terhadap warna-warna lainnya sehingga menjadi acuan untuk menentukan makna serta arti rasa dan emosi yang timbul dari psikologi objek." Delapan warna yang dimaksud yaitu merah, kuning, biru, hijau, oranye, hitam, putih, dan coklat.

Maka pendekatan warna pada perancangan ini berdasarkan emosi khalayak sasaran yang akan dibangun yaitu warna utama hijau, biru, hitam, dan putih. Berikut adalah penjelasan warna yang dipilih menurut C.S Jones (2015):

- Hijau: Sebagai penyeimbang kondisi emosi dan memudahkan komunikasi yang terbuka. Warna hijau ini dipilih merujuk pada emosi remaja akhir sebagai khalayak sasaran yang secara emasi masih kurang terkontrol.
- Biru: Sebagai warna yang mampu menekan gangguan tidur(insomnia),dan memberikan efek santai dan ketenangan. Warna ini dipilih karena dengan maksud agar khalayak sasaran lebih santai dan nyaman saat mengunjungi *website.*
- Hitam: Sebagai warna yang melambangkan keanggunan, kemakmuran dan kecanggihan .Warna hitam ini dipilih karena berdasarkan konsep *website* yang ingin ditampilkan terkesan *modern.*
- Putih: sebagai warna yang berkesan keterbukaan dan minimalis. Dalam perancangan *website* ini warna putih dipilih dengan maksud menampilkan kesan yang minimalis.

Pada format warna, format warna *website* menggunakan format warna RGB menyesuaikan format warna pada layar monitor. Pada media cetak yang kebanyakan ada di media pendukung menggunakan format warna CMYK untuk media cetak.



Gambar III.56 Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)