BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2003), khalayak adalah kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi, dan sasaran adalah sistem lambang bunyi, yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasikan diri. Dalam strategi perancangan dibutuhkan khalayak sasaran agar informasi dapat tersampaikan dengan tepat. Oleh karena itu dibutukan beberapa segmentasi sebagai berikut :

- **Demografis**

  Menurut Guillard dalam Iskandar (1994). “demografi adalah sebagai ilmu yang mempelajari segala sesuatu dari keadaan dan sikap manusia yang dapat diukur yaitu meliputi perubahan secara umum, fisik, peradaban, intelektualitas, dan kondisi moral” Beberapa poin yang ditentukan sesuai dengan ilmu demografis adalah sebagai berikut :

  - Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

    Jenis kelamin ini dipilih karena Kesenian Reyog Ponorogo tidak hanya bisa dinikmati oleh kaum laki-laki, perempuan juga bisa menyaksikan Kesenian Reyog Ponorogo.
  - Usia : 17 sampai 21 tahun

    Dilansir dari Prezi.com, usia 17 sampai 21 tahun merupakan golongan usia remaja akhir, dimana secara psikologis sudah mampu berfikir kritis, mampu menyesuaikan diri dengan hal baru serta sudah mulai menunjukan kedewasaan. Menurut data lapangan, penonton yang banyak menonton pertunjukan Reyog adalah remaja usia pelajar.
  - Agama : Semua Agama.

    Semua agama berhak mendapatkan pengetahuan tentang Kesenian Reyog Ponorogo, Karena Kesenian Reyog Ponorogo adalah milik Bangsa Indonesia, bukan milik suatu agama tertentu.

- Status Perkawinan : Belum menikah

  Target audiens adalah remaja, Menurut psikologi remaja adalah suatu periode transisi dari masa awal anak anak hingga masa awal dewasa.
- Status Sosial : semua kalangan
- Pendidikan : SMP, SMA/SMK, D3, S1.

  Berdasarkan data lapangan mengenai penonton yaitu remaja usia pelajar. Diharapkan para pelajar yang menonton mengetahui juga tentang tokoh yang ada dalam Kesenian Reyog Ponorogo.

- **Geografis**

  Menurut Setiyono (1996), geografi adalah ilmu yang mempelajari hubungan timbal balik antara manusia dengan lingkungannya dan merujuk pada pola persebaran horizontal dipermukaan bumi (Geoku, 2012). Sedangkan segmentasi Geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti wilayah, negara bagian, propinsi, kota dan kepulauan (Virabhuana, 2013). Berdasarkan pemaparan segmentasi Geografis tersebut, yang menjadi lokasi khalayak sasaran pada perancangan ini adalah masyarakat yang bedarada di Jawa Timur, khususnya Ponorogo dan sekitarnya.

- **Psikografis**

  Manusia adalah makluk yang mempunyai sifat dan karakteristik yang berbeda-beda. Tidak semua kebiasaan setiap manusia dapat disamakan. Maka perlu untuk menggunakan ilmu psikologi dengan analisis psikografis. Menurut Fadlillah (2016), Psikografis adalah identifikasi karakteristik kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup seseorang dan perilaku pembelian. Sedangkan analisis psikografis adalah "jenis riset konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal bagaimana mereka hidup, bekerja, dan bermain" (Mowen, 2002: h.282). Perbedaan lingkungan dan pergaulan juga dapat mempengaruhi kebiasaan manusia, termasuk pergaulan secara usia.

Menurut Rumini & Sundari (2004), masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa.

Fase remaja adalah periode kehidupan manusia yang sangat strategis, penting dan berdampak luas bagi perkembangan berikutnya. Pada remaja awal, pertumbuhan fisiknya sangat pesat tetapi tidak proporsional, misalnya pada hidung, tangan, dan kaki. Pada remaja akhir, proporsi tubuh mencapai ukuran tubuh orang dewasa dalam semua bagiannya (Yusuf, 20013)

> Menurut Erikson "*perkembangan psikologis dihasilkan dari interaksi antara proses-proses maturasional atau kebutuhan biologis dengan tuntutan masyarakat dan kekuatan-kekuatansosial yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. tugas perkembangan yang utama pada usia baya adalah mencapai generatifitas. Generatifitas adalah keinginan untuk merawat dan membimbing orang lain. Dewasa tengah dapat mencapai generatifitas dengan anak-anaknya melalui bimbingan dalam interaksi sosial dengan generasi berikutnya. Jika dewasa tengah gagal mencapai generatifitas akan terjadi stagnasi. Hal ini ditunjukkan dengan perhatian yang berlebihan pada dirinya atau perilaku merusak anak-anaknya dan masyarakat"* (Irwan, 2013).

Berdasarkan pemaparan diatas, psikografis adalah hal-hal yang dimiliki setiap pribadi seperti pikiran, fisik dan hal lainnya yang mampu membedakan setiap pribadi dengan pribadi lainnya. target audiens yang dipilih adalah usia 17 sampai 21 tahun. Dilansir dari Prezi.com, usia 17 sampai 21 tahun merupakan golongan usia remaja akhir, dimana secara psikologis sudah mampu berfikir kritis, mampu menyesuaikan diri dengan hal baru serta sudah mulai menunjukan kedewasaan.

III.1.2 *Consumer Insight*

Consumer insight adalah proses mencari tahu secara lebih holistik tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya (Maulana, 2009).

Untuk perancangan media informasi mengenai Kesenian Reyog Ponorogo ini ditujukan kepada remaja serta pelajar yang sedang mencari informasi mengenai seni budaya, khususnya Kesenian Reyog Ponorogo dan karakter-karakter yang ada dalam Kesenian Reyog Ponorogo. Sehingga *insight* dari taerget audiens tersebut adalah, pelajar yang ingin tahu mengenai karakter dalam Kesenian Reyog Ponorogo.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan berasal dari dua kata, yaitu strategi dan perancangan. Menurut Craig dan Grant (1996), strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dana arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan. Sedangkan perancangan menurut KBBI adalah konsep rancangan atau program dan perencanaan, yang berarti proses pembuatan dan cara perencanaan (Abdul, dkk, 2016). Berdasarkan dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi perancangan adalah proses perencanaan untuk mencapai suatu tujuan yang telah dipikirkan dengan baik untuk mendapatkan hasil terbaik. Dari definisi tersebut, perlu dijabarkan strategi perancangan yaang digunakan, sebagai berikut :

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi karya adalah memudahkan dalam penyampaian pesan. Hal ini didasari pendapat Liliweri (2003: h.4). Tujuan komunikasi dalam media informasi ini adalah mengenalkan tokoh-tokoh yang ada dalam Kesenian Reyog Ponorogo kepada masyarakat atau sejumlah orang banyak. Dengan demikian tujuan komunikasi dalam media informasi ini yaitu :

- Untuk mengenalkan tokoh-tokoh yang ada dalam pementasan Kesenian Reyog Ponorogo.
- Memberikan informasi lebih mendalam untuk setiap tokoh yang ada dalam Kesenian Reyog Ponorogo.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam komunikasi diperlukan pendekatan komunikasi agar sesuai tujuan. Pendekatan komunikasi digunakan untuk menentukan gagasan dalam proses penyampaian informasi. Pendekatan komunikasi yang digunakan adalah pendekatan komunikasi secara visual dan secara verbal.

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan informasi pada perancangan ini adalah menggunakan gambar illustrasi yang menggambarkan tokoh-tokoh dalam Kesenian Reyog Ponorogo. Teknik gambar yang digunakan adalah teknik gambar 2D, Penerapan gambar illustrasi 2D diharapkan dapat memberikan pemahan kepada masyarakat, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh audiens.

- Pendekatan Verbal

  Penjelasan secara verbal digunakan untuk melengkapi informasi visual. Pendekatan verbal pada media informasi ini dimaksudkan untuk memberikan detail informasi pada setiap tokoh kepada masyarakat. Pendekatan verbal dalam perancangan ini menggunkanan bahasa yang informatif, agar informasi yang disampaikan dalam media informasi ini dapat dimengeti dengan baik, serta dipahami dengan mudah oleh target audiens.

III.2.3 *Mandatory*

Menurut Kusrianto (2007: h.328), *mandatories* adalah "penyelenggara/alamat perusahaan/distributor/produsen". Maka dapat disimpulkan, *mandatory* adalah pemegang hak dalam pembuatan ataupun distribusi. Dalam perancangan media informasi ini, dibutuhkan kerjasama dengan pihak-pihak tertentu yang diharapkan dapat mendukung dan merealisasikan media informasi ini. Pembuatan media informasi ini bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Ponorogo bersama dengan Yayasan Reyog Ponorogo Indonesia. Lembaga tersebut dipilih karena dapat membantu menyampaikan informasi yang dimuat dalam media informasi ini.



Gambar III.1 Logo Yayasan Reyog Ponorogo
Sumber: http://4.bp.blogspot.com/-wZ9hdmFuFFM/TjYx0IY2jSI/AAAAAAAAAIA/ykFpyKL8FNs/s1600/yayasan+reyog+Ponorogo.jpg
(Diakses pada 18/11/2017)

Yayasan Reyog Ponorogo adalah yayasan yang memberikan informasi serta memberikan kepercayaan untuk membuat buku ini. Yayasan Reyog Ponorogo sendiri merupakan yayasan yang secara resmi menjadi lembaga yang mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan Reyog Ponorogo. Yayasan Reyog Ponorogo sendiri mengaku masih kurang dalam hal arsip serta *file-file* mengenai Kesenian Reyog

Ponorogo untuk kepentingan umum. Dengan dibuatnya buku ini diharapkan dapat menambah pembukuan informasi Kesenian Reyog Ponorogo.



Gambar III.2 Logo kota Ponorogo
Sumber: http://keindahanponorogo.blogspot.co.id/2015/01/profil.html
(Diakses pada 18/11/2017

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Ponorogo adalah pemberi izin pembuatan buku ini, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Ponorogo juga sebagai distributor buku. Buku yang nantinya akan disebarkan ke perpustakaan daerah dikota Ponorogo dan sekitarnya akan didistribusikan oleh dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Ponorogo. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Ponorogo dipilih karena mempunyai wewenang atas perizinan arsip-arsip yang berhubungan dengan pariwisata dan kebudayaan dikota Ponorogo.

III.2.4 Materi Pesan

"Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah

lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahas lisan, dan bahasa tulisan" (Cangara, 2006: h.23). Pada media informasi ini, pesan yang akan disampaikan adalah karakter-karakter yang terdapat pada Kesenian Reyog Ponorogo. Hal pertama yang akan disampaikan adalah pengenalan satu-persatu mengenai karakter-karakter yang terdapat dalam pementasan. Kemudia menjelaskan filosofi dari masing-masing karakter. Dengan adanya informasi ini diharpakan masyarakat dapat mengetahui lebih mendalam mengenai karakter yang ada dalam pementasan Reyog Ponorogo.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa atau style adalah pemanfaatan atas kekayaan bahasa oleh seseoarang dalam bertutur atau menulis; pemakaian ragam tertentu untuk memperoleh efek-efek tertentu: keseluruhan ciri-ciri bahasa sekelompok penulis sastra: cara khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulis atau lisan (Hasan dalam Murtono, 2010:15). Gaya bahasa memiliki peran penting dalam penyampaian pesan. Penggunaan gaya bahasa yang tepat dalam penyampaian dapat membangun suasana yang membuat audiens merasa nyaman. Oleh karena itu gaya bahasa dalam penyampaian informasi ini perlu disesuaikan dengan audiens. Pengunaan gaya bahasa dalam perancangan media informasi ini adalah menggunakan Majas Pleonasme yaitu yaitu gaya bahasa yang dipakai untuk memperjelas maksud dengan menggunakan kata berulang dan maknanya sudah dikandung oleh kata yang mendahului. Penggunaan gaya bahasa ini diharpkan agar audiens dapat menerima informasi yang disampaikan dengan baik.

III.2.6 Strategi Kreatif

Diperlukan adanya beberapa strategi yang baik supaya materi yang akan disampaikan lebih menarik dan mudah dimengerti. Dalam perancangan media informasi fisual ini terdapat dua hal, yang pertama adalah illustrasi setiap karakter, dan yang kedua adalah penjelasan mengenai karakter tersebut. Perancangan media informasi ini berisikan

tentang penjelasan singkat mengenai karakter, serta filosofi masing-masing karakter. Berikut beberapa strategi kreatif yanag digunakan dalam perancangan ini:

- *Copywriting*

  "*Copywriting* adalah benda abstrak berstruktur kata-kata yang membangunkan emosi dan membentuk imajinasi sehingga mempengaruhi pembaca maupun pendengarnya untuk berbuat seperti yang diharapkan si pembuat teks." (Agustrijanto, 2001: h.3). Dalam perancangan media informasi berikut *Copywriting* yang digunakan dibagi menjadi dua bagian yaitu *headline* dan *tagline*. *Headline* akan digunakan pada sampul buku sebagai judul dan identitas buku. Sementara *tagline* digunakan juga pada sampul buku sebagai penjelasan judul buku.

  "Headline adalah unsur yang memegang peranan penting, besar, singkat dan padat Headline itulah yang diharapkan akan dibaca pertama kali serta akan melekat dalam ingatan pembacanya. Selain itu, headline berguna memancing agar pembaca melanjutkan membaca teks berikutnya secara lebih detail" (Kusrianto, 2007: h.328). *headline* yang digunakan dalam sampul buku ini adalah "Tabir Kemegahan Sang Merak".

  Menurut Nurhadi (et al, 1996: h.56) tagline adalah "kalimat singkat sebagai penutup teks inti yang menyimpulkan secara singkat tujuan komunikasi suatu iklan. Tagline ini merupakan suatu ungkapan pendek berisi pesan yang padat dan mudah diingat". Didalam perancangan buku ini *tagline* pada sampul buku berada dibawah judul utama buku, bertuliskan "Mengenal Karakter Dibalik Topeng".

- Visualisasi

  Gaya visual yang digunakan dalam perancangan media ini adalah berupa ilustrasi vektor. Semua konten yang terdapat dalam buku ilustrasi ini

digambarkan dalam bentuk ilustrasi dua dimensi supaya mudah dipahami. Gaya visual pada perancangan buku ini menggunakan gaya ilustrasi semi realis agar sesuai dengan target audiens, yaitu remaja.



Gambar III.3 Contoh ilustrasi dua dimensi
Sumber: Dokumen pribadi

III.2.7 Strategi Media

Menurut Latuheru (1988, h.9) “media berasal dari kata medium yang berasal dari bahasa latin medius yang berarti tengah atau sedang. Pengertian media yaitu mengarah pada sesuatu yang mengantar informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan”. Berdasarkan masalah yang sudah dibahas sebelumnya, media utama diharapkan dapat menjadi solusi untuk permasalahan tersebut. Dalam perancangan ini media yang digunakan dibagi menjadi dua jenis media, yaitu media utama dan media pendukung.

III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah buku ilustrasi. Buku tersebut berisikan informasi singkat mengenai karakter-karakter dalam Kesenian Reyog Ponorogo dan filosofinya. Konsep yang digunakan dalm buku ilustrasi ini

hampir sama dengan buku ilustrasi lainnya, namun dalam buku ini ilustrasi dan tulisannya didesain seimbang.



Gambar III.4 Contoh buku ilustrasi
Sumber: http://www.pictame.com/tag/ensiklopediaanakhebat
(Diakses pada 12/01/2018

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung digunakan untuk memberikan informasi tentang media utama atau sebagai penarik perhatian target audiens mengenai informasi yang ingin disampaikan. Dan juga untuk mempengaruhi target audiens agar mengingat media utama. Media pendukung juga digunakan sebagai media pelengkap.

1. Informasi

   Media pendukung informasi ini adalah media yang digunakan untuk menunjang media utama. Media pendukung informasi digunakan untuk memberikan informasi tantang media utama. Beberapa media pendukung informasi yang akan digunakan adalah:

- Poster

  Poster dipilih sebagi media informasi karena poster dapat lebih mudah disebarkan ditempat-tempat tertentu dimana poster tersebut dapat menarik perhatian audiens. Poster tersebut dapat ditempel di sekolah-sekolah, perpustakaan daerah dan universitas disekitar kota Ponorogo.

2. Pengingat

   Media pengingat dalam perancangan ini adalah media yang digunakan untuk mengingatkan kembali target audiens kepada media utama. Beberapa mercendaise akan dibagikan secara gratis pada saat buku tersebut diterbitkan. Beberapa media pendukung yang akan digunakan sebagai pengingat serta untuk memperkuat media utama adalah:

   - Kaos

     kaos dipilih sebagai media pengingat karena pada umumnya masyarakat senang menggunakan pakaian yang menjadi cirikhas suatu objek, seperti tempat wisata, objek kesenian dan lain-lain.
   - Totebag

     Totebag digunakan sebagai media pengingat karena anak remaja pada umumnya senang menggunakan totebag untuk membawa barang bawaannya.
   - Mug

     Mug dipilih sebagai media pendukung karena selain digunakan untuk minum, muga juga sering digunakan sebagai pajangan dirumah. Oleh karena itu mug dipilih sebagai media pendukung terutama sebagai pengingat.
   - Gantungan kunci

     Gantungan kunci dapat digunakan sebagai hiasan tas, kunci dan lainnya. Gantungan kunci dipilih karena masih banyaknya penggunaan gantungan kunci oleh masyarakat, oleh karena itu diharapkan media

pengingat ini dapat membantu mengingatkan audiens pada objek media utama.

- Sticker

  Stiker diharapkan dapat menjadi media pengingat yang efektif, karena buku ini tidak dijual secara umum. Stiker diharpakan dapat menarik minat audiens yang belum mengetahui media utama secara langsung.

- Pembatas buku

  Pembatas buku ini digunakan sebagai penanda sampai mana kita terakhir membaca sebuah buku. Pembatas buku ini bisa didapatkan saat audiens meminjam buku kepada dinas pariwisata dan kebudayaan kota Ponorogo, serta saat buku ini diterbitkan.

- Pin

  Pin dipilih sebagai media pengingat karena bentuknya yang praktis serta bisa dipakai siapa saja. Pin itu sendiri nantinya akan dibagikan kepada setiap orang yang datang pada saat acara peluncuran buku beserta beberapa mercendais lainnya

- Mousepad

  Sudah menjadi hal umum jika setiap remaja sekarang ini memiliki komputer PC atau laptop. Mousepad dipilih menjadi salah satu media pengingat karena anak remaja banyak menghabiskan waktu luang untuk memainkan laptop.

- Topi

  Topi ini akan menjadi mercendais dan akan dibagikan kepada audiens yang datang. Topi ini akan diberikan bersamaan dengan beberapa mercendais lain.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian yang dilakukan untuk awal penerbitan buku tersebut adalah hanya dikota Ponorogo, tepatnya di kantor dinas pariwisata dan kebudayaan kota Ponorogo

serta perpustakaan-perpustakaan yang ada di kota Ponorogo. Namun tidak menutup kemungkinan untuk kedepannya nanti buku ini juga disebarkan ke perpustakaan lain diluar kota Ponorogo. Buku tersebut belum diproduksi secara masal karena masih menunggu buku-buku versi lainnya, yaitu mengenai pakaian yang dipakai dalam Kesenian Reyog Ponorogo, musik pengiring serta cerita asal mulanya. Untuk waktu pendistribusiannya dijadwalkan dekat dengan acara grebeg suro atau ulang tahun kota Ponorogo. Dimana pada waktu-waktu tersebut masyarakat lebih antusias untuk menyaksikan Kesenian Reyog Ponorogo yang dipentaskan di alun-alun kota Ponorogo.

III.3 Konsep Visual

Untuk menghasilkan sebuah media yang baik, konsep visual haruslah cocok dan sesuai dengan tema agar pesan dapat tersampaikan kepada audiens. Hal utama adalah nyaman untuk dilihat, memiliki komposisi warna, serta gelap terang yang seimbang. Hal tersebut menjadi salah satu teknis utamanya. Konsep visual yang telah didapat harus di eksplorasi ke dalam sebuah peancangan yang bisa memberikan pesan visual kepada target konsumen (Septio, 2016).

III.3.1 Format Desain

Format yang digunakan pada buku ilustrasi ini adalah dengan teknik cetak digital print. Ukuran disesuaikan agar nyaman untuk dipegang, tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil.

Media : Buku ilustrasi

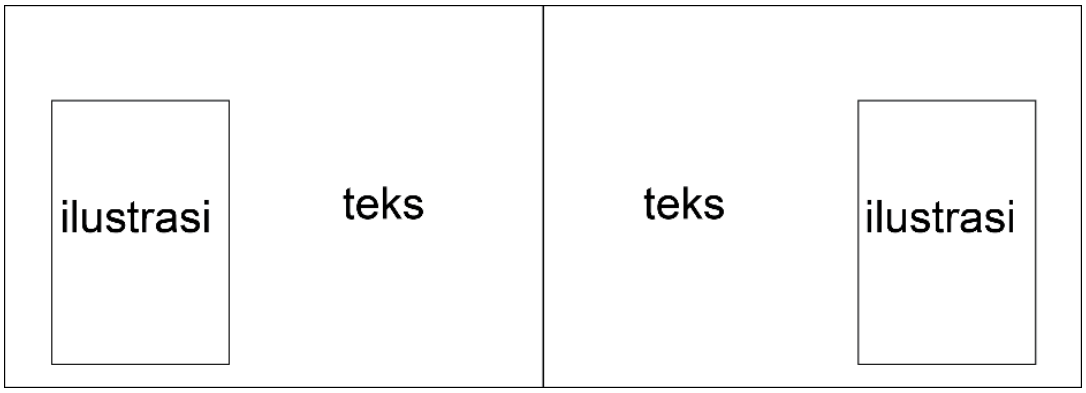
Ukuran : 14,8 x 21,0 cm

Cover : softcover, artpaper 100 gram, laminasi doff.

Bahan : Art paper 100 gram

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya (Rustan, 2008). Dari pengertian tersebut tata letak memiliki peran penting dalam desain. Tata letak yang baik akan membuat nyaman untuk dibaca. Penggunaan elemen pendukung yang sesuai akan penataan buku terlihat lebih rapi. Tata letak yang dibuat untuk buku ini disesuaikan agar seimbang antara elemen visual dan tulisan.



Gambar III.5 Tata letak buku
Sumber: Dokumen pribadi

III.3.3 Tipografi

Dalam sebuah perancangan, tipografi menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk menyampaikan pesan secara verbal. Menurut Sihombing (2001: h.58) tipografi merupakan "representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif". Dalam perancangan media ini menggunakan jenis huruf serif dan jenis huruf dekoratif. Pada media informasi ini tipografi yang digunakan adalah font-font yang sederhana dan mudah dibaca.

- Font *Headline:* Ampir Deco

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890`!@#$%^&*()_+}{|\':";?><

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Gambar III.6 Contoh Font I
Sumber: Dokumen pribadi

Font Ampir Deco tersebut merupakan jenis font dekoratif. Font ini dipilih karena bentuknya yang unik serta terkesan elegan dan juga memiliki sedikit kesan dinamis. Kesan dinamis dan elegan dalam font ini terlihat dari sedikit ornamen yang ada pada beberapa abjad dalam font tersebut. Font ini dibuat oleh Gophmann A.L, memiliki lisensi gratis untuk sebuah karya, namun berbayar untuk karya yang diperjual belikan.

- Font *Sub Headline*: News701 BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890`!@#$%^&()_+}{|\':";?><*

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

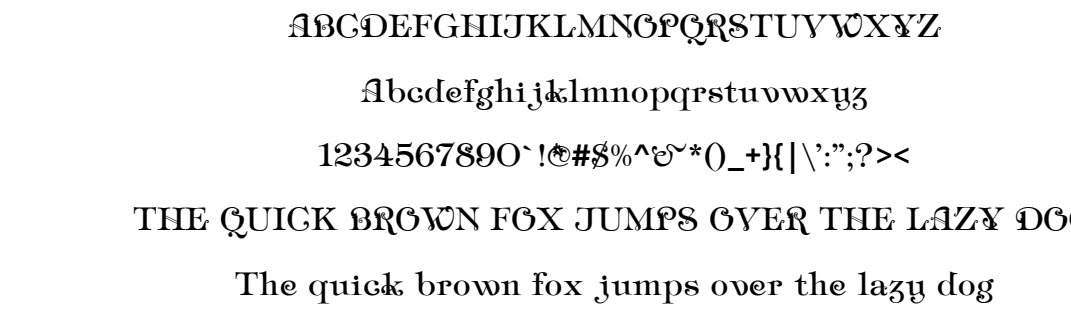
The quick brown fox jumps over the lazy dog

Gambar III.7 Contoh Font II
Sumber: Dokumen pribadi

Font News701 BT tersebut adalah jenis font serif, yaitu font yang memiliki kaki. Font ini dipilih agar lebih tegas supaya tulisan lebih mudah dipahami oleh

audiens. Font ini dibuat oleh font News-701-BT, memiliki lisensi gratis untuk sebuah karya, namun berbayar untuk karya yang diperjual belikan.

- Font *bodytext*: Ampir Deco



Gambar III.8 Contoh Font II
Sumber: Dokumen pribadi

Font Ampir Deco tersebut merupakan jenis font dekoratif. Walaupun menggunakan jenis font dekoratif, namun masih dipilih font yang masih jelas keterbacaannya, dan mudah dimengerti oleh audiens. Font ini dibuat oleh Gophmann A.L, memiliki lisensi gratis untuk sebuah karya, namun berbayar untuk karya yang diperjual belikan.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari bahasa latin ilustrate yang artinya penampakan, kemuliaan, cahaya, penerangan dan penggambaran secara hidup-hidup. Ilustrasi merupakan seni membuat gambar yang berfungsi memperjelas dan menerangkan naskah. (Riswara, 2017). Sedangkan menurut Kamus Besar bahasa Indonesia ilustrasi adalah gambar (foto, lukisan) untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya. Ilustrasi dapat dijadikan sebagai media untuk menjelaskan sebuah informasi. Ilustrasi juga menjadi sebuah media penyampaian pesan yang baik. Pada karya ilustrai ini ilustrasi yang digunakan adalah gaya gambar kartun realis dua dimensi dengan teknis vector. Bentuk dari ilustrasi dibuat mirip dengan objek aslinya.

Berikut ini adalah karakter-karakter asli serta hasil vector yang ada dalam buku ilustrasi ini:

- Dhadak Merak



Gambar III.9 Dhadak Merak
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar III.10 Karakter Dhadak Merak
Sumber: Dokumen pribadi

- Prabu Klono Sewandono



Gambar III.11 Prabu Klono Sewandono
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar III.12 Karakter Prabu Klono Sewandono
Sumber: Dokumen pribadi

- Warok



Gambar III.13 Warok
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar III.14 Karakter Warok
Sumber: Dokumen pribadi

- Jathil



Gambar III.15 Jathil
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar III.16 Karakter Jathil
Sumber: Dokumen pribadi

- Pujangganong



Gambar III.17 Pujangganong
Sumber: Dokumen pribadi

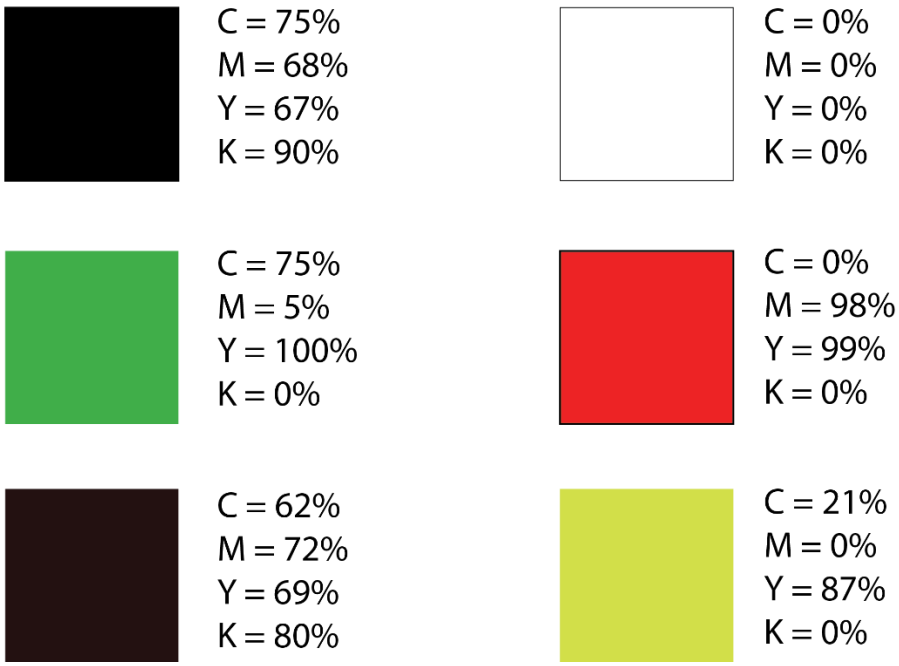


Gambar III.18 Karakter Pujangganong
Sumber: Dokumen pribadi

III.3.5 Warna

Manusia memiliki cara lain untuk bekomunikasi, sesuai dengan budaya masingmasing. Bunga sering dipakai untuk mengekspresikan suatu perasaan tertentu, begitu pula dengan warna sering dipakai untuk mencerminkan sesuatu arti yang tersirat yang ingin dikomunikaikan (Kaina, 2004:86).

Warna adalah sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subyektif/psikologis merupakan bagian dari pengalaman indera pengelihatan (Satria, 2017). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya; corak rupa, seperti biru dan hijau. Warna menjadi faktor yang sangat penting dalam sebuah desain. Warna yang digunakan dalam media informasi ini adalah sebagai berikut



Gambar III.19 Pemilihan warna
Sumber: Dokumen pribadi

- Warna hitam memiliki arti kekuatan, perlindungan dan ketegasan. Warna ini dipilih karena dianggap dapat mewakili sosk Warok yang kuat, mengayomi serta penuh dengan ilmu hitam.
- Warna hijau memilii arti keinginan yang kuat serta menjadi gambaran kekerasan hati. Warna ini diambil sebagai background Dhadak Merak, warna hijau tersebut diharapkan dapat mewakili sosok dhadak merak yang angkuh serta memiliki keinginan yang kuat.
- Warna coklat tua memiliki arti keakraban serta rasa nyaman. Warna coklat tua digunakan sebagai background tokoh Warok. Warna coklat tua cocok dipakai sebagai warna background Warok karena karakter warok sendiri yang mampu mengayomi dan penuh kekuatan.
- Warna putih memiliki adalah warna dasar yang memiliki arti kesucian, warna ini dipilih untuk menekankan warna lain suaya lebih terkesan sederhana dalam visualisasi gambar.
- Warna merah memiliki arti kekuatan, energi, semangat dan adrenalin. Warna merah digunakan sebagai background tokoh Pujangganong yang memiliki sifat energik dan pemberani.
- Warna hijau keemasan dipakai sebagai backgrund Prabu Klono Sewandono. Warna tersebut dianggap mampu mewakili sosok seorang Klono Sewandono yang merupakan seorang raja yang memiliki tekad yang kuat serta mampu memakmurkan warganya.