BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran/Audiens

Penentuan target audiens atau segmentasi perlu dilakukan agar pesan yang disampaikan tepat dan mudah dipahami masyarakat. Adapun target audiens yang ditetapkan adalah remaja yang berusia 12-20 tahun, yang sedang mengalami masa sekolah SMP-SMA, yang menurut Teori Psikologi Perkembangan Hurlock memiliki kecenderungan ingin menjadi pusat perhatian, ingin menonjolkan diri, idealis, mempunyai cita-cita tinggi bersemangat dan mempunyai energi yang besar, ingin memantapkan identitas diri dan ingin mencapai ketidaktergantungan emosional. (Pradikta : 2016)

III.1.1 *Insight*

Novel merupakan bahan bacaan yang biasa dibaca para remaja untuk mengisi waktu luang. Sebagian remaja yang *hobby* membaca menjadikan novel sebagai bahan hiburan untuk melepaskan rasa lelahnya setelah belajar di sekolah. Selain itu, novel juga dapat dijadikan sebagai bahan inspirasi dan motivasi bagi para remaja yang sedang mencari jati diri. Profil target audiens dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **Demografis**
   - Target utama adalah remaja berusia : 12-20 tahun.

     Ditetapkan khalayak yang berumur 12 hingga 20 tahun karena buku yang dirancang diperuntukkan kepada orang yang memasuki fase remaja. Menurut Teori psikologi perkembangan Hurlock (1978) usia 12-20 tahun merupakan masa remaja yaitu masa peralihan atau masa transisi dari anak menuju dewasa, yang meliputi tahap pra remaja (12-14 tahun), tahap remaja awal (14-17 tahun) dan tahap remaja lanjut (17-20 tahun).

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan.

  Khalayak yang dipilih adalah yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan karena buku novel digemari baik oleh kaum laki-laki maupun kaum perempuan.
- Tingkat ekonomi : Menengah ke atas.

  Khalayak yang dipilih adalah kalangan ekonomi menengah ke atas, karena novel merupakan pemenuhan kebutuhan yang bukan pokok dan hanya untuk memenuhi kebutuhan tambahan saja, sehingga kalangan ekonomi menengah ke atas dipandang mampu untuk membeli buku novel sehingga menjadi sasaran utamanya.

2. Geografis

Segmentasi geografi yang ditentukan adalah remaja yang berada di daerah perkotaan diseluruh Indonesia karena remaja di perkotaan memiliki akses yang mudah untuk mendapatkan buku novel.

3. **Psikografis**

Segmentasi psikografis yang ditentukan adalah remaja yang sedang dalam pencarian jati diri yang terkadang berubah-ubah dan cenderung selalu ingin mencoba hal-hal baru dari apa yang dilihat dan mencari seorang tokoh atau figur untuk kemudian ditirunya. Berdasarkan teori psikososial yang dikemukakan oleh Erickson (Pradikta : 2016) bahwa pada usia remaja individu sedang merasakan sesuatu perasaan tentang identitas dirinya, pada saat inilah seorang remaja ingin menentukan siapakah ia pada saat sekarang dan ingin jadi apakah ia pada masa yang akan datang. Remaja juga memiliki sifat selalu ingin menjadi pusat perhatian, ingin menonjolkan diri, idealis, mempunyai cita-cita tinggi bersemangat dan mempunyai *energy* yang besar, ingin memantapkan identitas diri dan ingin mencapai ketidaktergantungan emosional.

III.1.2 Consumer Journey

Pada umumnya remaja memiliki aktivitas keseharian seperti yang tergambar dalam tabel berikut :

Waktu	**Aktifitas**	***Point of Contact***
05.00	Bangun tidur, mandi, makan pagi	Hp, *Poster, Sticker*, mug
06.30	Pergi sekolah	*Poster, Billboard*, tas
07.00	Belajar di sekolah	Buku pelajaran, *Sticker*
10.00	Istirahat	Buku fiksi atau non fiksi
10.30	Belajar di sekolah	Buku Pelajaran, *Sticker*
12.00	Istirahat	Buku fiksi atau non fiksi
13.00	Belajar di sekolah	Buku Pelajaran, *Sticker*
14.30	Pulang	*Poster*, *Billboard*, tas
15.00	Istirahat	Hp, TV, Majalah
18.30	Makan malam, Belajar malam	Buku, *Poster*, *Sticker,* mug
20.00/21.00	Tidur	

Tabel III.1. Tabel Aktifitas Harian Remaja
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Berdasarkan *Point of Contact* pada Consumer Journey diatas, maka kehadiran buku menjadi sesuatu yang sangat penting karena hampir di semua aktivitas sehari-hari remaja bersentuhan dengan buku. Buku novel dapat dibaca pada saat para remaja istirahat baik di rumah maupun di sekolah. Dari Consumer Journey diatas pula dapat dilihat berbagai kebutuhan remaja yang dapat dijadikan sebagai media pengingat, diantaranya *Poster, Sticker, mug, tote bag*, pembatas buku.

III.2 Strategi Perancangan

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang ingin disampaikan melalui rancang ulang *cover* novel dan gambar ilustrasi novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas adalah untuk memudahkan audiens dalam memahami isi novel. Tujuan lain yang ingin

disampaikan adalah untuk memberikan nuansa yang sesuai dengan selera para remaja pada umumnya.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam merancang ulang *cover* dan gambar ilustrasi novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas, pendekatan komunikasi yang digunakan adalah hanya Pendekatan Visual (Gambar). Pendekatan visual novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas berupa penyesuaian visual ilustrasi dengan target audiens. Ini dilakukan untuk memperjelas jalannya cerita novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas. Gaya ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang bergaya realis yaitu suatu gambar atau lukisan yang dibuat menyerupai wujud aslinya. Gaya ilustrasi ini sangat menarik dan disukai oleh para remaja.

III.2.3 *Mandatory*

Untuk melancarkan pendistribusian media yang dirancang maka dibutuhkan pihak yang dapat mempublikasikan media tersebut. Oleh karena itu, *mandatory* dalam perancangan ulang novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas adalah Upnormals Publishing, Senayan Trade Center Lt.3 No. 107-110 Jalan Asia Afrika Pintu IX Senayan Jakarta 10279, sebagai penerbit pertama yang menerbitkan novel ini. Penerbit ini digunakan untuk memudahkan proses penerbitan ulang buku novel dengan desain baru.



Gambar III.1 Logo Penerbit Novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas
Sumber : http://www.kompasiana.com (2017)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan dimuat dalam perancangan ulang *cover* dan gambar setiap pembatas bab novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas yaitu menyajikan gambar ilustrasi yang sesuai dengan karakter audiens yang energik, bersemangat dan ceria, sebagaimana karakter yang dimiliki para remaja.

III.2.5 Gaya Visual

Dalam penyampaian materi pesan novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas, menggunakan gaya visual realis dimana ilustrasi digambarkan secara harafiah, dimana penekanannya terletak pada menghadirkan gambar yang sebenarnya atau yang dapat dipercaya (Witabora, 2012). Penggunaan gaya gambar harus disesuaikan dengan isi dan konteks sebuah masalah. Gaya gambar dapat mendukung tercapainya tujuan sebuah ilustrasi. Karena ilustrasi dalam novel berfungsi sebagai alat untuk bercerita maka gaya visual harus disesuaikan dengan genre cerita. Hal ini menyesuaikan dengan khalayak yang menjadi audiens yaitu remaja yang memiliki keterbatasan pendengaran agar pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan dibuatnya desain ulang novel dan gambar pembatas setiap babnya.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang diterapkan adalah menyajikan bahan bacaan novel dengan gambar ilustrasi yang baru dengan ilustrasi bergaya realis, yang sesuai dengan kegemaran remaja pada umumnya sehingga diharapkan bahwa novel yang akan dirancang dapat menjadi referensi bahan bacaan bagi khalayak sebagai bahan bacaan yang menarik. Dalam perancangan ilustrasi pada novel ini dibuat semenarik mungkin, salah satu strategi kreatifnya adalah alur cerita yang dibuat ke dalam bentuk ilustrasi. Sehingga memiliki potensi untuk memberikan gambaran tentang pesan serta karakter tokoh utama perempuan bernama Angkie. Dalam cerita ini ilustrasi dibuat dengan menyesuaikan kejadian pada isi cerita novel yang sangat penting dalam bagian ceritanya.

Novel yang akan dibuat berukuran 14cm x 20cm dengan kertas *Artpaper* 260 gram, jilid *softcover*.

III.2.7 Strategi Media

Agar pesan dapat tersampaikan kepada khalayak, maka perlu dibuatnya strategi dalam membuat media yang sesuai dengan khalayak dan gambar ilustrasi yang menarik. Media yang akan dirancang terdiri dari dua media yaitu yang pertama media utama dan yang kedua media pendukung. Media utama berupa buku novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas dengan tampilan yang baru sedangkan media pendukung adalah media penunjang media utama yang disesuaikan dengan khalayak dan objek dalam media utama. Adapun media pendukung yang akan dibuat adalah :

- Pembatas Buku

  Pembatas buku digunakan sebagai media pendukung yang mempunyai manfaat untuk membatasi bacaan novel, serta untuk mencantumkan kata-kata motivasi.

- *Poster*

  Poster digunakan sebagai media promosi dan informasi edisi baru pada novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas agar dapat diketahui oleh audiens. Dipilihnya *poster* sebagai media promosi karena sudah sering digunakan sebagai media untuk mempromosikan suatu produk atau karya bahkan jasa. Maka dari itu *poster* dinilai tepat untuk mempromosikan buku ini.

- *X-Banner*

  X-banner digunakan sebagai media promosi dan informasi edisi baru untuk mempromosikan novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas. *X-banner* juga sering digunakan sebagai media untuk mempromosikan, maka *X-banner* dinilai tepat untuk mempromosikan novel ini.

- *Sticker*

  Sticker digunakan sebagai media pendukung dan bisa ditempel dimana saja sebagai promosi dari buku ini.

- *Tote bag*

  Tote bag digunakan sebagai *merchandise*. Mencantumkan logo di tas merupakan salah satu perangkat promosi. *Tote bag* sangat berguna dan praktis apalagi dikalangan remaja, *tote bag* bisa digunakan untuk membawa macam keperluan seperti pena, dokumen, dan item lainnya.

- *Mug*

  Mug digunakan sebagai *merchandise*. Mencantumkan visual gambar dan tulisan kata-kata motivasi di *mug* yang bisa digunakan untuk minum disaat santai sambil membaca buku novel ini.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Untuk memudahkan dalam distribusi di wilayah penyebaran kepada audiens, meliputi toko buku yang telah mempunyai nama besar yang biasa menerbitkan dan memasarkan buku-buku cerita untuk anak dan remaja . Selain penjualan yang lebih meluas dengan bekerja sama dengan beberapa pihak penerbit yang sudah mempunyai nama, setiap pembelian pun disediakan beberapa paket hadiah untuk beberapa pembeli pada periode tertentu, diantaranya *mug*, *sticker*, pembatas buku dan *tote bag*. Akan tetapi untuk pembatas buku dan *sticker* tetap diberikan kepada pembeli tanpa batasan waktu. Wilayah pendistribusian pun merupakan wilayah dimana target audiensnya lebih dominan untuk mencari atau membeli buku dan sebagian wilayah tersebut sebagai daerah pergaulan target audiens.

- Distribusi media

Media	Distribusi	Waktu
Poster	*Poster* akan didistribusikan di sekitar toko buku diberikan langsung kepada para pengunjung toko buku.	Pada saat liburan sekolah. Pada awal bulan januari.
X-Banner	*X-Banner* didistribusikan langsung di area toko buku.	Pada saat liburan sekolah. Pada awal bulan januari.
Sticker, tote	Diberikan di kasir saat pengunjung	Pada saat acara

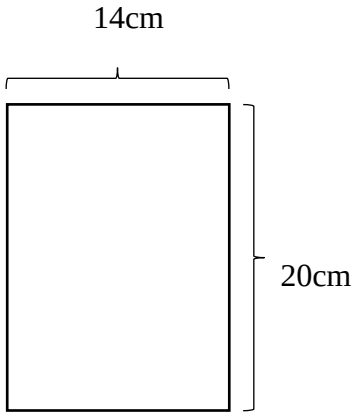
bag dan *mug*	membeli buku novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas	launcing novel. Pada bulan Februari
Pembatas buku	Akan diberikan secara gratis diselipkan pada buku novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas.	Pada saat liburan sekolah. Pada bulan januari – Februari.

Tabel III.2 Distribusi Media
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format yang digunakan dalam pembuatan novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas adalah *potrait custom* 14cm x 20cm dengan menggunakan kertas *Art paper* 260 gram untuk *Cover* Sampul.



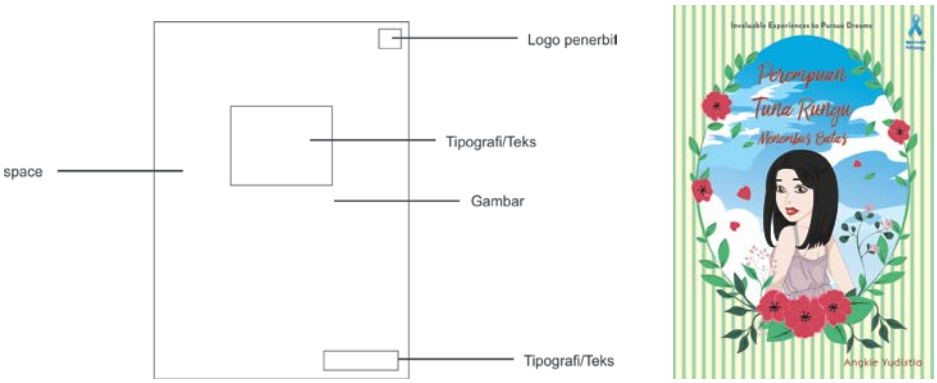
Gambar III.2 Format desain buku *cover*
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

III.3.2 Tata Letak *(layout)*

Tata letak *(layout)* yang digunakan dalam buku novel Perempuan Tuna Rungu Menembus Batas ini tetap mengutamakan kenyamanan pembaca saat membaca novel tersebut. Tata letak ini berfungsi untuk menyusun berbagai elemen desain yang terdiri dari garis, warna, bentuk, skala, tipografi, dan *space*/ ruang.

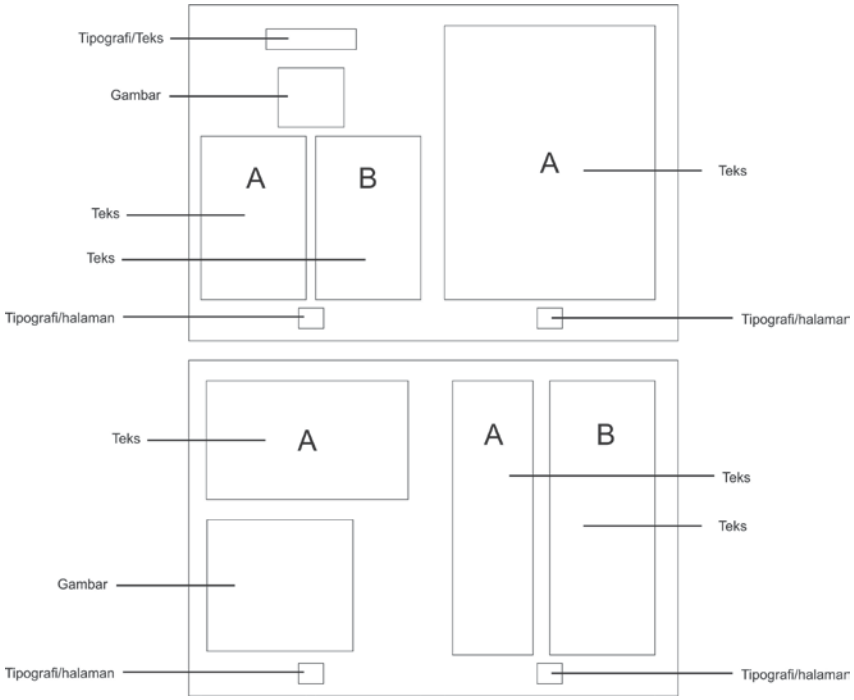
Berikut adalah *layout* yang akan diterapkan dalam pembuatan desain buku novel:

1. *Cover*



Gambar III.3 Layout *Cover*
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

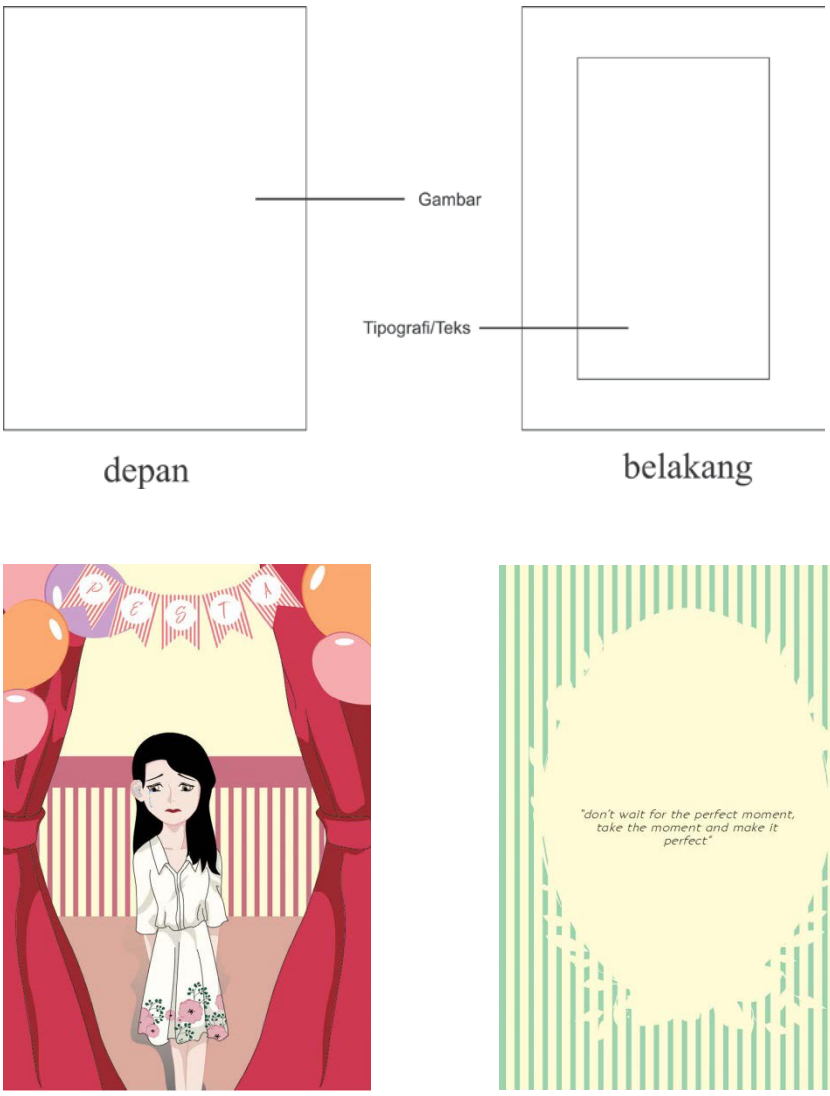
2. Isi



Gambar III.4 Layout Isi
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Pada bagian isi cerita ada 2 jenis *layout* yang digunakan yaitu isi cerita dengan layout 2 kolom dan *layout* yang terdiri dari 1 kolom hal ini digunakan dengan tujuan sebagai variasi bacaan agar pada saat membaca, pembaca tidak bosan dan monoton dengan *layout* yang sama. Hal ini akan memberikan efek visual yang menyegarkan bagi para pembaca.

3. Setiap bab



Gambar III.5 Layout pembatas setiap bab
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Setiap bab bagian depan gambar ilustrasi yang tampilan dipenuhi gambar dan bagian belakang untuk mengisi *quotes*.

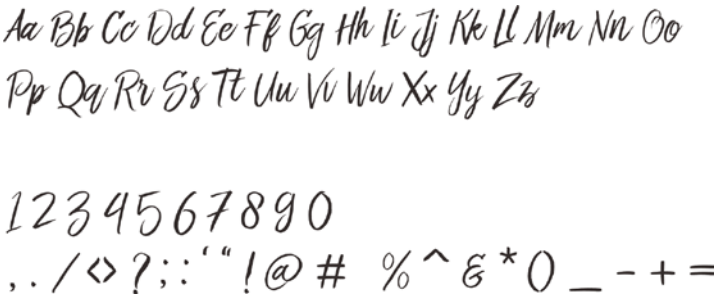
III.3.3 Tipografi

Desain Komunikasi Visual (DKV) sangat memperhatikan tipografi. Tipografi adalah ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf. DKV tidak bisa lepas dari tipografi sebagai unsur pendukungnya (Sriwitari,2014). Huruf disusun dan dirancang dengan komposisi yang tepat untuk memperoleh efek tampilan yang dikehendaki. Jenis huruf sangat banyak dan beragam, bahkan dapat mencapai

ribuan hingga jutaan macam karakter huruf. Maka dari itu, desainer harus cermat dalam menentukan jenis huruf yang tepat dalam karyanya.

Dalam perancangan *cover* novel, tipografi yang digunakan adalah *bringshoot* untuk digunakan pada Judul, sedangkan tipografi yang digunakan untuk judul setiap bab adalah *BonvenoCF*. *Bringshoot* merupakan *font* kategori *handwritten* buah karya Yusril Muhtadi. Sedangkan *BonvenoCF* merupakan *font* kategori *Sans Serif* buah karya Barry *S*chwartz, kedua *font* ini dapat di download secara gratis di situs https://www.dafont.com.

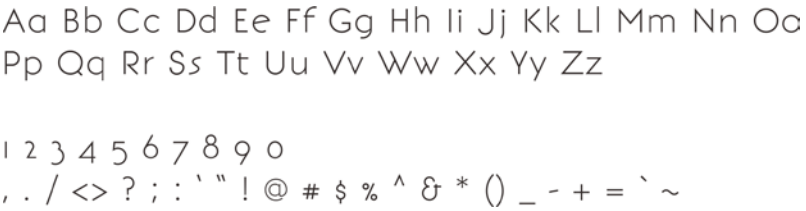
- *Bringshoot*



Gambar III.6 Huruf *Bringshoot*
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Bringshoot merupakan *font* dengan gaya huruf tulis (*scrift*), dan jenis huruf *Fantasy*. Pemilihan *Bringshoot* sebagai font yang digunakan untuk Judul berfungsi untuk mempertegas atau menarik perhatian pembaca. Pemilihan *font* ini dimaksudkan agar gaya yang disampaikan tampak halus, sopan dan akrab.

- *BonvenoCF*

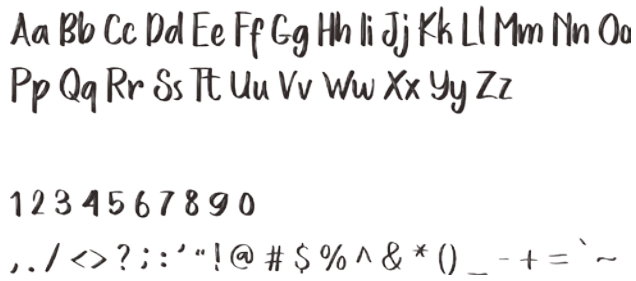


Gambar III.7 Huruf *BonvenoCF*
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

BonvenoCF merupakan *font* dengan jenis huruf *Sans serif* . Pemilihan *BonvenoCF* sebagai font yang digunakan untuk Judul setiap bab berfungsi untuk memberi kesan sederhana tetapi tetap manis, tegas, kuat dan keras.

BonvenoCF juga digunakan sebagai *font* untuk isi cerita agar dapat dibaca dengan jelas.

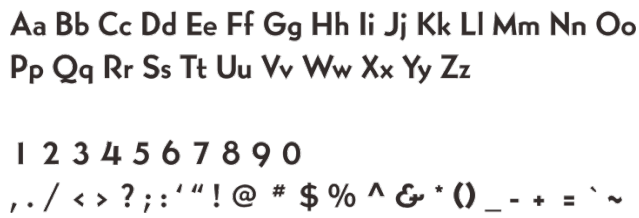
- *Love Story Rough*



Gambar III.8 Huruf *Love Story Rough*
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Huruf *Love Story Rough* digunakan pada teks poster, dipilih untuk memberi kesan penekanan pada teks sesuai tujuan yang dimaksud.

- *BernhardGothicSG*



Gambar III.9 Huruf *BernhardGothicSG*
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Huruf *BernhardGothicSG* digunakan pada Judul setiap bab, dengan ketebalan *Bold* yang berfungsi untuk memperjelas dan mempertajam Judul. Pemilihan *BernhardGothicSG* sebagai font yang digunakan untuk Judul setiap bab berfungsi untuk memberi kesan tegas, kuat dan keras.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam novel ini mengambil gaya ilustrasi realis, dimana gambar ilustrasi yang dibuat sesuai dengan bentuk aslinya. Dengan pendekatan ini, maka visual yang akan ditampilkan akan lebih diterima oleh audien, yang dalam hal ini adalah remaja SMP - SMA usia (12 -20 tahun). Karakter tokoh model Angkie yang ditampilkan mengacu pada tokoh kartun dan realis pada pembuatanya dibuat sederhana tetapi memberikan visual yang menarik sehingga disukai oleh audien.

Dalam pembuatan gambar ilustrasi novel menggunakan beberapa referensi, yaitu :



Gambar III.10 Referensi foto Angkie Yudistia
Sumber : www.instagram.com/ angkieyudistia

Foto Angkie ini digunakan sebagai visual ilustrasi dengan bergaya realis pada *cover*.



Gambar III.11 Referensi tokoh realistis
Sumber : www.instagram.com

Gambar ini digunakan untuk menggabungkan tokoh Angkie dengan gaya realis.



Gambar III.12 *Background* untuk sampul *cover*
Sumber : Google.com

Background berupa bingkai bunga dan daun-daun ini digunakan sebagai *frame* untuk memberi kesan semangat, kehangatan, berani, segar, lembut yang sesuai dalam isi cerita pada novel

III.3.5 Warna

Penggunaan warna dalam karya seni rupa diperkirakan telah ada sejak jaman pra sejarah dengan elemen tumbuhan, biji-bijian, tanah liat atau darah binatang, terbukti dengan lukisan berwarna dalam gua di Lascaux dan Altamira Perancis Selatan dan Spanyol, Sulasmi (2002).

Teori warna selalu digunakan dalam desain komunikasi visual. Setiap warna memiliki ekspresi rasa tersendiri yang menimbulkan kesan rasa tertentu. Misal merah sebagai rasa panas, orange atau jingga sebagai rasa hangat, kuning sebagai rasa kurang hangat, hijau sebagai rasa sejuk, biru sebagai rasa dingin dan ungu sebagai rasa beku.

Warna ialah suatu unsur yang sangat penting dalam memberikan respons dari orang. Setiap warna memberikan kesan dan identitas tertentu, walaupun terkadang bersifat subjektif tergantung pada pengamatnya. Warna memiliki banyak kegunaan selain dapat mengubah rasa, dapat juga mempengaruhi cara pandang

dan dapat menutupi ketidaksempurnaan serta dapat membangun suasana atau kenyamanan untuk semua orang. Menurut David dalam Sulasmi (2002) warna mempunyai asosiasi dengan pribadi seseorang. Warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya dan setiap warna juga mampu memberikan respons secara psikologi, seperti yang terlihat dalam tabel berikut :

Tabel III.3 : Psikologi Warna
Sumber : Sriwitari (2014)

Warna	Respons psikologis yang mampu Ditimbulkan
Merah	Cinta, nafsu, kekuatan, berani, primitive, menarik, bahaya, dosa, pengorbanan, vitalitas.
Merah jingga	Semangat, tenaga, kekuatan, pesat, hebat, gairah.
Kuning	Cerah, bijaksana, terang, bahagia, hangat, pengecut, pengkhianatan
Kuning Hijau	Persahabatan, muda, kehangatan, baru, gelisah, berseri
Hijau Muda	Kurang pengalaman, tumbuh, cemburu, iri hati, kaya, segar, istirahat, tenang
Hijau Biru	Tenang, santai, diam, lembut, ceria, kepercayaan.
Biru	Damai, setia, konservatif, pasif, terhormat, depresi, lembut, menahan diri, ikhlas.
Biru Ungu	Spiritual, kelelahan, hebat, kesuraman,

	kematangan, sederhana, rendah hati, keterasingan, tersisih, tenang, sentosa
Ungu 	Misteri kuat, supremasi, formal, melankolis, pendiam, agung (mulia)
Merah Ungu 	Tekanan, intrik, drama, terpencil, pengerak,
Hitam 	Kuat, duka cita, resmi, kematian, keahlian, tidak menentu.
Putih 	Senang, harapan, murni, lugu, bersih, spiritual, pemaaf, cinta, terang.
Abu – abu 	Tenang

Sanyoto dalam Sriwitari (2014) menyebutkan bahwa dalam warna dikenal adanya tiga dimensi warna yang pengaruhnya sangat besar terhadap tata rupa, yaitu *hue*, *value* dan *chroma*. Adapun dimensi warna - warna yang digunakan dalam perancangan sampul novel dan ilustrasi pada pembatas setiap bab adalah dimensi *value* yang merupakan dimensi tentang terang dan gelap atau tua muda warna yang disebut pula keterangan warna (*lightness*). Warna yang digunakan disesuaikan dengan kesan dan sifat remaja. Warna – warna cerah dan lembut dipilih untuk mewakili kesan muda dan enerjik. Untuk sampul novel dipilih warna-warna harmoni, dimana perbedaan keterangan warna yang satu dengan yang lain sangat kecil. Adapun warna-warnanya adalah sebagai berikut :



Gambar III.13 : Warna
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)