BAB. III STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah sekelompok masyarakat yang menjadi sasaran dalam suatu kegiatan komunikasi. Apabila dikaitkan dengan identifikasi masalah maka khalayak sasaran untuk perancangan informasi tentang mengenal karakter pasangan dalam rumah tangga melalui buku adalah pasangan muda di daerah Jawa Barat, karena sebagian pasangan muda masih perlu cara untuk mengetahui dan memahami lebih dalam tentang karakter pasangannya. Apabila pasangan mengenal dan memahami karakter pasangannya, maka tindakan yang dilakukan pasangan bisa tepat dalam menghadapi pasangannya. Sehingga kesalahpahaman dalam rumah tangga akan semakin berkurang. Adapun faktor-faktor untuk menentukan khalayak sasaran yaitu, segmentasi, *consumer insight* dan *consumer journey*.

1. Segmentasi

   Informasi yang dirancang ditunjukan untuk beberapa segmentasi masyarakat. Pada bagian segmentasi ini terbagi menjadi beberapa segmen, diantaranya:

   - Demografis

     Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
     Usia : 19 -25 tahun
     Pendidikan : SMA, S1
     Pekerjaan : Berstatus menikah dan pelajar
     Ekonomi : Kalangan menengah keatas

   - Geografis

     Tempat : Indonesia
     Wilayah : Wilayah urban di daerah Jawa Barat

- Psikografis

  Pada usia sekitar 18-25 tahun dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal atau dewasa madya, atau bisa disebut sebagai masa usia mahasiswa. Apabila dilihat dari segi perkembangannya pada usia ini tugas perkembangannya adalah pemantapan pendirian hidup (Yusuf, 2017, h.27).

2. *Consumer Journey*

   Consumer Journey adalah data keseharian yang diperoleh dari khalayak sasaran. Informasi mengenai *Consumer Journey* ini sangat penting karena agar informasi yang tersampaikan baik dan tepat berdasarkan keseharian yang dilakukan khalayak sasaran.

Tabel III.1 *Consumer Journey*

Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

NO	WAKTU	KEGIATAN	*POINT OF CONTACT*
1	04.30	Mengaji, sholat shubuh	Kamar, toilet, gantungan, perlengkapan alat sholat, jam dinding, stiker.
2	06.00	Beres-beres rumah	Sapu, lap pel, pengki, tong sampah.
3	06.40	Membuat sarapan	Dapur, celemek, pisau, wajan, spatula, *Tupperware*.
4	07.20	Memandikan anak dan setelah itu memberinya makan.	Toilet, ember, gayung, anduk, ruang tamu, perlengkapan alat makan, kalender.
5	07.50	Sholat dhuha	Kamar, perlengkapan alat sholat, jam dinding.

Kelanjutan dari tabel sebelumnya

No	WAKTU	KEGIATAN	*POINT OF CONTACT*
6	08.00	Berangkat mengajar	Poster, banner, brosur, spanduk, billboard, *totebag*.
7	10.05	Istirahat dan memberi anak makan	Jam dinding, perlengkapan alat makan, Hp.
8	12.00	Sholat dzuhur dan makan siang	Mushola, perlengkapan alat sholat dan makan
9	12.30	Mengajar diniyah	Papan tulis, spidol.
10	14.00	Pulang ke rumah	Poster, banner, brosur, spanduk, billboard, *totebag*, kunci rumah, gantungan kunci.
11	14.20	Istirahat, terkadang tidur siang	Kamar, bantal, buku, kaos.
12	15.20	Sholat ashar, masak	Kamar, cermin, perlengkapan alat sholat
13	16.00	Memandikan anak, memberinya makan	Toilet, ruang tamu, perlengkapan alat makan, kalender.
14	18.05	Persiapan sholat magrib, setelah itu sholat isha.	Kamar, perlengkapan alat sholat.
15	19.25	Makan, cuci muka, gosok gigi.	Perlengkapan alat makan, kaca.
16	19.30	Bersantai, bermain dengan anak.	Buku, mug, *handphone*.
17	21.05	Menanak nasi	Dapur, kompor gas.
18	21.30	Tidur.	Kamar, bantal, guling, stiket, jam dinding.

3. *Consumer Insight*

   Keinginan terdalam masyarakat dalam perancangan informasi ini adalah dapat membangun keluarga yang bahagia, jauh dari kesalahpahaman, dan dapat saling memahami antara satu sama lain.

III.2 Strategi Perancangan

Berdasarkan target sasaran yang telah ditentukan, strategi perancangan yang akan dirancang yaitu dengan menyampaikan informasi mengenai mengenal karakter pasangan dalam rumah tangga. Diharapkan dari perancangan media informasi ini dapat menjadikan khalayak sasaran mempunyai pengetahuan yang cukup untuk mulai membina rumah tangga bersama pasangannya. Sehingga apabila mengetahuinya rumah tangga yang akan dibina atau sudah dibina dapat menjadi keluarga yang bahagia, jauh dari kesalahpahaman dan antara pasangan dapat saling memahami.

Oleh karena itu dibutuhkan sebuah strategi perancangan untuk membuat suatu solusi yang tepat sebagai alat penyampaiannya agar diterima oleh khalayak sasaran. Maka strategi perancangan yang akan dipilih yaitu dengan menggunakan 2 pendekatan, yaitu perdekatan karakter dan pendekatan simbol. Kedua pendekatan tersebut diharapkan agar menjadi suatu daya tarik dan juga pelengkap dalam penyampaian informasi. Sehingga informasi yang disampaikan mudah untuk diingat dan juga terlihat menarik.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi ini yaitu untuk menginformasikan juga untuk lebih mengenalkan kepada khalayak sasaran mengenai mengenal karakter pasangan secara mendalam. Diharapkan agar khalayak sasaran dapat menerapkan pengetahuan tersebut ketika sudah menikah.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam rancangan media informasi ini yaitu dengan menggunakan dua metode yaitu pendekatan komunikasi visual dan pendekatan komunikasi verbal.

- Pendekatan komunikasi Visual

  Pendekatan visual yang dipilih dalam perancangan media informasi ini yaitu mengunakan visual gaya ilustrasi. Penggambarannya menggunakan ilustrasi vektor 2 dimensi yang dipadukan dengan teks, warna serta elemen pendukung lainnya yang dirancang secara menarik sehingga mudah dipahami dan juga memberikan sensasi yang berbeda kepada khalayak sasaran.

- Pendekatan Komunikasi Verbal

  Pendekatan verbal yang akan digunakan dalam media informasi ini yaitu mengunakan bahasa Indonesia, bahasa yang mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Bahasa Indonesia digunakan karena merupakan bahasa nasional sehingga akan lebih mudah untuk dimengerti oleh khalayak sasaran.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatori dari perancangan informasi mengenai mengenal pasangan dalam rumah tangga ini bekerjasama dengan Lembaga Konsultasi Kesejahteraan Keluarga (LK3). Lembaga ini merupakan program kesejahteraan sosial dari Kementrian Sosial. Fungsi dari lembaga ini yaitu sebagai media konsultasi bagi individu maupun keluarga yang mengalami masalah sosial psikologis dalam rumah tangga atau keluarganya. Seiring dengan perkembangannya, masalah yang biasanya ditangani oleh lembaga LK3 ini yaitu masalah perceraian, sosial psikologis, masalah ekonomi, dan masalah sosial lainnya. Semua permasalahan tersebut dapat diselesaikan dengan merujuk ke lembaga yang relevan dalam menyelesaikan masalahnya.



Gambar III.1 Logo LK3

Sumber: https://www.kemsos.go.id/

Diakses pada (23/5/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan buku ini adalah sebagai berikut:

- Definisi Karakter.
- Definisi Suami dan Istri.
- Definisi Rumah Tangga.
- Mengenal Karakter Pasangan Secara Umum.
- Jenis-jenis Kepribadian Manusia.
- Karakter Ideal dalam Membehagiakan Pasangan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Dalam perancangan ini gaya bahasa yang digunakan menggunakan gaya bahasa repetisi, yaitu pengulangan kata-kata di dalam kalimat atau informasi yang disampaikan. Hal tersebut karena dirasa perlu untuk memberikan penekanan makna agar informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Gaya bahasa repetisi tersebut digunakan pada beberapa kalimat yang tersaji pada media utama.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi yang digunakan dalam pembuatan media utama dan media pendukung, yaitu dengan menggunakan ilustrasi dengan gaya vektor yang sederhana. Adapun strategi kreatif yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- *Headline*

  Headline yang digunakan pada buku ini yaitu " Mengenal Karakter Pasangan". Penambahan *headline* ini bertujuan agar khalayak sasaran merasa penasaran dengan informasi yang disampaikan.

- *Subheadline*

  Subheadline yang digunakan pada buku ini yaitu *"*Cara Mudah untuk Memahami Pasangan dalam Rumah Tangga*". Subheadline* ini bertujuan agar khalayak sasaran lebih tertarik dan penasana dengan informasi yang disampaikan di dalam buku.

- Visualisasi



Gambar III.2 Contoh Pendekatan Visual

Sumber: https://id.pinterest.com/pin/454300681146724962/

Diakses pada (23/5/2018)

Visualisasi dapat diartikan sebagai pesan yang diterjemahkan kedalam bentuk visual yang dapat dilihat dengan indra penglihatan. Secara visual buku ini

menggunakan ilustrasi bentuk vektor 2 dimensi. Tujuan dari pemilihan visualisasi tersebut bertujuan agar pesan yang disampaikan lebih efektif, sehingga khalayak sasaran merasa tidak merasa bosan pada saat melihat informasi yang disampaikan.

III.2.7 Strategi Media

Strategi dalam pemilihan media dari penelitian ini merupakan suatu bentuk untuk menyampaikan informasi dengan menambahkan gaya visual dengan teknik ilustrasi. Dalam perancangan media informasi ini, terdapat beberapa media yang disajikan berupa media utama dan media pendukung.

Media utama yang dipilih dalam perancangan ini yaitu berupa buku ilustrasi. Buku merupakan sumber ilmu yang dapat menyampaikan suatu informasi bagi pembacanya yang terdiri dari beberapa lembar yang berisi berupa tulisan dan gambar yang disatukan atau dijilid. Alasan memilih buku sebagai media utama karena dapat memuat informasi secara lengkap, sehingga pembaca lebih mudah untuk memahami informasi yang disampaikan.

Media pendukung dalam perancangan media informasi ini ditujukan untuk memperkuat keberadaan media utama dan agar informasi yang disampaikan dapat lebih dekat kepada khalayak sasaran. Media pendukung yang dipilih diantaranya:

- *X-banner*

  Media ini memuat informasi mengenai seminar yang akan diselenggarakan oleh pihak Lembaga Konsultasi Kesejahteraan Keluarga (LK3) yang digunakan sebagai media penanda lokasi pada saat mulai berlangsungnya acara.

- Poster dan *e-Poster*

  Media ini bertujuan untuk lebih mengenalkan kepada masyarakat mengenai keberadaan buku mengenal karakter pasangan. Poster ini berisikan tentang

informasi untuk kegiatan seminar dan acara peluncuran buku dari Lembaga Konsultasi Kesejahteraan Keluarga (LK3).

- Iklan pada media sosial

  Iklan pada media sosial ini bersifat nonfisik yang disebarkan melalui akun Facebook dan Instagram. Media ini digunakan karena sebagian besar kalangan masyarakat masih menggunakan akun media sosial seperti Facebook dan Instagram. Oleh sebab itu media ini sangat membantu dalam menyebarkan informasi mengenai keberadaan media utama.

- Mug

  Selain digunakan untuk minum pada saat bersantai dengan keluarga, media ini juga dijadikan sebagai media *reminding*. Media pendukung ini dibagikan pada peserta yang bertanya pada program sosialisasi LK3. Media ini dapat membantu mengingatkan kembali khalayak sasaran pada media utama.

- *Totebag*

  Alasan memilih *totebag* karena selain dapat bermanfaat juga untuk memudahkan membawa suatu perlengkapan, awet dan mudah di rawat. Media ini juga dijadikan sebagai media *reminding*. Oleh sebab itu media ini dijadikan sebagai media pendukung karena keberadaanya yang sering digunakan khalayak sasaran juga dapat mengingatkan kembali pada media utama.

- Kaos

  Media ini juga dijadikan sebagai media *reminding*, karena media ini biasanya yang sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Seperti dalam keadaan bersantai, olahraga, mengurus rumah dan lain-lain.

- Stiker

  Media ini dapat dijadikan sebagai media *reminding*. Media ini dapat ditempelkan di beberapa tempat, seperti kulkas, kaca, kendaraan dan sebagainya. Media ini juga dapat mengingatkan kembali pada media utama.

- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci dipilih sebagai media pendukung karena sebagian besar ibu rumah tangga biasanya membutuhkan gantungan kunci untuk memberikan ciri khas pada kunci rumah atau kendaraannya. Sehingga mudah dikenali dan mudah terlihat. Gantungan kunci ini akan diberikan pada peserta yang mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh LK3.

- Pembatas Buku

  Pembatas buku ini digunakan sebagai pelengkap buku, yang berfungsi sebagai penanda pada buku. Sehingga apabila pada saat membaca buku tiba-tiba terhenti karena suatu hal, pembatas buku dapat menjadi solusi untuk memberikan tanda akhir baca.

- Jam Dinding

  Jam dinding merupakan media yang sering dilihat dalam mengatur suatu kegiatan yang akan dikerjakan. Media ini dijadikan sebagai media *reminding*, media yang bertujuan untuk mengingatkan kembali pada media utama. Media ini dibagikan kepada peserta yang aktif dalam kegiatan LK3.

- Kalender

  Media ini dijadikan sebagai media pendukung karena salah satu media yang biasanya sering dilihat oleh pasangan. Sehingga media ini dapat dijadikan sebagai pengingat kembali pada media utama. Selain itu kalender ini juga merupakan alat pengingat yang bertahan dengan jangka yang panjang.

- *Tupperware*

  Tupperware ini dijadikan sebagai media pedukung karena keberadaannya yang sering digunakan oleh khalayak sasaran. Sehingga media ini dapat dijadikan sebagai media pengingat kembali pada media utama. Media ini dibagikan kepada peserta yang aktif dalam kegiatan LK3.

- Pisau

  Media ini dapat dijadikan sebagai media pendukung, karena pisau sering digunakan khalayak sasaran ketika akan memasak. Sehingga media ini tepat dijadikan alat pengingat pada media utama.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dilakukan guna untuk menyebarkan informasi berupa suatu karya visual agar diketahui oleh khalayak sasaran. Dalam proses pendistribusian, lembaga konsultasi kesejahteraan keluarga di Jawa Barat dilibatkan dalam kegiatan ini. Hal tersebut bertujuan agar promosi yang dilakukan dapat tepat sasaran dan berjalan dengan baik. Untuk lebih melancarkan kegiatan agar berjalan dengan baik dan efektif, maka harus ada waktu pendistribusian media yang disusun secara sistematis.

Tabel III.2 Penyebaran Media

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Media	Atention	Interest	Search	Action	Share	Keterangan
	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	
Buku						Dibagikan pada saat kegiatan
X-banner						Tempat kegiatan berlangsung

Poster dan *e-Poster*						Media sosial & Mading Kecamatan
Akun Media Sosial						Dibagikan di media sosial
Mug						Dibagikan pada saat kegiatan
Totebag						Dibagikan pada saat kegiatan
Kaos						Dibagikan pada saat kegiatan
Stiker						Dibagikan pada saat kegiatan
Gantungan Kunci						Dibagikan pada saat kegiatan
Pembatas Buku						Dibagikan pada saat kegiatan
Jam Dinding						Dibagikan pada saat kegiatan
Kalender						Dibagikan pada saat kegiatan
Tupperware						Dibagikan pada saat kegiatan
Pisau						Dibagikan pada saat kegiatan

III.3 Konsep Visual

Konsep visual sangat dibutuhkan pada saat akan merancang sesuatu atau suatu media. Hal tersebut agar hasil dari media yang dirancang tidak hanya informatif tetapi juga terlihat menarik. Sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh

khalayak sasaran. Pendekatan visual pada bagian karakter menggunakan ilustrasi bergaya vektor 2 dimensi.

Sendangkan konsep yang digunakan pada desain tata letak bagian isi menggunakan salah satu gaya desain postmodern yaitu Memphis Style. Pemilihan gaya desain tersebut karena memiliki gaya yang unik dan terkesan modern. Gaya tersebut juga disesuaikan dengan keadaan khayalak sasaran yang lebih mengikuti perkembangan tren terbaru di lingkungan. Adapun beberapa konsep visual lain yang digunakan dalam perancangan media ini akan dipaparkan di bagian bab berikutnya.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan dalam perancangan media buku berukuran 14,8 cm x 21 cm. Hal tersebut dikarenakan agar buku mudah untuk dibawa apabila khalayak sasaran akan berpergian keluar rumah.

III.3.2 Tata Letak *(layout)*

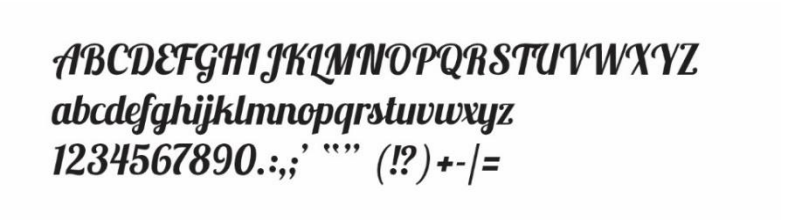
Layout merupakan salah satu hal yang utama dalam mendesain, apabila diartikan secara umum *layout* merupakan bidang atau tata letak ruang (Nathalia & Anggraini, 2014, h.74). Konsep *layout* bagian *cover* yaitu dengan menempatkan ilustrasi vektor yang dominan serta penyusunan informasi yang disusun secara vertikal dengan format *center*. Sedangkan konsep yang digunakan pada desain bagian isi selain menggunakan ilustrasi gambar juga menggunakan pola arah baca Z, karena dilihat dari budaya baca masyarakat Indonesia yang memulai dari arah kiri ke kanan.

III.3.3 Tipografi

Tipografi berasal dari bahasa Yunani yaitu *'typos'* dan *'graphe'*, apabila dalam kata kerja disebut pembentukan atau kreasi huruf. Sedangkan arti dari tipografi itu sendiri adalah bentuk tulisan ruang (Nathalia & Anggraini, 2014, h.51). Tipografi yang digunakan dalam konsep perancangan ini berjenis *Sans serif*, dikarenakan jenis *font* ini memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi sehingga tidak terlihat ramai ketika

diaplikasikan pada suatu media. *Font* yang digunakan diunduh dari internet. *Font* yang digunakan bersifat simulasi dalam pengerjaan Tugas Akhir.

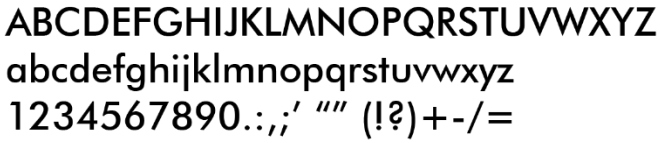
Lobster 1.3



Gambar III.3 Font Lobster 1.3
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pemilihan jenis huruf Lobster 1.3 ini karena desain *font* yang indah dan masih memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. Karakter huruf yang tebal dan indah ini diharapkan menjadi daya tarik bagi pembaca. Jenis *font* ini juga seakan memberikan kesan yang khas. Tipografi ini diunduh dari situs dafont.com dengan status *Open Font License* yang didesain oleh Pablo Impallari.

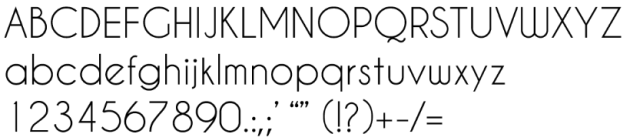
Futura Md BT



Gambar III.4 Font Futura Md BT
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pemilihan jenis huruf Futura Md BT ini karena memiliki karakteristik yang menarik, memiliki keterbacaan yang bagus. Sehingga memudahkan khalayak sasaran yang membaca informasi yang disampaikan. Tipografi ini diunduh dari situs www.fontsmarket.com dengan status lisensi gratis untuk personal yang didesain oleh Paul Renner.

Caviar Dreams



Gambar III.5 Caviar Dreams

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pemilihan jenis huruf Caviar Dreams ini karena memiliki karakter huruf yang tegas dan terkesan ringan dengan keterbacaan yang bagus. Sehingga memudahkan khalayak sasaran yang membaca informasi yang disampaikan. Tipografi ini diunduh dari situs dafont.com dengan status *license free* yang didesain oleh Lauren Thompson.

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kamus Bahasa Indonesia (2008), "Ilustrasi adalah gambar baik berupa foto atau lukisan untuk membantu memperjelas isi buku (karangan), tulisan (h.546). Konsep ilustrasi yang dipilih dalam perancangan media buku ini yaitu konsep ilustrasi berupa ilustrasi karakter 2 dimensi dengan gaya vektor yang sederhana. Dibawah ini merupakan referensi yang akan diterapkan pada ilustrasi yang akan dirancang.



Gambar III.6 Referensi Pasangan Laki-laki

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Ilustrasi yang ditampilkan pada perancangan media berupa karakter pasangan muda yang telah berumah tangga di daerah Bandung. Ciri khas yang akan diterapkan dari gambar di atas pada ilustrasi vektor yang akan dirancang yaitu dilihat dari gaya rambut dan bentuk wajah yang cenderung sedikit oval. Sedangkan ciri khas yang akan diterapkan pada ilustrasi vektor karakter perempuan yang akan dirancang yaitu dilihat dari gaya poni rambut dan bentuk wajah yang cenderung berbentuk oval.



Gambar III.7 Referensi Pasangan Perempuan

Sumber:https://www.Facebook.com/photo.php?fbid=434205329945382&set=a.325792940786622.80958.100000677560848&type=3&theater

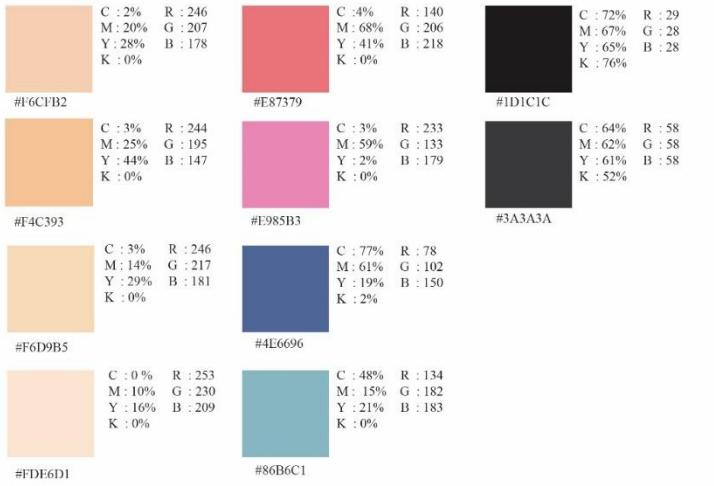
Diakses pada (23/5/2018)

Sedangkan pada bagian perancangan desain simbol, penentuan desain lebih di sesuaikan pada beberapa emosi yang ada pada 4 kepribadian manusia. Misalnya pada kepribadian Sanguinis yang Populer. Maka visualisasi yang dimunculkan pada desain simbol ini berupa visualisasi sedemikian rupa yang diangap sesuai dengan penggambaran kepribadian tersebut dengan memanfaatkan penggabungan antara garis lurus dan garis lengkung. Begitu pun dengan desain simbol kepribadian yang lainnya, semuanya disesuaikan dengan emosi yang berada pada masing-masing kepribadiannya.

Teknik ilustrasi dengan gaya vektor dipilih sebagai konsep ilustrasi dikarenakan gaya ini dapat menimbulkan kesan yang sederhana namun tetap menarik sehingga diharapkan khalayak sasaran tidak merasa bosan pada saat membaca media utama yang ditambahkan dengan ilustrasi gaya vektor tersebut.

III.3.5 Warna

Menurut Irawan, dan Tamara (seperti dikutip Ramdani, 2017) “Warna dapat diartikan secara fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan”. Warna dominan yang digunakan dalam pembuatan buku mengenal karakter pasangan adalah warna cerah, beberapa diantaranya seperti warna merah dan biru. Warna merah dapat disimbolkan sebagai warna hati, memberikan kesan semangat, gairah. Sedangkan warna biru merupakan warna langit yang memberikan kesan ketenangan dan kepercayaan.



Gambar III.8 Warna Utama

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)