BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Perlunya penentuan khalayak sasaran dimaksudkan agar perancangan media dan pesan dapat tersampaikan kepada audiens dengan tepat dan efektif. Maka dari itu dalam menentukan target khalayak terdiri dari tiga aspek yaitu demografis, psikografis, dan geografis sebagaimana di bawah ini:

- Demografis

  Usia : Remaja 15 - 21 Tahun. Sa'id (seperti dikutip Megawati, 2015) membagi fase ramaja menjadi tiga fase dan usia 15 - 21 tahun merupakan usia remaja pertengahan sampai remaja akhir.

  SES : Menengah - atas.

  Pekerjaan : Masyarakat Umum/ Pekerja/ Pelajar.

  Pendidikan : Mengutamakan target audiens dengan taraf pendidikan SMA atau sederajat.

  Gender : Laki-laki dan Perempuan.

- Psikografis

  Sa'id (seperti dikutip Megawati, 2015) menyatakan bahwa secara psikologi para remaja membutuhkan kehadiran seorang teman dan senang jika mendapatkan banyak teman. Selain itu pada fase ramaja menjadi masa penentuan jati diri dan senang mencari perhatian. Para remaja juga memikirkan posisi mereka di masyarakat serata menganut nilai-nilai kedewasaan. Salah satu penerapan pada media utama yaitu desain di bagian judul sampul buku, di mana bagian judul buku didominasi oleh warna kuning. Warna kuning memiliki karakteristik yang menonjol dan bisa menjadi titik perhatian, selain itu warna kuning juga meyimbolkan warna persahabatan dan kegembiraan (Anggraini dan Kirana, 2016).

- Geografis

  Secara geografis khalayak sasaran ditujukan untuk seluruh Indonesia, terutama kota Bandung, Jawa Barat. Jumlah remaja di kota Bandung yang cukup banyak mulai dari pelajar tingkat SMP, SMA, ataupun mahasiswa.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan cara untuk menyampaikan pesan dan informasi mengenai permasalahan ataupun isu yang tengah menjadi perhatian ke pada khalayak sasaran. Selain itu strategi perancangan dimaksudkan agar pesan dan informasi dapat diterima oleh khalayak sasaran melalui ide kreatif.

Isu permasalahan yang tengah menjadi perhatian saat ini yaitu generasi Z yang merupakan generasi digital. Dengan munculnya permasalahan di mana remaja generasi Z menghabiskan banyak waktu pada media-media digital (contoh: ponsel pintar) yang berdampak pada kemampuan komunikasi dan bersosialisasi. Perlunya informasi ke pada masyarakat tentunya diharapkan agar para remaja lebih bijak lagi dalam memanfaatkan perkembangan teknologi telekomunikasi yang saat ini tengah menjadi bagian dari keseharian masyarakat. Pemilihan media informasi berupa buku yang berisi informasi tentang generasi Z dengan penyampaian pesan secara informatif dan memberi wawasan kepada masyarakat.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital" ini yaitu untuk menginformasikan ke pada masyarakat tentang generasi Z sebagai generasi yang hidup di era digital. Buku ini bertujuan untuk menginformasikan mengenai dampak kurang intensnya sosialisasi di dunia nyata akibat tidak seimbangnya waktu yang dihabiskan di dunia maya dan dunia nyata pada psikologis maupun aspek sosial para anggota generasi Z. Diharapkan pesan yang tersampaikan dalam buku ini dapat menjadi cerminan bagi para remaja generasi Z ataupun para orang tua dari anak-anak generasi Z agar bisa menjadi pembimbing dalam masa tumbuh kembang anak-anak generasi Z.

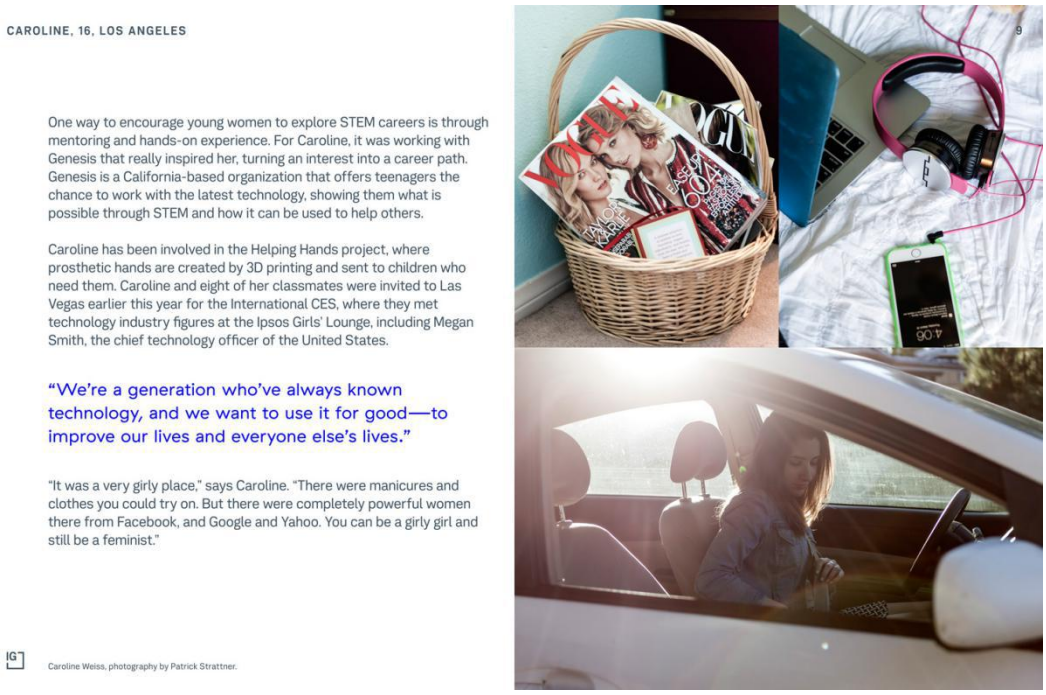
III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Agar pesan dan informasi dalam perancangan buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital" bisa tersampaikan dengan baik maka dilakukan pendekatan komunikasi. Pendekatan komunikasi dibagi atas pendekatan komunikasi visual dan komunikasi

verbal, di mana narasi dan visualisasi (ilustrasi dan fotografi) yang terdapat pada konten buku saling memperjelas satu sama lain.

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan Visual akan menggunakan teknik fotografi *story* dan *clip art* untuk mengisi konten visual pada buku. Penggunaan teknik fotografi ini bertujuan untuk menceritakan hal-hal yang tengah nyata menjadi isu dan permasalahan yang terjadi pada generasi Z. Sedangkan penggunaan *clip art* sebagai visual pendukung agar muatan pesan pada buku tidak terlalu kaku dan menarik bagi khalayak sasaran remaja. Berikut ini merupakan contoh referensi visual fotografi dan *clip art* sebagai visualisasi pendukung pada buku.



Gambar III.1 Contoh Referensi Visual Fotografi Remaja Generasi Z Karya Patrick Strattner
Sumber: http://news.patrickstrattner.com/2015/06/02/caroline-weiss/
(Diakses pada: 21/06/2018)



Gambar III.2 Contoh Referensi Visual *Clip Art* Sebagai Visual Pendukung
Sumber: https://stores.org/2017/05/30/they-say-they-want-a-revolution/
(Diakses pada: 21/06/2018)



Gambar III.3 Contoh Referensi Visual Berupa Karakter Dengan Gaya Visual *Vector*
Sumber:
https://cdn3.vectorstock.com/images/1000x1000/10/12/21201012.jpg?download=1
(Diakses pada: 21/06/2018)

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Komunikasi adalah pengungkapan respons melalui simbol-simbol verbal (Dance, 1970). Pendekatan komunikasi verbal akan menggunakan pendekatan verbal dari sudut pandang remaja. Di mana materi pesan disampaikan dengan bahasa Indonesia non-formal untuk memperjelas muatan pesan yang terkandung pada visual dalam buku.

III.2.3 Mandatory

Agar buku dapat terdistribusi dengan baik kepada masyarakat tentunya dibutuhkan kerja sama dengan salah satu penerbit ternama di Indonesia. Dalam perancangan buku ini bekerjasama dengan PT.Gramedia Pustaka Utama sebagai penerbit yang akan menerbitkan buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital". PT.Gramedia Pustaka Utama merupakan salah satu penerbit buku nasional yang telah dikenal oleh masyarakat Indonesia. Selain itu juga perancangan ini bekerja sama dengan toko buku gramedia sebagai pusat penjualan dan penyebarluasan buku. Toko buku gramedia memiliki jaringan yang luas di Indonesia dan sudah sangat dikenal oleh masyarakat.



Gambar III.4 Logo Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama
Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Gramedia_Pustaka_Utama
(Diakses pada: 22/06/2018)

Logo ini merupakan logo dari penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama yang biasa mencetak buku-buku terbitan dari gramedia.



Gambar III.5 Logo Toko Buku Gramedia
Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Gramedia_(toko_buku)
(Diakses pada: 06/07/2018)

Sedangkan logo ini merupakan logo dari toko buku Gramedia, di mana buku yang telah terbit didistribusikan dan dijual di toko-toko buku Gramedia.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan pada buku ini yaitu pada bagian awal buku akan membahas dan memperkenalkan mengenai siapa itu generasi Z untuk membuka wawasan pembaca. Pada bagian selanjutnya akan membahas mengenai generasi Z sebagai generasi yang lahir dan besar di era digital serta pengaruhnya terhadap aktivitas sehari-hari. Pada bagian ketiga pembaca akan disuguhi dengan isu-isu serta permasalahan yang dihadapi oleh generasi Z, seperti sulit terlepas dari ponsel, peran teman-teman serta lingkungan. Sedangkan pada bagian akhir akan membahas mengenai peran orang tua dan pentingnya bersosialisasi bagi generasi Z agar menjadi generasi yang kompeten pada aspek sosial dan komunikasi. Inti dari pesan yang ingin disampaikan pada buku ini adalah mengenai kritik terhadap perilaku para remaja generasi Z yang kurang bijak dalam memanfaatkan waktu antara dunia nyata dan dunia maya, sehingga muncul pertanyaan apakah hal ini akan terus berlanjut atau selayaknya dijadikan cerminan agar menjadi pembelajaran di masa mendatang.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa naratif. Penggunaan gaya bahasa naratif untuk menceritakan suatu kondisi atau keadaan. Konten dalam buku sendiri menggunakan gambar yang mengilustrasikan suatu kondisi dari fenomena yang terjadi. Sehingga teks dan gambar pada buku saling memperjelas satu sama lain.

III.2.6 Strategi Kreatif

Agar pesan dan informasi yang terdapat pada buku mudah diterima oleh khalayak sasaran maka diperlukan sebuah strategi kreatif untuk menonjolkan isu serta permasalahan yang dimuat dalam buku. Adapun strategi kreatif tersebut meliputi *copywriting, storyline, storyboard,* serta visualisasi yang akan dijabarkan pada subbab berikutnya.

III.2.6.1 *Copywriting*

Headline : *"*Gen.Z" Media informasi ini akan membahas mengenai generasi Z.

Subheadline : "Generasi Sosial Digital". Penggunaan subheadline ini didasari oleh anak-anak dan remaja generasi Z yang aktif bersosialisasi di dunia virtual. Jadi, konsep dari *subheadline* ini yaitu ingin menunjukan komunikasi sosial dari anggota generasi Z, khususnya para remaja. Dengan demikin penggunaan *subheadline* ini diharapkan dapat memperjelas informasi bagi khalayak.

III.2.6.2 *Storyline*

Storyline berisi mengenai rangkaian naskah serta cerita dari topik pembahasan yang akan dituangkan ke dalam buku. Berikut adalah *storyline* dari buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital":

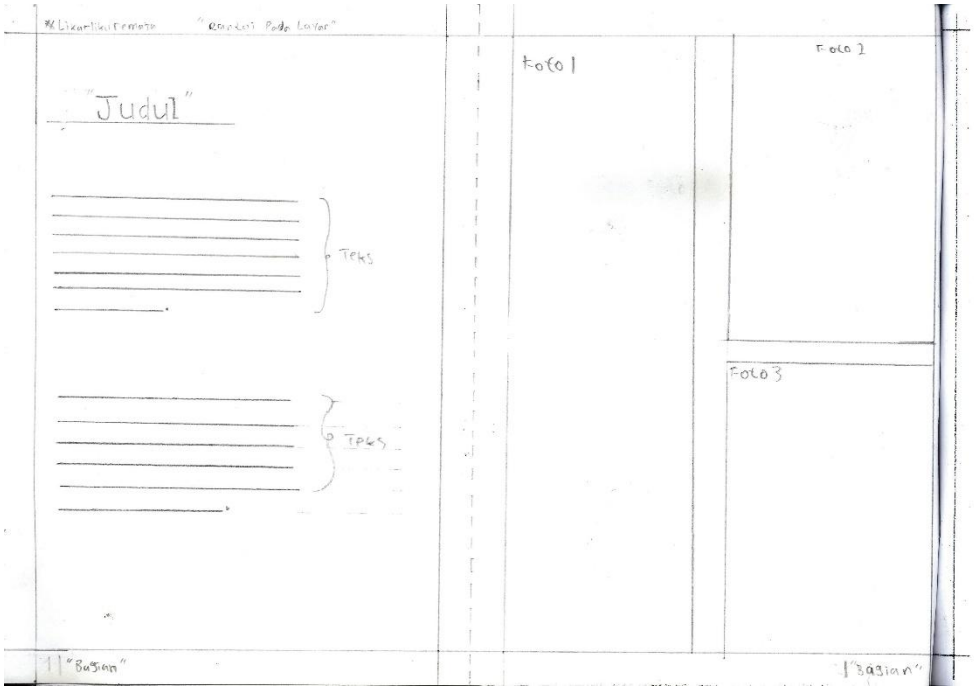
Tabel III.1 *Storyline*
Sumber: Data pribadi

Bagian	Gambar	Deskripsi
I Perkenalan	Foto anak-anak dan remaja generasi Z.	Menjelaskan dan memperkenalkan siapa itu generasi Z
	Ayah, ibu, dan seorang anak duduk bersama.	Membahas mengenai orang tua dari generasi Z.
	Informasi mengenai generasi *millenial*.	Menjelaskan sedikit tentang generasi *millenial*.
	Informasi mengenai generasi *Z*	Menegaskan kembali bahwa generasi Z berbeda dengan generasi *millenials.*
II Besa di era digital	Seorang anak dari generasi Z yang sedang menggenggam ponsel pintar.	Menceritakan tentang generasi Z sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang bersama dengan teknologi digital.
	Belajar dan mencari informasi melalui perangkat elektronik (ponsel dan komputer).	Internet sebagai fasilitas untuk mengakses serta mencari informasi yang dibutuhkan.
	Illustrasi magnet dan social meida.	Media social memiliki daya Tarik tersendiri bagi generasi Z.
	Setiap orang bisa saling terhubung.	Dengan perangkat yang terintegrasi dengan internet, semua orang bisa terhubung satu sama lain.
III Lika-liku remaja	Generasi Z sedang menggunakan ponsel.	Generasi Z yang senang menggunakan ponsel hampir setiap saat.
	Ponsel mengalihkan perhatian.	Ketika Ponsel mengalihkan perhatian setiap orang, cobalah untuk masuk dan mencari topik perbincangan.
	Berkumpul bersama, namun tetap saja asik dengan ponsel.	Waktu kebersamaan dengan teman dan keluarga seharusnya bisa menjadi momen yang baik untuk generasi Z agar bisa berbaur dan berinteraksi dengan orang lain di

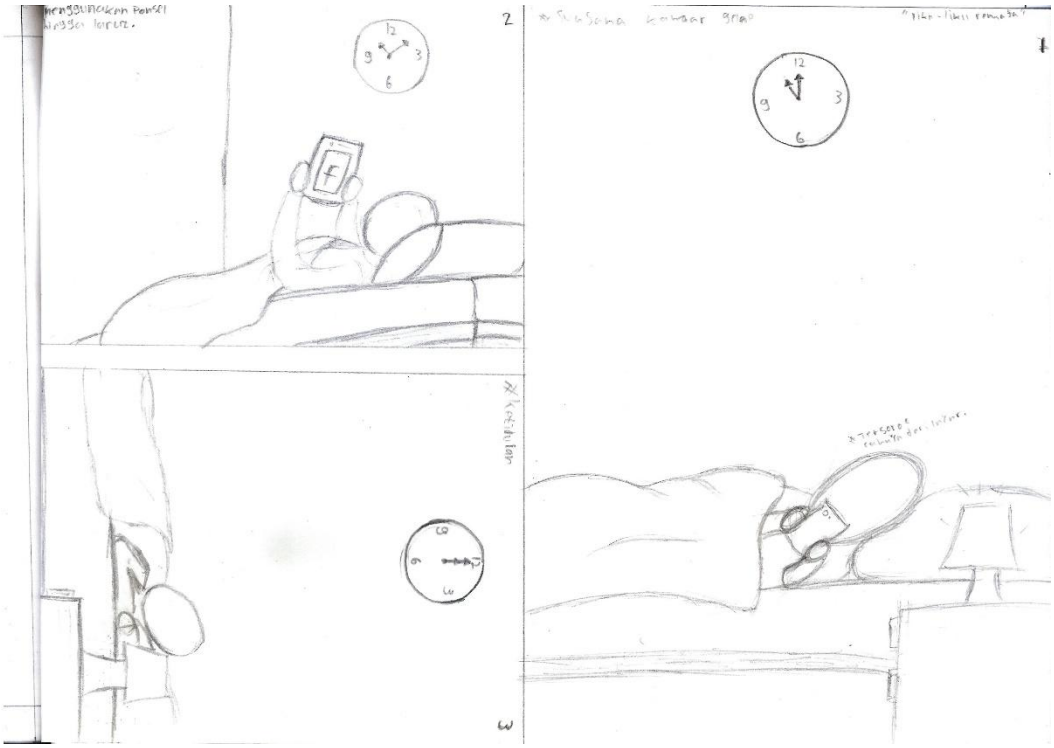
		dunia nyata.
	Ilustrasi tangan ayng tenggelam pada layar ponsel.	Menggambarkan suatu kondisi seseorang tengah terjebak di dunia maya.
IV Di ujung jalan	Orang tua yang sedang menemani anaknya saat menggunakan ponsel.	Peran orang tua dalam membimbing anak-anak generasi Z.
	Orang tua yang sedang berdiskusi dan mengobrol dengan anaknya.	Peran orang tua dalam membimbing para remaja generasi Z.
	Beraktifitas di luar rumah.	Foto tentang beberapa hal yang bisa dilakukan bagi generasi Z selain hanya menonton dan menggunakan ponsel saja.
	Penutupan.	Kesimpulan dan pesan singkat.

III.2.6.3 *Storyboard*

Storyboard adalah sketsa awal dari *storyline* yang menjadi acuan untuk visualisasi akhir. Berikut merupakan beberapa *storyboard* dari buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital":



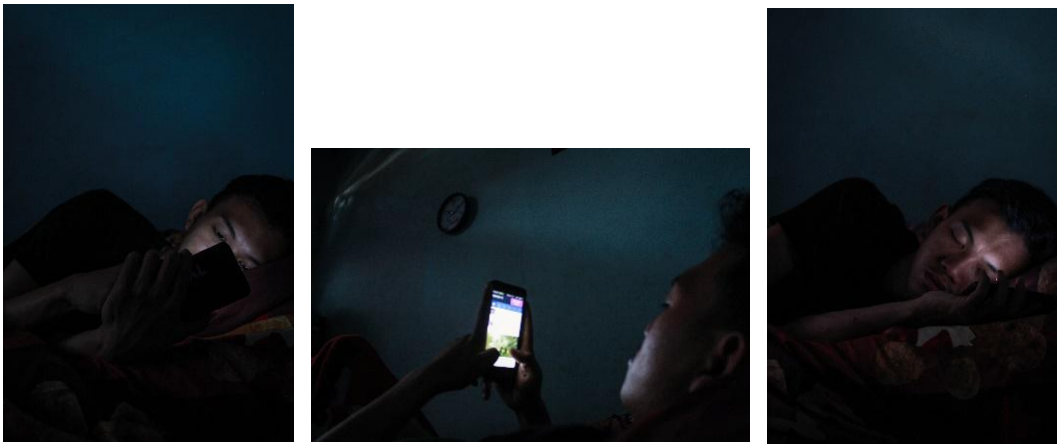
Gambar III.6 Salah Satu Sketsa pada *Storyboard* untuk Tata Letak
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar III.7 Salah Satu Sketsa Adegan pada S*toryboard* untuk Foto
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.2.6.4 Visualisasi

Visualisasi bertujuan untuk menuangkan ide dan pesan yang sudah digagas ke dalam bentuk visual. Pada buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital" ini menggunakan beberapa visualisasi yang terinspirasi dari berbagai sumber referensi. Berikut adalah visualisasi dari buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital":



Gambar III.8 Visualisasi Foto Untuk Isi Buku
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar III.9 Visualisasi pada Bagian Sampul Depan Buku
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar III.10 Visuaslisasi Karakter Dengan Desain *Vector*
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.2.7 Strategi Media

Media yang akan digunakan dibagi menjadi dua bagaian, yaitu media dutama dan media pendukung, sebagaimana diuraikan di bawah ini:

- Media Utama

  Media utama berupa buku berujudul "Gen.Z: Generasi Sosial Digital". Judul ini diambil dengan berdasarkan konsep para remaja generasi Z sebagai generasi *digital native*, para remaja generasi Z beraktifitas dan bersosialisasi di dunia nyata dan dunia digital hampir setiap saat. Kontennya akan berisi tentang kondisi atau situasi para anggota generasi Z di manapun dan kapanpun selalu terkoneksi dengan dunia digital melalui ponsel. Buku ini dihadirkan dengan visualisasi melalui karya fotografi dan ilustrasi.

- Media Pendukung

  Untuk media pendukung akan dipilih berdasarkan fungsionalitas serta minat target audiens itu sendiri. *Merchandise* bisa didapatkan ketika melakukan pembelian buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital" Di toko buku Gramedia (pembeli bisa memilih salah satu dari berbagai macam *merchandise* yang tersedia). Beberapa media pendukung yang akan digunakan sebagai berikut:

1. *X-banner*

   X-banner digunakan ketika buku pertama kali diterbitkan dan di simpan di toko buku (di depan toko dan area dekat rak buku) untuk memberikan informasi rilis ke pada khalayak.

2. Poster

   Poster sebagai media pendukung dipilih guna memberikan informasi tentang buku dan penerbitannya. Selain itu penggunaan poster juga untuk menjangkau khalayak sasaran secara langsung dengan menempatkan poster di area-area yang sering di lalui oleh khalayak sasaran (contoh: mading).

3. *Tote bag*

   Tote bag dipilih sebagai salah satu *merchandise* yang bisa didapatkan ketika melakukan pembelian buku. *Tote bag* bisa digunakan oleh khalayak sasaran untuk membawa barang ketika berpergian ataupun hanya untuk sekedar menyimpan barang.

4. Kaos

   Kaos dipilih sebagai salah satu *merchandise*. Kaos bisa didapatkan dipakai oleh khalayak sasaran untuk pakaian sehari-hari. Pemilihan Kaos sebagai *merchandise* karena *Kaos* biasa digunakan oleh para remaja sebagai pakaian sehari-hari.

5. Tumbler

   Tumbler dipilih sebagai salah satu merchandise dalam pembelian buku. Tumbler bisa digunakan oleh khalayak sasaran ketika sedang beraktifitas diluar ruangan ataupun saat pergi ke sekolah.

6. *Hardcase* untuk ponsel

   Pemilihan *hardcase* ponsel sebagai merchandise karena khalayak sasaran biasanya sudah memiliki ponsel pribadi masing-masing. Pemilihan *hardcase* ponsel juga agar khalayak sasaran bisa lebih tertarik membeli buku “Gen.Z: Generasi Sosial Digital”.

7. Pembatas buku

   Pembatas buku bisa digunakan oleh khalayak sasaran untuk menandai halaman yang terakhirkali dibaca. Pembatas buku akan diberikan secara gratis disetiap pembelian buku.

8. Gantungan kunci

   Gantungan kunci bisa diperoleh setiap pembelian buku. Gantungan kunci akan diberikan secara gratis disetiap pembelian buku selama persediaan masih ada. Gantungan kunci bisa digunakan oleh khalayak sasaran sebagai hiasan di tas sekolah ataupun dipasangkan di kunci rumah atau kamar.

9. *Sticker*

   Sticker akan diberikan secara gratis disetiap pembelian buku bersams dengan pembatas buku.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Penyebaran Media

Pendistribusian buku bekerja sama dengan PT.Gramedia Pustaka Utama dan Toko buku Gramedia. PT Gramedia Pustaka Utama selaku penerbit buku, selanjutnya buku didistribusikan ke toko-toko buku Gramedia untuk dijual. Selain itu buku ini juga dapat diperoleh di bazar-bazar dan tersedia di *booth* khusus untuk penjualan buku ini.

Penyebaran media pendukung dan *merchandise* mengikuti alur penyebaran media utama. Penyebaran *merchandise* akan diberikan kepada khalayak sasaran yang memperoleh buku saat awal rilis dan promosi. Adapun alur pemberian *merchandise* sebagai berikut:

- *Kaos, Tote bag*, *hardcase,* dan tumbler akan diberikan kepada 20 orang yang melakukan pembelian pertama saat buku diterbitkan yang dapat diperoleh di toko buku Gramedia. Pembeli berhak memilih salah satu dari keempat *merchandise* tersebut.
- *Sticker*, gantungan kunci, dan pembatas buku akan diberikan secara gratis pada saat pembelian buku di toko buku gramedia. Khusus untuk

gantungan kunci dan *sticker* bisa diperoleh pembeli selama persediaan masih ada. Sementara itu pembatas buku akan diberikan satu paket dengan buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital".

Berikut ini tabel jadwal pendistribusian media:

Tabel III.2 Tabel Distribusi Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Jenis Media	Media	Juli				Agustus				September			
Media Utama	Buku												
Media Promosi	Poster												
	X-banner												
Merchandise	*Tote bag*												
	Kaos												
	Tumbler												
	Hardcase												
	Pembatas buku												
	Gantungan kunci												
	Sticker												

Keterangan:

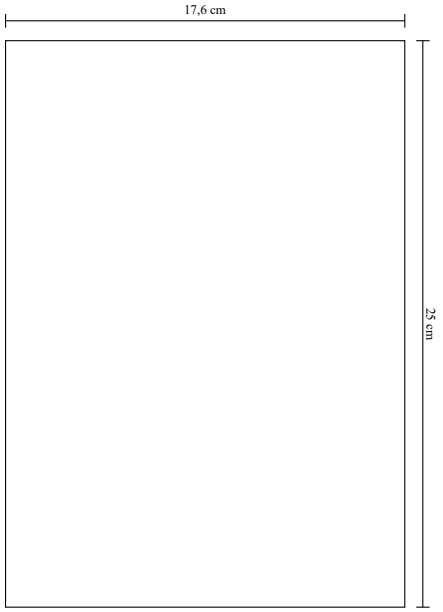
Buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital" akan diterbitkan mulai dari pertengahan bulan Juli 2018. Buku tersebut akan dijual di toko-toko buku dan juga melalui *direct selling* (contoh: pameran, bazar, *bookfair*). Media pendukung poster akan didistribusikan selama kurang lebih satu setengah bulan guna memberikan informasi mengenai peluncuran buku dalam kurun waktu satu setengah bulan, mulai dari dua minggu sebelum buku diterbitkan. Setelah itu *X-banner* akan turut didistribusikan bersama buku disaat buku pertama kali diterbitkan. Sementara itu *merchandise* akan diberikan ke pada khalayak yang melakukan pembelian buku selama persediaan masih ada dalam kurun waktu yang diperkirakan hanya tersedia kurang lebih di satu setengah bulan pertama saja. Sedangkan pembatas buku akan tersedia dalam satu paket bersama dengan buku.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual dalam perancangan buku "Gen.Z: Generasi Sosial digital" ini menggunakan konsep buku dengan menyajikan informasi berupa visual gambar dan teks. Format pada buku menggunakan orienteasi buku portrait. Konsep desain selengkapnya akan dijelaskan pada sub-bab selanjutnya.

III.3.1 Format Desain

Buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital" dibuat dengan ukuran 17,6 cm x 25 cm atau ukuran B5. Ukuran ini disesuaikan dengan ukuran yang tidak terlalu besar ataupun terlalu kecil namun tetap memiliki ruang pandangan yang cukup. Selain itu ukuran B5 tidak terlalu memakan banyak tempat sehingga mudah dibawa oleh pembaca.

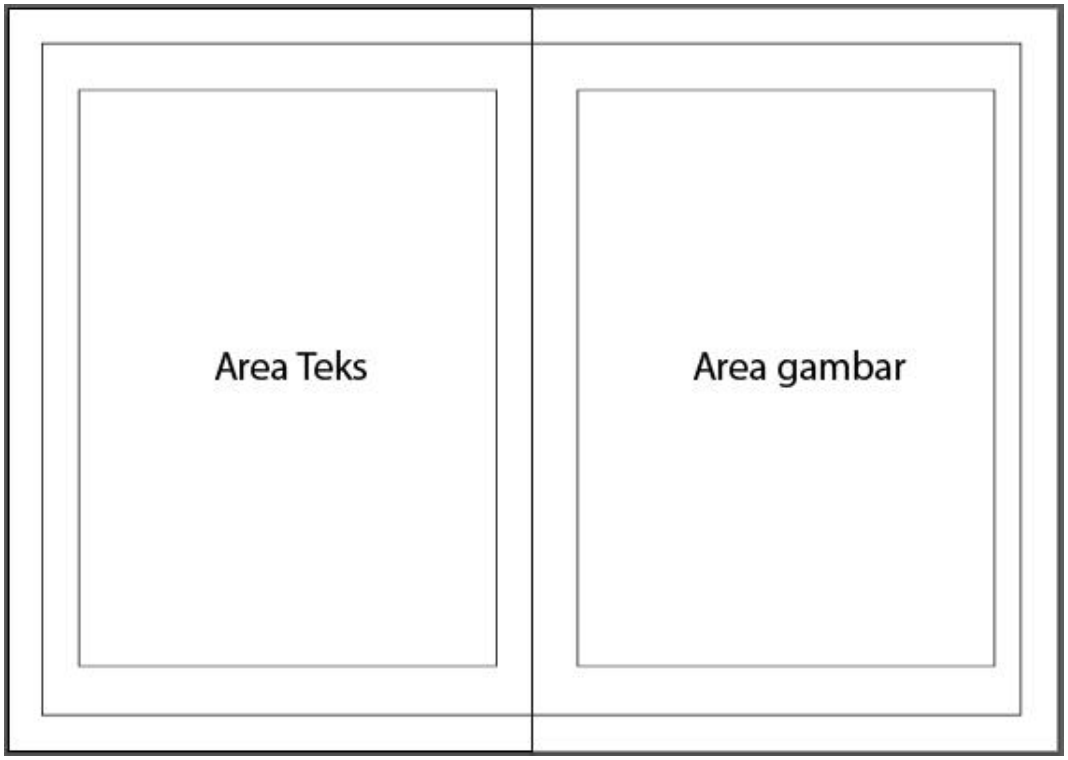


Gambar III.11 Ukuran Buku 17,6 cm x 25 cm (WxH)
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.3.2 Tata Letak

Menurut Gavin Amborse dan Paul Harris (seperti dikutip Anggraini, 2016) Tata letak *(layout)* adalah penyusunan elemen-elemen dasain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistic. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang (h.74).

Dalam perancangan buku ini tata letak *(layout)* merupakan hal yang sangat penting karena dengan mengatur tata letak maka ruang yang tersedia pada setiap halaman bisa dimanfaatkan sebaik mungkin. Selain itu dengan menggunakan tata letak *(layout)* akan menjadikan buku lebih terstruktur dan sistematis.



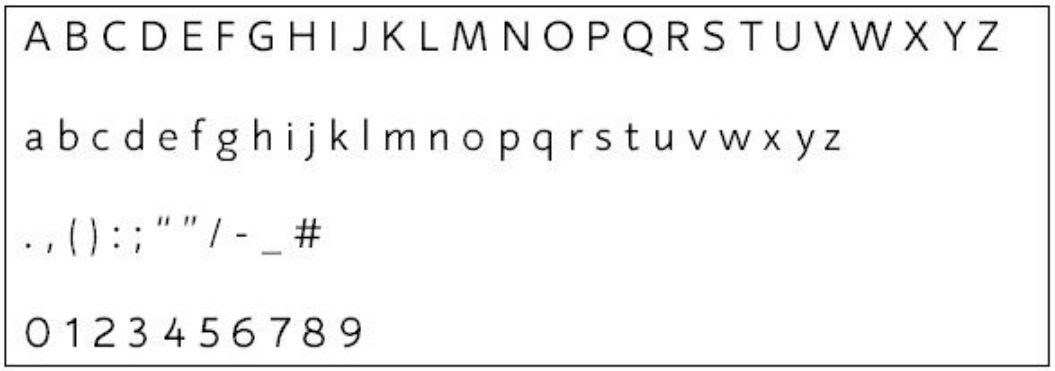
Gambar III.12 Tata Letak Pada Media Utama
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.3 Tipografi

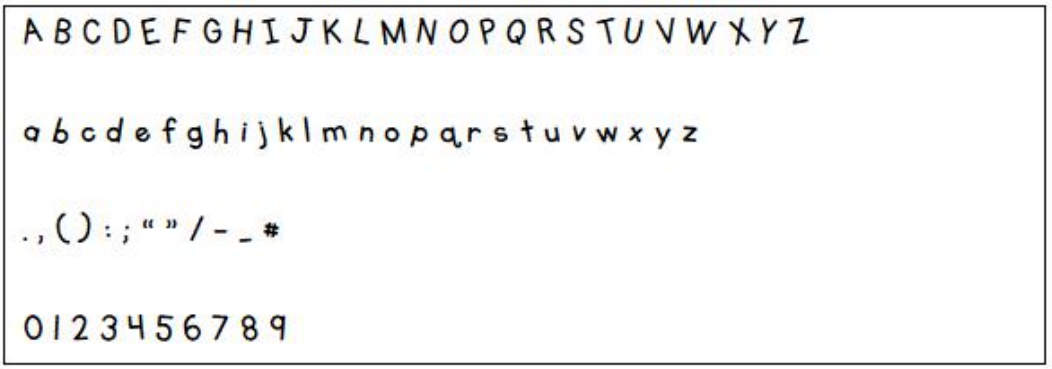
Secara harfiah tipografi memiliki arti "bentuk tulisan" (Anggraini, 2016, h.51). selain itu tipografi juga menjadi bagian yang sangat penting bagi masyarakat modern saat ini. Adanya kebutuhan untuk melihat hal yang lebih indah dari sekadar huruf menjadikan huruf-huruf dibuat seindah mungkin demi memberikan seni dan keindahan semaksimal mungkin (Anggraini, 2016, h.50).

Dalam pernacangan buku ini menggunakan perpaduan dari beberapa *font* diantaranya *KG Primary Whimsy, Mirror, 82* dan *Typo Round Regular Demo*. *Mirror 82* merupakan *font* berjenis serif yang digunakan untuk *bodytext. KG Primary Whimsy* digunakan pada judul di setiap halaman pada isi buku. *KG Primary Whimsy* adalah salah satu *font* yang memiliki sudut kemiringan yang

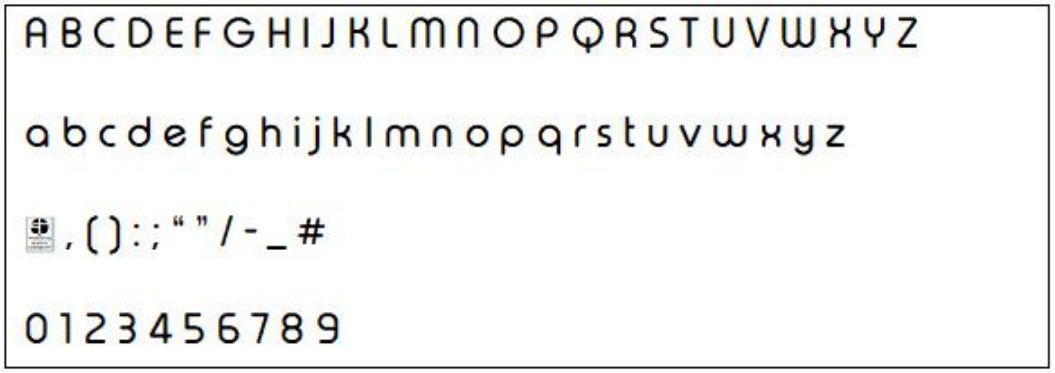
berbeda di setiap huruf sehingga bisa memberikan kesan yang tidak kaku. Sedangkan *font Typo Round* digunakan pada beberapa bagian buku (contoh daftar isi).



Gambar III.13 *Font Mirror 82,* oleh Igor Kosinsky dengan Lisensi 100% *Free*
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar III.14 *Font KG Primary Whimsy,* oleh Kimberly Geswein dengan Lisensi *Free For Personal Use*
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar III.15 *Font Typo Round,* oleh Studio Typo dengan Lisensi *Free For Personal Use*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Menurut KBBI ilustrasi adalah gambar (foto, lukisan) untuk memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya. Ilustrasi pada buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital" menggunakan bebrapa ilustrasi yaitu tehnik fotografi *story* dan ilustrasi digital *(vector)*.

Penggunaan tehnik fotografi *story* untuk menggambarkan pesan yang dirangkai dalam beberapa foto sehingga menyusun sebuah cerita. Pemilihan fotografi sebagai ilustrasi juga didasarkan pada pesan yang harus diilustrasikan secara nyata. Ilustrasi lainnya adalah dengan menggunakan tehnik *vector* untuk memvisualkan karakter yang ada pada buku. Visual pada karakter menggunakan ilustrasi *flat-design* agar lebih sederhana dan cocok dengan khalayak sasaran, yaitu remaja.

a. Studi karakter

Penggambaran karakter terinspirasi dari berbagai macam sumber referensi. Salah satu sumber referensi yang digunakan dalam perancangan buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital" adalah gaya visual *flat-design* yang saat ini seringkali digunakan dalam beragai media, baik cetak ataupun digital. *Flat-design* menggunakan tehnik visualisasi yang menyederhanakan bentuk asli dari objek, namun penyederhanaan ini tidak menghilangkan identitas asli dari objek yang divisualisasikan.



Gambar III.16 Contoh Referensi Visual Berupa Karakter *Flat Design* 1
Sumber: https://creativemarket.com/Meilun/655693-Geek-Skater-Character-Flat-Design
(Diakses pada: 10/07/2018)



Gambar III.17 Contoh Referensi Visual Berupa Karakter *Flat Design* 2
Sumber:
https://cdn3.vectorstock.com/images/1000x1000/10/12/21201012.jpg?download=1
(Diakses pada: 21/06/2018)



Gambar III.18 Visuaslisasi Karakter Generasi Y dan Generasi Z dengan Visualisasi *Flat Design*
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar III.19 Referensi Fotografi Remaja Generasi Z Karya Patrick Strattner
Sumber: http://news.patrickstrattner.com/2015/06/02/caroline-weiss/
(Diakses pada: 21/06/2018)



Gambar III.20 Visualisasi Foto
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Visualisasi menggunakan fotografi potrait dengan menggunakan seorang *talent* sebagai model. teknis foto pada gambar III.20 sebagai berikut:

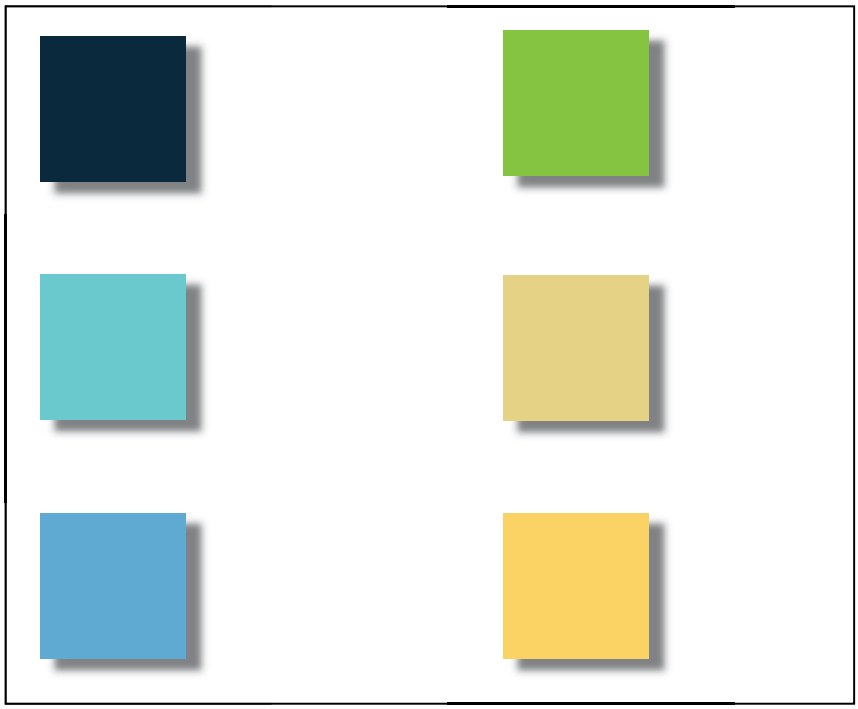
ISO : 1600

Shutter speed : 1/125

f : 2.0

III.3.5 Warna

Warna merupakan salah satu elemen yang penting dalam desain. Warna dapat menampilkan citra yang ingin disampaikan. Selain itu warna juga dapat menyampaikan pesan ataupun membedakan sifat secara jelas (Anggraini, 2016). Dalam perancangan buku "Gen.Z: Generasi Sosial Digital" ini warna-warna pada buku mayoritas menggunakan warna pastel. Penggunaan warna pastel menyesuaikan dengan khalayak sasaran. Warna toska diterapkan pada bagian sampul depan, punggung buku, serta sampul belakang.



Gambar III.21 Palet Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi