BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak mempunyai arti sebagai *audience*, khalayak sasaran disini dapat diartikan juga sebagai sekumpulan orang yang menjadi target dari suatu proses komunikasi. Dalam suatu proses perancangan tentunya khalayak sasaran sangat penting untuk dipertimbangkan, sehingga proses perancangan dapat menjadi bermanfaat.

Khalayak sasaran yang dituju adalah masyarakat yang mempunyai minat terhadap seni tato atau masyarakat yang menggunakan tato. Dalam menentukan khalayak sasaran yang dituju dapat dibagi berdasarkan dari segi demografis, psikogafis, dan geografis. Selain itu juga khayalak sasaran mempunyai pandanganya sendiri tentang permasalahan tato.

III.1.1 Demo Grafis

Pemilihan target audience secara demografis dilihat dari jenis kelamin, usia, pendidikan, dan agama. Maka target audiens yang akan dituju adalah sebagai berikut: masyarakat yang mempunyai ketertarikan dengan tato baik pengguna, *tatto artist*, dan orang yang baru merencanakan untuk di tato.

- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Umur : 20 – 35 tahun kelompok usia ini merupakan usia yang masih memiliki jiwa muda. Sehingga sangat besar kemungkinan untuk membuat tato pertamanya atau menambah tato.
- Kelas sosial : Mulai dari kelas ekonomi bawah hingga ke atas
- Pendidikan : Perguruan tinggi, SMA, dan sarjana
- Agama : Semua jenis agama yang ada. Walaupun ada beberapa agama yang melarang menggunakan tato tetapi faktanya larangan tersebut tidak di hiraukan.

III.1.2 Geografis

Memilih posisi geografis sangat menentukan media perancangan dan penyebaran media informasi tersebut. Secara geografis target audiens yang di tuju adalah masyarakat yang tinggal di kota-kota besar dengan sarana transportasi memadai, terdapat banyak studio tato yang memadai, perpustakaan baik di tempat nongkrong dan tempat pendidikan dapat ditemukan dengan mudah.

III.1.3 Psikografis

Target audiens yang dituju melalui psikografis adalah orang yang suka dengan fashion dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya. Selain itu mereka memilki jiwa muda yang kreatif dan ingin memamerkan hasil kreatif mereka kepada masyarakat yang ada di sekitarnya. Memiliki cita rasa yang tinggi terhadap seni.

III.I.4.1 Consumer Insight

Masyarakat membutuhkan pemahaman tentang arti simbol dalam tato sebagai pengetahuan dasar mereka untuk memandu dalam pemilihan simbol tato dan gaya visual yang akan digunakan.

III.I.4.2 Consumer Journey

- 08.00 Bangun
- 09.00 Berangkat melakukan aktifitas (kuliah atau kerja)
- 12.00 Istirahat, makan siang, dan nongkrong biasanya pada kegiatan ini target audiens sambil melakukan aktifitas buka internet, youtube, dan baca-baca
- 14.00 Lanjut beraktifitas sambil membuka media sosial facebook, Instagram, twitter, dll.
- 16.00 Selesai melakukan aktifitas biasanya mengobrol dengan teman kampus atau kantor sambil nongkrong
- 19.00 Sampai dirumah atau kost-kost an biasanya lanjut dengan kegiatan nonton youtube dan membuka media sosial

- 21.00 Istirahat biasanya sambil baca-baca dan chatting dengan grup kampus atau kantor
- 23.00 Tidur

Kesimpulan dari *consumer journey* diatas menunjukan bahwa khalayak sasaran mempunyai kegiatan diluar ruangan dan sangat aktif dalam media sosial dan rata-rata mereka merupakan pelajar dan pekerja.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat adalah perancangan media informasi untuk memudahkan masyarakat bertato dan masyarakat yang mempunyai minat dalam tato terkait penjelasan dan pemahaman arti simbol. Untuk itu, penulis membuat solusi dengan merancang sebuah buku ilustrasi yang didalamnya terdapat informasi dan arti yang terkandung dalam sebuah motif atau simbol. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat menginspirasi para *tato artist* ataupun individu yang akan membuat tato. sehingga masyrakat yang ingin membuat tato mempunyai konsep yang sempurna sebelum membuat tato.

Buku ini sangat penting dibaca oleh khalayak sasaran yang telah ditentukan agar lebih memahami secara utuh tentang infromasi simbol yang akan dibuat dan arti simbol atau motif agar tidak menyesal dikemudian hari. Berikut ini merupakan tahap-tahap strategi perancangan dalam membuat media informasi buku ilustrasi arti simbol okultisme Mesir dalam tato.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari pembuatan media informasi buku katalog symbol dan motif tato modern adalah sebagai berikut :

- Menginformasikan tentang pemahaman arti dan pengetahuan umum simbol okultisme Mesir dalam motif tato.
- Menjadi media referensi untuk *tattoo artist* dan masyarakat yang berminat pada tato.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam setiap strategi perancangan penting adanya pembahasan mengenai pedekatan komunikasi, agar perancangan menjadi terarah sesuai dengan sasaran khalayak. Pendekatan tersebut dikomunikasikan melalui pendekatan visual dan verbal, yang dipaparkan dalam pembahasan dibawah ini.

III.2.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan yaitu disesuaikan dengan sasaran khalayak, menggunakan Bahasa Indonesia agar dapat dimengerti oleh semua kalangan masyarakat. Adapun sebagian kata dan kalimat yang menggunakan Bahasa Inggris untuk istilah atau judul konten yang biasa digunakan dalam masyarakat bertato.

Selain itu pendekatan verbal yang dilakukan yaitu secara *direct*, yang dimaksud *direct* disini adalah pendekatan secara langsung dengan membuat judul buku ataupun rancangan yang mewakili dari isi buku. Hal tersebut dikarenakan tujuan dari perancangan ini adalah menyebarkan informasi kepada khalayak sasaran. Sehingga masyarakat bisa mengetahui isi buku ini hanya dengan melihat judulnya.

III.2.2.2 Pendekatan Visual

Pendekatan visual dalam perancangan ini adalah dengan membuat konsep buku dengan konsep visual yang terdapat dalam motif tato. Konsep visual yang akan digunakan adalah dengan menggunakan konsep motif tato *black work tatto*. *Black work tattoo* adalah motif tato yang sekarang sedang digemari oleh masyrakat bertato maupun masyarakat yang baru akan membuat tatto. Pada dasarnya *black work tatto* ini adalah sebuah pengembangan dari motif tato tribal ataupun tradisional.

Ciri khas dari motif *black work tattoo* ini adalah memiliki garis yang tegas, warna hitam blok yang digunakan untuk membuat warna dalam objek tersebut. Dengan menggunakan gaya desain *black work tattoo* diharapkan dapat menarik perhatian bagi para pembaca atau peminat tato. Selain itu alasan digunaknya gaya visual ini

adalah karena konten yang dibuat merupakan sebuah peradaban pada abad pertengahan.

Pendekatan visual ini tentunya diharapkan dapat menarik minat dari khalayak sasaran. Motif *black work tattoo* ini pada faktanya sedang digemari oleh masyarakat umum. Hal itu lah yang menjadi pertimbangan perancang untuk menggunakan gaya visual ini. Sehingga khalayak sasaran akan lebih merasa diakui keberadaanya didalam percangan ini.



Gambar III.1 Contoh gaya visual *blackwork* tatto
Sumber: http://nextluxury.com/mens-style-and-fashion/eye-horus-tattoo-designs-for-men/
(Diakses pada 04/07/2018)

III.2.3 Mandatory

Perancangan media informasi buku ilustrasi mengenai arti simbol okultisme mesir dalam tato ini akan melalukan hubungan kerja sama dengan pihak Paguyuban Tato Bandung. Paguyuban Tatto Bandung adalah sebuah komunitas tato yang ada dibandung.

Komunitas ini mempunyai pengikut di fecebook lebih dari 3000 orang, sedangkan menurut Kimik selaku ketua, komunitas ini memiliki lebih dari 300 orang member aktif dibandung. Komunitas ini biasanya menjadi wadah untuk orang-orang yang berminat dalam tato dari pemula hingga penggemar untuk bertukar informasi yang berkaitan dengan tato. Selain itu komunitas ini juga menjadi wadah untuk bersosialisasi tentang orang yang bertato kepada masyarakat umum melalui *event-event* yang diadakan.



Gambar III.2 Logo Paguyuban Tattoo Bandung
Sumber: http://2114075.blogspot.com/2015/12/paguyuban-tatto-bandung-ptb-orang.html
(Diakses pada 04/07/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan memiliki konten yang penting dalam sebuah perancangan buku ilustrasi ini. Materi pesan yang terdapat dalam buku ilustrasi ini mencakup informasi dari simbol okultisme Mesir secara mendalam dan arti simbol tersebut dalam tato.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa dalam konteks tertentu oleh orang tertentu dan untuk orang yang menjadi khalayak sasaran. Dalam buku ilustrasi ini gaya bahasa yang akan digunakan adalah bahasa yang sering digunakan dalam

kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dikarenakan untuk membuat informasi yang terdapat dalam buku ini tidak terlalu kaku.

III.2.6 Strategi Media

Strategi media adalah suatu perencanaan untuk memilih sarana khusus dalam mengaplikasikan sebuah perancangan. Sehingga akan dapat dengan mudah diterima oleh khalayak sasaran. Berikut adalah media yang akan digunakan dalam perancangan informasi buku arti dari simbol okultisme Mesir dalam motif tato.

III.2.6.1 Media Utama

Media utama yang akan digunakan dalam perancangan media informasi tentang arti simbol okultisme dalam tato berupa media buku ilustrasi. Buku ilustrasi adalah buku yang mempunyai visual atau sebuah objek yang digambarkan untuk mendukung informasi yang akan disampaikan.

Ilustrasi merupakan elemen yang penting dalam sebuah perancangan buku ilustrasi. Hal tersebut dapat membatu para pembaca untuk berimajinasi pada saat membaca sebuah buku. Selain itu para pembaca tidak mudah merasa bosan untuk membaca sebuah buku yang mempunyai ilustrasi beda halnya dengan buku tebal yang bermuatan naskah atau tulisan saja.

Tujuan-tujuan penggunaan ilustrasi dalam sebuah buku adalah untuk memperjelas pesan atau informasi yang akan disampaikan, memberi variasi pada konten agar telihat lebih menarik dan komunikatif, dan memudahkan pembaca untuk mengingat konten yang disampaikan (Arifin dan Kusrianto, 2009, h. 70).

Buku ini akan dirancang dengan eksklusif yang nantinya akan dijual dengan harga Rp. 275.000,00. Dengan membayar dengan harga tersebut khalayak sasaran akan mendapatkan 1 buah buku dan *merchandise* eksklusif seperti *tote bag*, baju, dan buku catatan. Hal ini dikarenakan khalayak sasaran yang mempunyai pemikiran ataupun sifat ingin pamer terhadapat apa yang dimilikinya. Sehingga khalayak sasaran akan merasa keren dengan mempunyai buku ini.

III.2.6.2 Media Pendukung

Media pendukung digunakan untuk membantu menguatkan suatu proses perancangan sebuah media utama. Hal tersebut dapat bedampak pada pandangan khalayak sasaran sehingga media utama tersebut bisa terus melekat dalam pikiran mereka. Selain itu juga media pendukung digunakan untuk menarik perhatian awal (*attention*) bagi khalayak sasaran.

Tentunya dalam pembuatan atau pemilihan media pendukung haruslah sesuatu yang sesuai dengan ketertarikan dari khalayak sasaran. Ketertarikan tersebut dapat mencakup hobi, rutinitas, dan *passion*. Selain hal tersebut pemilihan media pendukung ini mengacu kepada *consumer journey*. Maka dari itu perancang akan membuat media pendukung sesuai dengan kriteria tersebut, diantaranya:

- X-Banner

  Banner merupakan bentuk kecil dari baliho. Kegunaan banner adalah untuk mempromosikan suatu produk ataupun iklan lainya. Dalam perancangan ini banner digunakan untuk menarik perhatian awal khalayak sasaran.

- Poster

  Poster adalah salah satu media pendukung yang dapat diletakan dimana saja. Bila dilihat khalayak sasaran yang rata-rata usianya masih muda media pendukung ini cocok untuk menarik perhatian mereka. Poster ini akan dicetak diukuran A3 sehingga mudah terlihat dan mudah terbaca.

- Media sosial

  Selain media pendukung *offline* seperti poster dan banner, media online juga sangatlah penting unutk mempromosikan sesuatu. Media pendukung ini akan melakukan kerja sama dengan pihak mandatory, sehingga mereka dapat memposting di berbagai akun media sosial contohnya facebook dan instagram.

- Buku catatan

  Buku catatan digunakan sebagai media pendukung yang sifatnya *merchandise*. Buku ini dibagikan kepada siapa saja yang ingin memilkinya. Selain itu buku ini diharapkan dapat menjadi sebuah pengingat bagi khalayak sasaran untuk perancangan ini. *Merchandise* ini bisa didapatkan dengan membeli media utama yaitu buku.

- Gantungan kunci

  Gantungan kunci ini adalah seseuatu yang mempunyai banyak fungsi, dapat digunakan sebagai penggantung kunci motor, mobil, dan rumah. Gantungan kunci ini digunakan sebagai media pendukung yang bersifat *merchandise*. *Merchandise* ini akan dibagikan secara gratis yang mendatangi *stand* buku baik itu dalam *event* dan took buku.

- Tas kecil

  Tas kecil ini dipilih sebagai salah satu *merchandise* karena biasanya orang tato juga bertindik. Sehingga tas ini dapat digunakan untuk menyimpan accesoris seperti itu. Selain itu juga tas ini dapat digunakan bagi perempuan untuk menyimpan berbagai peralatan makeup. Karena digunakan sehari-hari *merchandise* ini diharapkan dapat menjadi pengingat bagi khalayak sasaran. *Merchandise* ini akan dijual dengan harga Rp. 50.000,00.

- Case hand phone

  Case hand phone ini digunakan karena pada dasarnya setiap orang sekarang sudah mempunyai *hand phone*. *Merchandise* ini dapat mempromosikan buku ini kepada khalayak sasaran yang lebih luas lagi. Karena dengan melihat orang-orang akan penasaran dengan sesuatu tersebut. *Merchandise* ini akan dijual dengan harga Rp. 100.000,00 dan hanya bisa dimiliki oleh 100 orang pertama.

- Baju

  Baju adalah salah satu *merchandise* yang paling sering digunakan. Memang kegunaanya sangatlah praktis untuk mempromosikan sesuatu sama hal nya dengan *case hand phone*. Baju ini akan di diproduksi dengan bahan cotton 24s dan desain dibagian depan merupakan objek dari simbol dan belakangnya merupakan conten dari simbol tersebut.

- Bandana

  Merchandise ini dipilih karena biasanya orang yang memiliki tato ataupun yang ingin memiliki tato ingin dirinya terlihat gagah. Walaupun tidak semua orang begitu kegunaan bandana ini juga masih bisa digunakan menjadi hiasan yang disimpan di saku belakang celana. *Merchandise* ini akan dijual dengan harga Rp 35.000,00.

- Korek api

  Korek api merupakan *merchandise* yang dipilih karena pada umumnya masyarakat bertato merupakan perokok. *Merchandise* ini dapat memberikan mempromosikan perancangan ini karena benda ini sering digunakan oleh khalayak sasaran pada saat nongkrong ataupun mengobrol dengan temanya. Selain itu korek api ini juga mempunyai banyak fungsi bagi yang tidak merokok salah satunya adalah menyalakan lilin pada saat mati lampu. *Merchandise* ini akan dibagikan secara gratis.

- Tempat tisu

  Merchandise ini dipilih karena pada umumnya orang-orang yang mempunyai minat pada tato sangat dekat dengan tisu. Tisu pada proses penatoan digunakan untuk menyusut tinta yang melumber pada kulit yang akan ditato. Selain itu juga banyak kegunaan tisu lainya pada masyarakat umum. Sehingga media ini dapat dijadikan *merchandise* untuk promosi yang ditempatkan pada studio tato dan tempat lainya. *Merchandise* ini akan dibagikan secara gratis distudio tato dan *event-event* tato.

- Tote bag

  Tote bag merupakan bagian dari *merchandise* yang dapat digunakan oleh siapa saja karena kegunaanya yang sangat fungsional. Hal tersebut dapat membantu promosi dari perancangan ini dengan mudah dan dapat menambah khalayak sasaran lebih luas.

- Masker

  Merchandise ini dipilih karena pada umumnya khalayak sasaran yang dituju merupakan pekerja dan pelajar. Kegiatan khalayak sasaran sehari-hari adalah berangkat dari tempat tinggal ke tempat yang dituju. Sehingga masker ini dapat berguna bagi pengguna motor. Selain itu masker ini juga dapat digunakan oleh tato artis pada saat proses penaton. *Merchandise* ini akan dibagikan secara gratis distand took buku, studio tato, dan *event* tato.

- Sarung tangan

  Sarung tangan merupakan *merchandise* yang sangat erat kaitanya dengan proses penatoan. Pada saat proses penatoan sarung tangan ini berfungsi untuk mencegah penato terkena darah yang keluar. Selain itu sarung tangan ini juga berfungsi untuk khalayak sasaran untuk kegiatan lainya. *Merchandise* ini akan dijual dengan harga Rp. 75.000,00.

III.2.7 Strategi Distribusi Media

Strategi distribusi media adalah sebuah perencanaan untuk mendistribusikan media utama dan media pendukung secara teratur yang sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan. Dengan adanya perencaan ini diharapkan media utama dan media pendukung dapat di distribusikan kepada khalayak sasaran secara tepat. Untuk mendapatkan hasil yang tepat maka pendistribusian media akan dilakukan sesuai jadwal yang telah dibuat. Berikut adalah jadwal pendistribusian media:

JADWAL DISTRIBUSI MEDIA						
MEDIA	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	JANUARI
BUKU ILUSTRASI			■	■	■	■
BANNER			■			
POSTER	■					
MEDIA SOSIAL	■	■	■		■	■
MERCH-ENDISE		■	■	■	■	■

Daftar Tabel III.1 Tabel pendistribusian mediaSumber:
(Dokumentasi pribadi)

JADWAL TITIK DISTRIBUSI MEDIA					
MEDIA	TEMPAT UMUM	CAFE	KOMUNITAS	STUDIO TATO	TOKO BUKU
BUKU ILUSTRASI				■	■
BANNER	■			■	■
POSTER	■	■	■		
MERCH-ENDISE				■	■

Daftar Tabel III.2 Titik distribusi media
Sumber: (Dokumentasi pribadi)

Dengan adanya jadwal dan titik pendistribusian tabel diatas, tentunya perancang sudah memperkirakan beberapa faktor yang menjadikan pendistribusian media seperti yang ada pada tabel diatas. Berikut adalah alasan yang dipertimbangkan oleh perancang untuk mendistribusikan media pada bulan-bulan tersebut.

- Poster : Jadwal penyeberan poster dilakukan pada awal bulan Agustus. Bulan tersebut adalah dua bulan sebelum penerbitan awal buku ini. Langkah ini diambil untuk memberikan tahap menarik perhatian khalayak sasaran untuk penerbitan buku ini. Penyebaran poster ini akan dilakukan di

beberapa titik, seperti tempat umum, cafe dan tempat *base camp* dari sebuah komunitas.

- Medial Sosial : Pada umumnya media sosial digunakan dengan fungsi yang hampir sama dengan poster. Tetapi media pendukung yang berbasis online ini disebarkan lebih lama dari poster. Hal ini dikarenakan pada zaman sekarang akan lebih efektif.

  Selain itu akan diakan pertanyaan kuis dari setiap postingan yang diadakan seminggu sekali. Bagi yang bisa menjawab dengan benar akan diberikan merchandise. Hal ini sangat diharapkan dapat menarik minat atau rasa penasaran dari khalayak sasaran.
- *Merchandise* : Sesuai dengan hal yang sudah disebutkan diatas, merchandise ini didistribusikan sebulan sebelum penerbitan buku. Merchandise yang akan dibagikan bagi yang bisa menjawab kuis adalah baju. Hal ini sangat diharapkan dapat menarik lebih banyak khalayak sasaran.

  Selain itu merchandise akan didistribusikan pada saat penerbitan buku. Dalam hal ini *merchandise* akan dibagi menjadi dua bagian yaitu, merchandise yang bisa dimiliki secara gratis dan *merchandise* eksklusif yang bisa didapat apabila memiliki buku ini.

- Banner : Jadwal penyebaran banner akan disesuaikan dengan penerbitan buku ini. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi lebih kepada khalayak sasaran tentang buku ini. Penyebaran banner akan dilakukan di toko buku dan studio tatto. Sehingga orang akan mengetahui bahwa tempat-tempat tersebut menyediakan buku ini.

- Media Utama : Buku ilustrasi ini akan diterbitkan pada awal bulan oktober hingga akhir januari. Hal ini didasari oleh event-event yang dibuat oleh komunitas tato di Bandung. Beberapa contoh event yang diselenggarakan

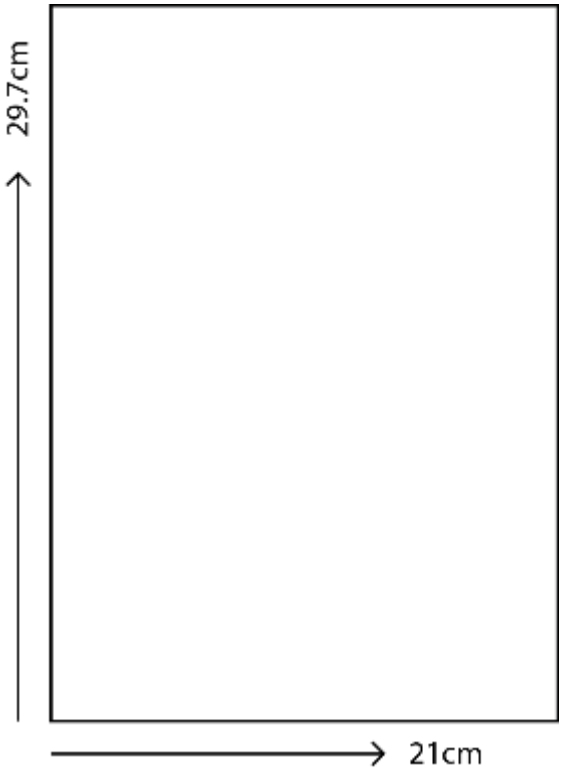
adalah *Body Art Festival* yang diselengarakan pada bulan desember 2010 (https//pikiran-rakyat.com/foto/2010/12/19/130121/), sedangkan pada tahun 2012 *Youth of Body Art Festival* diselengarakan pada bulan oktober (www.facebook.com/events/372474679492830). Sehingga perancang berharap *event-event* yang dilakukan dapat membatu mendistribusikan buku ini.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual adalah ide untuk mengklasifikasi objek-objek yang biasanya dinyatakan dalam suatu istilah kemudian dituangkan ke dalam contoh yang berbentuk visual. Dalam konsep visual terdapat beberapa elemen visual yang dibuat dari mulai format desain, tata letak (*layout*), ilustrasi, tipografi, dan warna. Elemen-elemen visual tersebut dibuat sehingga sedemikian rupa dengan konsep yang matang. Dalam sebuah perancangan konsep yang matang dapat membuat semua elemen visual terlihat memiliki konsep yang sama. Hal tersebut diharapkan dapat deterima baik oleh khalayak sasaran.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang disajikan dalam perancangan buku ilustrasi ini adalah dengan ukuran A4 dan meninggi keatas (*potrait*). Perancang memilih format ini dikarenakan banyaknya ilustrasi yang menggambarkan seluruh tubuh atau wajah dari objek-objek yang akan dibuat. Selain itu konten foto dan konten informasi yang banyak dianggap sangat pas dengan format buku dengan ukuran A4. Dengan dibuatnya format desain yang sudah dipikirkan oleh perancang, diharapkan pembaca tidak kesulitan untuk memahami isi buku yang dibuat.



Daftar Gambar III.3 Contoh format desain

Sumber: (Dokumentasi pribadi)

III.3.2 Tata Letak

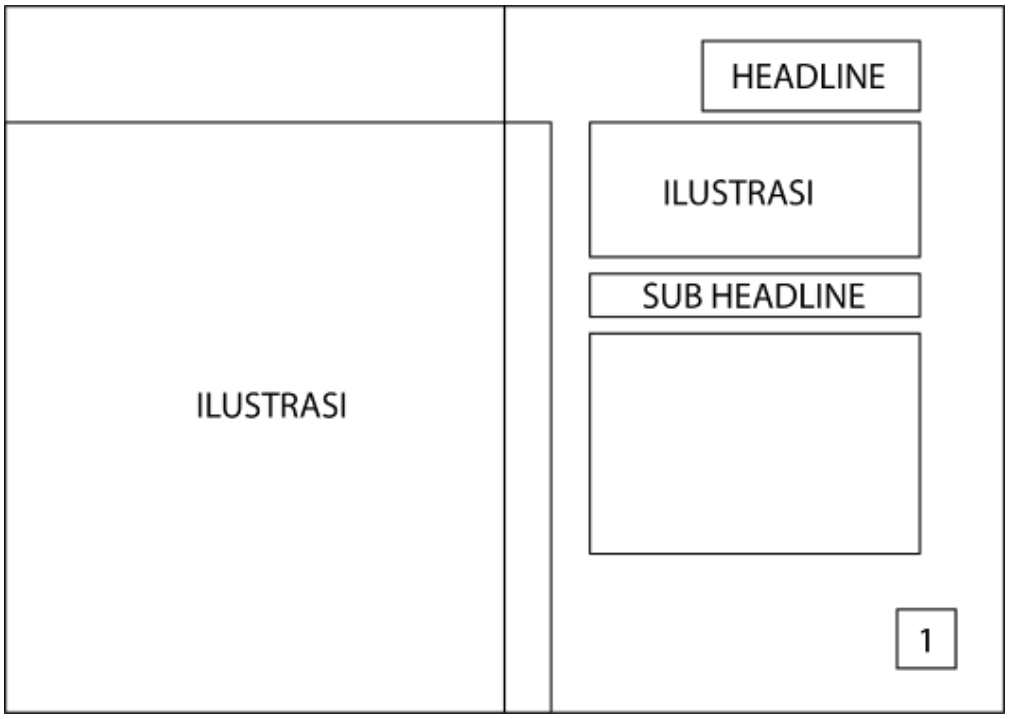
Layout atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan tata letak digunakan untuk menyusun atau meletakan elemen-elemen grafis. Tujuan dari tata letak ini adalah untuk menampilkan elemen gambar, tulisan, dan warna sehingga buku yang dirancang terlihat lebih komunikatif dan menarik.

Dalam perancangan buku ilustrasi ini konsep *layout* atau tata letak yang akan digunakan adalah hukum keberagaman dan hukum keseimbangan. Dua teori hukum tersebut diambil dari teori layout Frank Jefkins. Sehingga elemen-elemen tersebut dapat diterima baik oleh khalayak sasaran.

Dalam teorinya dikatakan dalam hukum keberagaman sebuah *layout* harus memiliki kontras seperti menggunakan jenis huruf yang berbeda atau pemanfaatan

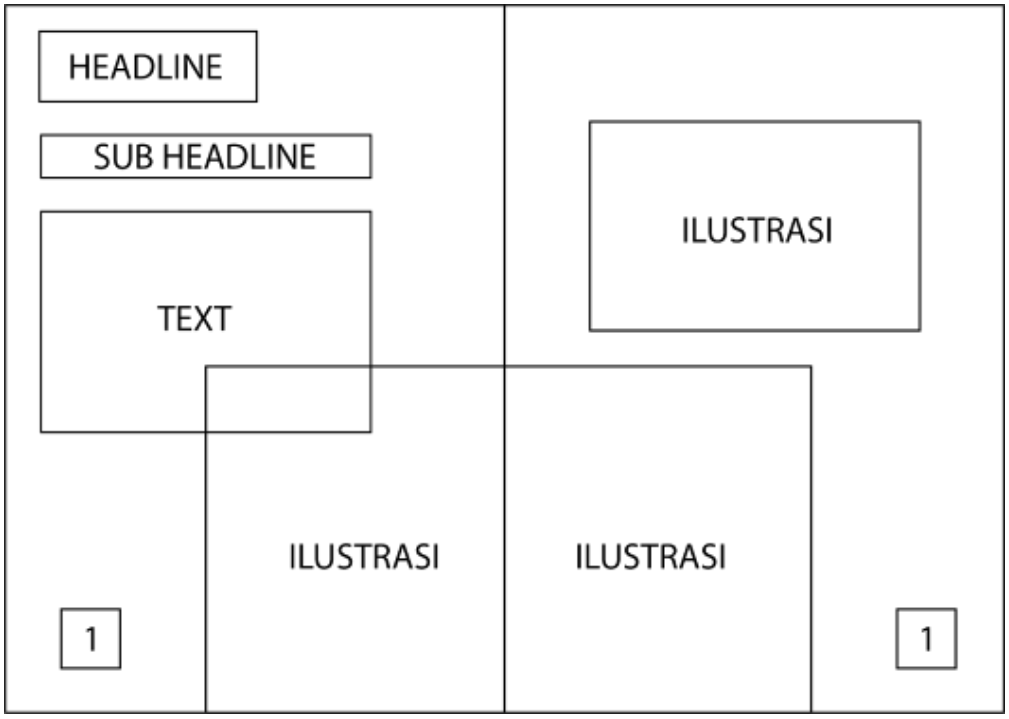
dari ruang kosong dalam sebuah desain. Sehingga menimbulkan kesan yang tidak monoton dalam sebuah layout (agusridwansopari.com/teori-layout-frank-jefkins/).

Sedangkan dalam teori hukum keseimbangan dikatakan bahwa suatu media harus menampilkan sebuah keseimbangan. Dalam hal ini keseimbangan dibagi menjadi dua yaitu keseimbangan optis dan kesimbangan simetris. Keseimbangan optis adalah headline dan gambar menggunakan satu pertiganya dari keseluruhan layout sedangkan konten atau tulisan menggunakan dua pertiganya dari keseluruhan layout atau sebaliknya (agusridwansopari.com/teori-layout-frank-jefkins/). Dengan adanya paparan teori diatas berikut adalah contoh layout yang akan dibuat.



Gambar III.4 Layout halaman Potrait

Sumber: (Dokumentasi pribadi)



Gambar III.5 Layout halaman landscape

Sumber: (Dokumentasi pribadi)

III.3.3 Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya merupakan seni gambar yang digunakan untuk memberi penjelasan atas suatu tujuan tertentu yang berbentuk visual (Kusrianto, 2009, h.140). Gambar yang dibuat diharapkan dapat dipahami dan diterima baik oleh para pembaca.

Dalam perancangan ini gaya ilustrasi yang akan digunakan adalah *ground line art*. *Ground line art* adalah gaya ilustrasi yang biasanya digunakan dalam pembuatan objek yang medianya menggunakan batu ataupun dinding. Gaya visual ini sering terdapat pada peradaban kuno khusunya Mesir kuno.

Ground line art mempunyai ciri khas yaitu garisnya yang tidak tegas. Selain itu setiap objek ataupun elemen visual lainya digambarkan dengan sudut pandang yang mudah dikenali. Contohnya dengan menggambarkan wajah hingga setengah badan mereka dalam suatu komposisi objek (https://australianmuseum.net.au/the-painter-in-ancient-egypt).



Gambar III.6 Contoh ilustrasi *ground line art*
Sumber: (https://www.ancientartpodcast.org/blog/51/)
Diakses pada (02/09/2018)

III.3.4 Fotografi

Pada perancangan ini jenis fotografi yang akan digunakan adalah fotografi *close up*. Fotografi *close up* adalah foto yang akan menghasilkan objek secara dekat sehingga tingkat kedetailan yang ingin diperlihatkan dapat tergambarkan dengan jelas (https://slrphotographyguide.com/macro-micro-closeup-difference).

Selain teknik pengambilan gambar konsep yang digunakan dalam fotografi yang memiliki konsep monochrome. Konsep monochrome dalam fotografi adalah foto yang menghasilkan 1 variasi warna. Warna tersebut menghasilkan varian 1 warna dari mulai yang paling terang hingga gelap (https://expertphotography.com/black-and-white-vs-monochrome-photography/).

Hal tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran tentang objek simbol yang akan dimuat pada bagian tubuh tertentu. Selain itu agar khalayak sararan dapat melihat dengan jelas objek simbol yang akan diinformasikan.



Gambar III.7 Contoh pengambilan foto dengan teknik *close up* dan konsep *monochrome*
Sumber: (www.judistical.com/banglore/dimensionless/studios/1511162221624/photos)
Diakses pada (02/09/2018)

III.3.5 Tipografi

Tipografi merupakan sebuah seni yang dapat merangkai kata dan terdapat beberapa karakter huruf didalamnya. Dalam perancangan buku ilustrasi ini menggunakan jenis font *kidcool dragon*. Font ini dibuat oleh Kidcool studio pada awal Juli 2018.

Font ini bertipe *sans serif* dengan modifikasi yang sesuai dengan tipografi yang sering terdapat dalam tato. Menurut Ambrose "karakter huruf *sans serif* yang *rounded* atau huruf dengan ujung bulat, memiliki kesan tegas, jelas dan menarik pada visualnya" (2005, h.54). Jenis font ini digunakan sebagai *headline* dalam perancangan buku ilustrasi. Font ini diunduh secara gratis sehingga dapat digunakan oleh siapa saja.

Selain itu font ini juga dijadikan font yang digunakan dalam judul buku. Dikarenakan font ini memiliki bentuk garis yang solid dan cukup tebal sehingga cocok untuk dijadikan judul perancangan buku ini.



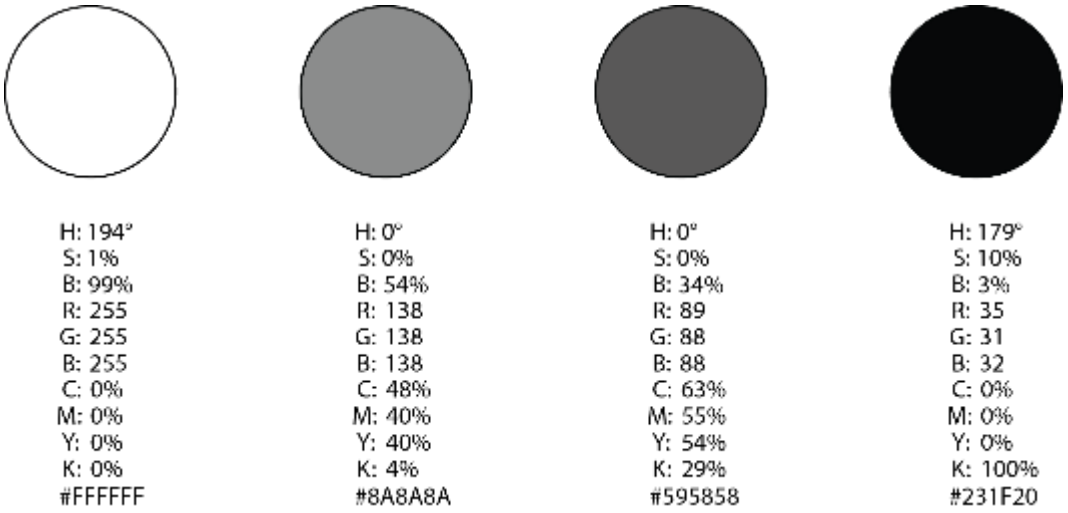
Gambar III.8 Contoh *font* kidcool dragon
Sumber: (Dokumentasi pribadi)

III.3.6 Warna

Warna merupakan salah satu unsur elemen desain dalam sebuah perancangan. Penggunaan warna bisa berdampak pada hasil perancangan yang dibuat. Peranan warna dalam sebuah perancangan adalah dapat merubah suasana hati khalayak sasaran. Selain itu warna juga digunakan untuk membuat sebuah ruang dan bentuk yang terdapat pada sebuah perancangan.

Dalam perancangan buku ilustrasi ini perancang menggunakan konsep warna *monochrome*. *Monochrome* berasal dari dua kata yaitu *mono* yang berarti satu atau sendiri dan *chrome* yang berarti warna. Dalam konsep *monochrome* warna-warna yang digunakan berupa turunan atau gradasi dari hitam ke putih biasanya hal tersebut lebih sering disebut *monotone achromatic*.

Hal tersebut tentunya memliki alasan tersendiri oleh perancang. Dengan menggunakan konsep warna tersebut buku ini diharapkan memiliki kesan yang misterius. Kesan tersebut dapat tercipta dengan banyaknya penggunaan warna hitam. Pada dasarnya warna hitam memiliki arti kematian, misterius, dan anggun (https://thinktep.wordpress.com/2009/05/27/komponen-warna/). Dengan warna hitam yang mendominasi perancangan memadukan dengan warna abu-abu dan putih.



Daftar Gambar III.9 Warna rancangan

Sumber: (Dokumentasi pribadi)