BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sering diidentifikasikan ketika menetapkan objek yang berbeda pada kesempatan yang sama, sasaran utama media buku interaktif dengan gaya penggambaran semi *cartoon* yaitu dari umur 15 hingga 25. Pada masa remaja, seseorang secara fisik telah menyerupai orang-orang dewasa. Menurut Tan dan Wright (dikutip Arfi, 2013), komunikasi dimana seseorang menggunakan sebuah media dalam menghubungkan antara komunikan dan komunikator dengan jumlah besar secara bersamaan, berdomisili yang saling berjauhan, sangat beragam (heterogen) dan memberikan dampak tertentu. Dengan demikian khalayak dapat didefinisikan dengan beberapa aspek.

a. Demografis

- Usia: 15-25 tahun, karena usia ini telah memasuki tahap mulainya mencari jati diri menuju pendewasaan. Usia yang mudah untuk mengerti dan menangkap informasi.
- Jenis Kelamin: Laki-Laki dan Perempuan
- Pendidikan: SMP, SMA dan Mahasiswa/siswi, pada masa ini dimana remaja menengah sudah dapat mempelajaran serta memahami sebuah informasi yang didapatkan.
- Status Ekonomi: semua kalangan dari menengah bawah hingga menengah atas, karena budaya *cosplay* sudah dikenal di Indonesia.

b. Geografis

Target audiens yang akan dituju adalah remaja yang berada di Indonesia yang memiliki hobi ber-*cosplay* terutama di Kota Bandung, Jawa Barat. Karena beberapa dari masyarakat yang mempunyai minat besar terhadap budaya *cosplay* dan menggemari budaya *cosplay* yang senang melakukannya bisa mengenal lebih dalam apa itu *cosplay.*

c. Psikografis

Psikografis khalayak sasaran yang dituju adalah remaja yang sedang dalam proses berkembang dan memiliki arah tujuan yang dipilih sendiri, dalam usia 15-25 tahun sudah memiliki rasa ingin mengetahui banyak hal dengan apa yang sedang digemari, dan disukainya. Menurut Sri Rumini dan Siti Sundari (dikutip Armyati, 2016) masa remaja merupakan peralihan antara masa anak dan masa dewasa yang mengalami pendewasaan, pertumbuhan maupun perkembangan dari semua aspek/ fungsi untuk mencapai masa dewasa karena pada masa ini seorang remaja sedang mengalami pertumbuhan serta perkembangan psikis maupun fisik yang sangat cepat.

d. *Consumer insight* dan *Consumer Journey*

Tabel III.1 *Consumer Journey* dan *Consumer Insight*

Sumber: Data pribadi (2018)

Nama	Amanda Indah Putri (Maru chi)		
Usia	16 tahun	**Jenis Buku favorit**	Buku Bergambar
Domisili	Bandung	**Uang Saku**	25.000/hari
Agama	Islam	**Pendidikan**	SMAN 15 Bandung
Waktu	**Aktivitas**	**Tempat**	***Point of contact***
Pagi 04.30-06.40 WIB	Bangun pagi, merapikan tempat tidur, cuci muka, *instagram*	Kamar tidur, kamar mandi.	Peralatan tidur, alat mandi, *handphone*.
06.55-10.00 WIB	Tidur-tiduran, Berberes kostum, menyiapkan *make up*, makan, nonton tv, *facebook*, berangkat *event*.	Kamar tidur, ruang makan, ruang keluarga, kamar mandi, halaman rumah, jalan raya.	Kasur, lemari baju, baju, meja, peralatan *make up*, cermin, peralatan makan, tv, tas, *handphone*, motor.

Siang 11.30-17.00 WIB	Jalan-jalan, makan, membaca buku komik, menikmati acara, berfoto.	event, ruang ganti, stand, panggung, stage, halaman.	Sepatu, **buku bergambar**, *handphone*.
Sore 17.10-18.00 WIB	berberes, ganti baju, cuci muka, ngobrol dengan teman.	Ruang ganti, kamar mandi stand.	Peralatan *make up*, baju, tas, *handphone*.
Malam 18.00-22.25 WIB	Sampai rumah, sholat maghrib, makan malam, berberes kostum, merapihkan *make up*, menonton *anime*, membaca komik, tidur.	Rumah, ruang makan, ruang belajar, kamar tidur.	Alat sholat, alat makan, buku, peralatan *make up*, *handphone*, *laptop*, **buku bergambar**, perlengkapan tidur.

- *Consumer insight* pada perancangan buku bergambar informasi pengetahuan *cosplay*, target audiance remaja dengan umur 15-25 tahun atau setara dengan kelas SMP, SMA dan Mahasiswa/siswi yang tinggal di wilayah *sub-urban.* Berdasarkan studi lapangan dan hasil kuisioner, remaja pada jaman sekarang cenderung kurang mengetahui pengetahuan *cosplay* dan sejarah pada budaya Jepang khususnya *cosplay*. Karena banyak dari remaja *cosplayer* hanya menggemari dan mengetahui bahwa *cosplay* sekedar meniru tokoh fiksi yang digemarinya dan hobby semata karena menyukai *cosplay,* tanpa mengetahui pengetahuan *cosplay*. Karena hal tersebut bisa dilihat juga dari beberapa faktor, faktor internel ataupun faktor eksternal, yang dapat mempengaruhi pengetahuan yang diketahui oleh remaja.

- *Consumer journey* dilakukan oleh remaja perempuan yang bernama Amanda Indah Putri yang bersekolah di SMAN 15 Bandung, Amanda yang dipanggil dengan panggilan Maru mempunyai hobi *cosplay*, *dance* dan membaca buku cerita bergambar seperti komik.

III.2 Strategi Perancangan

Berdasarkan teori komunikasi strategi perancangan yang dilakukan untuk informasi dasar-dasar *cosplay* yaitu untuk mempermudah. Strategi perancangan yang dibutuhkan dalam perancangan yaitu, media informasi mengenai pengetahuan *cosplay* yang dibuat menjadi media informasi berbasis buku. Buku interaktif dengan gaya penggambaran ilustrasi semi *cartoon* dengan tanpa mengghilangkan *outline* sebuah media tambahan untuk remaja, agar para remaja menyukai dan tidak mudah bosan. Di dalam buku bergambar tersebut, ditambahkan sebuah interaktif dengan gaya ilustrasi semi *cartoon* di beberapa halamannya, dimana dengan menggunakan gaya semi *cartoon* yang menyesuaikan dengan informasi yang disampaikan, dapat dengan mudah untuk mengerti *cosplay.*

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari media komunikasi adalah untuk mengenalkan dasar-dasar seputar pengetahuan *cosplay* kepada masyarakat khususnya *cosplayer* yang hanya sekedar mengetahui *cosplay* dari luarnya saja dalam arti hanya mengetahui *cosplay* sebagai hobi dan kegemaran saja. Tujuan komunikasi mengharapkan khalayak sasaran dapat mudah memahami materi yang disampaikan dari media mengenai pengetahuan seputar *cosplay* lebih dalam lagi.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam melakukan strategi terhadap khalayak sasaran yang dituju dibutuhkan sebuah pendekatan komunikasi terhadap remaja yang mendekatkan pada penyampaian pesan agar mudah dimengerti oleh komunikan yang dituju, strategi komunikasi dilakukan dengan cara pendekatan visual, dan pendekatan verbal adapun penjelasan sebagai berukut:

a. Pendekatan Visual

Penyajian ilustrasi dari buku bergambar ini adalah dengan menggunakan gaya gambar semi *cartoon*, tehnik menggambar yang digunakan dalam buku bergambar adalah tehnik *digital drawing*, tanpa menghilangkan *outline*

didalamnya. Perancangan media informasi berbasis buku bergambar ini akan diterbitkan kota-kota besar yang banyak menggemari budaya *cosplay.*

b. Pendekatan Verbal

Menggunakan bahasa yang sesuai tidak formal dan tidak kaku. Sangatlah mudah untuk dipahami dari segi tata bahasa dan maksud kalimat yang diutarakan. Dengan pola pikir yang masih sederhana, maka bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia yang menyesuaikan. Hal ini dikarenakan target audiens yang dituju adalah remaja yang berusia 15-25 tahun.

III.2.3 *Mandatory*

Perancangan media informasi *Cosplay* untuk remaja, bekerjasama dengan salah satu ketua komunitas bernama *Amatsukage* yang ada di Kota Bandung. Pihak tersebut mendukung perancangan media informasi mengenai dasar-dasar tentang pengetahuan *cosplay* melalui media buku interaktif. Komunitas *cosplay* yang ada di Kota Bandung juga memiliki grup di media sosial untuk memudahkan para penggemar, penikmat budaya *cosplay* dan *cosplayer* untuk mendapat informasi menenai pengetahuan *cosplay*. Dimana target sasaran akan langsung diterima oleh audiens.



Gambar III.1 Logo Komunitas Bandung *Amatsukage*
Sumber: Facebook (2018)

III.2.4 Materi Pesan

Pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Membuat materi mengenai dasar-dasar *cosplay* mudah dipahami oleh remaja.
- Penggunaan kata dalam buku, dengan kata yang menyesuaikan tidak kaku dan tidak formal.
- Menurut Gloria C (dikutip Gupta, 2013) "buku tidak hanya sebagai sumber pengetahuan, buku dapat digunakan sebagai sarana membentuk watak dan cara berfikir, buku berfungsi sebagai komunikasi". Sebuah buku harus memiliki sebuah ilustrasi yang menggambarkan suasana dan keadaan dari isi informasi buku tersebut dengan jelas agar mampu membaca dan memahami pesan yang disampaikan dengan mudah, dan ilustrasi dibuat menarik untuk peminat agar tidak mudah bosan dengan isi buku tersebut.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara dalam menggunakan sebuah kata. Seseorang dapat menilai kepribadian orang lain dengan hanya dari gaya bahasa yang digunakannya, jika gaya bahasanya baik maka orang lain akan menilainya baik, begitu juga dengan sebaliknya. Menurut Keraf (dikutip Muhriani, 2017), gaya bahasa dapat memperlihatkan baik buruknya jiwa dan kepribadian pemakai bahasa. Dalam penggunaan gaya bahasa penyajian informasi pengetahuan *cosplay* melalui buku bergambar menggunakan majas aplikasi yaitu prinsip yang memperluas sebuah kumpilan topik dari keterangan-keterangan yang relavan. Penggunaan bahasa yaitu bahasa Indonesia sehari-hari dan populer. Gaya bahasa tersebut disamakan dengan gaya bahasa tak resmi tetapi memiliki kelonggarang dalam pemakaiannya. Hal tersebut dibuat agar target audiens dapat memahami dengan informasi yang disampaikan dengan mudah.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang diterapkan dalam perancangan informasi melalui buku bergambar ini, adalah dengan menggambarkan beberapa ilustrasi yang menyesuaikan dengan informasi yang disampaikan agar mudah dipahami dan terlihat lucu dengan warna yang menarik untuk pambaca hingga tidak merasa

bosan. Untuk merancang media informasi yang berbeda dan menarik perhatian konsumen diperlukan strategi yang baik. Adapun strategi kreatif yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

- ***Copywriting***

  Frank Jefkins (dikutip Hendrawan, 2017) mengemukakan bahwa *copywriting* merupakan seni yang paling persuasif dalam penulisan sebuah pesan penjualan dimana dilatarbelakangi kekuatan dalam wiaraniaga. Tulisan tersebut harus mampu menimbulkan ketertarikan (*interest*), menarik perhatian (*attention*), menciptakan keyakinan (*conviction*) serta keinginan (*desire*). Agar pesan dalam *copywriting* dapat tersampaikan dengan baik pada target audiens, maka pada bagian cover buku diberi judul "*Cosplay.id*" dan subjudul "Pengetahuan menarik seputar *cosplay"* dengan *font* yang menyesuaikan dengan judul pada buku dengan beberapa ilustrasi dan ornamen pendukung font tersebut. Hal ini diharapkan agar target audiens yang dituju dapat tertarik untuk membacanya.

- ***Storyline***

  Susunan konten informasi yang akan dijelaskan mulai dari apa itu *cosplay*, definisi *cosplay*, pengetahuan mengenai *cosplay*, fenomena *cosplay*, jenis-jenis *cosplay*, sejarah *cosplay*, sejarah *cosplay* di Indonesia.

Tabel III.2 Tabel *Storiline* media utama

Sumber: Data pribadi (2018)

Judul	Isi buku
Cosplay.id, Pengetahuan sepurat *cosplay.*	Terdapat Judul buku dan Subjudul
Lidah *cover*	Judul buku, subjudul, tahun edisi buku, desain buku, diterbitkannya buku, keterangan cetak.
Daftar isi	Point-point yang terdapat pada buku
Kata pengantar	Kata pengatar, dan tujuan isi buku

Logo desainer	Gambar logo
Apa itu *Cosplay* ?	Berisi pengertian *cosplay*.
Jenis – jenis *cosplay*	Penjelasan jenis *cosplay* dan ilustrasi yang menyesuaikan dengan informasi yang disampaikan.
Asal mula *cosplay*	Sejarah seputar *cosplay*.
Sejarah *cosplay* di Indonesia	Pengetahuan *cosplay* di Indonesia, pengetahuan generasi pertama *cosplay* di Indonesia, infografis, beberapa gambar karya *cosplay* generasi pertama
Tips Ber-*cosplay*	Berisikan tips-tips seputar *cosplay*
Daftar Pustaka	Beberapa informasi yang didapat.
Penutup	Penutup penulis
Infografis penulis	Berisikan profil penulis

- Visualisasi

  Untuk perancangan visualisasi media informasi, berisikan ilustrasi vektor yang sesuai dengan informasi yang disampaikan dalam buku bergambar. Yang dimana ilustrasi vektor tersebut bisa mudah untuk memahami dari sebuah intisari yang terdapat pada informasi yang disampaikan. Bidang teknis untuk percetakan akan menggunakan *softcover* untuk *cover* buku, dan *artpaper* tipis 150gsm sebagai isi dari buku media informasi.

III.2.7 Strategi Media

Media menurut Briggs (dikutip Megawati, 2016) menjelaskan media adalah alat fisik yang digunakan untuk menyampaikan materi. Media dapat berupa *video recorder,* kaset, buku, gambar, komputer atau televisi, *tape recorder.* Strategi media yang diterapkan pada perancangan informasi ini adalah melalui buku

digital painting. Pada proses perancangan, akan digunakan beberapa cara dalam menyampaikan media informasi tersebut yaitu berupa media untama dan media pendukung.

Buku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti yaitu lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan maupun kosong. Buku dapat diartikan sebagai kumpulan kertas atau elemen lainnya yang disatukan menjadi satu dan memuat tulisan atau gambar. Setiap sisi pada sebuah lembaran kertas yang terdapat pada buku disebut dengan sebuah halaman. Seiring dengan berkembangnya teknologi di bidang informatika, istilah *e-book* muncul sebagai buku elektronik yang mengandalkan perangkat *hardware* seperti komputer, *handphone* dan lainnya.

a. Media Utama

   Media utama yang dirancang adalah media informasi berbasis buku bergambar dengan gaya ilustrasi semi *cartoon*. Dipilih Buku bergambar sebagai media utama karena untuk mempermudah memberi informasi dengan mudah. Dengan adanya gambar pada buku informasi menjadi lebih mudah untuk dicerna dan tidak membuat target audiens merasa bosan dengan informasi yang disampaikan. Buku bergambar dengan informasi didalamnya dibuat mudah untuk dimengerti dengan menggunakan bahasa sehari-hari.

b. Media Pendukung

   Sebagai pelengkap dari media utama, media pendukung dihadirkan dengan beberapa pilihan ataupun tahapan, sebagai berikut:

- Poster

  Sebuah media penyampai informasi yang sederhana, mampu menarik perhatian dan jelas. Poster ini berisikan tentang informasi singkat mengenai buku bergambar yang akan diterbitkan dan informasi untuk mendapatkan hadiah saat pembelian buku yang diterbitkan.

- *X-Banner*

  Berfungsi sebagai penyampai media informasi yang lebih terlihat mencolok. *X-Banner* hanya dipajang ditempat yang tertentu saja guna mempromosikan media utama dan hadiah setalah membeli buku yang diterbitkan.

- Brosur

  Berbeda dengan poster, media brosur sebagai penyampai informasi ini dapat dibagikan kepada audience secara langsung. Brosur dapat dibagikan pada saat *cosplayer* atau komunitas yang sedang berkumpul, dan saat acara event *cosplay* yang sedang berlangsung. Brosur berisikan informasi Buku yang akan diterbitkan dan hadia yang akan didapatkan untuk 25 orang pertama yang membeli buku.

c. Media Pengingat

  Merchandise salah satu tahap mengingat yang penting dalam media pendukung. Hal ini dimaksud agar para *cosplayer* sebagai target audien utama memiliki daya ingatan dan kesan setelah melihat salah satu dari *merchandise* berikut ini:

- Kipas Tangan

  Media ini dipilah sebagai media pengingat dan media promosi untuk buku yang akan diterbitkan, menjadi salah satu hadiah *souvenir*, dan guna membantu para *cosplayer* saat sedang ber-*cosplay* ketika merasakan panas. Cara untuk mendapatkannya dengan cara membeli buku yang diterbitkan, pemberitahuannya dapat dilihat di media informasi seperti brosur.

- Gantungan Kunci

  Sebagai hadiah gantungan kunci, dengan gambar yang ada pada jenis – jenis *cosplay* sesuai dengan gambar dalam buku dan berbentuk persegipanjang dengan tulisan sesuai dengan judul pada buku, berbahan kain dan acrilik layaknya gantungan kunci pada umumnya. Selain sebagai *gimmick juga* menjadi hadiah ketika membeli buku yang diterbitkan.

- *T-shirt*

  Salah satu media pendukung dan pengingat yang dimasukkan juga kedalam brosur. Selain sebagai *gimmick* untuk memancing target *audience* dengan

cara membagikan produk kaus ini kepada 5 pembeli pertama buku. *T-shirt* ini juga akan dijual di area acara saat kegiatan *event cosplay* berlangsung.

- Stiker
  Berfungsi sebagai media pendukung dan *gimmick* yang akan diberikan secara gratis kepada para *cosplayer*.

- Topi
  Sebagai media pengingat yang berfungsi untuk para *cosplayer* ketika saat berkumpul dengan komunitas atau sedang dalam acara *event*, secara tidak membali buku yang diterbitkan akan mendapatkan Hadiah topi tersebut.

- *Tote bag*
  Media pengingat yang berfungsi untuk *cosplayer* ketika ingin membawa beberapa barangnya dan peralatan *make up* untuk mudah dibawa saat berpergian, secara tidak langsung membantu proses promosi media utama. 5 orang pertama yang membali buku yang diterbitkan akan mendapatkan Hadiah.

- Jam
  Jam berukuran kecil dengan tulisan seperti pada judul buku bergambar dan ilustrasi yang sama, menjadi pilihan hadiah setiap pembelian buku yang diterbitkan. Berfungsi sebagai pengingat waktu dan bisa dipanjang dimeja belajar.

III.2.8 Strategi Distribusi

Agar perancangan media informasi yang sudah dibuat dapat tersalurkan dan terdistribusikan dengan tepat kepada khalayak sasaran, maka dibutuhkan strategi pendistribusian yang tepat dengan waktu yang efektif. Data pendistribusian kengkapnya akan dijelaskan dengan table berikut:

Tabel III.3 Tabel Strategi Distribusi dan Waktu penyebaran Media

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Media	Bulan												Keterangan
	September				Oktober				November				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Buku Informasi Bergambar													Media Utama
Brosur													Media Informasi
Poster													
X-Banner													
Gantungan Kunci													Media Pengingat
Kipas Tangan													
Stiker													
Topi													
T-shirt													
Tote bag													
Jam													

Ketenrangan :

- Promosi dilakukan 1 bulan sebelum penerbitan buku, untuk memberi informasi penerbitan buku dengan cara menyebarkan informasi penerbitan buku dan hadiah yang akan didapatkan melalui brosur dan poster. Informasi selanjutkan *x-banner* akan dipasang di minggu ke 3 dipasang depan pintu masih toko buku dan didalam toko buku.
- Untuk penjualan buku informasi pengetahuan seputar *cosplay* dengan harga khusus akan mendapankan hadiah berupa topi, *t-shirt, tote bag,* jam untuk 5 orang pertama yang membeli buku informasi pengetahuan *cosplay*, yang tidak mendapatkan kesempatan mendapatkan hadiah tersebut, bisa dibeli ditoko-toko yang khusus untuk asesoris *cosplay* di Kota Bandung. Gantungan kunci, kipas tangan, dan stiker sebagai hadiah untuk 25 pembeli pertama buku informasi pengetahuan seputar *cosplay.*

III.2.8.1 Strategi Pemasaran Buku

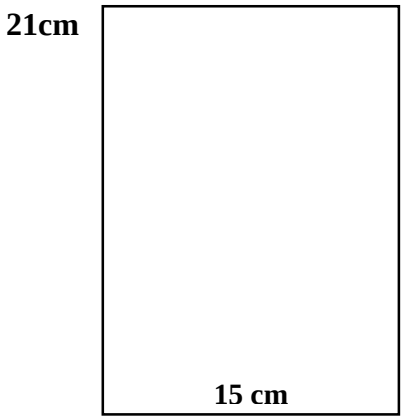
Buku bergambar, bekerja sama dengan ketua dari komunitas *cosplay* di Kota Bandung yaitu *Amatsukage*, untuk dijadikan media tambahan pembelajaran saat berkumpul dan berbagi informasi. Pemasaran bukunya sendiri itu diperkenalkan melalui acara *event cosplay* di Kota Bandung, untuk disetiap acara *event* diwilayah tersebut. Acara tersebut dijadikan untuk mempromosikan buku pengetahuan *cosplay* yang diperuntukan bagi remaja khususnya *cosplayer* sebagai media tambahan mereka mengetahui pengetahuan seputar *cosplay.* Pada acara tersebut akan diberikan beberapa hadiah untuk remaja *cosplayer* yang telah membeli buku pengetahuan seputar *cosplay,* hadiah yang akan diberikan diantaranya seperti kipas tangan dan gantungan kunci untuk 25 pembeli pertama. Media *t-shirt, tote bag,* Jam dan topi akan diberikan kepada 5 orang pembeli pertama ditoko tempat terbitnya buku tersebut dan untuk .

III.3 Konsep Visual

Konsep visual dalam buku pengetahuan seputar *cosplay* ini menggunakan gaya visual yang mendekati remaja. Dengan pembahasan yang menyenangkan untuk remaja khususnya *cosplayer,* agar tidak memiliki rasa bosan dengan buku. Dalam buku pengetahuan seputar *cosplay,* menyampaikai sebuah informasi dengan jelas, menampilkan jenis-jenis pada *cosplay,* dan ilustrasi yang menarik. Didalam buku informasi pengetahuan seputar *cosplay,* ditambahkan sebuah interaktif dengan teknik *flipflap,* dimana dengan hal tersebut dapat terjalin komunikasi pada pembaca. Disertai dengan ilustrasi yang menarik dan warna-warna cerah yang ditunjukan untuk remaja *cosplayer.*

III.3.1 Format Desain

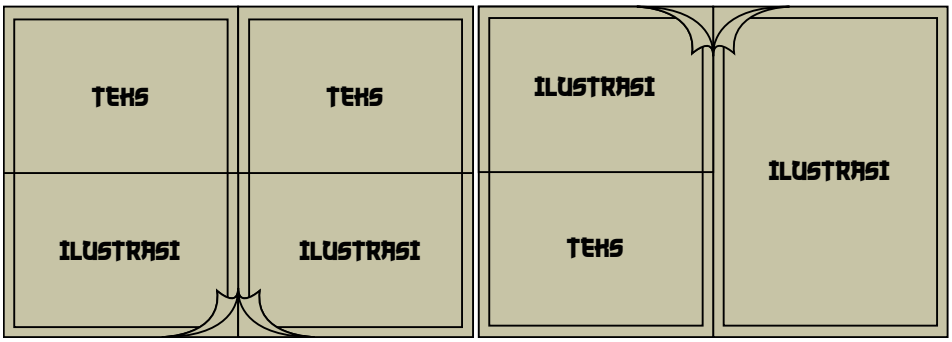
Buku informasi pengetahuan sepurta *cosplay* dibuat dengan ukuran 15cm x 21cm. Pada bagian sampul menggunakan *softcover* laminasi *glossy,* dan isi meggunakan kertas *artpaper* tipis, dimana kertas tersebut terasa sangat cocok untuk media buku informasi, karena dalam penggunaan kertas *artpaper* warna terlihat lebih terasa.



Gambar III.2 Contoh format ukuran buku
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak atau *Layout*

Rustan (dikutip Karisman, 2016) *Layout* adalah penempatan unsur desain pada satu bidang dalam media tertentu yang bertujuan sebagai men-*support* yang ada pada media tersebut. Penempatan letak ilustrasi beberapa halaman akan disatukan dalam satu halaman dan memberikan *space* luar pada halaman guna untuk memberi jeda kepada pembaca agar tidak mudah lelah saat membaca informasi yang disampaikan pada buku informasi bergambar. Tata letak pada perancangan buku bergambar lebih menonjolkan gambar ilustrasi sebagai pusat perhatian pembaca untuk lebih mudah paham pada informasi yang disampaikan. Tata letak perancangan media infromasi pengetahuan seputar *cosplay*, ini dirancang agar mudah untuk dimengerti dan dipahami oleh pembaca.

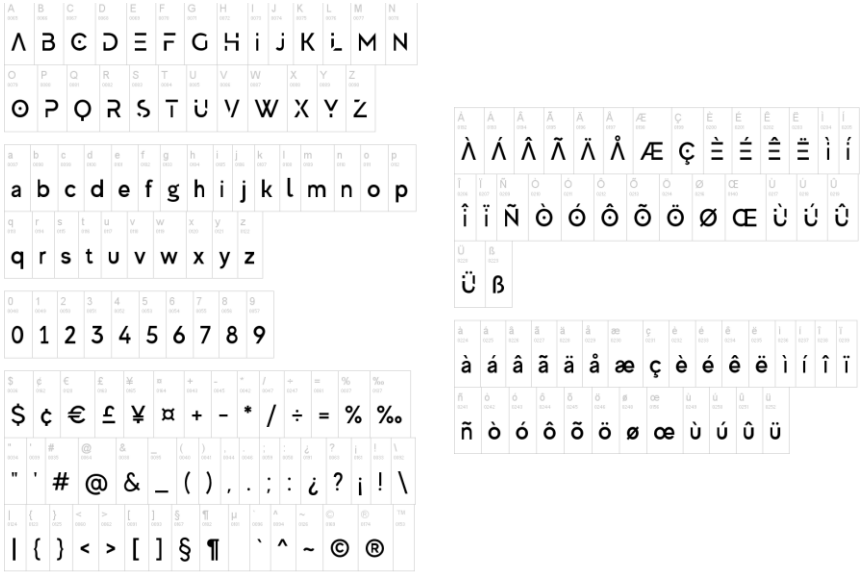


Gambar III.3 *Layout* tata letak ilustrasi dan teks
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

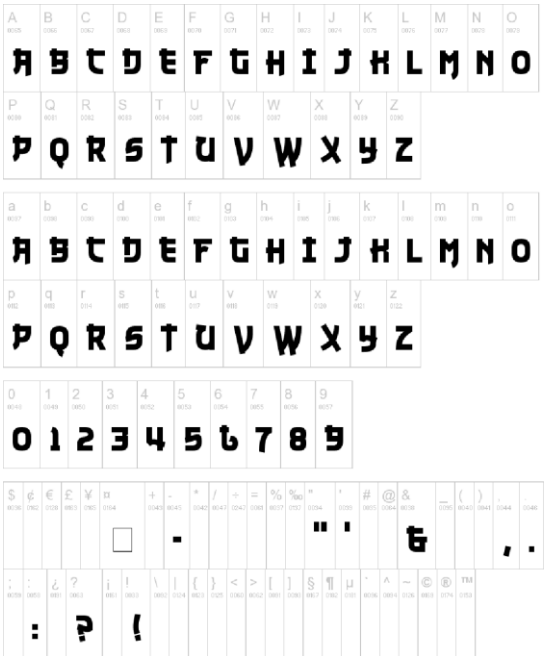
Tipografi adalah ilmu mempelajari tentang penataan, pilihan, dan berbagai hal berkaitan pengaturan bari sususan huruf, tidak termasuk pada ilustrasi (Sudiana, 2001, h.2). Terkait perancangan sebuah media informasi buku bergambar, tifografi adalah salah satu unsur didalamnya, karena itu pelru melakukan pemilihan jenis dan bentuk huruf yang dapat melengkapi dan mendukung unsur utama berupa visual.

Font yang digunakan dalam buku bergambar yaitu *font Made Evolve Sans EVO medium* yang dibuat oleh Made Type. *Font* ini bersifat berbayar untuk kebutuhan komersil, seperti yang tertera pada situs www.youworkforthem.com. Jenis *font* berupa *sanserif* yang digunakan untuk *body* teks dan subjudul pada media untuk memberikan tema minimalis agar mudah dibaca oleh target audiens dan terlihat menarik.



Gambar III.4 *Font Made Evolve Sans EVO medium*
Sumber: https://www.dafont.com/made-evolve-sans.font (2018)

Font untuk judul pada buku bergambar informasi menggunakan *font Nuku - nuku* oleh Vic Fieger pada tahun 2014, *font* terlihat tebal dan tegas. *Font* ini bersifat gratis sepeti yang tertera pada situs www.1001fonts.com. *Font* ini berkolaborasi antar abjat dengan kanji sehingga menjadi *font* yang bertemakan Jepang. *Font* ini digunakan sebagai judul.



Gambar III.5 *Font Nuku-nuku*
Sumber: https://www.1001fonts.com/nuku-nuku-font.html (2018)



Gambar III.6 Contoh *font* yang digunakan pada judul dan sub-judl
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

III.4 Ilustrasi

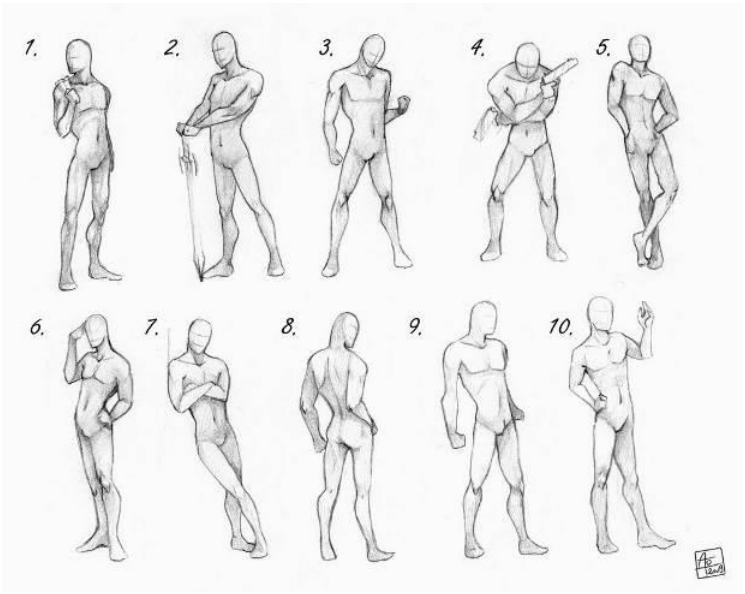
Ilustrasi adalah cara untuk mengomunikasikan pesan kepada khalayak sasaran dengan mudah, tegas, dan cepat untuk dipahami. Ilustrasi digambarkan sebagai pesan tidak terbaca, tetapi dapat menyampaikan pesan baik merupa visual ataupun tipografi yang membentuk informasi grafis yang menarik. Menurut Rohidi (dikutip Rainer, 2017) Ilustrasi meliputi elemen-elemen yang memiliki peran untuk menjelaskan sebuah teks yang disampaikan, agar pembaca dapat mudah mengerti dengan pesan yang disajikan. Media buku bergambar informasi menggarap beberapa ilustrasi karakter untuk menegaskan sebuah informasi dan pengetahuan dalam buku, pengaplikasian ilustrasi yang difokuskan dengan gaya semi *cartoon*, dengan teknik penggambaran *digital drawing.*

Referensi dari ilustrasi yang digunakan diambil dari salah satu film *cartoon* yang berasal dari *Cartoon Network* berjudul *Adventure Time*, dimana ilustrasinya menggunakan detail yang sedikit dan tanpa mengilangkan *outline* pada ilustrasi tersebut.

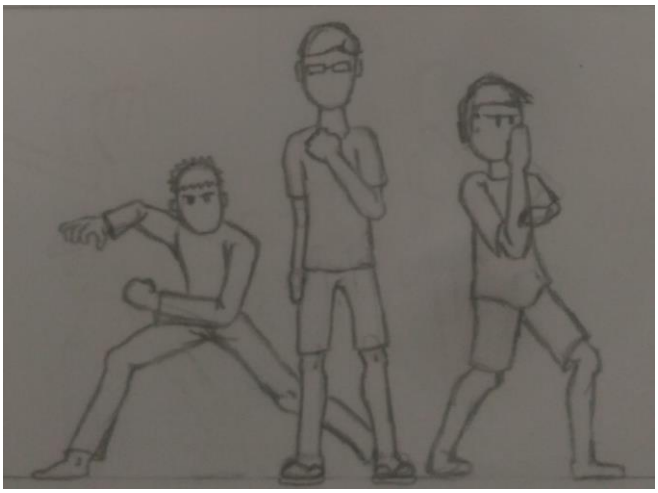


Gambar III.7 Referensi gaya ilustrasi
Sumber: https://junkee.com/adventure-time-finale/151304

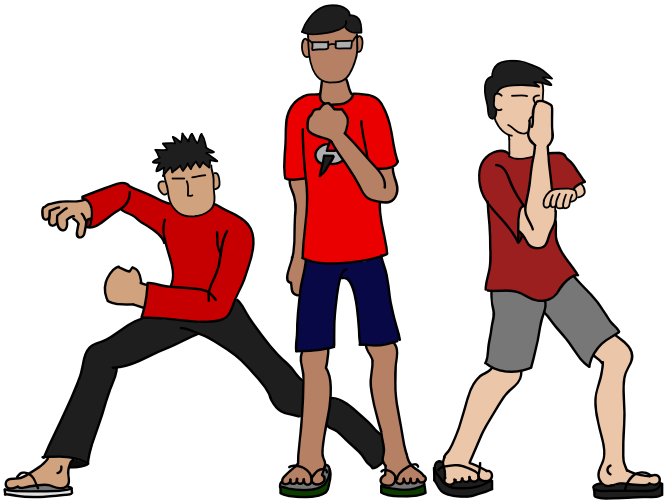
Referensi ilustrasi untuk karakter *cosplayer* yang belum menggunakan kostum *cosplay*, diambil dari gaya berpakaian sehari-hari pada umumnya yang diminimaliskan dengan dengan menggunakan gaya ilustrasi *vector*.



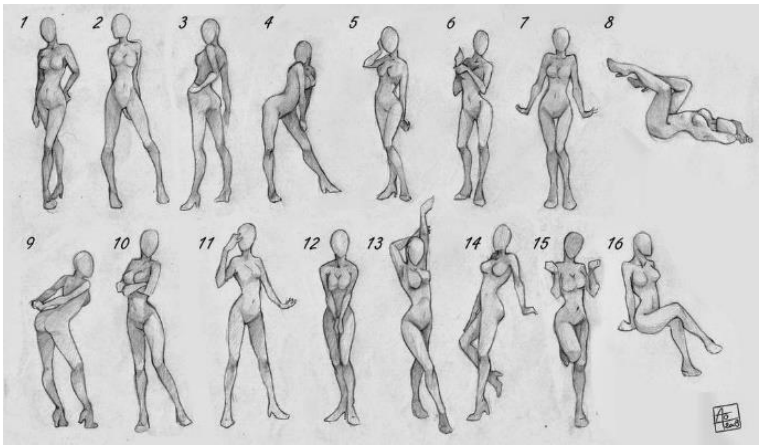
Gambar III.8 Referensi ilustrasi pose karakter laki-laki
Sumber: https://www.deviantart.com/aonikaart/art/Male-poses-chart-148057533 (2018)



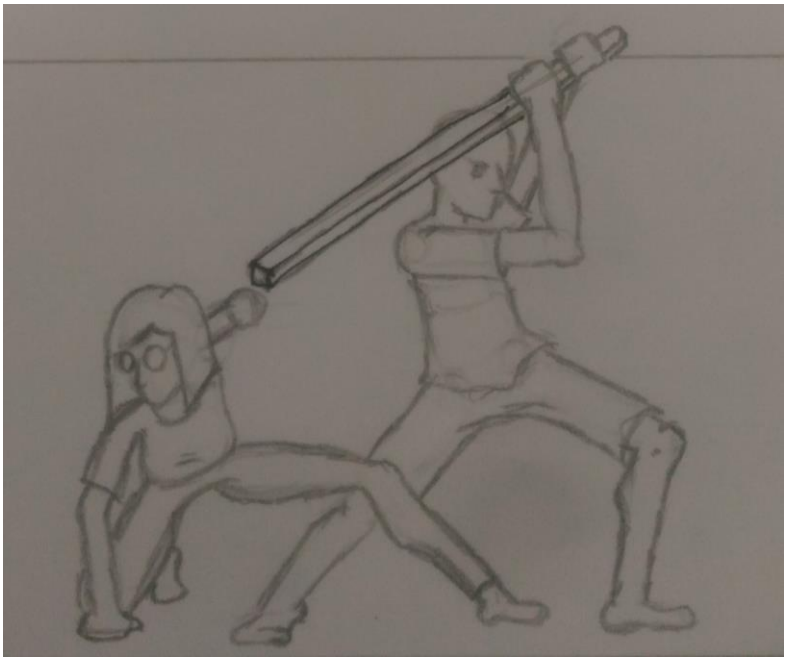
Gambar III.9 Sketsa karakter *cosplayer* laki-laki berimajinasi
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.10 Karakter *cosplayer* laki-laki dalam bentuk vektor
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.11 Referensi ilustrasi pose karakter perempuan
Sumber: https://weheartit.com/entry/25944726 (2018)



Gambar III.12 Sketsa karakter *cosplayer* laki-laki dan perempuan berimajinasi
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.13 Karakter *cosplayer* laki-laki dan perempuan dalam bentuk vektor
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.14 Referensi karakter *game overwatch Trace*
Sumber: https://idnation.net/5-figma-seri-video-game-populer-yang-bisa-kamu-miliki/ (2018)



Gambar III.15 Referensi karakter *game overwatch Genji*
Sumber: https://www.kaskus.co.id/thread/57c7bdfa1cbfaaf6388b4569/mengetahui-sifat-berdasarkan-character-overwatch-yang-dimainkan/ (2018)

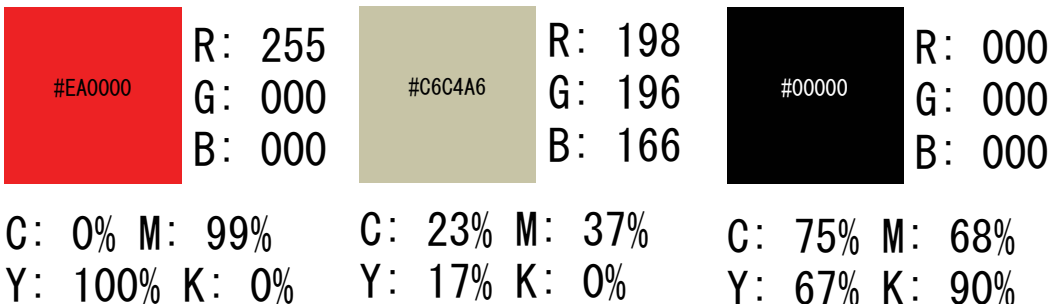


Gambar III.16 Bentuk ilustrasi karakter *cosplay game*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

III.5 Warna

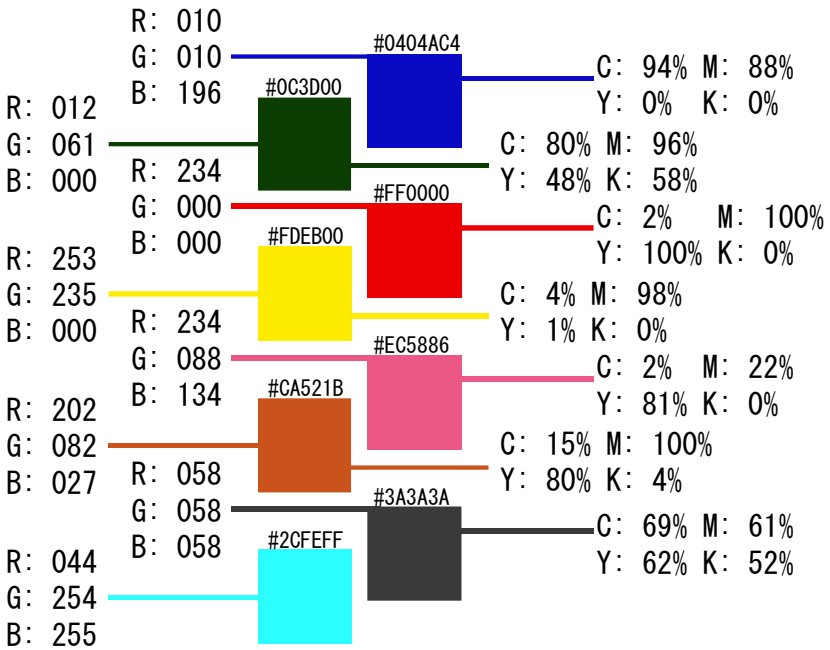
Warna mempunyai unsur yang memiliki fungsi memunculkan rasa sedih, semangat, gembira, haru, dan mood (Andriani, 2011). Warna pada media utama menggunakan warna yang menyesuaikan karakter yang merujuk pada target sasaran yaitu warna pastel dan warna *soft*, dikarenakan khayalak sasaran adalah remaja, maka diperlihatkan warna *soft* dan memberikan kesan ceria didominasi oleh warna primer dan sekundar.

Penggunaan warna merah identik dengan rasa semangat, dipilih karena para *cosplayer* memiliki rasa semangat untuk menjadi *cosplayer* yang terbaik dan unik diantara *cosplayer* lainnya.



Gambar III.17 Warna primer pada media utama
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Dalam penggunaan warna sekunder pada media utama buku informasi bergambar bertujuan untuk menyesuaikan warna pada setiap karakter yang ada. Warna yang digunakan merupakan pelengkap serta dapat mewakili pesan yang disampaikan melalui media buku interaktif tersebut. Warna juga dapat digunakan untuk berkomunikasi dan merangsang kejiwaan pembaca hingga muncul kondisi kejiwaan yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, munculnya rasa haru,sedih, gembira, atau semangat.



Gambar III.18 Warna sekunder pada ilustrasi
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Pemilihan warna merupakan poin sangat penting dalam menentukan respon dari calon pembaca buku interaktif tersebut. Warna adalah hal pertama yang dilihat oleh seseorang (terutama warna pada background buku tersebut). Bukan hanya itu, warna akan membuat kesan pada keseluruhan desain grafis yang akan dibuat. Dalam komunikasi grafis, penggunaan warna pada media perlu ditata dan disusun dengan tepat sehingga menciptakan suasana sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

Untuk mencapai desain media buku interaktif dengan warna yang efektif dapat dimulai dengan pemilihan warna yang merepresentasikan tujuan daripada media

komunikasi grafis yang akan dibuat. Kombinasi warna sebaiknya dipilih sesuai dengan tujuan atau pesan yang ingin disampaikan dalam buku interaktif tersebut. Kombinasi warna yang akan digunakan merupakan poin penting yang perlu diperhatikan, karena korelasi warna satu sama lain yang baik nantinya akan menciptakan perpaduan warna harmonis sehingga menambah nilai estetika dari desain media yang akan dibuat.