BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

a. Target Audiens

Dalam perancangan sebuah media informasi tentang edukasi seks untuk anak, maka dibutuhkan segmentasi yang diperuntukan sebagai target audiens dari perancangan tersebut. Target audiens dalam perancangan dibagi menjadi dua yaitu target *primary* adalah orang tua, dan target *secondary* adalah anak-anak. adapun tujuan dari dibaginya target audiens menjadi dua kategori adalah agar penyampaian informasi berupa edukasi seks untuk anak dapat diterima dengan baik dan sesuai dengan target sasaran yang sudah ditetapkan. Selanjutnya segmentasi akan dibagi menjadi 3 yaitu demografis, psikografis, dan geografis, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

b. Demografis

Target *Primary*

- Orang tua
- Usia : 30-40 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Pendidikan : (Tidak Dikategorikan)
- Sosial Ekonomi Status : Kelas sosial mengengah-bawah

Target *Secondary*

- Anak-anak
- Usia : 6-8 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Pendidikan : TK-SD

c. Geografis

Dalam perancangan media informasi berupa edukasi seks pada anak usia dini melalui aplikasi berbasis android ini, ditunjukan untuk masyarakat perkotaan

dengan target utama adalah orang tua yang memiliki anak dengan umur. Dipilihnya wilayah perkotaan sebagai segmentasi geografis adalah karena orang tua yang tinggal di wilayah kota lebih memiliki pemikiran yang terbuka dan aktif. Diharapkan media informasi ini dapat diterima oleh khalayak sebagai media pendukung dalam pembelajaran yang akan dilakukan oleh orang tua kepada anak.

d. Psikografis

Segmentasi psikografis menurut Hawkins (dalam Diniellah,2016) menyatakan bahwa psikografis adalah lebih mengarah pada sebuah cara untuk mengindetifikasi hal yang berkaitan dengan gaya hidup dari konsumen mencangkup aspek aktifitas sehari-hari, perilaku, dan kesukaan atau minat.

Target *Primary*

- Memiliki kecenderungan untuk mulai memantapkan letak kedudukannya dalam strata sosial dan sudah memasuki masa dimana komitmen jangka panjang mulai terbentuk.
- Umumnya berada pada usia dimana rasa kepedulian serta tanggung jawabnya akan perkembangan dan kebutuhan anak sangat tinggi.

Target *Secondary*

- Memiliki rasa keingintahuan yang tinggi serta cenderung banyak mengamati perilaku orang-orang disekitarnya.
- Memasuki periode dimana individu ini akan menjadi sangat aktif dan periang.

III.1.2 *Consumer Insight*

Consumer Insight adalah proses analisa individu berdasarkan aspirasi, perasaan dan bayangan dari konsumen akan produk tertentu yang akan mengarahkannya kepada tingkah laku yang spesifik. Menurut Maulana (2009), *Consumer Insight* adalah proses pencarian akan keinginan terdalam dari konsumen mengenai suatu produk

atau jasa tertentu. Dalam hal ini, *target audience* yang akan dituju didasarkan pada segmentasi primer dan sekunder yang telah dibahas sebelumnya, yaitu:

a. Target *Primary*

Orang tua dengan rentang usia 30 – 40 tahun: Individu berkeluarga dalam rentang usia ini umumnya sudah memiliki rasa tanggung jawab akan keluarganya, sudah mulai merencanakan masa depan dan memperhatikan kedudukannya di dalam lingkup sosialnya, serta mulai memasuki masa-masa dimana mulai terdapat kekhawatiran akan masa depan keluarganya.

b. Target *Secondary*

Anak-anak dengan rentang usia 6 – 8 tahun: Individu dalam usia ini cenderung periang dan suka bermain, memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan mulai kritis dalam mengamati keadaan disekitarnya. Individu di dalam rentang usia ini sangat menyukai permainan serta aspek-aspek di dalam kehidupan yang simpel serta menarik mata.

III.1.3 *Consumer Journey*

a. Target Utama

Table III.1 *Consumer Journey* target utama
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

No.	Waktu	Kegiatan	Tempat	*Poin of Contact*
1	04.00	Bangun tidur	Kamar	**Kasur, bantal, guling.**
2	04.05	Membangunkan suami dan anak	Kamar	**Kasur, bantal, guling.**
3	04.30	Mandi	Kamar mandi	Gayung, handuk, tempat sabun, sikat gigi, odol
4	05.00-05.05	Sholat subuh	Kamar	**Sajadah,** jam, **kasur guling, bantal**

5	05.10-05.30	Merapihkan tempat tidur	Kamar	jam, **kasur guling, bantal**
6	05.40-06.30	Masak	Dapur	Alat masak
7	06.30-08.00	Mencuci	Kamar mandi	Gayung, handuk, tempat sabun, sikat gigi, odol
8	09.00-12.00	Membersihkan rumah	Ruang tamu, dapur, halaman rumah	Peralatan kebersihan
9	12.05-13.30	Solat dzuhur	Kamar	**Sajadah,** jam, **kasur guling, bantal**
10	13.30-15.00	Tidur siang	Kamar	jam, **kasur guling, bantal**
11	15.15-15.45	Mandi	Kamar mandi	Gayung, handuk, tempat sabun, sikat gigi, odol
12	16.00-16.05	Solat ashar	Kamar	**Sajadah,** jam, **kasur guling, bantal**
13	16.05-18.00	menyetrika pakaian	Kamar	**Setrika,** jam, **kasur guling, bantal**
14	18.50-18.10	Solat maghrib	Kamar	**Sajadah,** jam, **kasur guling, bantal**
13	18.10-19.00	Menyiapkan makan malam	Dapur	Alat masak
14	19.00- 19.30	Makan malam	Ruang makan	**Alat makan**
15	19.30-19.35	Solat isya	Kamar	**Sajadah,** jam, **kasur guling, bantal**
16	19.35-21.00	Menonton tv	Ruang tamu	**Televisi, iklan**
17	21.00	Tidur	Kamar	Jam, **kasur guling, bantal**

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah sebuah perencanaan, mencangkup serangkaian proses yang digunakan demi mencapai sebuah tujuan yaitu pemecahan masalah untuk mendapatkan solusi dan tepat kepada khalayak sasaran. Berdasarkan hasil observasi dan penyebaran kusioner, orang tua pada masa sekarang sebagian kurang mengerti pentingnya memberikan edukasi seks untuk anak tersebut, padahal informasi tentang edukasi seks serta manfaatnya sudah banyak tersebar baik dalam bentuk media buku, koran, majalah, maupun internet. Sedangkan sebagian lagi sudah mengerti dan mengajarkan kepada anak secara dasar dan orang tua memahami pentingnya edukasi seks di dasari banyaknya korban hasil dari pelecehan seksual kebanyakn terjadi pada anak. setidaknya dengan mengajarkan edukasi seks diharapkan orang tua dan anak dapat mengerti pentingnya mengenali tubuh kita dan menjaganya.

Orang tua dan anak pada masa ini sebagian sudah menggunakan gawai sebagai kebutuhan komunikasi dan mendapatkan informasi. Dengan demikian peneliti ingin menjawab kebutuhan dari orang tua yaitu adanya sebuah informasi edukasi seks dalam bentuk aplikasi andorid. Pemilihan perancangan informasi dalam bentuk aplikasi android ini didasari oleh karena lebih mudah penyampaiannya dan dapat dekat kepada khalayak sasaran.

Adapun konten yang akan dimuat dalam perancangan tersebut adalah berisikan dua bagian yaitu untuk orang tua dan anak-anak. untuk orang tua diberikan informasi seperti edukasi seks, tujuan, serta manfaatnya. Untuk anak-anak yaitu memberikan edukasi seks dasar seperti pengenalan perbedaan jenis kelamin.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Recana awal pembuatan media informasi berupa edukasi seks ini memiliki tujuan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Tujuan tersebut adalah peneliti ingin menyampaikan sebuah informasi yang diharapkan dapat digunakan sebagai media pembelajaran oleh orang tua dan juga ingin mengenalkan edukasi seks dasar kepada anak.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Setiap perancangan diperlukan strategi untuk dapat menyampaikan pesan agar mudah diterima khalayak dengan mudah, Aspek penting dalam menyampaikan pesan atau sebuah informasi adalah menggunakan komunikasi, demikian adanya pendekatan komunikasi sangat dibutuhkan guna mendukung perancangan ini. Dalam pendekatan komunikasi, peneliti menggunakan dua bentuk komunikasi yang dikemas dalam bentuk media, yaitu media secara verbal dan visual. Berikut penjelasan dari dua strategi pendekatan komunikasi tersebut:

a. Pendekatan Verbal

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia verbal memiliki arti yaitu lisan. Pendekatan komunikasi secara verbal adalah proses yang dilakukan untuk menyampaikan informasi baik secara lisan maupun tulisan. Pendekatan secara verbal yang dilakukan lebih kearah pendekatan yang bersifat informatif. Selain sebagai sebuah media yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait tentang edukasi seks kepada anak, diharapkan media ini juga dapat mengajak orang tua untuk berperan aktif dalam memberikan edukasi kepada anak dan menyadari bahwa edukasi seks untuk anak itu penting.

b. Pendekatan Visual

Pendekatan komunikasi secara visual adalah memberikan informasi atau pesan kepada khalayak yang disertai media dalam bentuk penggunaan visual/gambar. Ilustrasi yang akan ditampilkan adalah ilustrasi tokoh anak-anak dan orang tua dengan gaya gambar yang lebih di sederhanakan dan berkarakter ceria, agar khalayak lebih mudah dalam mengingat dan memahami infomasi yang akan disampaikan. Untuk merancang sebuah media informasi, pendekatan visual yang akan dilakukan adalah memberikan gambaran secara umum tentang edukasi seks sejak dini. Teknik yang akan digunakan adalah teknik ilustrasi *vector*.

Alasan penggunaan teknik *vector*, karena cocok untuk kebutuhan khalayak dan lebih menarik dan menyenangkan dilihat oleh anak. Pada teknik ini kesesuaian objek dapat terlihat dibandingkan dengan teknik lain. Pada teknik *vector* gambaran beberapa bagian tubuh yang dilustrasikan terlihat lebih mudah dipahami dan dirasa

lebih cocok untuk anak. Sedangkan jika menggunakan teknik ilustrasi lain seperti *digital paintinng*, ditakutkan dapat menghilangkan nilai ceria pada anak karena terlalu realis.

Alasan lainnya penggunaan teknik ilustrasi *vector*, agar khalayak mampu menyerap informasi yang diberikan dengan jelas dan mudah. Pada bagian background akan ditampilkan secara sederhana dan lebih menegaskan penggambaran kepada objek yaitu karakter, dengan tampilan tiap halaman informasi *full color* agar anak lebih menikmatinya.

III.2.3 Materi Pesan

Terdapat materi pesan yang akan disampaikan atau dimuat dalam perancangan media informasi berupa edukasi seks untuk anak usia dini, adapun materi pesan tersebut akan memberikan informasi seks dasar contohnya seperti perbedaan jenis kelamin, cara menjaga diri, hal-hal yang boleh disentuh dan tidak.

III.2.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang akan diaplikasikan dalam perancangan media ini yaitu menggunakan bahasa Indonesia yang tidak formal. Dipilihnya bahasa Indonesia yang tidak formal tersebut didasari oleh karena bahasa ini selalu digunakan dalam kehidupan sehari-sehari. Penyampaian menggunakan gaya bahasa yang ringan diharapkan dapat mudah dipahami dan dapat menciptakan kesan keakraban untuk khalayak sasaran yaitu orangtua dan anak-anak.

III.2.5 *Mandatory*

Mandatory merupakan istilah yang digunakan kepada lembaga yang menjadi landasan media informasi ini tersebar atau dipublikasikan. Dalam perancangan media informasi ini, yang akan bekerja sama adalah KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia), merupakan salah satu lembaga yang ikut berperan dalam menangani permasalah anak-anak di Indonesia.



Gambar III.1.Logo KPAI

Sumber: https://img.duniaku.net/2013/09/cover-logokpai.jpg

(Diakses pada 10/7/2018)

III.2.6 Strategi Kreatif

Pada perancangan media informasi edukasi seks untuk anak usia dini, terdapat strategi guna mendukung perancangan agar dalam penyampaiannya dapat lebih menarik, efektif serta tepat sasaran yang tentunya didukung dengan cara yang kreatif. Adapun tahapan yang termasuk dalam strategi kreatif akan dijabarkan sebagai berikut:

a. *Copywriting*

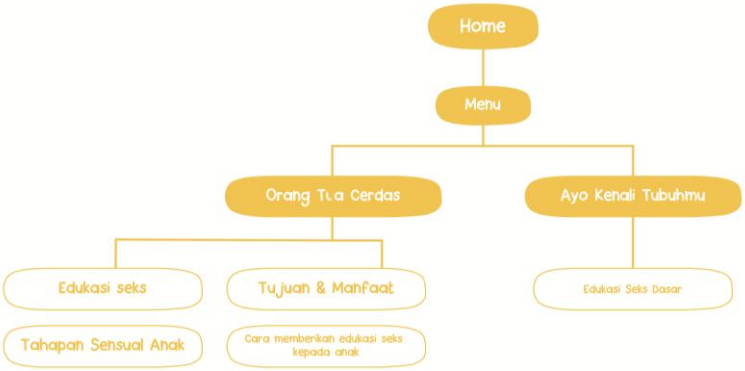
Peranan *copywriting* tentunya sangatlah penting guna mendukung media yang telah dibuat menjadi menarik perhatian bagi khalayak agar mau menggunakan aplikasi ini. Dengan demikian Judul dan subjudul yang akan diaplikasikan pada media informasi ini adalah :

Judul : Ayo Belajar Mengenali Tubuhmu

Subjudul : Edukasi Seks Anak Usia Dini

Pemilihan judul tersebut berkaitan dengan isi konten yaitu untuk mengajak anak mengenali tubuh, dengan hal tersebut anak dapat menjaga bagian tubuhnya sendiri. Sedangkan pemilihan subjudul adalah edukasi seks anak usia dini karena ingin menyampaikan bahwa aplikasi yang dibuat adalah untuk media berlajar yang berkaitan dengan edukasi seks khususnya untuk anak.

b. Sistem Navigasi



Gambar III.2 Sistem Navigasi
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Sistem navigasi bagian dari alur atau penempatan halaman-halaman yang akan dibuat pada media untuk memudahkan pengguna ketika membuka aplikasi. Pada media aplikasi Edukasi Seks Anak Usia Dini berawal dari halaman *home* yang berisikan logo aplikasi lalu menuju pada bagian menu. Pada bagian menu terdapat tombol yang terbagi menjadi dua bagian, tombol pertama diberi judul orang tua cerdas yang isi kontennya lebih ditunjukan kepada orang tua seperti arti edukasi seks, tujuan dan manfaat, tahapan sensual anak dan cara meberikan edukasi seks kepada anak. Tombol kedua ditunjukan untuk anak isi konten lebih kearah mengajarkan anak tentang edukasi seks dasar yaitu seperti mengajarkan perbedaan jenis kelamin, bagian yang boleh disentuh dan tidak, cara menjaga diri. Perbedaan halaman untuk orang tua dan anak adalah pemberian pada ilustrasi pada halaman anak.

III.2.7 Strategi Media

Untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran diperlukan sebuah media yang dapat digunakan sebagai bentuk dari penyaluran informasi tersebut. Strategi media adalah salah satu cara atau metode dalam perencanaan media untuk menjangkau khalayak agar media yang akan dirancang dapat diterima dan mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam perencanaan strategi media terdapat dua

kategori sebagai penunjang dalam perancangan ini yaitu media primer atau media utama dan media sekunder yang keberadaannya sebagai media pendukung.

a. Media Utama

Media utama yang dipilih sebagai perancangan yaitu media aplikasi berbasis android, Arifianto (2011) menyatakan bahwa android adalah sebuah sistem yang di operasikan pada telepon seluler dengan berbasis linux. Sedangkan definisi dari aplikasi sendiri dapat diartikan suatu program atau perangkat lunak yang berguna untuk membantu pekerjaan atau kegiatan manusia. Adapun konten yang tersaji didalamnya adalah berupa informasi terkait tentang edukasi seks dasar untuk anak-anak. Pemilihan media berbasis android tersebut didasari oleh karena penggunaanya lebih mudah dan penyampaian informasi lebih cepat didapat.

b. Media Pendukung

Keberadaan media pendukung adalah sebagai pelengkap atau pendukung dari media utama yaitu media informasi edukasi seks untuk anak. Adapun jenis dan rupa dari media pendukung antara lain:

Media Promosi

Media utama membutuhkan media cetak sebagai sarana informasi lebih dapat mencangkup khalayak sasaran, media cetak yang akan digunakan adalah:

- **Poster**

Poster merupakan sebuah media penyampaian informasi yang biasanya dalam bentuk cetak dengan medium kertas. Biasanya yang tersaji dalam poster adalah kobinasi antara teks dan gambar tujuan dari penggunaan media poster ini adalah untuk memberikan informasi atau lebih kearah untuk mengenalkan

- ***X-banner***

Keberadaan *X-banner* diperuntukan sebagai media pendukung dan juga promosi saat media aplikasi diperkenalkan kepada khalayak saat *event* berlangsung.

- ***Flyer***

Flyer digunakan sebagai pendukung dari sebuah promosi yang didalamnya memuat informasi singkat dari media yang akan diperkenalkan. Untuk menarik perhatian

brosur akan dibuat semenarik mungkin berikut dengan dukungan visual agar khalayak dapat tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang aplikasi ini.

Media kreatif

Media kreatif memiliki tujuan yaitu sebagai media pengingat. Media kreatif yang digunakan untuk mendukung media utama adalah:

- **Stiker**

Stiker merupakan salah satu *merchandise,* yang berperan sebagai media promosi yang aplikasinya ditempelkan pada produk sebagai sebuah identitas, agar mudah dikenali oleh target market. Stiker yang bagus hendaknya mudah diingat dari segi bentuk dan visual grafisnya. Stiker berfungsi sebagai media promosi tempel pada kemasan dan label produk. Memberikan identitas tertentu pada merk dagang yang ada, agar konsumen mudah mengenali dan tertarik untuk menggunakannya secara terus-menerus.

- ***Note Book***

Note Book adalah salah satu merchandise berupa buku sedang yang dapat digunakan untuk mencatat berbagai hal. Buku catatan merupakan benda yang dekat dengan kehidupan khalayak sasaran yaitu kalangan anak-anak dan pelajar karena masih memiliki kecendrungan perilaku yang perlu mencatat berbagai hal baik sebagai pengingat atau rangkuman. Maka khalayak akan menilai buku catatan sebagai media yang bermanfaat sehingga mampu menarik minat untuk bisa membeli paket tersebut.

- ***Key Chain***

Key Chain merupakan salah satu media pendukung yang dapat dipergunakan untuk mengingatkan target khalayak pada media utama, untuk memberikan rasa memiliki pengetahuan terhadap media utama.

- ***Tumblr***

Tumblr adalah suatu wadah yang dapat digunakan berkali-kali untuk mengisi air. Wadah air minum tersebut sangat bermanfaat untuk dibawa dalam aktivitas berpergian jauh. Bisa dipakai pada kondisi didalam maupun luar ruangan. *Tumblr* sebagai media promosi, sangat cocok dibawa oleh target khalayak sesuai dengan keseharian khalayak yang aktif serta memberi solusi praktis.

- ***Mini Sling Bag***

Mini Sling Bag adalah salah satu benda yang kini sering dijadikan media promosi namun juga memiliki manfaat yaitu fungsi dari tas, sebagai benda yang bisa membawa barang bawaan didalamnya.karena target khalayak dari media utama adalah kalangan anak dan pelajar maka tas adalah benda yang dekat dan penting, karena bisa membawa barang bawaan seperti buku pelajaran dan alat tulis.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi ini dilakukan guna menyebarkan informasi agar masyarakat lebih mengetahui media yang akan dikenalkan. Media yang dikenalkan berupa karya visual berupa aplikasi yang disusun hingga menjadi sebuah multi media interaktif yang dapat mengedukasi. Adapun penyebaran yang dilakukan berdasarkan media yaitu : Pada hari anak nasional, tepatnya akan dirilis pada hari selasa, tanggal 23 juli 2019. Karena dinilai cocok dengan momen keceriaan anak-anak Indonesia.

Tabel III.3 Tabel Pendistibusian Media
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Media		Tahun 2019					Lokasi
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	
1	Aplikasi						Saat pelaksanaan kegiatan
2	X-banner						Tempat pelaksanaan kegiatan
3	Poster						Mading
4	Tumbler						Saat pelaksanaan Kegiatan
5	Notebook						Saat pelaksanaan Kegiatan
6	Mini Sling bag						Saat pelaksanaan Kegiatan

7	Stiker						Saat pelaksanaan Kegiatan

III.3 Konsep Visual

Dalam perancangan media informasi edukasi seks pada anak, penggunaan konsep pada visual sangatlah penting demi menunjang perancangan menjadi lebih menarik. Sebuah perancangan media informasi khususnya untuk anak tentunya membutuhkan visual yang cocok untuk khalayak sasaran. Oleh karenanya penggunaan ilustrasi dengan gaya visual kartun dengan tehnik gambar *vector* pada perancangan ini dirasa cocok dan dapat menarik anak-anak untuk membaca jika di aplikasikan pada media. Selain itu pemilihan warna juga dipilih menggunakan warna-warna cerah demi mendukung visual yang akan dibuat. Adapun referensi visual yang dijadikan acuan pada perancangan adalah sebagai berikut:



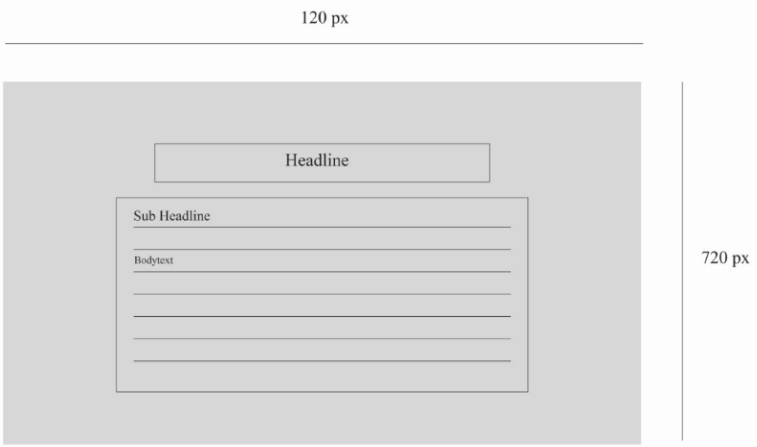
Gambar III.3 Referensi Visual
Sumber: https://www.instagram.com/p/BZ81fW8HMFU/?taken-by=sign.vic
(Diakses pada 7/9/2018)

III.3.1 Format Desain

Perancangan informasi edukasi seks untuk anak usia dini akan dibuat menjadi sebuah aplikasi android dan diperuntukan untuk perangkat keras seperti gawai, dengan format desain sebagai berikut:

Jenis media : Aplikasi Android
Format media : *Android package* (.apk)
Warna : RGB
Resolusi : 1280x720 *pixel*
Orientation : *Lanscape*

Format desain dalam perancangan ini akan menggunakan resolusi layar 1280x720 *pixel*, karena pada umumnya resolusi dari perangkat keras seperti gawai menggunakan resolusi layar dengan ukuran tersebut. Orientasi *lanscape* dipilih agar jangkauan baca dari penggunaan aplikasi terlihat lebih luas.



Gambar III.4 Format desain
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Format pada halaman atau isi konten, *headline* atau sebagai judul dari isi konten menggunakan huruf dengan ukuran 23 pt, *sub headline* menggunakan huruf dengan ukuran 27 pt dan *bodytext* menggunakan ukuran 22 pt. Pemilihan ukuran huruf diatur sedemikian rupa agar saat informasi dapat terbaca dengan jelas dan tidak terlalu kecil.

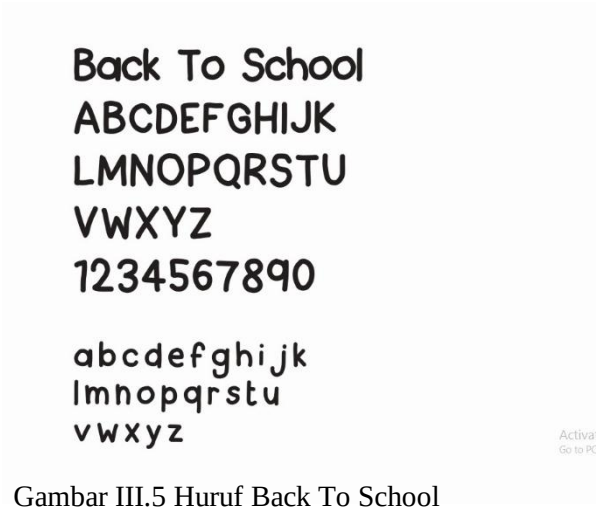
III.3.3 Tipografi

Tipografi atau huruf merupakan ilmu yang berhubungan dengan pemilihan atau penataan huruf. Dalam setiap karya desain atau media komunikasi cetak seperti buku, koran, ataupun majalah. Anggraini & Nathalia (2014), tipografi merupakan salah satu hal dasar yang harus diperhatikan dalam penyusunan karya desain. Seperti pemilihan huruf, penataan, *layout*, warna, ukuran dan lainnya. Tipografi

memiliki nilai estetika pada karya desain tersebut. Pemilihan huruf juga dapat menghadirkan eskpresi maupun karakteristik dalam sebuah karya desain. Agar dapat menarik perhatian maupun minat bagi para pembaca. Dalam perancangan media informasi ini terdapat beberapa huruf yang digunakan, antara lain:

a. *Headline*

Nama *font* : Back To School
Jenis huruf : *Script/Handwritten*
Pembuat *font* : Geronimo Studios
Lisensi : *Free for personal use*



Gambar III.5 Huruf Back To School
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Jenis *font* yang digunakan pada judul konten maupun logo menggunakan *script* atau *handwriting* pemilihan *font* tersebut karena melihat target sasaran adalah anak-anak maka membutuhkan *font* yang dapat mendukung ciri khas dari media ini yaitu berjenis *handrwriting* karena font tersebut memiliki kesan yang sederhana dan tidak terlalu dekoratif.

b. *Headline*

Nama *font* : Good Morning Purple
Jenis huruf : *Script/Handwritten*
Pembuat *font* : Guiltype Studio
Lisensi : *Free for personal use*



Gambar III.6 Huruf Good Morning Purple
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

c. *Bodytext*

Nama *font* : Avenir Lt Std

Jenis huruf : *Sans Serif*

Pembuat font : Adrian Frutiger

Lisensi : *Free for personal use*



Gambar III.7 Huruf Avenir Lt Std
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Huruf pada konten di isi dengan *font* dengan jenis *sans serif*. Penggunaan *font* ini adalah untuk menyelaraskan dengan gaya tulisan yang tertera pada judul. *Font ini* dipilih karena memiliki kesan sederhana tidak dekoratif. Karena *font* ini di peruntukan pada bagian konten yang mengharuskan adanya klasifikasi jelas dalam

keterbacaannya maka dengan demikian *font* ini dirasa cocok jika di gunakan pada isi konten.

III.3.4 Ilustrasi

Kusrianto (2006) menjelaskan “Ilustrasi adalah seni gambar yang di manfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual”. Ilustrasi sangat dibutuhkan dalam perancangan sebuah media informasi yang ditunjukan kepada anak-anak, agar target khalayak dapat lebih memahami pesan yang terkandung dalam media tersebut karena didukung oleh ilustrasi yang menarik dan menghibur. Gaya ilustrasi atau visual dalam perancangan adalah gaya kartun dan mengambil teknik dan konsep ilustrasi *vector* agar lebih sederhana dan menarik dilihat untuk anak-anak. Terdapat referensi yang dijadikan contoh atau acuan dalam pembuatan karakter atau ilustrasi adalah sebagai berikut:



Gambar III.8 Contoh Ilustrasi
Sumber: https://www.instagram.com/p.BdpwCJRHKoX/ (Diakses pada 10/7/2018)

Gaya ilustrasi tersebut adalah mengambil contoh gambar referensi ilustator asal indonesia yaitu Vicky Andika Nugroho dengan sumber referensi berasal dari akun Instagram. Alasan pemilihan gaya ilustrasi tersebut adalah karena penggunaan *vector* sebagai tehnik penggambaran, serta warna-warna yang ditampilkan pun sangat ceria dan cerah khas anak-anak.

III.3.4.1 Studi Karakter

Berikut ini akan dipaparkan beberapa karakter yang ada dalam aplikasi media, baik media utama maupun media pendukung.

a. Karakter Anak Laki-laki



Gambar III.9 Karakter Anak Laki-laki
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Karakter anak laki-laki berumur 7 tahun, di visualisasikan berkulit sawo matang, berkarakter ceria, pintar, dan suka bermain.

c. Karakter Anak Perempuan

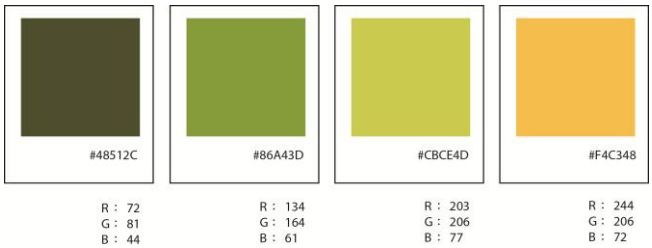


Gambar III.10 Karakter Anak Laki-laki
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

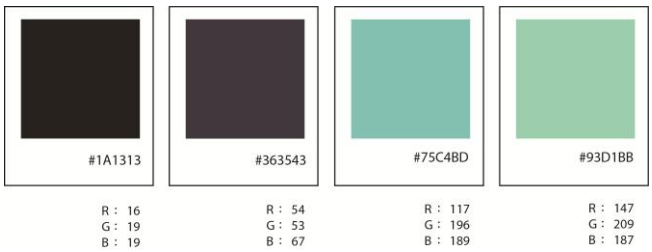
Karakter anak perempuan berumur 8 tahun, di visualisasikan berkulit sawo matang, berkarakter ceria, ramah, dan suka bermain.

III.3.5 Warna

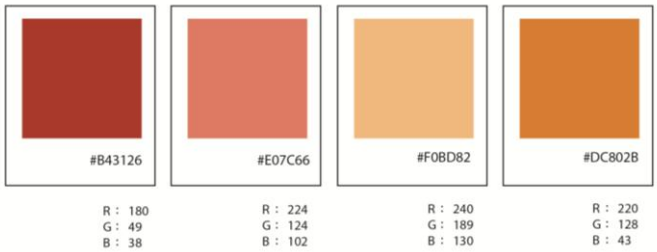
Warna merupakan aspek penting dalam suatu perancangan. Karena sertiap warna akan memunculkan karakter dari media yang akan dirancang. Lia & Kirana (2014) menyatakan hal yang perlu dipahami dari penggunaan warna adalah kesan yang ingin ditampilkan dari perancangan tersebut. Karena tujuan dari dibuatnya perancangan informasi ini adalah sebagai media pembelajaran dari orang tua kepada anak. Warna yang dipilih adalah warna-warna cerah karena disesuaikan dengan target *secondary* yaitu anak-anak tetapi tetap relevan dengan target keduanya. Warna cerah seperti kuning, hijau, dan merah akan menimbulkan kesan ceria dan akan menarik perhatian dari pengguna atau audiens.



Gambar III.11 Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar III.12 Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



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