BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Dalam strategi perancangan diperlukan khalayak sasaran agar efektif dan tepat. Secara definisinya McQuail & Windahl (1993) menjelaskan khalayak sasaran adalah "sebagai sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan informasi". Berdasarkan definisi tersebut, menentukan khalayak sasaran harus mempertimbangkan pula masalah-masalah apa saja yang terjadi pada golongan khalayak tersebut. Maka ditentukan khalayak sasaran sebagai berikut:

- Demografis

  M.A, Morrisan. (2010) mengungkapkan "demografi adalah khalayak dibeda-bedakan berdasarkan karakteristik demografi, seperti usia, gender, pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya" (h. 65). Maka beberapa poin yang ditentukan sesuai dengan ilmu demografi dengan batasan sebagai berikut:

- Jenis Kelamin : Perempuan
- Usia : 17 – 25. Pada usia ini merupakan kategori remaja akhir.
- Pendidikan : SMA/SMK, D3, dan S1. Hal ini di peroleh dari status sosial yaitu menengah, sehingga dari segi pendidikan yang memungkinkan yaitu SMA/SMK, D3 dan S1.
- Status Sosial : Menengah & menengah keatas.

gambar.

- Geografis

- Wilayah : Nasional.

  Masyarakat daerah perkotaan (Bandung).

  SDM perkotaan yang padat.

  Masyarakat urban dengan akses yang lebih mudah.

- Psikografis

  Menurut Zakiah, Darajat dalam website dosenpendidikan.com. Pengertian remaja yaitu, bahwa remaja "*adolescene*" diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosial-emosional. Sam, Hisam (2016).

Maka media informasi ditujukaan kepada target sasaran yang memiliki sifat dan perilaku sebagai berikut:

- Remaja Akhir berusia 17 - 25 tahun.

- *Consumer Insight*

  Menurut Amalia (2009) *consumer insight* adalah proses mencari tahu secara lebih *holistic* tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya.

  Kebiasaan : Belajar, bekerja, bersosialisasi dengan teman dan keluarga.

  Sikap : Memiliki rasa ingin tahu terhadap sesuatu.

  Tingkah laku : Mulai mengeksplorasi terhadap sesuatu berdasarkan kasus di lingkungannya

  Lingkungan hidup : Pendidikan, dan pekerja

- *Consumer Journey*

  Consumer journey adalah memahami keadaan atau kondisi khalayak sasaran melalui proses kegiatan yang dilakukan. Hal ini bertujuan untuk menentukan penyampaian ide yang telah dibentuk kedalam media – media yang akan digunakan agar mendapatkan interaksi dan tersampaikan pada sasaran.

Tabel III.1 Tabel *Consumer Journey*
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Waktu	**Aktifitas**	***Point of Contact***
04.30 - 05.30	Sholat, mandi, berpakaian	Kamar tidur, kamar mandi, rumah, handphone
05.30 – 06.00	Sarapan, mempersiapkan berangkat kerja/kuliah	Dapur, televisi, jam tangan, jaket, tas, helm, jalan raya.
06.00 – 06.30	Perjalan kerja/kuliah.	Sepeda motor, jalan raya, macet, gedung-gedung

07.00 – 11.00	Melakukan aktivitas dilokasi kantor/kampus.	Lingkungan kantor/ kampus, tempat parkir, buku, notebook, komputer.
11.00 – 12.30	Istirahat, membuka handphone, makan siang, mengobrol bersama teman dan sholat.	Kantin, jam tangan , majalah, dompet, handphone, sosial media dan alat sholat.
12.30 – 15.00	Kembali beraktivitas.	Jam tangan, Ruangan, alat tulis, komputer.
15.00 – 16.00	Pulang kerja/ kuliah, sholat, bermain handphone, nongkrong.	Sosial media, jam tangan, tas, tempat makan, jalan raya, persimpangan, macet, minuman, mesjid, kantin, tempat parkir, gerbang, jalan raya, minimarket.
16.30 – 18.00	Sampai dirumah, menonton tv, ganti baju, mandi, sholat.	Garasi, sepatu, kamar, ruang tamu, kamar mandi.
18.00 – 21.00	Istirahat, mengerjakan tugas kantor/kuliah, bermain handphone, tidur.	Media sosial, televisi, ruang keluarga, tempat tidur.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan cara yang ditetapkan untuk mencapai tujuan. Berdasarkan pada masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka didapatkan

sebuah solusi yang bisa menjawab permasalahan tersebut dengan media yang telah dipilih yaitu berupa buku ilustrasi. Tujuan nya untuk memberikan informasi mengenai pemakaian bra pada remaja. Informasi yang disampaikan dalam bentuk buku yang mencakup pengenalan mengenai pemakaian bra yang baik dan benar pada remaja secara ringan, rinci, menarik (arti kata menarik disini diambil dari Kamus Besar Bahasa Indonesia) yang berarti menyenangkan, mempengaruhi, atau membangkitkan hasrat untuk memperhatikan, dan mampu menjadi solusi mengenai permasalahan yang ada. Pilihan media buku merujuk pada khalayak sasaran yang telah ditentukan, membuat buku ilustrasi dapat mudah difahami dan dimengerti oleh remaja.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Media informasi berbentuk buku mengenai pemakaian bra yang baik dan benar dibuat bertujuan untuk memberikan informasi mengenai seputar bra, dengan cara mengenal pemakaian bra yang baik dan benar. Guna memberikan sudut pandang baru dalam pemakaian bra yang baik dan benar. Melalui buku ini diharapkan dapat menginformasikan mengenai cara-cara agar wanita dapat mengenal, mengetahui, mendeteksi dan dapat mengambil langkah selanjutnya untuk mengetahui dampak-dampak pemakain bra kurang tepat yang tidak disadari oleh sebagaian remaja. Informasi yang ada bisa menjadi pilihan panduan dan juga wawasan bagi khalayak sasaran dalam mengenal dan memahami pemakaian bra.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (Rogers dalam Rustan dan Hakki, 2017). Agar informasi yang disampaikan dapat sesuai target, maka pendekatan komunikasi yang dilakukan menyesuaikan dengan khalayak sasaran, dalam media ini remaja dengan rentan usia 17- 25 tahun.

- Pendekatan Visual

  Pendekatan Visual untuk menginformasikan pemakaian bra yang baik dan benar kepada audiens yaitu, menampilkan visual yang menarik berupa

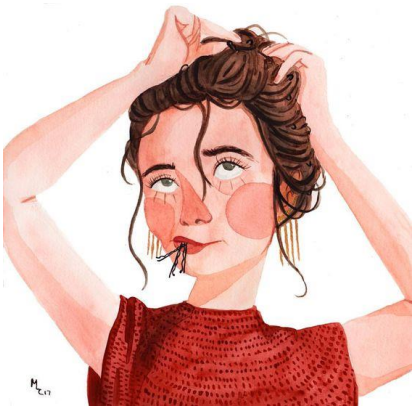
ilustrasi. Tema pada perancangan ini adalah kegembiraan dengan warna-warni pada setiap illustrasi.Tampilan visualnya menggunakan gaya semi-realis, yaitu gambar realistis yang disederhanakan namun tetap terlihat unsur realisnya. Menggunakan gaya gambar tersebut adalah agar maksud dan tujuan dari tema kegembiraan dapat sampai kepada khalayak.

Fungsi Visual pada perancangan ini yaitu menjelaskan tulisan. Setiap objek yang terkandung dalam tulisan dituaikan melalui visual agar mudah dipahami. Adapun contoh-contoh pendekatan visual yang diambil yaitu menggunakan visual yang proposional secara anatomi serta memiliki keunikan. Hal itu dikarenakan remaja senang menuaikan segala hal termasuk menggambar secara jujur tanpa dibuat-buat.



Gambar III.1 Referensi Ilustrasi 1

Sumber : https://id.pinterest.com/pin/260997740889565304/ (Diakses pada 08/08/2018)



Gambar III.2 Referensi Ilustrasi 2

Sumber : https://id.pinterest.com/pin/260997740889565304/ (Diakses pada 08/08/2018)

- Pendekatan komunikasi secara Verbal

  Pendekatan verbal pada media informasi buku ini akan menggunakan bahasa Indonesia sesuai dengan khalayak sasaran yang merupakan orang Indonesia. Adapun bahasa asing yang digunakan untuk istilah-istilah yang tidak memiliki kata serapan. Bahasa pada konten media informasi buku adalah non formal / bahasa yang biasa digunakan sehari-hari, mengingat khalayak sasarannya adalah wanita remaja.

III.2.3 *Mandatory*

Dalam perancangan media informasi ini, dibutuhkan kerjasama dengan pihak-pihak tertentu yang nantinya dapat mendukung media informasi ini. Pembuatan media ini bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Bandung. Lembaga tersebut dipilih karena dapat membantu menyampaikan pesan yang akan dimuat dalam media informasi mengenai pemakaian bra yang baik dan benar.



Gambar III.1 Logo Dinas Kesehatan Kota Bandung

Sumber: https://dinkes.bandung.go.id/dashboard.php?page=main
(Diakses pada 10/07/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi yang akan disampaikan adalah, menyampaikan pesan untuk menginformasikan pemakaian bra yang baik dan kepada masyarakat khususnya remaja. Kosep dalam materi pesan yang digunakan dalam informasi ini adalah:

- Pengetahuan umum tentang bra dan payudara
  - Pengertian bra dan payudara

- Kultur bra di Indonesia
- Hari tanpa bra
- Rumus menentukan ukuran bra
- Memilih bra sesuai bentuk payudara
- Jenis dan model bra

- Kesalahan- kesulahan umum seputar bra
- Tidak pernah mengubah ukuran bra
- Keliru memilih ukuran bra
- keliru saat membeli dan memakai bra
- Tidak pernah membeli bra baru
-Memakai bra pada saat tidur

- Mitos-mitos seputar bra
- Payudara cepat kendur jika tidur tanpa bra
- Tidak memakai sport bra saat olahraga membuuat payudara kendur.
- Memakai bra bisa menyebabkan payudara cepat kendur
- Ada bra pencegah kanker
- Bra kekecilan dapat memicu kanker payudara
- Tidur memakai bra dapat memicu kanker payudara
- Bra tidak perlu dicuci setiap hari

- Kiat merawat bra
- Mencuci bra secara manual
- Menghindari pemakaian pemutih
- Menghindari matahari
- Cara menjemur dan menyimpan bra

- Mengenali bra yang sudah tidak layak
- Tidak membeli bra baru pada waktu yang tepat
- Tali bra yang terlalu longgar
- Bra yang semakin terasa ketat
- Ada jarak antara payudara dan cup
- Pengait rusak

III.2.5 Gaya Bahasa

Media Informasi buku bra untuk remaja akhir akan menggunakan gaya bahasa deskriptif. Deskriptif adalah bentuk tulisan yang berusaha memberikan perincian tentang sesuatu. Penulis berusaha untuk memindahkan kesan-kesan, hasil observasi, dan pengamatannya kepada para pembaca. Dalam deskripsi ada imajinasi atau daya khayal. Tulisan deskriptif membuat para pembaca seolah-olah melihat langsung peristiwa atau sesuatu yang dibicarakan (Keraf, 1981).

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif diperlukan agar hasil rancangan memiliki ciri khas yang memiliki daya tarik. Media utama pada perancangan ini berupa buku, maka strategi yang akan dibuat pun menyesuaikan dengan kebutuhan buku, misalnya menonjolkan karakter ilustrasi agar pembaca tidak mudah bosan. Informasi-informasi yang terbilang baru bagi khalayak sasaran harus bisa diterima dengan mudah bahkan diingat. Ilustrasi dan visual yang ditampilkan bisa menambah nilai estetika dari buku, sehingga tidak hanya untuk sekedar dibaca melainkan menjadi sebuah benda yang layak untuk dikoleksi. Pemilihan tata letak, huruf, dan juga warna yang dibuat menarik akan berperan dalam menambah daya tarik buku.

III.2.7 Strategi Media

Pemanfaatan media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan menjadi hal yang utama dalam perancangan ini. Pemanfaatan itu dapat diartikan sebagai strategi media. Informasi akan disampaikan dengan dikemas menjadi lebih menarik dan beda dari buku pengetahuan pada umumnya yang lebih kaku dalam menyampaikan pengetahuan. Adapun strategi media dibagi menjadi dua yaitu meliputi media utama dan media pendukung.

- Media Utama

  Media utama merupakan media yang menjadi strategi utama dalam menyampaikan pesan. Media utama dinilai lebih efisien dan mampu untuk menyampaikan pesan serta mencapai tujuan yaitu informasi. Buku pengetahuan bergambar ini dipilih sebagai media utama kepada target

audiens yaitu remaja akhir untuk memberikan pengetahuan mengenai pemakaian bra yang baik dan benar. Buku bergambar yang mengangkat tema mengenai pemakaian bra yang baik dan benar sangat jarang ditemui. Materi yang disampaikan sederhana sehingga informasi mudah dipahami oleh khalayak.

- Media Pendukung

  Peran media pendukung adalah berperan untuk mempromosikan suatu produk hingga dapat diterima dan dikonsumsi oleh khalayak. Ada beberapa kelompok media pendukung diantaranya adalah:

1. Media Cetak Promosi
   - *X-Banner*

     X- Banner adalah media untuk menyampaikan informasi yang memiliki bidang pada umumnya 60 cm x 160 cm dengan konstruksi penyangga agar dapat berdiri tegak dengan kaki berbahan besi yang berbentuk silang. *X-Banner* ini akan memuat tentang informasi mengenai launching buku cerita bergambar ini dan kemudian akan dipasang pada saat acara penyelenggaraan *launching* buku dan dipajang di beberapa toko buku.

   - Poster

     Poster adalah selembaran kertas media informasi yang tidak ditentukan ukurannya. Kertas tersebut berisi muatan pesan singkat dengan memuat komposisi, teks dan visual, kemudian kertas tersebut diaplikasikan dengan ditempel pada dinding atau bidang tertentu.

   - *Flyer*

     Flyer adalah selembar kertas yang dicetak dan dibagikan di tempat umum atau saat peristiwa tertentu untuk mempromosikan suatu produk atau layanan / jasa.

2. *Merchandise*

   Merchandise adalah rangkaian media pendukung yang bertujuan untuk dikomersialkan atau dijual. Fungsi merchandise ini untuk mendapatkan pendapatan lebih kepada produk dan juga sebagai media pengingat yang memiliki nilai pakai di kehidupan sehari-hari khalayak. Adapun jenis merchandise yang dipilih antara lain.

- *Clothing /Apparel*

  Merchandise berbentuk *clothing/ apparel* yaitu benda pakai seperti *t-shirt*, dan benda berupa pakaian yang gunakan di tubuh. *Merchandise apparel* yang berkaitan dengan perancangan ini meliputi kaos. Kaos adalah benda pakai berupa pakaian yang digunakan untuk keseharian disaat santai. Sifat kaos memiliki ruang yang cukup untuk menyimpan elemen visual seperti teks dan gambar.

- *Sling Bag*

  Sling bag adalah tas yang memiliki tali selempang, cara pakainya biasanya dengan disampirkan ke pundak atau menyilang dengan tubuh pemakai.

- *Pouch*

  Berguna untuk menyimpan berbagai alat rias, handphone dan juga dapat digunakan untuk menyimpan alat tulis.

3. *Gimmick*

   Gimmick merupakan bagian dari *merchandis*e namun diberikan secara cuma-cuma atau gratis dengan maksud tertentu. *Gimmick* yang hadir di perancangan ini diantaranya yaitu:

- *Sticker Pack*

  Sticker pack media yang bisa dimana saja diaplikasikan, maka dari itu stiker salah satu media pendukung yang tepat untuk dijadikan media pengingat.

- *Enamel Pin*

  Pin yang berukuran kecil , biasanya berukuran 3, 5cm x 3,5 cm dan berbahan plat, yang dapat dapat dibentuk atau ukir sesuai dengan desain dan biasanya mengggunakan banyak warna yang menarik.

- Pembatas Buku

  Pembatas buku sangat penting bagi khalayak yang gemar membaca., hal ini dikarenakan untuk menandai atau pengingat halaman yang telah di baca. Pembatas buku didapatkan pada saat pembelian media utama.

- *Notebook*

  Notebook adalah buku catatan yang biasanya digunakan untuk menulis sesuatu hal yang penting atau menarik.

III.2.8 Strategi Distribusi

Wilayah penyebaran meliputi toko buku yang telah mempunyai nama besar di Indonesia khususnya kota-kota besar. Toko buku yang telah terkenal seperti Gramedia menjadi target pendistribusian buku informasi mengenai pemakaian bra. Guna memudahkan penyebaran distribusi. Wilayah penyebaran sebagian besar adalah tempat dimana target bisa mencari atau membeli buku dan sekolah.

Media		Bulan											
		Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3			
Media Utama													
Buku illlustrasi													
Media Pendukung													
1	Flyer												
2	X- Banner												
3	Poster												
4	Dudukan buku												
Media Pengingat													
1	Enamel Pin												
2	Pouch												
3	Bantal Sofa												
4	Sticker Pack												
5	Pembatas Buku												
6	Sling Bag												
7	Jam tangan												
8	Notebook												
9	Kaos												

Tabel III.2 Tabel Strategi Distribusi
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

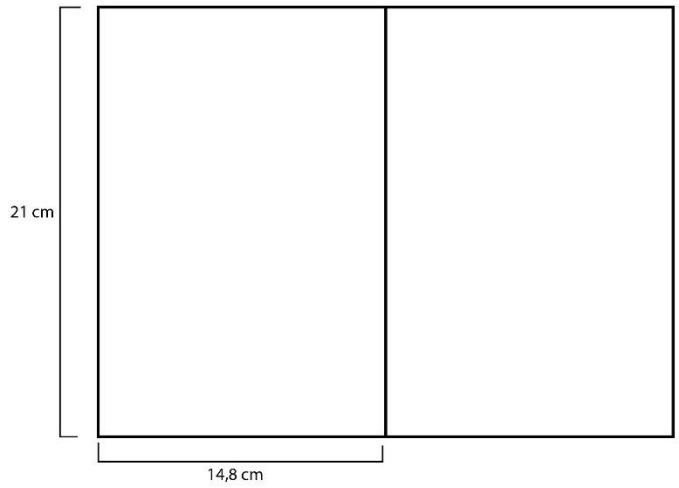
III.3 Konsep Visual

Sesuai rencana pendekatan visual yang telah disebutkan, konsep visual pada perancangan ini yaitu menggunakan gaya illustrasi semi-realis. Pada perancangan ini juga akan digunakan illustrasi berpola (pattern) dengan tema kegembiraan sebagai elemen grafis dan menngunakan warna yang cerah. Pola yang akan digunakan yaitu berbagai jenis bra, meteran pengukur baju, dan pola lain yang sejenis. Pemilihan pola bermaksud memberikan kesan yang dapat disesuaikan dengan bra. Agar hasil pada perancangan visual dapat maksimal, ada yang perlu diperhatikan dalam setiap rencana pembuatannya. Diantaranya bagaimana format desain yang akan dibuat berdasarkan media utama yang telah ditentukan, bagaimana tata letak, pemilihan huruf dan warnanya, serta rancangan lain yang

dapat menjadikan desain pada media utama ini memiliki keserasian. Konsep format tersebut akan dibahas pada sub-bab berikut.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang dimaksud dalam media informasi buku illustrasi berjudul "Kutang! All About Bra" ini meliputi dari segi ukuran, bentuk dan cara pemakaian. Pemilihan format desain buku ini dikemas dengan bentuk persegi panjang dengan posisi ukuran portrait sedangkan ukurannya yaitu 14 cm x 20,5 cm. Pemilihan ukuran potrait dipertimbangkan dari segi kenyamanannya dalam membaca dan membuka buku illustrasi, ukuran portrait ini juga dipertimbangkan berdasarkan kenyamanannya untuk di genggam agar terkesan tidak terlalu lebar.



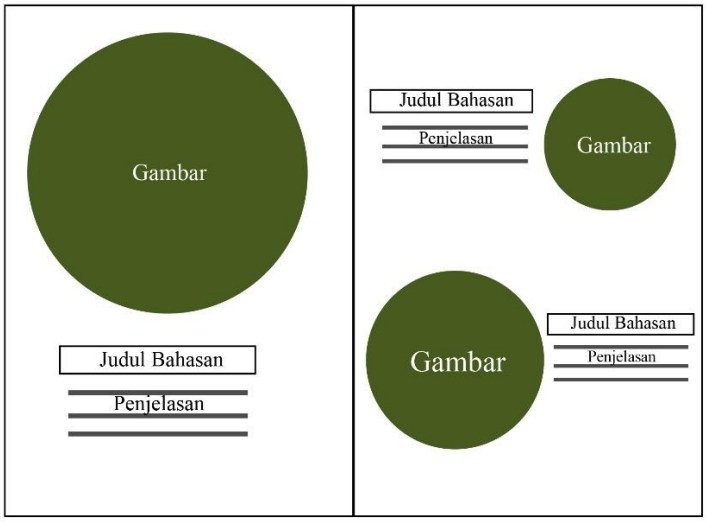
Gambar III.2 Ukuran Halaman
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak (Layout)

Layout atau dalam bahasa Indonesia berarti tata letak adalah seni untuk mengatur posisi atau penempatan gambar atau tulisan di dalam suatu media. Penerapan layout harus memperhatikan sisi kenyaman untuk dilihat dari satu bagian ke bagian lain agar mudah untuk diikuti. Selain itu, tata letak yang baik pun memberikan perhatian yang lebih kepada khalayak. Tata letak yang baik berfungsi sebagai salah satu kenyamanan untuk pembaca, juga membuat elemen visual dan verbal menjadi lebih

komunikatif. Format tata letak buku kutang all about bra ini berisikan 60% visual dan sisanya adalah tulisan mengenai materi.

Adapun jenis layout yang digunakan yaitu *Circus Layout*. *Circus Layout* adalah teknik layout dengan penempatan elemen dan *bodytext* yang tidak beraturan, namun tetap menghasilkan desain yang efektif (Rebecca, 2017). Alasan menggunakan jenis *circus layout* agar khalyak tidak bosan saat membaca.
Berikut tata letak buku ilustras :



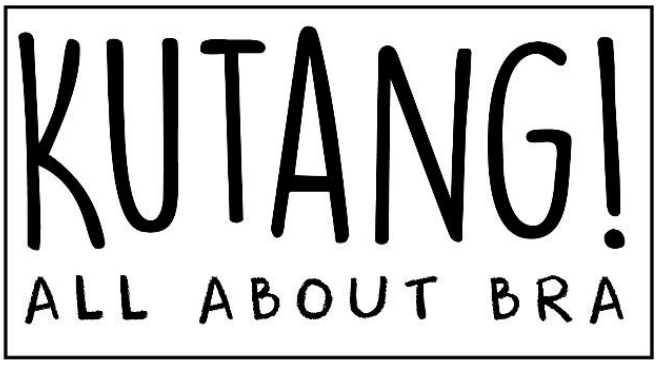
Gambar III.3 Tata Letak Buku Ilustrasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Menurut Kusrianto (2010) Tipografi yaitu “ilmu yang berkaitan dengan aksara (karakter/ aksara/ *type*/*typeface*)”. Dikatakan juga bahwa “aksara sebagai sarana komunikasi dan informasi perlu memahami tipografi”.

Untuk tipografi digunakan *font* digital yang gratis. Penggunaan *font* yang baik dapat juga membuat kesan terhadap karya yang dibuat. Ukuran, warna, serta bentuk akan memberi kesan yang berbeda-beda. *Font* yang digunakan adalah jenis huruf yang biasa digunakan untuk remaja, jenis huruf yang terlihat santai dan menyerupai tulisan tangan, tidak tegas dan juga nyaman saat membaca.

- Tipografi Judul

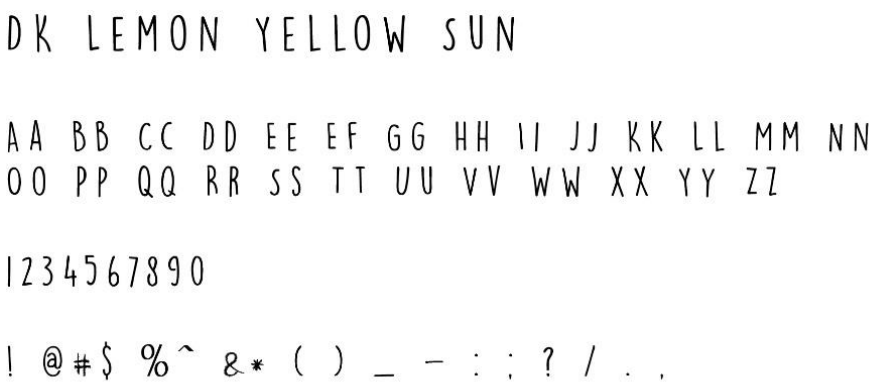


Gambar III.4 Tampilan Tipografi Judul
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Font pada judul ini menggunakan 2 jenis font yaitu bernama DK Lemon Yellow Sun dan DK Cool Crayon. Huruf ini memiliki karakter yang cenderung ekspresif karena menyerupai tulisan tangan. Sifat remaja akhir yang pada umumnya senang mengekspresikan apapun. Hal ini menjadi alasan dipilihnya font yang mememiliki kesan ekspresif dan tidak kaku. Berikut penjelasan mengenai tujuan 2 font digunakan pada logo judul:

- DK Lemon Yellow Sun

Digunakan pada judul bertuliskan "Kutang!". Pemilihan nuansa warna hitam diadaptasi dari warna pensil atau crayon yang akan menyatu dengan *background* pada buku. Jenis font ini dipilih karena menyerupai bagian dari bra itu sendiri yaitu bagian tali bra yang terlihat tipis dan panjang.
Lisensi Font: Font "DK Lemon Yellow Sun" adalah demo, tulang telanjang, versi DK Lemon Yellow Sun di *download* secara gratis di situs https://www.dafont.com. Jika akan menggunakannya secara komersial, harus membeli versi lengkapnya, yang dilengkapi dengan *kerning*, hak *embedding*.

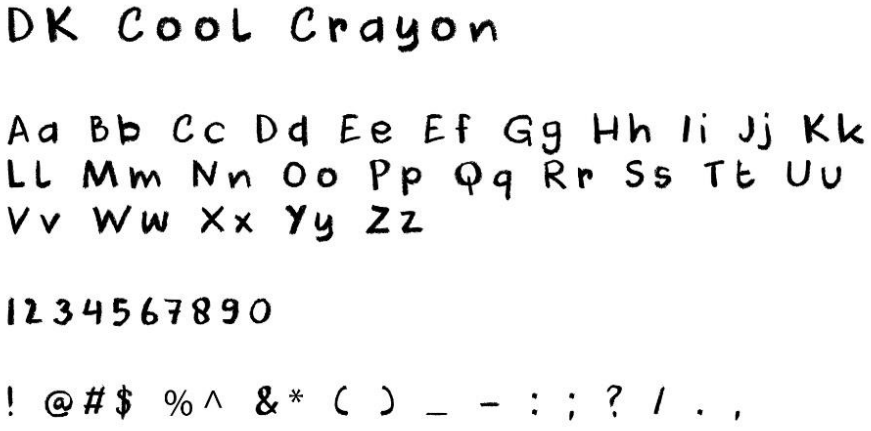


Gambar III.5 Tampilan Font DK Lemon Yellow Sun
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- DK Cool Crayon

  Digunakan pada tagline judul bertuliskan "All About Bra". Pemilihan nuansa warna hitam diadaptasi dari warna pensil atau crayon yang akan menyatu dengan *background* pada buku.

Lisensi Font: Font "DK Cool Crayon" adalah demo, tulang telanjang, versi DK Cool Crayon, di *download* secara gratis di situs https://www.dafont.com. Jika akan menggunakannya secara komersial, harus membeli versi lengkapnya, yang dilengkapi dengan *kerning*, hak *embedding*.

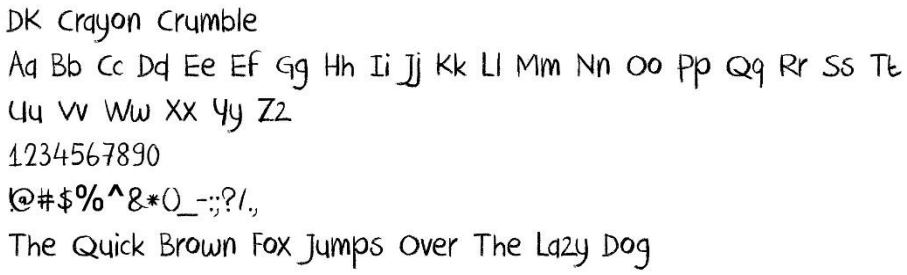


Gambar III.5 Tampilan Font DK Cool Crayon
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- DK Crayon Crumble

  Digunakan pada *body text* pada buku. Pemilihan nuansa warna hitam diadaptasi dari warna pensil atau crayon yang akan menyatu dengan *background* pada buku.

  Lisensi Font: Font "DK Crayon Crumble" adalah demo, tulang telanjang, versi DK Crayon Crumble, di *download* secara gratis di situs https://www.dafont.com. Jika akan menggunakannya secara komersial, harus membeli versi lengkapnya, yang dilengkapi dengan *kerning*, hak *embedding*.



Gambar III.6 Tampilan Font DK Cool Crayon
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2018) ilustrasi adalah gambar (foto, lukisan) untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya. Pendekatan gaya ilustrasi pada media informasi ini menggunakan gaya ilustrasi semi realis. Teknik yang digunakan dalam proses pembuatan buku ilustrasi ini adalah dengan menggunakan teknik digital, yaitu menggunakan *brush* krayon serta beberapa brush tekstur lainnya agar tampak seperti manual. Ilustrasi diaplikasikan dengan alat mewarnai berupa krayon pada ilustrasi didasari oleh remaja akhir yang sangat akrab dengan alat warna ini.

Ilustrasi tidak dibuat terlalu realis pada karakter. Gaya ilustrasi yang menggunakan media *brush* krayon agar terlihat lebih menarik dan unik dengan demikian khalayak lebih antusias atau tidak bosan saat melihat gambar dan membaca. Berikut ini adalah studi-studi ilustrasi yang dilakukan.

- Studi Karakter

Studi karakter dilakukan untuk mempelajari bentuk dan jenis bra beserta fungsi. Studi karakter ini diadaptasi dari beberapa sumber yang sebelumnya pernah menggambarkan jenis-jenis bentuk payudara dan bra.

- Underwire bra

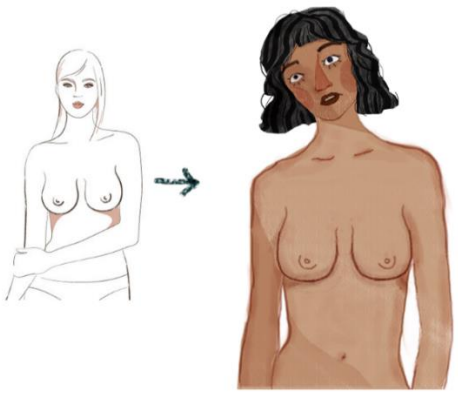
  Bra dengan kawat penyangga. Bra model ini membantu memperindah penampilan payudara. Bra jenis ini juga merupakan bra yang tepat bagi payudara yang penuh atau berukuran besar, karena memberi daya topang ekstra yang nyaman. Konsep underwire dapat ditelusuri ke paten 1893 yang menggambarkan perangkat pendukung payudara menggunakan pelat kaku di bawah payudara untuk stabilitas.



Gambar III.7 Karakter underwire bra
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Bell shape (Jenis bentuk payudara)

  Bentuk payudara diatas ialah sebutan untuk payudara yang berbentuk seperti lonceng di mana bagian atas lebih kecil dari bagian bawah. Apabila wanita memiliki bentuk payudara ini, sebaiknya wanita menggunakan bra yang bisa menarik bentuk payudara dan juga bra yang bisa menutup seluruh bagian payudara dan memiliki penyangga yang baik.



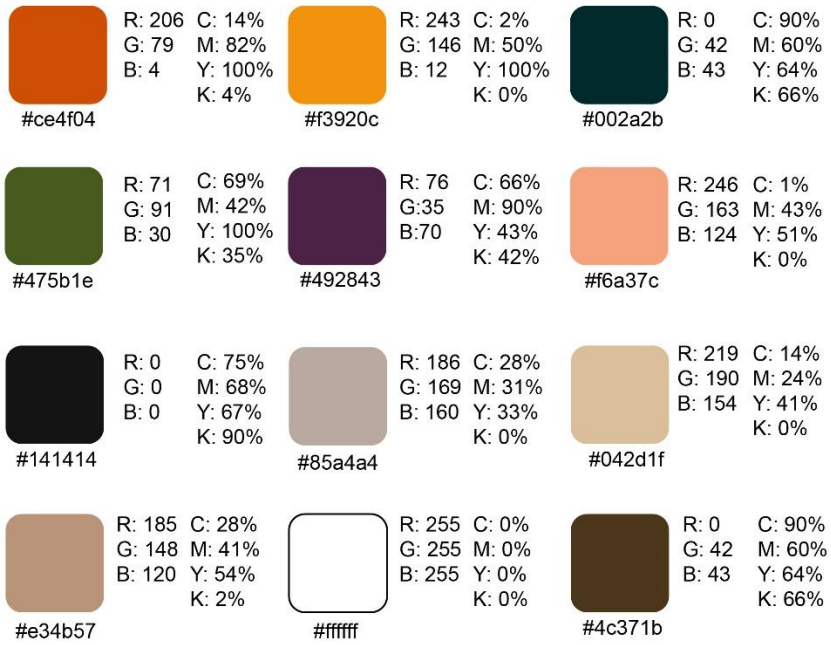
Gambar III.8 Karakter Bell Shape
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.5 Warna

Menurut Hendratman (2015) “Warna adalah bagian / komponen dari desain. Dengan warna kita dapat mempresentasikan suasana hati / mood atau pesan tertentu. Karena dapat mempengaruhi suasana hati oleh karena itu warna sangat mempengaruhi psikologi manusia.”

Warna yang diambil dalam perancangan ini yaitu warna-warna tersier. Warna tersier terbentuk karena pencampuran warna primer dan sekunder. Warna tersier termasuk pada warna yang sangat memiliki kekayaan. Adapun beberapa warna yang diambil berikut dengan makna dari warnanya sebagai berikut.

- Kuning : Ceria
- Oren : Segar, ceria, hangat
- Hitam : Tegas, gelap, pekat
- Pink : Kasih sayang,lembut, feminim
- Coklat : Kehangatan, rasa aman dan warna bumi
- Hijau : Kehidupan dan harapan
- Abu-abu : Keseriusan, kesetiaan, kestabilan
- Biru tua : Kaku, keras, serius
- Jingga : Keceriaan dan kehangatan



Gambar III.9 Skema Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)