BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Dalam proses perancangan diperlukan khalayak sasaran sebagai acuan untuk menentukan berbagai macam strategi yang diperlukan. Khalayak sasaran pada perancangan ini adalah cukup luas, dengan tujuan informasi dapat diterima oleh berbagai macam umur sehingga hasil perancangan pun tepat mengenai sasaran. Khalayak sasaran tersebut diuraikan sebagai berikut:

- Demografis

  Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

  Usia : 17-40 tahun

  (Merupakan usia yang sudah mengenal lingkungan lebih luas, dan berdasarkan dari lingkungan penulis, mulai dari usia SMA mereka sudah terbiasa dengan isu-isu kekuatan gaib yang ada dilingkunnya)

  Pendidikan : SD, SMP, SMA, kuliah, pekerja

  (Berdasarkan rentang usia yang dituju, pendidikan mereka bermacam-macam mulai dari SD sampai bekerja)

  Tingkat Sosial : Menengah ke atas

  (Berdasarkan dari kasus yang biasa ditemukan, santet disebabkan oleh iri, dengki, atau persaingan usaha. Pelaku santet ialah orang yang memiliki ekonomi menengah ke atas)

- Geografis

  Wilayah : Perkampungan

  (berdasarkan dari lingkungan penulis kebiasaan iri, dengki, dan persaingan usaha masih cenderung banyak di daerah perkampungan)

  Kawasan : Industri, perkotaan

  Lokasi : Indonesia

  (Disesuaikan dengan tingkat kasusnya)

- *Costumer Insight*

  Costumer Insight merupakan kemampuan dalam mempelajari dan memahami kebutuhan pelanggan melalui aktifitasnya dalam keseharian, sehingga dalam pemasaran, pelayanan, atau penjualan akan membentuk interaksi yang baik. Pada perancangan ini dilakukan pendekatan melalui kebiasaan (*habit*), sikap (*attitude*), tingkah laku (*behaviour*), lingkungan (*environment*) terhadap khalayak berdasarkan lingkungan tempat tinggal penulis.

  Habit : Belajar, bekerja, bersosialisasi dengan teman dan keluarga. (Berdasarkan dari rentang pendidikan, kebiasaan diatas merupakan kegiatan umum dalam keseharian)

  Attitude : Memiliki rasa ingin tahu terhadap sesuatu. (Berdasarkan dari lingkungan ekonomi menengah ke atas, sikap ingin tahu cenderung ada)

  Behaviour : Mulai mengeksplorasi terhadap sesuatu (Berdasarkan cerminan *attitude*)

  Environment : Lingkungan keluarga, pendidikan, dan pekerja (Berdasarkan dari rentang pendidikan dan pergaulan sehari-hari)

- Psikografis

  Gaya hidup : Sosial, aktif (Gaya hidup tersebut berdasarkan dari cakupan *consumer insight* khalayak sasaran)

  Para masyarakat yang memiliki aktifitas belajar dan bekerja sehingga cenderung kurang memperhatikan gejala-gejala kecil yang ada di lingkungan sekitar mereka. Ketika ada kasus yang terjadi disekitar lingkungannya, barulah mereka mulai mencari informasi. Sehingga penanganan terkadang kurang tepat atau bahkan terlambat.

III.2 Strategi Perancangan

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi pada perancangan ini adalah bersifat informatif, yaitu memberikan informasi yang memudahkan khalayak sasaran untuk mencari tahu

informasi berkaitan dengan santet mulai dari pengetahuan dasar santet, gejala, cara pencegahan, dan kasus yang terjadi di Kabupaten Banten. Informasi ini diberikan kepada masyarakat bukan sekedar memberikan materi saja, tetapi juga untuk mencegah jumlah korban santet yang semakin bertambah. Selain itu masyarakat juga diberikan peringatan secara tidak langsung bahwa santet merupakan sebuah praktik yang sangat berbahaya baik bagi si dukunnya itu sendiri, maupun si pelaku atau peminta jasa santet.

III.2.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan pendekatan besifat komunikasi komunikasinya perlu disesuaikan dengan target sasaran. Agar pesan yang diinformasikan sampai kepada khalayak sasaran, diperlukan strategi baik pendekatan secara visual maupun verbal. Selain kedua pendekatan itu, ditambahkan pula pendekatan agama. Beberapa pendekatan ini dilakukan agar pesan yang disampaikan sesuai maksud dan tujuannya. Pendekatan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- Pendekatan Visual

  Visualisasi yang disajikan pada perancangan ini dengan menggunakan ilustrasi sketsa dengan pewarnaan digital. Tema pada perancangan ini adalah tema perkabungan seperti pemandangan alam yang mencekam, tengkorak, tulang, asap dan ilustrasi lain untuk menyesuaikan dengan tema. 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 perkabungan dapat sampai kepada khalayak.

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan verbal yang digunakan adalah menggunakan bahasa Indonesia yang tidak baku. Karena letak geografis khalayak dalam perancangan ini berada di lingkungan perkampungan, maka penyampaian dengan bahasa sehari-hari yang tidak baku cenderung mudah diterima dan dimengerti oleh masyarakat. Sehingga penyampaian akan menjadi lebih efektif. Pemilihan pendekatan tersebut adalah untuk menghindari adanya penggunaan kosakata dari bahasa baku yang kurang begitu dikenal masyarakat.

- Pendekatan Agama

  Pendekatan agama diperlukan pada peraancangan ini berdasarkan mayoritas agama yang dianut di Indonesia khususnya di Kabupaten Banten adalah agama Islam. Selain peraturan yang berlaku didalam sebuah negara yaitu undang-undang, masyarakat sadar akan adanya peraturan yang lebih tinggi dari itu yaitu peraturan dari Sang Maha Pencipta. Dalam perancangan ini akan disisipkan berupa ayat suci Al Qur'an dan Hadits yang berkaitan dengan masalah santet untuk dipahami beratnya hukuman bagi pelaku praktik santet.

III.2.3 Materi Pesan

Setiap perancangan yang bersifat informatif memiliki pesan berupa materi yang ingin disampaikan kepada khalayak. Tujuannya yaitu memberikan manfaat kepada pembaca. Materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Menjelaskan secara singkat pengetahuan dasar santet untuk memberikan informasi bahwa terdapat ragam jenis santet yang dikenal dan masih ada hingga saat ini
- Menjelaskan bagaimana cara pencegahan santet yang terjadi setelah gejalanya diketahui. Informasi ini diberikan sebagai upaya pengobatan kepada korban yang telah terkena gejala santet, atau pun kepada siapa saja di setiap masyarakat agar diri dan lingkungan bisa terhindar dari sasaran santet.
- Menyertakan contoh kasus santet yang ada di Banten agar dijadikan pengetahuan umum untuk khalayak sasaran agar tidak mengalami kasus yang serupa

III.2.4 Gaya Bahasa

Dalam menyampaikan materi pesan pada perancangan ini, ditentukan terlebih dahulu apa gaya bahasanya. Sehingga pesan yang disampaikan dan pesan yang diterima memiliki persamaan makna tanpa menimbulkan arti yang berbeda. Meski pendekatannya merupakan secara tidak formal, dalam perancangan ini lebih memilih gaya bahasa denotatif dan deskriptif yang merupakan bahasa Indonesia yang jelas dan lugas Bahasa Indonesia merupakan bahasa persatuan. Bahasa Indonesia juga biasa digunakan pada media massa seperti elektronik dan cetak.

Sehingga, diharapkan penyampaian pesan pada perancangan ini dapat lebih mudah dimengerti dengan menggunakan bahasa Indonesia. Meskipun khalayak berada di geografis perkampungan yang kecendrungan lebih kental dengan bahasa daerah dalam keseharian.

III.2.5 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. Strategi tersebut dibagi menjadi tiga bagian yang akan dijelaskan pada *sub-bab* berikut.

III.2.5.1 Sampul buku

Pada sampul buku terdapat ilustrasi, judul, *tagline*, dan untuk memaksimalkan rancangan akan dibuat logo. Untuk lebih jelasnya, akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Judul

   Judul merupakan kata pertama atau nama yang dipakai dan diletakan pada bab dalam buku yang berarti isi, maksud buku, maupun bab tersebut secara singkat. Dalam berita judul biasanya diberikan di bawah ilustrasi. Jadi, judul disini akan diletakan pada awal halaman yang merupakan bagian utama dari buku ilustrasi yang akan dirancang, melalui judul pembaca bisa mengetahui apa yang akan disampaikan dalam buku tersebut. Judul pada perancangan ini adalah “Masih Santet?”. Kalimat tanya pada perancangan ini bertujuan untuk menarik perhatian pada khalayak mengenai isi buku yang ada didalamnya karena mengandung kalimat tanya.

2. *Tagline*

   Istilah *tagline* berasal dari bahasa Inggris. Tagline atau biasa disebut slogan adalah susunan kalimat pendek yang biasa digunakan untuk menautkan sebuah brand (merek) perusahaan di pikiran konsumen, salah satu contohnya seperti tagline iklan lampu Philips “Terus Terang Philips Terang Terus”. Menurut Eric Swartzm seorang penulis dan ahli brand tagline, tagline adalah kata yang

ringkas yang biasanya tidak melebihi dari 7 kata. *Tagline* juga diletakan tidak jauh dari logo.

Ringkasnya, *tagline* adalah kata atau frasa yang mudah diingat dan digunakan oleh kelompok atau bisnis untuk menarik perhatian *(a word or phrase that is easy to remember and is used by a group or business to attract attention). Tagline* yang akan digunakan dalam proses perancangan buku ilustrasi harus bisa menarik perhatian dan mewakili tujuan yang akan dicapai dalam perancangan buku ilustrasi yang diperuntukan kepada khalayak supaya tertarik dan mau membeli buku ilustrasi tersebut.

Tagline pada perancangan ini adalah "Kiat-kiat dalam pencegahan ilmu santet". Penetapan *tagline* tersebut berdasarkan kepada rentan umur khalayak sasaran. *Tagline* tersebut menggunakan bahasa Indonesia yang tujuannya di mengerti semua orang. Selain itu, *tagline* tersebut juga mencerminkan inti dari isi didalam buku ilustrasi ini.

3. Logo

   Menurut Rustan (2009), logo atau *logos* (Bahasa Yunai) memiliki arti; kata, pikiran, pembicaraan, akal budi, yang pada awalnya dikenal dengan istilah *logotype*. Istilah ini diartikan sebagai nama dari sebuah wujud desain khusus yang muncul pertama kali pada tahun 1810-1840 menggunakan teknik *lettering* atau dengan memakai jenis huruf tertentu. Jadi pada awalnya *logotype* adalah elemen tulisan saja, bukan seperti pengertian yang dikenali saat ini. Kata *logotype* tersebut kemudian lebih dipersingkat menjadi kata logo. Istilah logo ini baru muncul pada tahun 1937 dan kini lebih populer daripada l*ogotype*.

   Dalam perancangannya pun tidak hanya sebatas pada letterin saja, logo bisa menggunakan berbagai macam elemen berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Maka tak jarang, menurut Rustan kini logo banyak dikatakan sebagai elemen gambar atau simbol pada identitas visual. Logo digunakan sebagai identitas visual yang akan melengkapi komposisi pada

perancangan buku ilustrasi, berikut adalah beberapa referensi gambar yang didapat memvisualisasikan logo yang akan dirancang.



Gambar III.1 Inspirasi logo 1
Sumber:
https://t3.ftcdn.net/jpg/01/67/80/96/500_F_167809636_b3dMlsPZlzXQfQYWYimYTweP5oAWtAmL.jpghttp://www.sggaminginfo.com/wp-
(Diakses pada 15 November 2017)



Gambar III.2 Logo Harry Potter
Sumber : content/uploads/2011/07/DH2_logo.png
(Diakses pada 15 November 2017)

III.2.5.2 Isi buku

Halaman-halaman yang telah disatukan akan menjadi isi buku. Pada perancangan ini isi buku akan diberikan nama halaman untuk menulis nama pemilik buku.

Kemudian terdapat beberapa bab yang membagi informasi yang akan disampaikan. Setelah itu dihalaman terakhir diberikan halaman catatan dan beberapa lembar catatan zikir dan doa. Untuk lebih jelasnya, akan dijabarkan sebagai berikut:

1) Nama pemilik buku

   Pada halaman awal isi buku, disediakan satu halaman khusus untuk mengisi nama kepemilikan buku. Hal ini berikan sebagai penanda kepemilikan sehingga mengurangi resiko hilang atau pencurian buku ilustrasi tersebut.

2) Pembagian Bab

   Terdapat 3 bab pada buku ilustrasi ini, yang masing-masing bab yaitu:

   Bab 1

   - Hal 2: *Glossary*/kosakata
   - Hal 4: Pengertian santet
   - Hal 7: Jenis jenis santet
   - Hal 8: Syarat untuk melakukan praktik santet
   - Hal 10: Cara kerja santet

   Bab 2

   - Hal 14: Tanda tanda serangan santet
   - Hal 18: Cara menangkal dari serangan santet
   - Hal 20: Metode penyembuhan
   - Hal 21: Daftar harga santet

   Bab 3

   - Hal 26: Contoh-contoh kasus

   Berisi contoh kasus korban praktik santet yang terjadi khususnya di Kabupaten Banten, dan kasus yang terjadi bersumber dari buku.

3) Catatan

   Catatan kosong pada buku dapat diisi sendiri oleh pembeli. Berfungsi sebagai pembantu untuk mencatat hal penting dan menjadi pengingat setelahnya.

4) Mandatory

   Mandatory merupakan orang, pemerintah, atau lembaga yang diberikan amanat. Pada perancangan ini mandatory berfungsi sebagai bentuk kerja sama antara

pihak terkait dengan penulis mengenai keseluruhan isi buku. Pihak yang menjadi mandatory ialah PT. Gramedia Pustaka Utama selaku penerbit dan penyedia dari buku ilustrasi “Masih Santet?” ini.

III.2.5.3 Sampul belakang buku

Pada sampul buku biasanya terdapat sinopsis yang menjelaskan secara singkat mengenai isi buku. Pada perancangan ini sampul belakang buku terdapat sinopis, dan beberapa opini. Untuk lebih jelasnya, akan dijabarkan sebagai berikut:

1) Sinopsis

   Menurut KBBI *online*, sinopsis merupakan ikhtisar karangan yang biasanya diterbitkan bersama-sama dengan karangan asli yang menjadi dasar sinopsis itu; ringkasan; abstraksi. Maka pada perancangan ini sinopsis merupakan ikhtisar dari setiapbab yang dirangkup menjadi satu.

2) Opini ustadz

   Opini ustadz mengenai rekomendasi kepada khalayak untuk membeli buku ilustrasi tersebut karena memiliki manfaat dan nilai yang bisa diambil.

3) Opini keluarga korban

   Opini keluarga korban berisi tentang kesaksian keluarga dari korban yang terkena santet dari ciri-ciri datangnya santet sampai metode penyembuhan yang dijalani, dan memberi tahu kabar terkini tentang keluarga yang pernah mengalami kejadian yang telah berlalu.

III.2.6 Strategi Media

Media utama yang akan digunakan adalah berupa buku ilustrasi. Buku merupakan lembaran kertas yang telah dijilid, didalamnya terdapat sebuah tulisan atau gambar, atau bahkan campuran keduanya untuk yang berisi beragam informasi. Buku juga bisa merupakan lembaran kosong yang dijilid sehingga dikenal dengan buku tulis. Didalam sebuah buku terdapat nomor halaman yang berfungsi untuk memudahkan pembaca dalam mencari informasi yang diinginkan yang terdapat didalam setiap halaman. Pemilihan media buku ini berdasarkan dari geografis khalayak sasaran yang berada di perkampungan. Buku merupakan pemilihan media utama yang dirasa tepat karena penggunaannya yang sangat mudah, yaitu cukup dengan

membaca tulisan yang terdapat di dalamnya. Jenis buku pada perancangan ini yaitu buku ilustrasi, karena buku tersebut menyajikan gambar-gambar yang mendukung teks didalamnya.

Ilustrasi dalam Bahasa Belanda *(ilustratie)* diartikan sebagai hiasan dengan gambar atau pembuatan sesuatu yang jelas. Rata-rata penggunaan ilustrasi dalam buku dalam bentuk gambar kartun menurut Nurhadiat, Dedi, (2004, h.54) seperti ysng dikutip Setiawan. Dalam definisi lain disebutkan kata ilustrasi bersumbar dari kata *(Illusion).* Sebagai bentuk pengandaian yang terbentuk dalam pikiran manusia akibat banyak sebab ilustrasi dapat tumbuh sebagai suatu ekspetasi dari ketidakmungkinan dan tak berbeda jauh dengan angan-angan, bersifat maya atau virtual. Ilustrasi dapat hadir dalam berbagai diverikasi. Bisa melalui lewat tulisan, gambar maupun bunyi menurut Fariz, (2009, h.14) seperti ysng dikutip Setiawan.

Ilustrasi merupakan elemen yang dirasakan paling penting sebagai daya Tarik dalam perancangan buku ilustrasi akan membantu pembaca untuk berimajinasi sewaktu membaca buku ini, sehingga diharapkan agar pembaca seperti tidak merasa sedang mebaca sebuah buku yang bertemakan sejarah. Kata ilustrasi bila dilihat dari bahasa Inggris *illustration*, memiliki arti gambar, foto, atau pun lukisan. Gambar ilustrasi adalah gambar yang menceritakan atau memberikan penjelasan pada cerita atau naskah tertulis. Ilustrasi dalam perkembangan secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid, dan lain-lain. Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai *image bitmap* hingga karya foto menurut Soedarso (2014, h.566) seperti yang dikutip Setiawan (2017).

Selain buku sebagai media utama, media pendukung juga diperlukan. Media pendukung berfungsi untuk menginformasikan dan menjadi pengingat akan keberadaan media utama. Media pendukung ini dibagi dalam dua kategori, yaitu media pendukung yang bersifat informasi dan media pendukung yang bersifat

pengingat dalam bentuk *merchandise* pada setiap pembelian media utama. Beberapa media pendukung tersebut yaitu:

1) Tahap Informasi

   Media pada tahap informasi ini keberadaannya digunakan untuk menarik perhatian khalayak agar keberadaannya dapat terlihat oleh target sasaran yang diinginkan. Media tersebut adalah:

   - *Flyer*

     Dibagikan secara gratis kepada target sasaran sebagai tahap informasi yang memberitahukan secara singkat akan adanya keberadaan media utama.

   - *X-Banner*

Media ini digunakan untuk menginformasikan keberadaan media utama dalam bentuk promosi, yang akan dipajang ditempat penjualan dimana media utama berada.

   - Poster

     Poster akan ditempatkan di area sekitar penjualan media utama. Tidak disebarkan seperti *flyer* yang cakupannya lebih luas. Poster dijadikan sebagai media informasi yang dikhususkan lebih spesifik lagi kepada calon pembeli yang berada di sekitaran stand media utama berada.

2) Tahap Pengingat

   Setelah target berhasil mengetahui keberadaan media utama, dan kemudian membeli setelahnya, maka diperlukan adanya beberapa media yang dapat mengingatkan akan adanya keberadaan media utama di kesehariannya. Setiap pembeli mendapatkan dua media, media pertama adalah media yang diberikan secara gratis dan media yang kedua adalah media yang didapatkan dengan cara diundi. Strategi yang dilakukan ini tentunya dengan melalui pertimbangan biaya produksi terlebih dahulu. Agar harga media utama tidak menjadi lebih mahal jika mendapatkan *merchandise* yang jumlahnya banyak. Media tersebut adalah:

   - Sajadah

     Sajadah dibagikan kepada pembeli untuk mengingatkan kepada pembeli agar lebih rajin lagi dalam beribadah. Sehingga kemungkinan datangnya santet bisa dikurangi jika semakin mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Sajadah akan dibagikan kepada 3 pembeli pertama setiap seminggu dua kali. Sajadah dijual terpisah.

- Jaket Buku

  Jaket buku merupakan bagian dari media utama pembungkus buku. Jaket utama didapatan secara gratis.

- Pembatas buku

  Merupakan kertas tebal pembatas sebagai penanda halaman yang terakhir dibaca ketika diselipkan di halaman buku. Dibagikan secara gratis karena telah menjadi bagian dari media utama yang berupa buku.

- Buku Do'a

  Berfungsi untuk mempermudah seseorang dalam melakukan ibadah sehari-hari. Buku doa dibagikan secara gratis jika melakukan pembelian buku minimal tiga.

- *Tote bag*

  Wadah untuk menaruh barang yang dapat digunakan oleh siapa saja, yang cocok dijadikan sebagai media pengingat dan sarana promosi. *Tote bag* dibagikan secara gratis jika pembeli membeli paket buku, buku doa, dan baju. *Tote bag* juga dijual secara terpisah.

- Baju

  Dengan warna dan desain yang cukup bergaya, baju dapat digunakan oleh siapa saja yang memiliki ukuran yang sesuai dengan bajunya. Baru dijual terpisah namun bisa didapatkan secara gratis melalui undian yang diadakan setiap seminggu sekali.

- *Buff*

  Digunakan ketika sedang berkendara. Berfungsi sebagai pelindung muka dari polusi dan terik sinar matahari bagi pengguna sepeda atau motor. Buff didapatkan dengan dijual terpisah. Dibagikan secara gratis kepada lima pembeli pertama setiap minggu.

- Jam Tangan

  Berfungsi sebagai tanda pengingat waktu yang cenderung sering dilihat setiap saat. Cocok dijadikan sebagai media pengingat karena keberadaannya yang selalu dekat dengan pembeli. Jam tangan dijual terpisah. Jam tangan

dibagikan secara gratis hanya ketika sedang ada pengundian berhadiah mendadak.

- Gelang

  Menjadi media pengingat akan keberadaan media utama. Dengan desain yang sederhana dan menarik, gelang dapat dipakai oleh remaja sampai dewasa. Gelang didapatkan melalui pembelian terpisah, atau secara gratis jika melakukan pembelian buku dan jam tangan.

- Tasbih

  Membantu memudahkan ketika sedang melakukan dzikir. Tasbih dapat digunakan di mana pun, oleh siapa pun, dan kapan pun. Tasbih didapatkan dengan gratis dari pembelian media utama.

- Media Online

  Media online disini berupa media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter. Selain menjadi media pengingat, media sosial juga dijadikan sebagai media media *sharing* dimana para konsumen atau warga *net* dibebaskan untuk menyampaikan kritik, saran, pesan atau kesan terhadap pengalamannya terhadap media utama buku 'Masih Santet?'. Kritik, saran, pesan, atau kesan dapat disampaikan melalui akun resmi berikut:

  - Instagram:

    Instagram pada bulan pertama akan memberikan informasi singkat mengenai isi dan tanggal serta tempat peluncuran buku seperi yang terdapat di *flyer*. Ini dimaksudkan untuk memberitahu kepada *warga net* mengenai keberadaan media utama yang letaknya berada jauh dari daerah asal mereka, atau yang memang berada dekat dengan peluncuran buku tetapi belum mendapatkan informasinya. Pada bulan pertama juga diperlihatkan mengenai bagaimana perkembangan kegiatan penjualan buku. Tidak lupa juga setiap minggunya di setiap bulan, Instagram Masihsantet.id mengunggah foto produk yang akan menjadi hadiah kepada pembeli buku agar warga net penasaran dan tertarik mencari tahu atau membeli buku tersebut.

  - Facebook:

Sama seperti media sosial Instagram, foto yang dibagikan di Instagram akan disambungkan kepada Facebook. Sehingga informasi yang disebarkan, sama waktu dan deskripsinya untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam penyebaran informasi. Akun Facebook yang dibuat berupa akun *Fanpage.*

- Twitter:

  Sama seperti media sosial Facebook, foto yang dibagikan di Instagram akan disambungkan kepada Twitter sehingga informasi yang disebarkan adalah sama waktu dan deskripsinya. Bedanya, Twitter menyediakan *hashtag* sebagai wadah untuk menampung kritik, saran, pesan dan pesan konsumen sebagai lahan diskusi. *Hashtag*-nya yaitu #Masih_Santet? Sesuai denga nama judul buku yang menjadi media utama.

III.2.7 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Untuk memudahkan penyebaran media, diperlukan strategi yang menentukan waktu, dan tempat. Buku ilustrasi ini akan disebar di beberapa toko buku lokal seperti toko buku yang ada di pasar-pasar, atau yang didirikan di daerah Kabupaten Banten. Selain media utama, media pendukung yang disebar dengan sistem undian. Metode pemberian hadiah melalui undian ini bertujuan untuk meningkatkan perhatian khalayak supaya tertarik untuk mengikuti *event* yang sedang berlangsung. Selama masa promosi berlangsung distributor akan menyediakan hadiah berupa 10 item media pendukung berupa, sajadah, totebag, buku catatan kecil, tempat mukena, pulpen, dan gantungan kunci hadiah akan diberikan kepada pembeli buku yang beruntung dengan cara menjadi 10 pembeli pertama dihari-hari tersebut. Dengan melakukan masa promosi selama 3 bulan, waktu yang tepat untuk melakukan promosi karena dirasa tidak terlalu lama dan diharapkan metode penjualan dengan sistem undian bisa berjalan dengan baik dan meningkatkan antusiasme masyarakat untuk membeli buku ilustrasi dampak negatif santet.

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

Media	Bulan

		Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3			
Media Utama													
Buku Ilustrasi													
Media Pendukung													
1	*Flyer*												
2	*X-Banner*												
3	Poster												
Media Pengingat													
1	Sajadah												
2	Jaket buku												
3	Pembatas buku												
4	Buku doa												
5	*Tote bag*												
6	Baju												
7	*Buff*												
8	Jam tangan												
9	Gelang												
10	Tasbih												
11	Instagram												
12	Facebook												
13	Twitter												

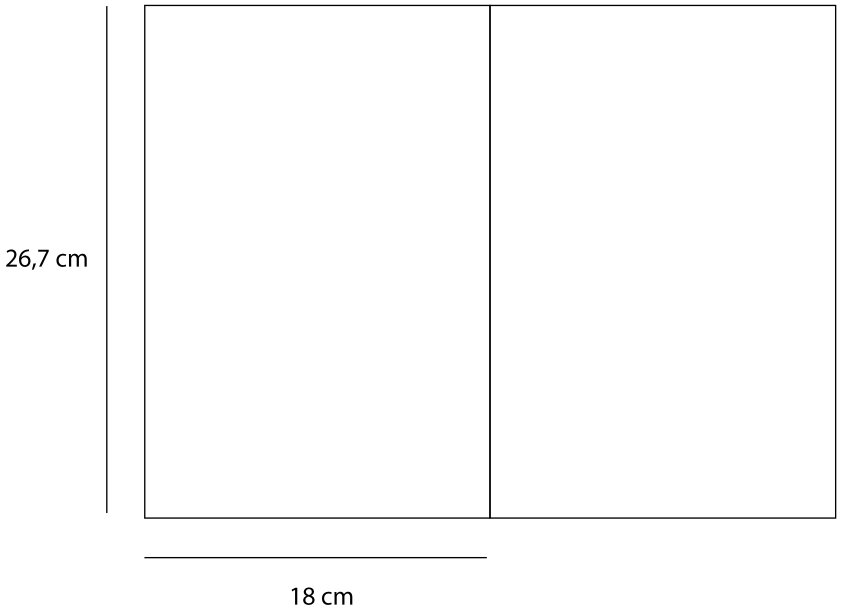
III.3 Konsep Visual

Sesuai rencana pendekatan visual yang telah disebutkan, konsep visual pada perancangan ini yaitu menggunakan gaya ilustrasi semi-realis. Pada perancangan ini juga akan digunakan ilustrasi berpola *(pattern)* dengan tema perkabungan sebagai elemen grafis. Pola yang akan digunakan yaitu tengkorak, asap, kuburan, peralatan umum ritual santet dan pola lain yang sejenis. Pemilihan pola bermaksud memberikan kesan yang dapat disesuaikan dengan santet.

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.

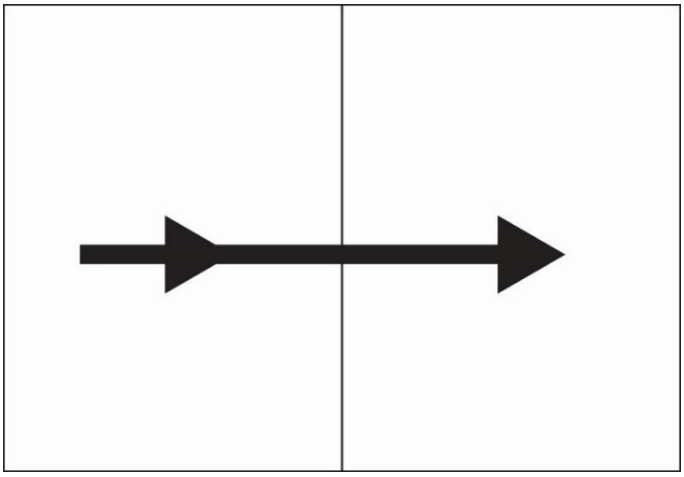
III.3.1 Format Desain

Format desain buku ilustrasi ini adalah berbentuk persegi panjang *potrait*. Pemilihan bentuk pada media tersebut berdasarkan pada kebutuhan rancangannya. Karena selain teks yang merupakan informasi, ilustrasi juga memerlukan ruang yang cukup untuk dimasukkan ke dalam buku. Sehingga bentuk buku ilustrasi yang persegi panjang dirasa tepat pada perancangan ini. Format ukuran desain buku ilustrasi adalah berukuran 26,7 cm x 18 cm. Ukuran tersebut bertujuan agar buku ilustrasi mudah dibawa kemana-mana. Tidak kesulitan saat menggunakannya jika digunakan dalam waktu yang mendadak.



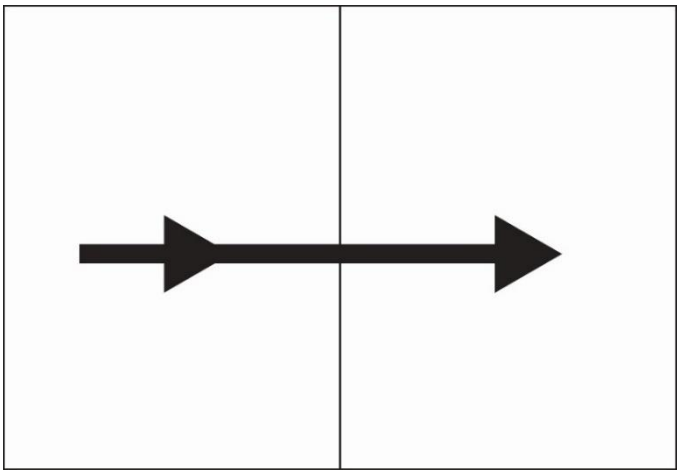
Gambar III.3 Format Ukuran Buku Ilustrasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Sedangkan untuk arah membuka buku adalah dari kiri ke kanan seperti kebanyakan buku yang dicetak di Indonesia. Lain halnya dengan kitab suci Al Qur'an yang membukanya adalah dari kanan ke kiri.



Gambar III.4 Cara membuka halaman buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Sementara untuk arah membaca buku dan tulisan didalamnya yaitu dari kiri ke kanan. Seperti membaca buku secara umum yang selama ini di pakai oleh orang Indonesia.



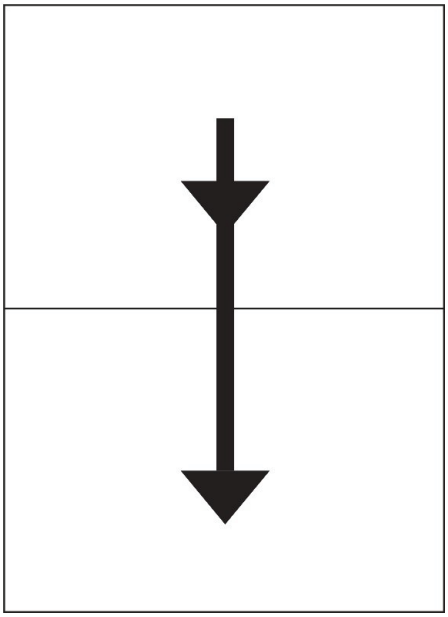
Gambar III.5 Cara membaca
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak

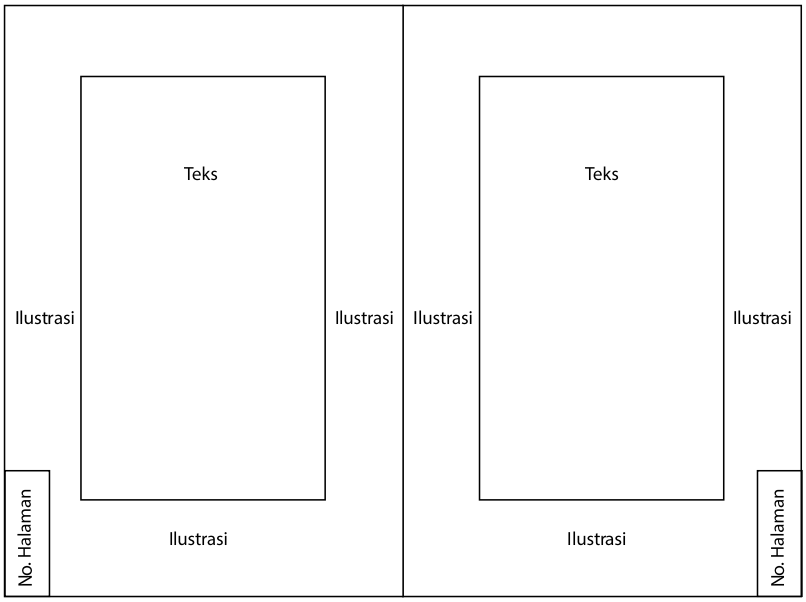
Dalam merancang sebuah desain, tata letak merupakan salah satu unsur yang perlu diperhatikan. Rustan (2009) dalam bukunya telah menjabarkan bagaimana mengatur sebuah tata letak agar desain dapat dinikmati. Beberapa pertimbangan tersebut yaitu:

1. Urutan *(sequence)*

Menentukan prioritas mana yang harus dibaca pertama dan mana yang harus dibaca terakhir. Pada perancangan ini menggunakan sequence model I, yaitu urutan menbaca dari atas ke bawah.



Gambar III.6 Tata letak halaman model 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar III.7 Tata letak halaman model 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

2. Penekanan *(Emphasis)*

Penekanan dapat dilakukan dengan memberikan ukuran yang lebih besar pada elemen tertentu dibandingkan elemen lain pada satu halaman. Menentukan warna yang kontras. Peletakan yang mudah menarik perhatian. Menggunakan bentuk yang berbeda dari sekitarnya. Dari model I tersebut telah memiliki penekanan yang teratur yaitu gambar diberikan di paling atas, kemudian disusul dengan judul, *sub*-judul, dan konten sebagai urutan yang dibaca pertama. Dari sini terlihat penekanan mana dulu yang akan dibaca pertama kali.

3. Keseimbangan *(Balance)*

   Keseimbangan ada dua macam, yaitu keseimbangan yang simetris dan keseimbangan yang tidak simetris. Dilihat dari model I tersebut, perancangan ini menggunakan keseimbangan yang simetris agar pembagian berat merata pada satu halaman.

4. Kesatuan *(Unity)*

   Elemen berupa teks, gambar, warna, ukuran, dan posisi disusun secara tepat menjadi kesatuan setelah mempertimbangkan hal-hal diatas.

III.3.3 Tipografi

Huruf merupakan tanda baca yang biasa digunakan untuk komunikasi berupa tulisan. Pemilihan huruf merupakan salah satu elemen yang diperlukan untuk membuat sebuah perancangan. Karena tema yang digunakan pada perancangan media buku disini adalah tema perkabungan. Diperlukan huruf yang bentuknya sesuai dengan tema. Huruf yang akan digunakan perlu memiliki kesan yang berkarakter tajam, serius dan seram. Berikut huruf-huruf yang akan digunakan:

- Celtic hand

  Celtic Hand dibuat oleh seorang tipografer bernama Dieter Steffmann. Huruf ini akan digunakan sebagai judul yang akan digunakan pada perancangan ini. Dilihat dari hurufnya yang memiliki volume besar cocok untuk ditempatkan sebagai judul. Dari karakternya telah memenuhi tema yang ditetapkan. Huruf ini berkesan seram tetapi masih mudah untuk dibaca.

  Aa Bb Cc Dd Ee Ef Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
  Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
  1234567890

! @# $ %^ &* ( ) _ - : ; ? / . ,

The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

- Black Chancery

  Black Chancery merupakan jenis huruf serif karya Doug Miles pada tahun 1993 yang terlihat sedikit dekoratif. Huruf ini akan digunakan sebagai *sub*-judul karena ukurannya yang sedikit lebih kecil dari judul. Black Chancery berkesan tajam dan serius. Telah memenuhi karakter huruf yang telah ditetapkan pada perancangan.

  Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

  1234567890

  !@#$%^&*()_-:;?/.,

  The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

- Calibri

  Calibri merupakan *font* yang dibuat oleh Lucas de Groot yang dipublikasikan pada tahun 2007 bersamaan dengan Microsoft Office 2007 dan Windows Vista. Calibri merupakan jenis huruf yang ringan, sudah familiar dimata, serta mudah dibaca. Calibri akan digunakan sebagai *bodytext* pada perancangan ini. Dalam menyampaikan materi yang jumlahnya banyak dalam satu buku Calibri dirasa tepat karena tingkat keterbacaanya yang sangat mudah, sehingga para pembaca tidak merasa lelah untuk membaca materi pada setiap halaman di buku ini.

  Aa Bb Cc Dd Ee Ef Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

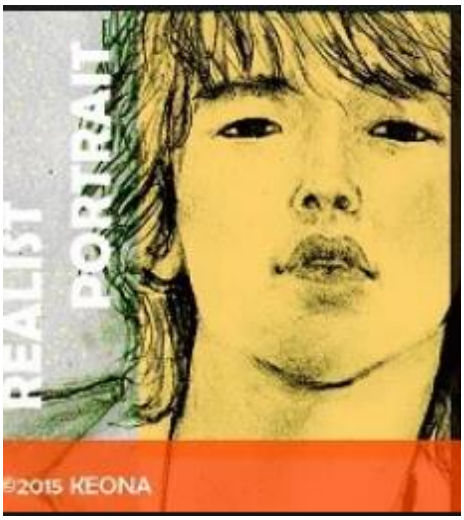
  1234567890

  !@#$%^&*()_-:;?/.,

  The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

III.3.4 Ilustrasi

Sesuai dengan pendekatan visual yang telah ditetapkan, yaitu menggunakan gaya semi-realis. Menurut Sudarma (2015), ilustrasi adalah hasil visual dari proses suatu tulisan dari teknik gambar, lukisan, fotografi atau lainnya. Ilustrasi biasa digunakan untuk memberikan arti atau memperjelas dari sebuah kalimat, hingga untuk kepentingan estetika. Pada perancangan buku ini teknik gambar yang digunakan adalah gambar tangan yang digabungkan oleh komputer. Berikut referensi gambar yang akan digunakan:



Gambar III.8 Referensi Ilustrasi
Sumber:
https://fjb.kaskus.co.id/product/538ad8174907e7164f8b47ed/jasailustrasi-kartun-semi-realis-gambar-foto/ (14.11.2017. 12:28)

III.3.5 Warna

Warna mempunyai peran penting dalam ilustrasi, karna warna dapat meningkatkan brand recognition sebanyak 80% menurut penelitian oleh University of Loyola, Cicago, Amerika. Dalam mendesain identitas proses memilih warna harus tepat karna itu sangat penting dan berpengaruh pada hasilnya. Karena itu dibutuhkan riset pada bidang psikologi, budaya, serta komunikasi pada saat pemilihan warna.

(Rustan, 2009, h.72). Untuk mengkomunikasikan kesan seram, serius, dan kematian, maka perlu ditentukan tema warna yang akan digunakan secara keseluruhan dalam perancangan. Warna yang akan digunakan ditentukan dari skema pada referensi warna yang diambil.



Gambar III.9 Skema Warna
Sumber: https://cdn.humideas.com/living-room-in-gray-room-design-that-inspires-you/a-living-room-in-gray-and-red.jpg
(Diakses pada 15 November 2017)

Berikut adalah kode warna yang telah diambil dari refereni tersebut kemudian akan digunakan pada proses pewarnaan perancangan. Kode perlu ditentukan agar seluruh warna media baik pendukung atau utama terlihat senada.

R 192 G 187 B 188 # C0BBBC		R 61 G 53 B 52 # 3D3534	
R 165 G 31 B 37 # A51F25		R 165 G 31 B 37 # A51F25	
R 35 G 31 B 32 # 231F20		R 252 G 252 B 252 # FCFCFC	

Pemilihan warna tersebut berdasarkan pertimbangan warna yang dijabarkan oleh Rustan (2009, h.73). Setiap warna melambangkan atau memiliki makna yang beragam tergantung tradisinya pada setiap tempat tertentu, dalam hal ini diambil 5 makna yang sesuai dengan perancangan yang akan dibuat:

1. Hitam : Kematian, kejahatan, serius, misteri, dan kekuatan
2. Merah : Perkabungan, setan(tradisi modern barat), energi, bahaya, marah
3. Cokelat : Makhluk hidup, alam, kasar, kedalaman, tradisi
4. Putih : Takut, Kematian (tradisi timur), kosong, penyerahan, kehidupan
5. Abu-abu : Kebusukan, renta, polusi, perkabungan, emosi

Dari warna-warna tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tema pada perancangan ini, yaitu perkabungan adalah sesuai dengan rencana perancangan.