BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Strategi perancangan perlu dibuat agar informasi yang nantinya diberikan dapat dengan mudah dipahami dan dimengerti oleh khalayak sasaran yang dituju. Khalayak sasaran disini sebagian besar adalah anak muda atau remaja akhir dengan kisaran usia 17 sampai dengan 25 tahun. Usia tersebut diklasifikasikan berdasarkan keterangan kategori umur menurut DepKes RI (2009). Usia tersebut dipilih karena berdasarkan pengamatan melalui media sosial Instagram sejak awal tahun 2018, mulai bermunculuan para penggiat *hand lettering* baru. Selain berdasarkan pengamatan melalui media sosial Instagram, selain itu yang menentukan usia tersebut menjadi khalayak sasaran adalah pengamatan saat sedang mengikuti pertemuan komunitas Bandung Menulis pada bulan November tahun 2015 dan pada tahun 2017, sebagian besar yang datang pada acara tersebut sebagian besar adalah mahasiswa dengan kategori usia seperti di atas.

1. **Demografis**

   Guillard (1855), dalam bukunya yang berjudul "Elements De Statistique Humaine, Ou Demographie Comparree" menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan demografis adalah ilmu yang mempelajari tentang kependudukan, keadaan dan sikap manusia yang dapat diukur secara kuantitatif (as cited in Dhio, 2013). Berdasarkan demografis sasaran yang dituju adalah sebagai berikut:

   - **Usia**

     Usia yang menjadi khalayak sasaran adalah usia remaja yaitu 18 sampai dengan 25 tahun dan merupakan tergolong kedalam masa reamaja akhir menurut DepKes RI (2009). Pada masa ini menurut eduard spranger, seorang filosofer asal Jerman yang juga mempelajari tentang ilmu psikologi menyatakan bahwa seorang remaja akan lebih mencari jati diri, pengembangan pedoman kehidupan dan melibatkan diri pada kegiatan masyarakat. Oleh

karena itu, pada usia di atas seorang remaja akan lebih aktif pada kegiatan berkelompok dimasyarakat, dan pencarian minat yang membentuk jatidirinya.

- **Jenis Kelamin**

  Sebagian besar adalah laki-laki, hal ini berdasarkan pengalaman mengkitu beberapa pertemuan dan *workshop* tentang *hand lettering* di Kota Bandung. Saat mengikuti kegiatan tersebut jumlah laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan. Selain itu beberapa *hand lettering artist* yang sudah saya temui dan amati melalui media sosial Instagram, sebagian besarnya adalah laki-laki.

- **Pendidikan dan Pekerjaan**

  Tingkat sekolah menengah atas hingga mahasiswa. Hal ini didapatkan saat mengikuti kegiatan pertemuan di Kota Bandung, sebagian besar yang datang merupakan mahasiswa. Namun, ada beberapa yang hadir juga masih berstatus Pendidikan sebagai seorang siswa SMA.

- **Tempat tinggal**

  Sebagian besar bertempat tinggal di Kota Bandung. Karena di kota Bandung sendiri ada sebuah komunitas tersendiri, maka kebanyakan khalayak sasaran merupakan orang Bandung.

- **Status Ekonomi**

  Menurut W.S Winkie (1991), menyatakan bahwa status ekonomi merupakan suatu keadaan yang menunjukan pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimiliki (Basrowi, 2010). Sebagian besar yang menjadi khalayak sasaran merupakan tergolong ke dalam kategori menengah hingga menengah ke atas. Untuk membuat hingga mengikuti *workshop* m-pembuatan *hand lettering* ada biaya yang dikeluarkan yang dapat

dikatakan tidak begitu murah. Sehingga hanya khalayak sasaran yang memiliki kondisi ekomomi menengah hingga menengah ke atas yang menjadi khalayak sasaran.

2. Geografis

Penentuan sasaran selain mengacu pada ilmu kependudukan atau demografis tapi juga mengacu kepada geografis. Geografis adalah ilmu yang mempelajari tentang hubungan timbal balik antara manusia dengan lingkunganya, serta merujuk terhadap pola persebaran horizontal di permukaan bumi (Herioso Setiyono, 1996).

Berdasarkan geografis, yang menjadi khalayak sasaran adalah remaja yang bertempat tinggal di wilayah Indonesia. Sebagian besar khalayak tinggal di daerah perkotaan dan memiliki akses transportasi yang mudah. Selain memiliki akses transportasi yang mudah, di wilayah perkotaan memiliki titik poin kumpul yang tersebar dibeberapa tempat yang biasa menjadi tempat pertemuan. Hal ini dipilih berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan tentang komunitas Bandung Menulis yang biasa mengadakan pertemuan di wilayah perkotaan. Salah satunya adalah daerah Burangrang, yang berada lumayan dekat dengan pusat kota.

3. Psikografis

Psikografis adalah sebuah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran secara kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar (Surmawan, 2001 : 58). Setelah melakukan pengamatan dan bertanya kepada beberapa penggiat *hand lettering*, ada beberapa hal yang didapat seperti:

- **Gaya Hidup**

  Sebagian penggiat *hand lettering* berstatus atau mempunyai latar belakang pendidikan ditingkat mahasiswa, memiliki *smartphone*, memiliki dan aktif dalam media sosial terutama Instagram, memiliki

ketertarikan terhadap berkesenian, biasa kumpul bersama teman di caffee atau tempat makan, dan senang bersosialisasi.

III.2 Strategi Perancangan

Agar informasi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik kepada target audiens maka diperlukan strategi perancangan yang matang. Strategi percancangan yang dilakukan mulai dari mengemas Bahasa yang digunakan, seperti pemilihan kata dan kalimat yang menarik dan mudah dimengerti, pemilihan gaya visual dan pendekatan-pendekatan lainya yang sesuai dengan gaya hidup target audiens.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Perancangan informasi tentang pembuatan *hand lettering* menggunakan *brush pen* untuk pemula ini bertujuan untuk memberikan informasi dan arahan kepada para pemula yang memiliki ketertarikan untuk membuat *hand lettering* menggunakan *brush pen.* Memberikan penjelasan dan gambaran kepada para pemula bahwa membuat *hand lettering* menggunakan *brush pen* itu adalah sesuatu yang menarik dan menyenangkan untuk dilakukan dan dipelajari. Selain itu perancangan informasi ini bertujuan memberikan gambaran bahwa aktifitas membuat *hand lettering* juga bisa menjadi alternatif pekerjaan dalam industri kreatif.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Agar informasi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik maka dilakukan pendekatan komunikasi. Pendekatan komunikasi yang diberikan melalui 2 cara yaitu:

- **Pendekatan Visual**

  Pendekatan secara visual dilakukan dengan cara mengemas informasi agar menjadi lebih menarik, lebih mudah dipahami, lebih sederhana dan juga mencerminkan kesan yang menyenangkan tentang pembuatan *hand lettering* menggunakan *brush pen.* Kesan menarik dibentuk oleh ilustrasi-ilustrasi dan gambar yang dibuat manual dalam buku ini. Penggunaan ilustrasi gambar juga merupakan salah satu cara agar penjelasan dalam

media utama yang dibuat menjadi lebih dipahami. Kesan menyenangkan juga dibangun di dalam buku ini dengan mengusung penggunaan warna-warna cerah separti warna biru, orange dan hijau untuk membangun suasana menyenangkan ketika berlatih menggunakan *brush pen* menggunakan panduan media utama dan tidak membosankan.

- **Pendekatan Verbal**

  Agar informasi yang disampaikan dapat dengan mudah diterima dengan jelas oleh target audiens maka dilakukan pendekatan verbal. Pendekatan verbal dilakukan dengan menggunakan Bahasa Indonesia dengan cara penyampain yang santai atau gaya bahasa keseharian atau tidak baku yang biasa digunakan dalam pergaulan sehari-hari dan Bahasa Inggris untuk beberapa istilah-istilah atau teknis dalam penjelasan.

  Penggunaan bahasa Indonesia digunakan pada bagian isi materi atau beberapa pembahasan dan keterangan, sedangkan penggunaan bahasa Inggris diterapkan pada bagian judul buku dan beberapa istilah yang terdapat dalam isi buku.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory dari perancangan informasi tentang pembuatan *hand lettering* menggunakan *brush pen* untuk pemula ini adalah PT. Gramedia Pustaka Utama yang bergerak dibidang penerbitan buku. PT. Gramedia Pustaka Utama ini merupakan anak perusahaan dari Kelompok Kompas Gramedia. Selain telah menerbitkan buku-buku secara nasional, Gramedia juga memiliki jaringan toko buku terbesar di Indonesia. Selain sebagai penerbit, Gramedia juga mendistribusikan buku-buku ke beberapa toko buku Gramedia yang tersebar di Indonesia.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan atau isi pesan yang terdapat dalam perancangan informasi pembuatan *hand lettering* menggunakan *brush pen* untuk pemula ini adalah:

a. Pembahasan

Ada beberapa pembahasan yang akan dijelaskan dalam perancangan informasi pembuatan *hand lettering* menggunakan *brush pen* untuk pemula ini, yaitu pembahasan tentang *hand lettering*, jenis *hand lettering* (digital *lettering* dan *hand lettering*), peralatan yang digunakan untuk membuat *hand lettering*, pembahasan tentang *brush pen* yang mencangkup tentang jenis *brush pen* dan karakter garis yang dihasilkan dari tiap-tiap *brush pen* dan pemilihan *brush pen* untuk membuat *hand lettering* untuk pemula.

b. Tutorial

Pada bagian *tutorial* berisikan pembelajaran tentang bagaimana cara menggunakan *brush pen* seperti mempelajari teknik-teknik dasar dalam menggunakan *brush pen* untuk membuat *hand lettering.*

c. Lembar Latihan

Halaman yang berisikan kumpulan *grid* sebagai garis bantu yang bertujuan memberikan pembelajaran langsung penggunaan *brush pen.*

d. Lembar Kreasi

Lembar kosong yang dapat digunakan untuk berkreasi membuat *hand lettering* sesuka hati.

III.2.5 Gaya Bahasa

Sesuai dengan penjelasan pada perancangan komunikasi secara verbal, gaya Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia dengan penyampaian yang tidak baku atau gaya bahasa slang, yaitu bahasa Indonesia yang mengalami percampuran dengan gaya bahasa sehari-hari atau pergaulan di lingkungan tertentu. Pemilihan gaya bahasa tidak baku atau slang ini bertujuan agar informasi yang disampaikan lebih dapat maksimal diterima oleh target audiens yang sebagian besar merupakan remaja yang biasa menggunakan gaya bahasa slang. Selain itu, penggunaan gaya bahasa dalam media utama dijelaskan lebih deskriptif, yaitu menjelaskan secara jelas tentang suatau pembahasan atau gambaran tertentu.

III.2.6 Strategi Kreatif

Media informasi yang dibuat semenarik mungkin dengan merancang beberapa pendekatan-pendekatan yang mengacu kepada target audiens yang sebagian besar merupakan remaja. Strategi kreatif yang dilakukan dengan penerapan dan penggunaan warna yang cerah dan penggunaan illustrasi berupa gambar realis dalam bentuk *vector,* untuk memberikan gambaran yang jelas tentang panduan yang diberikan dalam media informasi. Menggunakan bahasa Indonesia yang tidak baku agar lebih mudah dipahami. Selain itu juga memberikan beberapa format latihan agar dapat digunakan langsung sebagai media pembelajaran dasar *brush pen,* agar pemula dapat mempraktekan langsung dan dapat membuat karyanya sendiri. Selain itu juga, adanya bebearapa visual yang diambil dari karakteristik garis yang dihasilkan oleh *brush pen* untuk merepresentasikan gambaran dari media informasi yang dibuat yaitu tentang teknik dasar menggunakan *brush pen* untuk membuat *hand lettering* untuk pemula.

III.2.7 Strategi Media

Media yang dibuat nantinya berisikan tentang panduan dan pembelajaran tentang teknik dasar menggunakan *brush pen* untuk membuat *hand lettering* untuk pemula. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka, maka media fisik yang nantinya dibuat merupakan sebuah buku. Secara sederhana menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Buku adalah lembar kertas yang berjilid yang di dalamnya bisa saja berisi tulisan atau kosong. Buku ini dipilih sebagai media utama yang dibuat karena fungsi dan kemudahanya. Media buku ini berfungsi sebagai media pelengkap dari media-media lain yang sudah ada.

III.2.7.1 Media Utama

Menurut *Almarshus* sebagai seorang *hand lettering artist,* di Indonesia sendiri literatur atau buku yang membahas tentang pembuatan *hand lettering* menggunakan *brush pen* itu sulit ditemukan bahkan dapat dikategorikan tidak ada. Bahkan buku tentang *lettering* itu sendiri jarang ditemukan. Oleh karena itu media berupa buku ini menjadi penting untuk dibuat, terutama menyangkut pembahasan tentang *hand*

lettering. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia buku adalah lembaran kertas yang dijilid.

Di dalam buku ini beriskan penjelasan serta lembar latihan yang dapat digunakan untuk berlatih menggunakan *brush pen*. Selain itu juga media buku ini dapat dengan mudah diakses tanpa memerlukan jaringan dalam jaringan, sehingga dapat meningkatkan efektifitas penggunanya.

III.2.7.2 Media Pendukung

Ada beberapa media pendukung yang dibuat untuk menunjang media utama, media pendukung tersebut diantaranya:

- **Poster Digital**

  Menurut KBBI, poster merupakan plakat yang dipasang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan). Sedangkan poster digital adalah sebuah poster yang ditempatkan pada media digital. Media sosial merupakan media digital yang dipilih sebagai penemapatan poster digital ini. Menurut B.K Lewis (2010), media sosial adalah label bagi tekhnologi digital yang memungkinkan orang untuk berhubungan, berinteraksi, memproduksi dan berbagi isi pesan. Media sosial yang dipilih sebagai peletakan poster digital ini adalah Instagram. Instagram adalah media sosial tempat bertukar informasi dan pesan berupa gambar. Selain itu para penggiat *hand lettering* kebanyakan menggunakan media sosial ini.

- ***X -Banner***

  Banner merupakan spanduk yang di dalamnya berisi informasi. Informasi di dalamnya biasanya berisi informasi berupa promosi tentang suatu produk barang atau acara tertentu. Dinamakan *x-banner* karena bentuknya yang memiliki format x atau vertical dari atas ke bawah atau disebut dalam orientasi portrait.

- ***Wobbler***

  Wobbler merupakan sebuah media promosi dalam bentuk cetak yang pada umumnya berbentuk bulat dan ditempel pada bagian rak atau dinding.

- ***Sign Holder Vertical***

  Sign Holder Vertical adalah sebuah papn informasi berbentuk vertikal yang biasa digunakan sebagai media promosi dan tanda. Biasa diletakan pada bagian tumpukan atas produk atau pada meja.

- ***Merchandise***

  Produk dari *marchendise* ini berupa pernak-pernik yang berfungsi sebagai pendukung dari media utama, beberapa *merchandise* tersebut diantaranya:

  a. *Canvas Pensil Roll*

  Canvas pensil roll adalah tempat pensil yang terbuat dari bahan kain kanvas dan dapat digulung. Karena bentuknya yang fleksibel dan dapat digulung sehingga memudahkan untuk dibawa kemana-mana.

  b. Buku Sketsa

  Buku ini berisikan lembaran-lembaran kosong yang didalamnya dapat digunakan untuk membuat karya dan sebagai sarana latihan dan eksplorasi.

  c. Pen Holder

  Pen holder adalah tempat untuk menyimpan alat tulis seperti pensil, pulpen, penggaris kecil, penghapus dan masih banyak lagi. *Pen holder* ini bersifat kaku dan statis dan diperuntukan untuk ditempatkan disuatu tempat seperti meja kerja atau meja belajar.

  d. Paper Bag

  Sebuah tas yang terbuat dari kertas, yang digunakan unuk membawa barang tertentu dengan kapasitas tertentu.

e. Gridding Zip Bag

Sebuah kantung jaring kecil yang dapat digunakan sebagai tempat penyimpanan buku, kertas dan alat tulis.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Agar khalayak sasaran dapat menerima informasi dengan mudah maka dilakukan strategi distribusi atau penyebaran dan juga waktu penyebaran media utama.

III.2.8.1 Strategi Distribusi

Pendistribusian atau penyebaran media yang dilakukan memalui beberapa proses tahapan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- **Tahap 1**

  Menyebarkan poster digital pada media sosial Instagram. Menggunakan Instagram sebagai media sosial utama penyebaran adalah karena sebagian besar penggiat *hand lettering* menggunakan media sosial ini sebagai tempat penyimpanan karyanya. Poster digital yang diunggah ke Instagram berfungsi untuk mencari perhatian dan menarik perhatian pengguna Instagram terutama orang awam dan penggiat *hand lettering.*

  Menggunakan media sosial Instagram sebagai media pendistribusian dan penyebaran poster digital juga karena, penggunaan media sosial sangat effisien dan efektif karena selain murah, menggunakan media sosial juga mudah dan sebagian besar target audiens memiliki media sosial terutama Instagram. Dengan begitu pesan yang disampaikan dapat lebih dekat dan mudah diterima.

  Poster digital berupa unggahan dibagi menjadi 2 bagian yaitu unggahan pada linimasa dan pada *instastory*. Waktu unggah adalah hari pertama disetiap minggu di bulan Agustus. Hal ini lebih bersifat informatif dan memberikan informasi tentang produk.

- **Tahap 2**

  Setelah melakukan penyebaran poster digital pada tahap 1, selanjutnya target audiens akan merasa tertarik dan mulai mencari tahu tentang produk atau media utama yang akan didistribusikan. Pada tahap 2 ini mulai menyebaran media utama pada beberapa toko buku seperti Gramedia dan akan mulai dipublikasikan saat awal bulan September atau dua minggu setelah penyebaran poster digital. *Launching* buku yang dilakukan awal bulan karena biasanya beberapa remaja terutama mahasiswa menerima uang bulanan dari ke dua orang tuanya. Kemungkinan untuk membeli buku tidaklah begitu sulit karena kondisi keuangan yang berkecukupan. Selain itu juga, karena target audiens merupakan golongan menengan dan menengah atas, biasanya memiliki uang jajan berlebih, sehingga *launching* buku dilakukan saat awal bulan. Untuk media pendukung lain seperti *x-banner, sign holder vertical dan wobbler* akan ditempatkan berdampingan atau berdekatan dengan buku ditempatkan saat awal *launching.*

  Pendistribusian selanjutnya adalah penyebaran media pendukung. Media pendukung disebarkan berbarengan dengan *launching* buku, hanya saja tidak semuanya namun terbagi menjadi beberapa periode waktu. Media pendukung dapat didapatkan setiap satu minggu pertama setiap awal bulan.

  Untuk minggu pertama dibulan September akan disebarkan *gridding zip bag* dan buku sketsa. Selanjutnya, minggu pertama dibulan Oktober akan disebarkan *pen holder*. Dan terakhir, di minggu pertama di bulan November akan disebarkan *canvas roll pencil*. Media pendukung tersebut bisa didapatkan di minggu pertama dengan membeli buku panduan penggunaan *brush pen* untuk membuat *hand lettering* bagi pemula terlebih dahulu.

  Untuk *paper bag* bisa didapatkan setiap pembelian buku, sedangkan kalender duduk hanya bersifat sebagai penghias atau gimik yang ditempatkan saat *launching* buku.

III.2.8.2 Waktu Penyebaran Media

Penyebaran media yang dilakukan tidak sembarang waktu dapat dilakukan, ada waktu terntentu yang digunakan sebagai waktu penyebaran media. Berikut adalah tabel waktu penyebaran media:

Table III.1 Waktu penyebaran media

Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

No	Media	Agustus				September				Oktober				November			
1	Poster Digital																
2	Media Utama																
3	Gridding Zip Bag																
4	Buku Sketsa																
5	Pen Holder																
6	Canvas Pencil Roll																
7	Paper Bag																
8	X-Banner																
9	Wobbler																
10	Sign Holder Vertical																

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang dibuat pada media utama tentang pembuatan *hand lettering* menggunakan *brush pen* untuk pemula ini lebih bertujuan mengenalkan tentang *brush pen* kepada khalayak sasaran. Oleh karena itu konsep visual yang dibuat lebih menampilkan karakteristik dari garis yang dihasilkan oleh *brush pen*. Elemen visual seperti garis *brush pen* dibuat menjadi bagian dari beberapa tampilan pada media utama, seperti dibuat menjadi pola yang berulang dan bingkai. Ada beberapa konsep visual yang mendukung pembuatan media utama, diantaranya:

III.3.1 Format Desain

Media utama yang dibuat adalah media informasi berupa buku. Buku tersebut memiliki beberapa format desain seperti:

- **Ukuran**

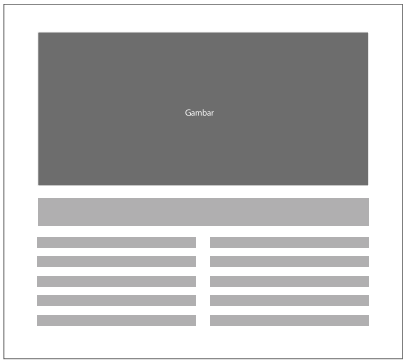
  Ukuran buku dibuat lebar ke samping dengan ukuran 22 cm x 18 cm, agar pengguna dapat memaksimalkan lembar kreasi untuk membuat karya *hand lettering* nya menggunakan *brush pen.*Ukuran tersebut juga dibuat agar media utama berupa buku ini dapat dengan mudah dibawa dan dipergunakan dimana saja tanpa memakan tempat terlalu banyak.

- **Bahan**

  Bahan yang dipergunakan untuk media utamanya adalah jenis kertas *tik paper*. *Tik paper* digunakan sebagai bahan pembuat buku karena memiliki warna putih yang jelas dan tidak buram sehingga dapat menambah keterbacaan tulisan pada buku menjadi lebih jelas. Sedangkan untuk bahan sampulnya menggunakan bahan *art paper* 150 gsm.

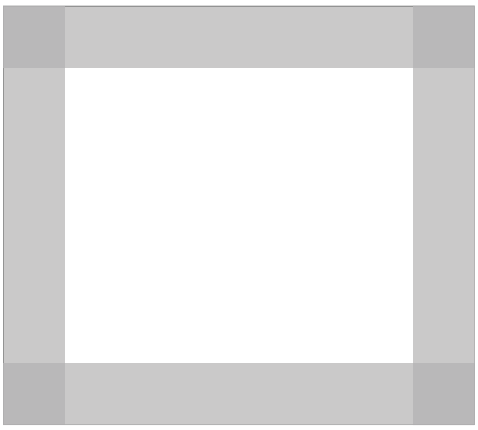
III.3.2 Tata Letak

Layout atau tataletak dapat dijelaskan sebagai tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya (Rustan, 2017 : 0). Ada beberapa jenis aturan dalam membuat sebuah tataletak pada buku. Pada buku ini menggunakan jenis *layout two mortises layout,* yaitu *layout* yang penggarapanya menyajikan bentuk informasi dengan menghadirkan dua inset yang masing-masing memvisualkan secara deskriptif mengenai hasil penggunaan atau detail sebuah produk. *Layout* ini digunakan pada bagian isi di media utama.



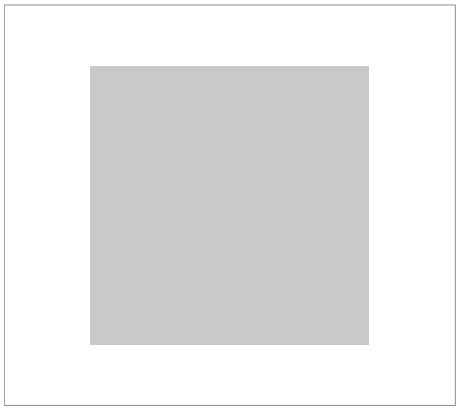
Gambar III.1 Contoh *Two Mortises Layout*
Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

Selain menggunakan *two mortises layout,* menggunakan juga jenis *frame layout,* yaitu *layout* yang menggunakan elemen visual yang diletakan menjadi sebuah bingkai yang memiliki bentuk suatu naratif. Penggunaan *layout* ini digunakan pada beberapa halaman pada media utama.



Gambar III.2. Contoh *Frame Layout*
Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

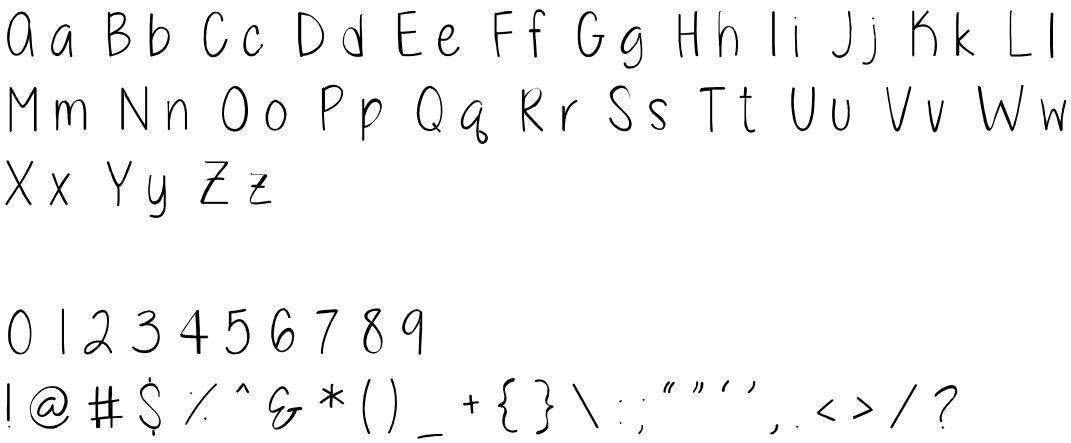
Pada bagian sampul utama menggunakan jenis *layout big type layout,* yaitu jenis tataletak yang menggunakan huruf yang besar sebagai unsur utama. Ada juga bagian teks atau gambar pada bagian sampul buku yang lainya yang berguna sebagai bagian pendukung.



Gambar III.3 Contoh *Big type Layout*
Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan perangkat visual yang pokok dan efektif (Sihombing, 2015:164). Pendapat lainya menjelaskan bahwa tipografi merupakan penataan seperti pemilihan, pengaturan huruf (Sudiana, 2001: 2). Pada perancangan media utama berupa media informasi berupa buku menggunakan beberapa jenis *font*. *Font* adalah serangkaian jenis huruf dalam satu rupa dan bentuk, contohnya Helvetica Bold merupakan *font* yang termasuk kedalam keluarga *font* Helvetica (Abbey, 2016: 8). *Font* yang digunakan adalah *font A little sunshine*. Font tersebut merupakan termasuk kedalam klasifikasi huruf jenis *sans serif*, yaitu memiliki karakteristik tanpa *serif* atau garis tambahan pada ujung huruf.



Gambar III.4 *Font A little sunshine*
Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

Font ini dipilih karena memiliki ketebalan yang cukup tinggi sehingga dapat digunakan pada judul atau beberapa hal penting pada media utama. Selain itu bentuknya yang terlihat santai seperti tulisan tangan disesuaikan dengan karakteristik target audiens yang sebagian besar anak muda yang menyukai hal-hal yang tidak begitu serius. Selanjutnya, *font* ini dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan cukup jelas, sehingga dapat dapat memudahkan pembaca membasa isi dari media utama.

Font ini digunakan untuk mengisi konten pada bagian judul dan juga *body text.* Ada juga jenis *font* yang lain yang digunakan pada judul buku merupakan jenis huruf *script*. *Script* merupakan jenis font yang memiliki goresan yang mengalir dan biasanya tercipta dari tulisan tangan. Pada bagian ini huruf yang dibuat lebih huruf buatan atau *custom type*, yaitu *font* yang dibuat sendiri dengan mengadaptasi dari bentuk *script font* yang dipadukan dengan menggunakan *brush pen* dalam pembuatanya. Penggunaan huruf buatan atau *custom type* ini agar lebih mencirikan karakteristik yang dimiliki *brush pen* selain itu juga memberikan kesan ekspresif.



Gambar III.5 *Custome Type*
Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ilustrasi merupakan gambar, desain, foto atau lukisan yang digunakan untuk membantu memperjelas isi buku, karangan dan sebagainya. Pada perancangan media utama terdapat beberapa ilustrasi yang digunakan untuk memperjelas penjelasan. Ilustrasi tersebut berupa rancangan gambar dengan gaya visual realis atau nyata dengan digambarkan ulang melalui teknik gambar *vector,* ilustrasi digital dan foto. Penggunaan gaya visual realis ini dipilih karena dengan menggunakan ilustrasi gambar jenis ini dapat meberikan kesan menarik dan juga mudah dipahami.



Gambar III.6 Contoh ilustrasi dengan teknik *vector*

Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

III.3.5 Warna

Warna merupakan elemen visual yang sangat menarik. Menurut teori Newton, warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna. Agar menarik perhatian dan memberikan pengalaman yang baik bagi pembaca maka ada beberapa komponen warna yang digunakan dalam perancangan pembuatan media utama. Warna yang digunakan termasuk kedalam kelompok warna yang terang atau memiliki tingkat kecerahan yang tinggi. Berikut rancangan warna yang digunakan :

1. **Warna Jingga atau Oranye**

   Warna jingga adalah perpaduan antara warna kuning kemerah-merahan. Warna ini digunakan karena dapat memberikan kesan hangat dan semangat, serta merupakan symbol dari optimism dan percaya diri. Sehingga diharapkan dapat memberikan kesan tersebut bagi para khalayak sasaran yang menggunakan media utama ini sebagai sarana mempelajari penggunaan *brush pen* dalam membuat *hand lettering* untuk pemula.



Kode Warna: #fdc01c

R: 253 G: 192 B: 28

C: 0% M: 26% Y: 97% K: 0%

Gambar III.7 Warna Oranye

Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

2. **Warna hijau**

Warna hijau identik dengan keadaan alam yang masih asri, segar dan menyejukan. Berdasarkan padangan ilmu psikologi, warna hijau dapat memberikan atau membantu seseorang untuk dapat lebih menyeimbangkan emosi.

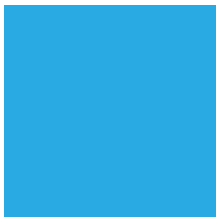


Kode Warna: #69bd4f
R: 105 G: 189 B: 79
C: 63% M: 0% Y: 93% K: 0%

Gambar III.7 Warna Hijau
Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

3. **Warna Biru**

Warna biru biru digunakan untuk lebih memberikan kesan menenangkan dan santai.



Kode Warna: #2aaae2
R: 42 G: 170 B: 226
C: 70% M: 15% Y: 0% K: 0%

Gambar III.8 Warna Biru
Sumber: Dokumentasi pribadi, (18 Juni 2018)

Warna-warna di atas merupakan kombinasi dari warna-warna cerah yang dipilih untuk digunakan dalam perancangan media utama berupa buku informasi tentang teknik dasar penggunaan *brush pen* untuk membuat *hand lettering* bagi pemula.