BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Proses pengumpulan data pada perancangan ini dilakukan di Kota Bandung, namun meskipun begitu media perancangan dapat disebar di seluruh kota di Indonesia karena permainan futsal tidak hanya bisa dimainkan di Bandung saja, melainkan bisa di seluruh kota di Indonesia dengan syarat seluruh penunjang permainan dan jumlah pemain tersedia.

Sasaran pada perancangan ini difokuskan pada pemain futsal pemula yang bermain futsal secara rutin dan kompetitif atau ada persaingan di dalam permainannya karena berdasarkan penelitian pemain pemula yang gemar bermain futsal dengan kompetitif belum mengetahui fundamen futsal sepenuhnya, bahkan sebagian masih beranggapan bahwa semua teknik sepakbola dapat diutamakan penggunaannya dalam permainan futsal. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan khalayak sasaran sebagai berikut :

1. Demografis

   Pemain futsal pemula yang gemar bermain futsal secara kompetitif. Berkelamin laki laki dan tidak memiliki cacat secara fisik. Berumur pada klasifikasi remaja yang bersekolah di SMP, SMA maupun perguruan tinggi (mahasiswa). Pemain futsal pemula yang dimaksud adalah pemain pemula yang memiliki perlengkapan untuk bermain futsal yang memadai seperti seragam, pelindung tulang kering, dan kaus kaki khusus.

   Meskipun menurut Mulyono semua umur dapat bermain futsal, namun untuk perancangan ini akan ditargetkan pada usia masyarakat yang berada di klasifikasi umur remaja hingga dewasa awal. DEPKES RI (Seperti dikutip Indra, 2013) Klasifikasi umur remaja awal adalah 12 hingga 16 tahun, sedangkan klasifikasi umur dewasa awal adalah 26 hingga 35 tahun.

2. Psikografis

Menyukai olahraga futsal, menyukai film-film fiksi bertemakan teknologi yang canggih, memiliki jiwa untuk berkompetisi, tertarik pada hal baru, ingin mempelajari hal baru, dapat bekerja di dalam sebuah tim, dapat menggunakan futsal sebagai sarana rekreasi.

3. Geografis

   Seluruh wilayah perkotaan di Indonesia dapat menjadi khalayak sasaran perancangan karena menurut Mulyono fasilitas lapangan futsal sudah semakin mudah ditemukan di wilayah perkotaan di seluruh Indonesia, dengan syarat lapangan futsal yang digunakan memiliki permukaan yang rata atau datar bisa terbuat dari kayu, lantai *interlock*, atau bahan buatan sejenisnya.

III.1.1. *Consumer Journey*

Consumer journey adalah menggunakan kegiatan dalam keseharian audiensi sebagai cara untuk mengetahui hal apa saja yang memiliki potensi interaksi dengan audiensi sehingga dapat menentukan media apa saja yang dapat digunakan dalam perancangan.

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

Waktu	Aktifitas	Point Of Contact
04.30 – 05.30	Bangun, shalat, mandi, berpakaian, mengecek *handphone*.	Kamar tidur, kamar mandi, sajadah, pakaian.
05.30 – 06.00	Sarapan, bersiap berangkat, menonton tv, menggunakan *handphone.*	Piring, sendok, gelas, tas, buku, televisi, *handphone*.
06.00 – 06.30	Berangkat sekolah, kuliah, kerja.	Mobil, motor, spanduk, *billboard*, *banner*, rambu-rambu, helm, *handphone*.

07.00 – 12.00	Bekerja, sekolah, belajar.	Buku, komputer, *handphone*, pena, pensil, tempat pensil.
11.00 – 12.30	Istirahat, mengecek *handphone*, makan siang.	Kantin, piring, sendok, gelas, *handphone*.
12.30 – 15.00	Kembali kerja, belajar.	Buku, komputer, *handphone*, pena, pensil, tempat pensil.
15.00 – 16.00	Pulang kerja, pulang belajar, bermain futsal, mengecek *handphone*.	Mobil, motor, spanduk, *billboard*, *banner*, rambu-rambu, helm, *handphone*.
16.30 – 18.00	Sampai dirumah, mengganti pakaian, menggunakan *handphone*, menonton televisi, baca buku.	Pakaian, *handphone*, televisi, buku.
18.00 – 21.00	Makan malam, menggunakan *handphone*, menonton televisi, tidur.	Media sosial, televisi, ruang keluarga, tempat tidur.

Kesimpulannya adalah bahwa khalayak sasaran pada perancangan ini adalah masyarakat yang dinamis, berpindah pindah tempat untuk menjalankan aktifitas hobinya, selain itu khalayak sasaran juga memiliki tingkat penggunaan *handphone* yang tinggi.

III.1.1. *Consumer Insight*

Consumer insight adalah proses pengumpulan data dari pemikiran khalayak sasaran berdasarkan latar belakang perbuatan, dan keinginannya yang berhubungan dengan produk (Maulana, 2009, h.25). *Consumer Insight* dalam perancangan ini adalah :

1. Pemain futsal pemula menginginkan kemenangan pada permainannya
2. Pemain futsal pemula menginginkan terseleksi bermain untuk timnya pada pertandingan
3. Pemain futsal pemula menginginkan untuk mengaplikasikan strategi permainan dengan sempurna.
4. Pemain futsal pemula menginginkan agar dapat mengontrol kondisi tubuhnya saat bertanding atau bermain.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah cara khusus yang digunakan untuk kepentingan perancangan agar dapat menjadi sebuah rancangan yang tepat sasaran dan mencapai tujuan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi dalam perancangan ini adalah agar khalayak sasaran yang dalam hal ini adalah permain futsal pemula dapat memperoleh informasi mengenai fundamen futsal sehingga dapat menjadi pemain yang lebih terampil dan kompetitif dan akan memiliki kesiapan untuk bermain futsal di level yang lebih tinggi.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi terdiri dari 2 kata yaitu pendekatan dan komunikasi. Pendekatan dapat didefinisikan sebagai cara memperlakukan sesuatu untuk mencapai suatu tujuan (Muhadjir , 2000 : 140).

Shannon dan Weaver (seperti yang dikutip Anggriani dan Nathalia 2014) Sedangkan komunikasi adalah interaksi yang menggunakan bahasa verbal, ekspresi, atau seni yang bertujuan untuk saling mempengaruhi dan dapat dialihkan pada satu orang atau lebih.

Maka dari itu pendekatan komunikasi dapat disimpulkan sebagai cara untuk berinteraksi melalui bahasa verbal, ekspresi, atau seni kepada khalayak sasaran atau komunikan. Dalam perancangan ini akan digunakan pendekatan komunikasi dengan 2 komponen yaitu visual dan verbal.

a. Visual

Visual akan menjelaskan gerakan yang terdapat pada isi perancangan melalui ilustrasi yang bertemakan kegemaran yang sedang terjadi pada khalayak sasaran saat ini. Untuk ilustrasi akan melakukan pendekatan pada kegemaran remaja pada pahlawan super modern dan teknologi teknologi canggih. Sedangkan untuk warna akan dilakukan pendekatan pada kegemaran yang juga tidak jauh dengan era modern dan teknologi canggih yang sering digambarkan pada film-film pahlawan super modern atau film dengan genre *cyberpunk* lainnya.

b. Verbal

Pesan tekstual akan menjelaskan pesan visual secara lebih detail melalui tulisan yang ditulis dengan campuran bahasa Indonesia yang santai atau tidak formal dengan beberapa bahasa atau istilah dari lain Inggris dan Sansekerta.

Pendekatan komunikasi dalam perancangan ini menggunakan 2 komponen pesan agar komunikan dapat lebih mengerti apa yang diinformasikan pada perancangan ini. selain itu, dua komponen pesan digunakan agar tidak ada interpretasi yang salah dari komunikan sehingga perancangan informasi ini dapat bersifat informatif dan aplikatif.

III.2.3 *Mandatory*

A. BOLALOB

Mandatory dalam perancangan ini adalah media atau organisasi yang memiliki keterkaitan atau peran pada pemula futsal Indonesia yaitu BOLALOB dan AAFI. BOLALOB adalah media komunitas yang secara garis besar pembahasannya dibuat seorisinil mungkin dan berhubungan dengan futsal mulai dari kompetisi, liputan, hingga gaya hidup. (https://bolalob.com/about-us, 2018, para:1)



Gambar III.1 Logo Bolalob
Sumber : https://d10dnch8g6iuzs.cloudfront.net/web/assets/images/logo-default.png (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

B. Asosiasi Akademi Futsal Indonesia

AAFI adalah singkatan dari Asosiasi Akademi Futsal Indonesia, AFFI adalah organisasi yang didirikan oleh veteran futsal Indonesia yang peduli akan potensi futsal tanah air khususnya pada pemain futsal pemula. AFFI memiliki tujuan untuk membuat sinergi yang baik antara akademi futsal yang ada di Indonesia, serta berbagi wawasan agar tercipta kurikulum yang ideal bagi pembelajar khususnya pemula.



Gambar III.2 Logo AAFI
Sumber : https://futscore.com/upload/logo/leagues_lglogo_tsx1515842253.jpg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Peran dari BOLALOB pada perancangan ini sebagai salah satu media penyebaran informasi mengenai adanya perancangan ini, sehingga dapat diakses oleh khalayak sasaran yang tepat salah satunya yaitu orang yang gemar bermain futsal. Sedangkan peran AFFI adalah sebagai wadah penyebaran dari perancangan ini sehingga hasil jadi dari perancangan ini dapat langsung menyasar pada khalayak sasaran yang tepat yaitu pemain futsal pada tinngkat pemula.

BOLALOB dipilih sebagai *mandatory* berdasarkan kesamaan peran dengan perancangan ini yaitu menjadi media yang berisikan informasi mengenai futsal. Sedangkan AFFI dipilih karena juga memiliki keasaamaan dengan perancangan ini, yaitu kesamaan tujuan dalam membina dan memberikan pelajaran bagi pemain futsal yang berada dalam kategori pemula.

III.2.4 Materi Pesan

Berdasarkan kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) materi berarti suatu hal yang dijadikan bahan. Sedangkan pesan berarti sesuatu yang disampaikan oleh komunikator pada komunikan yang berisi tentang ilmu dan informasi. Untuk membuatnya lebih

mudah dimengerti pesan dapat disampaikan dengan komponen tambahan lainnya seperti gerak-gerik, suara, dan mimik. (Cangara, 2006 : h.23)

Berdasarkan penjelasan diatas maka materi pesan dapat disimpulkan sebagai bahan untuk menyampaikan informasi pada komunikan atau khalayak sasaran dengan komponen tambahan berupa gerak-gerik yang disajikan dalam bentuk ilustrasi.

Materi pesan dalam perancangan ini akan diawali dengan penjelasan singkat mengenai futsal dan perangkat pendukung yang dibutuhkan dalam bermain futsal. Setelah itu akan menjelaskan tata cara melakukan fundamen futsal mulai dari teknik dasar mengoper, mengontrol bola, dan bergerak pada permainan futsal secara mendetail.

Isi utama dari perancangan ini yaitu fundamen futsal akan dijelaskan secara lebih mendetail sehingga dapat mewujudkan informasi yang edukatif dan aplikatif, yang kemudian akan mudah diaplikasikan oleh khalayak sasaran dan dapat menjadi pemain futsal yang lebih kompetitif.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara berbeda dalam menggunakan suatu bahasa pada konteks, orang, dan tujuan tertentu (Leech & Short 1981 : h.10). Ada beberapa macam gaya bahasa, salah satunya adalah gaya bahasa deskriptif. Gaya bahasa deskriptif adalah gaya bahasa yang menggunakan kalimat-kalimat sebagai cara untuk menggambarkan suatu peristiwa, suasana, ataupun kegiatan.

Konten utama dalam perancangan ini akan disandingkan dengan kalimat-kalimat penjelasan tambahan yang memiliki gaya bahasa deskriptif sehingga dapat membantu menggambarkan suasana lewat kata-kata.

Gaya deskriptif dipilih sebagai gaya bahasa yang digunakan pada kalimat yang disandingkan dengan konten utama agar dapat membantu mejelaskan suasana yang digambarkan oleh konten utama, sehingga dapat memperkecil kemungkinan kesalahan informasi yang sampai pada khalayak sasaran, maka dengan itu khalayak sasaran mendapatkan manfaat dari informasi yang disampaikan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif terdiri dari 2 kata yaitu strategi dan kreatif, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) strategi dapat didefinisikan sebagai cara khusus untuk mencapai suatu tujuan. Kreatif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) adalah kemampuan untuk mencipta. Maka dari itu strategi kreatif dapat diartikan sebagai cara khusus untuk menciptakan sesuatu yang mana dalam hal ini adalah perancangan media informasi fundamen futsal bagi pemula.

Informasi pada perancangan ini akan disampaikan melalui gambar ilustrasi yang memiliki kedekatan dengan khalayak sasaran yaitu remaja. Ilustrasi yang memiliki kedekatan dengan khalayak sasaran digunakan dengan tujuan agar dapat menarik minat khalayak untuk mengakses, karena selama ini informasi mengenai teknik dasar futsal khususnya yang termasuk pada fundamen futsal hanya disajikan dengan video atau artikel di internet yang tidak memiliki nilai keunikan yang benar benar terlihat.

Perancangan ini berjudulkan "TRILACRA", trilakra terdiri dari 2 kata yang itu *tri* yang dalam bahasa jawa berarti 3, dan "lacra" berasal dari bahasa sansekerta *lakra* yang berarti "dasar". Judul ini merupakan representasi dari isi perancangan yaitu fundamen futsal atau 3 teknik dasar paling penting dalam futsal. Kata "Trilacra" akan terdengar atau terlihat asing dan unik karena tidak banyak digunakan khususnya pada bagian "lacra", hal baru tersebut diharapkan akan mengundang minat khalayak sasaran untuk mengaksesnya. Menurut wawancara yang dilakukan Kompas.com pada Angela Kearney yaitu UNICEF *Country Representative of Indonesia* menyebutkan bahwa remaja selalu tertarik untuk mengetahui hal-hal baru.

a. *Story Line*

Story line dapat disimpulkan sebagai kerangka utama sebuah cerita. Berikut adalah *story line* dari perancangan informasi fundamen futsal bagi pemula :

1. Penjelasan mengenai perangkat yang dibutuhkan untuk bermain futsal secara proporsional.
2. Penjelasan mengenai fundamen futsal.

3. Penjelasan mengenai teknik dasar *passing* sebagai fundamen futsal.
4. Pemaparan tata cara melakukan *passing* yang ideal.
5. Penjelasan hal-hal yang harus dihindari saat melakukan *passing.*
6. Penjelasan mengenai teknik dasar *control* sebagai fundamen futsal.
7. Pemaparan tata cara melakukan *control* yang ideal.
8. Penjelasan hal-hal yang harus dihindari saat melakukan *control.*
9. Penjelasan mengenai teknik dasar *movement* sebagai fundamen futsal.
10. Pemaparan tata cara melakukan *movement* secara individu yang ideal.
11. Pemaparan tata cara melakukan *movement* bertahan yang ideal.
12. Penjelasan hal-hal yang harus dihindari saat melakukan *movement.*

III.2.7 Strategi Media

Strategi media dapat didefinisikan sebagai cara khusus untuk menentukan medium atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang mana dalam hal ini adalah informasi mengenai fundamen futsal bagi pemula. Dalam perancangan ini terdapat 2 media yaitu media utama dan media pendukung. Berikut adalah uraian mengenai media utama dan media pendukung pada perancangan ini.

a. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini merupakan buku ilustrasi yang akan menginformasikan mengenai fundamen futsal bagi pemula. Buku ilustrasi terdiri dari 2 kata yaitu buku dan ilustrasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) buku berarti kumpulan lembar kertas baik itu kosong atau terisi yang disusun dan dijilid serta memiliki halaman yang tidak terikat atau berjumlah bebas. Sedangkan ilustrasi dapat didefinisikan sebagai visualisasi dari tata cara melakukan sesuatu. (Kusrianto, 2009, h.111)

Di dalam buku ilustrasi ini, selain ada ilustrasi yang menggambarkan informasi mengenai fundamen futsal, ada juga pesan yang disampaikan secara tekstual melalui kalimat penjelasan yang bersifat deskriptif sehingga akan menceritakan kembali maksud dari ilustrasi yang ada.



Gambar III.3 Contoh Buku Ilustrasi (*Angel of Airy Float*)
Sumber : https://www.melonbooks.co.jp/detail/detail.php?product_id=324009 (Diakses Tanggal 29 Mei 2018)

Buku ilustrasi dengan gambar yang memiliki kedekatan dengan kegemaran pada khalayak sasaran dipilih karena memiliki keunikan sehingga diharapkan dapat menarik minat khalayak sasaran karena menurut Angela Kearney, UNICEF *Country Representative of Indonesia* pada wawancara yang dilakukan oleh Kompas.com menyebutkan bahwa remaja selalu tertarik untuk mengetahui hal-hal baru.

b. Media Pendukung

Media pendukung bisa diartikan sebagai perantara yang memberi jalan untuk khalayak sasaran dapat mengakses media utama.

A. Poster

Poster adalah salah satu media untuk memberikan informasi yang memiliki pengaturan komposisi dari warna bentuk dan huruf yang digunakan untuk menarik perhatian khalayak yang diproduksi secara massal dan disebar diberbagai tempat dengan ukuran yang besar biasanya terbuat dari kertas (Kusrianto, 2007, h.338)

Dalam perancangan ini akan digunakan poster berjenis poster komersial yang digunakan agar khalayak tertarik untuk mengakses produk, dalam hal ini yaitu buku ilustrasi. Poster komersial adalah jenis poster yang secara fungsional digunakan

untuk menciptakan ketertarikan khalayaknya untuk mengakses produk tertentu (Kusrianto, 2007, h.359)



Gambar III.4 Contoh Poster
Sumber : https://www.behance.net/gallery/14701413/Air-Jordan-Nike-Poster (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Poster untuk mempromosikan perancangan ini akan menggunakan *layout* mondrian. *Layout* mondrian adalah *layout* yang memiliki ciri dimana setiap elemen visual yang ada memiliki kesejajaran dengan bidang lainnya sehingga menciptakan suatu komposisi yang terkonsep. (Kusrianto, 2007, h.310)

B. *X-banner*

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) *Banner* merupakan media tipis yang direntangkan yang dipermukannya terdapat iklan atau sesuatu yang perlu diketahui oleh khalayak. Sedangkan *x-banner* adalah *banner* yang terbuat dari

kertas atau kain dan disangga oleh rangka berbentuk huruf X. (Widiantoko, 2012 : para 1)



Gambar III.5 *X-banner*
Sumber : https://permataprinting.com/wp-content/uploads/2017/08/X-*BANNER*.jpeg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

X-*banner* untuk mempromosikan perancangan ini akan menggunakan *layout* mondrian. *Layout* mondrian adalah *layout* yang memiliki ciri dimana setiap elemen visual yang ada memiliki kesejajaran dengan bidang lainnya sehingga menciptakan suatu komposisi yang terkonsep. (Kusrianto, 2007, h.310)

Poster dan *x-banner* dipilih karena dapat dibaca saat permbacanya dalam keadaan berdiri atau berjalan (Rustan, 2008, h.11) hal ini memiliki kedekatan dengan khalayak sasaran yang memiliki mobilitas untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya pada satu hari.

C. Poster Instagram

Poster Instagram akan digunakan sebagai media informasi untuk memberi akses pada khalayak menuju media utama dengan cara membuat akun khusus dan menggunakan fitur *promote* dengan tujuan *more promotion views* agar mendapat menjangkau lebih banyak khalayak sasaran yang lebih spesifik. Selain itu untuk

mencapai khalayak sasaran yang spesifik akan dilakukan juga promosi pada akun bolalob.

Poster Instagram dijadikan salah satu media pendukung untuk tahapan informasi karena menurut survei TNS salah satu lembara riset di Inggris yang dikutip oleh beritagar.id menyebutkan bahwa 59% pengguna instagram di Indonesia adalah remaja yang terdidik dan mapan.

Orientasi poster pada media sosial instagram ini adalah *potrait* dengan ukuran maksimal yang dapat dipasang pada Instagram yaitu 1350 pixel x 1080 pixel. Tanimoto (2018) seorang ahli dalam periklanan produk remaja di internet dalam wawancara di acara AKABINGO episode 491 yang disiarkan tanggal 8 Mei 2018 menyebutkan bahwa poster Instagram yang memiliki orientasi *potrait* dengan ukuran maksimal, memiliki waktu terlihat oleh khalayak lebih lama dibandingkan dengan poster Instagram dengan orientasi potrait atau ukuran yang lebih kecil.

D. *Merchandise*

Ma'aruf (seperti dikutip Sopiah dan Syihabudin, 2008)*Merchandise* adalah suatu barang yang memiliki relevansi dengan media utama, biasanya difungsikan untuk membuat ketertarikan lebih dari khalayak untuk memiliki media utama yang memiliki pengaturan waktu, tempat, dan jumlahnya untuk mencapai tujuan suatu kegiatan.

Dalam perancangan buku ilustrasi mengenai informasi fundamen futsal bagi pemula ini akan menyediakan *merchandise* dengan tujuan membuat khalayak memiliki ketertarikan lebih terhadap media utama. *Merchandise* dalam perancangan tersebut yaitu :

1. Botol Minuman

   Botol minuman penting dimiliki oleh setiap pemain futsal, selain untuk menjaga diri agar terhindar dari dehidrasi, dengan membawa botol minuman

yang berisi air sendiri tidak perlu lagi membeli minuman di lapangan sehingga dapat menghemat.

2. Gantungan Pintu

Gantungan pintu adalah potongan kertas yang memiliki lubang untuk digantungkan pada pintu, memiliki juga tulisan tulisan unik pada permukaannya sehingga bisa menarik minat khalayak.

3. Buku Praktik

Dalam perancangan ini buku praktik difungsikan sebagai *note* atau buku catatan kecil, untuk mencatan hasil latihan atau eksperimen berdasarkan buku pada perancangan ini.

4. Tas Sepatu

Tas sepatu khusus untuk sepatu futsal adalah salah satu perlengkapan futsal yang sedang menjadi tren belakangan ini. Selain berfungsi sebagai tempat pemisah sepatu futsal (dan terkadang juga *jersey)* dengan barang bawaan lainnya, tas sepatu futsal juga berfungsi sebagai barang yang estetis untuk pemain futsal.

5. Kaus *T-Shirt*

Kaus *T-Shirt* adalah pakaian yang terbuat dari katun pada umumnya merupakan pakaian yang paling sering digunakan khususnya oleh remaja, selain karena bahannya yang nyaman, desain yang ada juga menjadi nilai jualnya tersendiri.

6. Setelan Futsal

Jersey atau baju sepakbola dibagi menjadi dua yaitu yang dipergunakan untuk latihan dan bertanding. Secara fungsional selain sebagai identitas, *jersey* juga berfungsi sebagai penyerap keringat permainnya. Namun

sekarang selain untuk itu *jersey* juga dipergunakan sebagai sumber pendapatan sebuah *brand* atau tim. (Sativa, 2017 : para 4)

Media-media tersebut sebenarnya adalah barang yang tidak dimiliki oleh semua khalayak sasaran yang sebaiknya dimiliki untuk menunjang hobi dan minat mereka yaitu futsal.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi adalah cara khusus untuk melakukan penyebaran terhadap sesuatu pada targetnya yang diperhitungkan dari segi tempat, waktu, dan caranya.

Media utama akan didistribusikan di toko buku, toko olahraga, dan di beberapa tempat penyediaan jasa sewa lapangan futsal.

Media pendukung cetak yang berupa poster dan x *banner* akan didistribusikan juga di toko buku, toko olahraga, dan di beberapa tempat penyediaan jasa sewa lapang. Namun karena khalayak sasaran berada pada usia remaja, maka pendistribusian juga akan dilakukan di sekolah dan perguruan tinggi. Sedangkan media pendukung digital akan didistribusikan pada aplikasi Instagram.

Beriku adalah jadwal pendistribusian yang disajikan dalam bentuk tabel :

Tabel III.2 Jadwal Pendistribusian Media Berdasarkan Waktu
(Dokumen Pribadi)

Media	Waktu											
	Juli 2018				Agustus 2018				September 2018			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Media utama												
Poster												
X *banner*												
Merchandise												

Poster dan *X banner* didistribusikan di awal sebagai pengenalan atau pemberitahuan kepada khalayak tentang keberadaan media utama. *X banner, merchandise*, dan media utama berada di tengah pendistribusian dan didistribusikan secara bersamaan dilakukan agar penjualan terlihat lebih meriah dan mengundang minat khalayak. Sedangkan *merchandise* dan media utama yang masih didistribusikan di akhir pendistribusian sebagai upaya agar media utama terus menyasar khalayak sasaran hingga seluruhnya terdistribusikan.

Bulan Juli digunakan sebagai awal pengenalan media utama karena merupakan perkiraan rampungnya perancangan, sedangkan bulan September merupakan target untuk terdistribusikannya semua media pada perancangan ini.

Tabel III.3 Jadwal Pendistribusian Media Berdasarkan Tempat
(Dokumen Pribadi)

Media	Tempat			
	Sekolah	Akademi Futsal	Lapangan Futsal	Toko Buku
Media utama				
Poster				
X *banner*				
Merchandise				

Karena khalayak sasaran berada pada klasifikasi umur remaja, maka pendistribusian media poster, *x banner*, dan *merchandise* akan dilakukan di sekolah dan di kampus. Selain itu jika mengacu pada minat kegiatan khalayak sasaran maka sudah seharusnya juga didistribusikan di akademi dan lapangan futsal, namun ada pengecualian terhadap *merchandise*. *Merchandise* tidak akan didistribusikan di akademi futsal, karena biasanya siswa akademi futsal sudah memiliki barang barang merchandise pada perancangan ini. Agar pendistribusian media lebih terfokus, maka media utama hanya akan didistribusikan di toko buku dan toko olahraga, hal tersebut diputuskan karena di beberapa sekolah, akademi futsal, dan lapangan futsal tidak diperbolehkan melakukan kegiatan jual beli.

Tabel III.3 Cara Mendapatkan *Merchandise* dan *Gift*
(Dokumen Pribadi)

Merchandise / Gift	Cara Mendapatkan		
	Berbayar Khusus	Berbayar Melalui Paket Pembelian	Gratis
Botol Minum			
Tempat Pensil			
Buku Praktik			
Kaus			
Tas Sepatu			
Setelan Futsal			

Merchandise yang didistribusikan secara gratis adalah media yang digunakan sebagai penarik minat khalayak sasaran untuk membeli media utama selain itu media tersebut juga saat digunakan berfungsi sebagai pembuka akses menuju media utama bagi khalayak sasaran yang melihatnya.

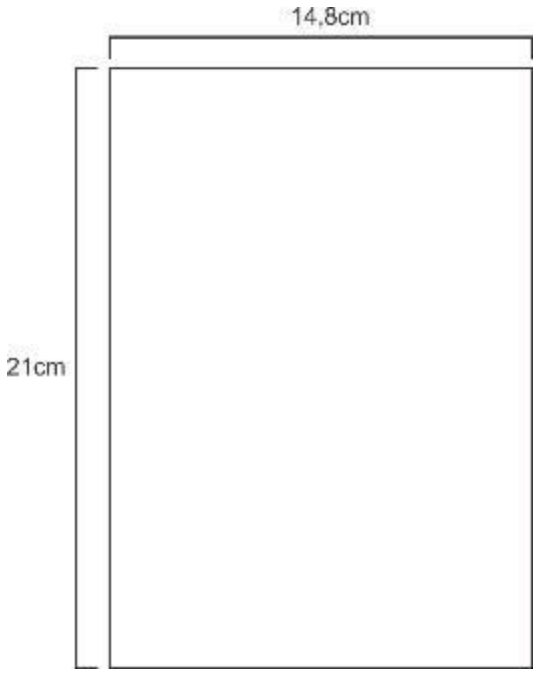
Sedangkan *gift* atau media pendukung yang secara produksi membutuhkan biaya yang lebih, didistribusikan dengan cara berbayar khusus maupun dengan cara berbayar melalui paket pembelian untuk menarik minat khalayak sasaran. Dari media ini juga media utama memiliki pontensi untuk diakses oleh khalayak sasaran yang melihatnya, karena memiliki *link* pada akun Instagram media utama.

III. 3 Konsep Visual

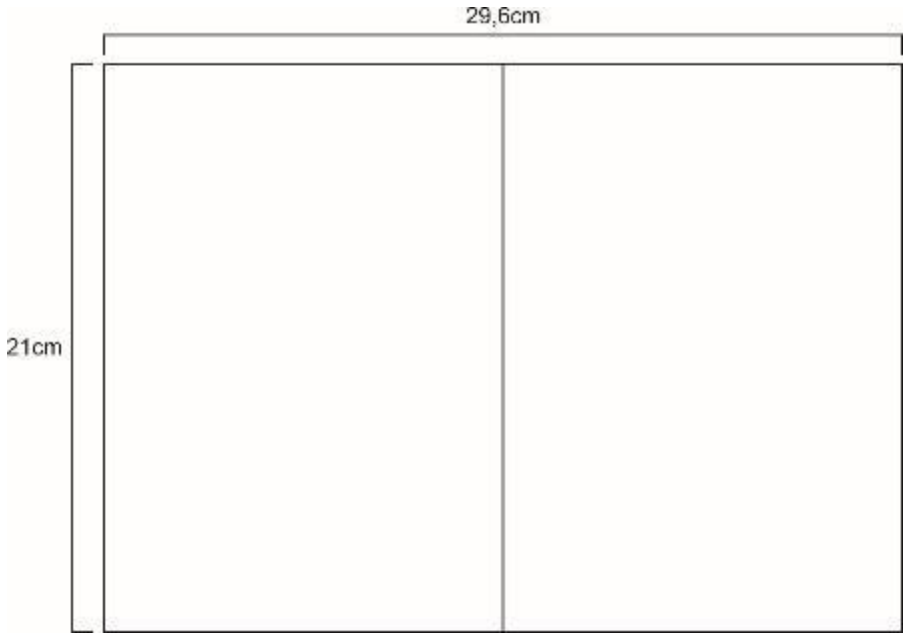
Konsep visual dapat didefinisikan sebagai abstrak atau gagasan dari hasil akhir perancangan. Adapun beberapa abstrak dari hasil perancangan buku ilustrasi sebagai media informasi mengenai fundamen futsal bagi pemula seperti berikut.

III.3.1 Format Desain

Merujuk pada kesimpulan yang didapat, format desain dapat disimpulkan sebagai ukuran atau bentuk dari sebuah perancangan. Format desain untuk media utama yang berupa buku ilustrasi adalah buku berukuran A5 dengan orientasi *Potrait* dan memiliki detail ukuran 14,8cm x 21cm saat tertutup dan saat terbuka menjadi berukuran 29,6cm x 21cm.



Gambar III.6 Format Buku Ilustrasi dalam Keadaan Tertutup
Sumber : Dokumen Pribadi

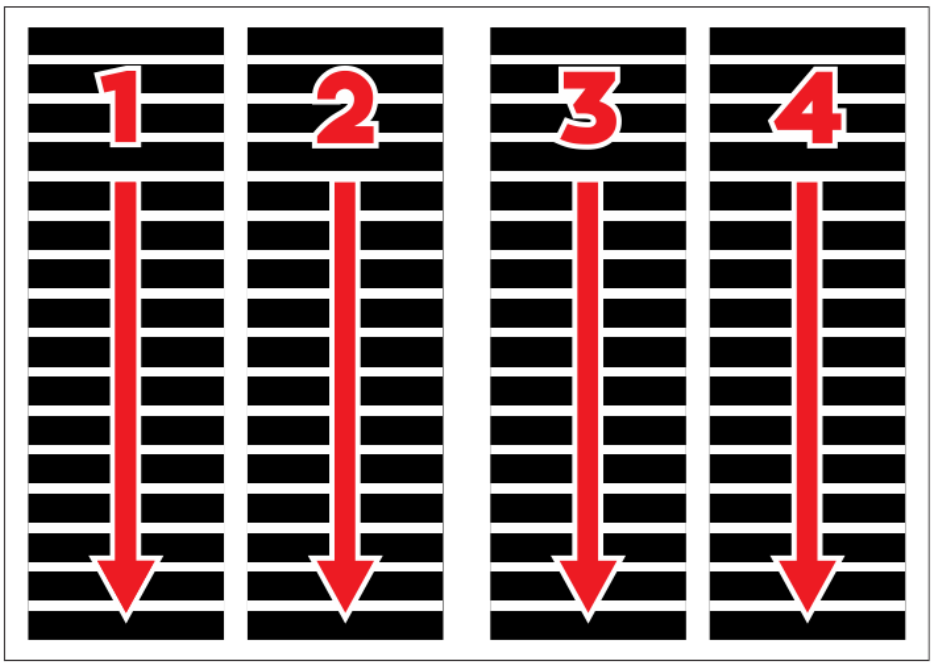


Gambar III.7 Format Buku Ilustrasi dalam Keadaan Terbuka
Sumber : Dokumen Pribadi

III.3.2 Tata Letak

Layout adalah sebuah susunan perpaduan unsur komunikasi grafis yang dibuat menjadi tertata dan memiliki sifat estetik yang membuat khalayak sasarannya tertarik sehingga tujuan dari sebuah perancangan dapat tersampaikan dengan cepat dan tepat. (Pujiriyanto, 2005, h.71)

Dalam perancangan buku ilustrasi yang berisikan ilustrasi dan teks penjelasan ini akan digunakan *layout* dengan cara membagi setiap lembar A5 menjadi 2 kolom yang kemudian dibaca dengan urutan mulai kiri atas ke kanan bawah disetiap kolom nya kemudian dimulai lagi dari kiri atas ke kanan bawah saat berpindah kolom. Metode *layout* yang digunakan adalah metode Band metode ini memiliki karakteristik dimana isi perancangan membujur secara vertikal mengisi setiap grid (Kustrianto, 2007, h.308) Adapun gambaran tata baca dari buku ilustrasi ini sebagai berikut.



Gambar III.8 Alur Baca
Sumber : Dokumen Pribadi

Setiap baris teks pada setiap kolom akan diatur jumlah karakternya agar pembaca tidak akan merasa lelah saat membacanya. Menurut penelitian Herbert Spencer, jumlah huruf perbaris yang akan terasa nyaman jika dibaca adalah sekitar 60 karakter (Supriyono, 2010, h.41)

III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah salah satu sub-ilmu dalam bidang desain komunikasi visual yang membahas tentang cara memilih dan mengatur huruf (Supriyono, 2010, h.19).

Futsal adalah olahraga yang memiliki kesan maskulin, tegas, dan jantan, maka dari itu dibutuhkan pula penggunaan jenis huruf yang dapat mewakilkan kesan-kesan tersebut khususnya untuk digunakan pada judul dan tulisan lain yang membutuhkan penekanan.

Perancangan mengenai olahraga akan lebih representatif saat menggunakan huruf sans serif yang tebal karena akan menggambarkan kesan jantan, elegan, tegas, dan keras. (Supriyono, 2010, h.48)



Gambar III.9 Contoh Tipografi pada Perancangan Merek yang Berkaitan dengan Olahraga
Sumber : https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1PgijKVXXXXc_XVXXq6xXFXXXD/Pure-black-sports-brand-logo-affixed-to-offset-font-b-heat-b-font-thermal-font-b.jpg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Selain mengacu pada olahraga futsal yang memiliki kesan maskulin, tegas, dan jantan pada perancangan ini juga akan merepresentasikan kesan modern, karena pada saat ini sedang terjadi tren dimana film yang memvisualisasikan teknologi tinggi modern. Sebagai contoh film Avenger : *Infinity War*, Black Phanter, Deadpool 2, dan pacific rim : *Uprising* yang sedang menjadi tren di kalangan khalayak sasaran perancangan buku ilustrasi fundamen futsal bagi pemula ini. Maka dari itu dalam perancangan ini akan digunakan juga tipografi yang memiliki kesan modern pada sub-judul dan isinya. Untuk merepresentasikan kesan modern pada tipografi dapat menggunakan jenis huruf yang tipis (Anggraini dan Nathalia, 2014, h.69).



Gambar III.10 Contoh Penggunaan Jenis Huruf Tipis yang Berkesan Modern
Sumber : https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1PgijKVXXXXc_XVXXq6xXFXXXD/Pure-black-sports-brand-logo-affixed-to-offset-font-b-heat-b-font-thermal-font-b.jpg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Selain di dalam film yang sedang menjadi tren akhir-akhir ini, kombinasi penggunaan huruf tebal sebagai judul dan huruf tipis sebagai sub judul dan isi juga sedang menjadi tren pada komik di Indonesia salah satunya adalah God Complex.



Gambar III.11 Contoh Kombinasi Penggunaan Jenis Huruf Tipis dan Tebal yang Berkesan Modern
Sumber : https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1PgijKVXXXXc_XVXXq6xXFXXXD/Pure-black-sports-brand-logo-affixed-to-offset-font-b-heat-b-font-thermal-font-b.jpg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Font adalah kode-kode yang beradal dari bahasa komputer yang kemudian diterjemahkan menjadi huruf digital dengan bentuk sempurna untuk ditampilkan baik di layar monitor atau saat dicetak (Sihombing, 2003, h.9)

Dalam perancangan ini akan digunakan keluarga dari font Zona Pro yang didesain oleh Kostas Bartsokas tahun 2013 yang versi lengkapnya dijual dengan harga $49 dan didapatkan dari perusahaan desain bernama Antares Aldebaran yang ada di dalam naungan PT. Wildo Natural Indonesia. Berikut adalah wujud dari font Zona Pro :



Gambar III.12 Font Zona Pro
Sumber : http://www.smashingfonts.com/zona-pro_font-download7898.jpg (Diakses Tanggal 7 April 2018)

Font Zona Pro dipilih karena memiliki variasi yang lengkap yaitu 16 tingkat ketebalan mulai dari yang paling tipis hingga paling tebal, hal ini membantu untuk perancangan yang akan dibuat dengan variasi tebal tipis huruf untuk merepresentasikan kesan dinamis pada permainan futsal.

Berikut adalah hasil akhir huruf yang digunakan pada perancangan ini dimana huruf *custom* tebal yang dibuat untuk judul perancangan di sandingkan dengan huruf tipis yang berasal dari font Zona Pro dengan tujuan membuat kesan seperti tren film-film yang mengangkat tema teknologi canggih masa depan.



Gambar III.13 Judul Perancangan
Sumber : Dokumen Pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah konten utama dalam perancangan ini yang berupa buku ilustrasi. Ada banyak macam fungsi dari ilustrasi yaitu memberikan gambaran dari seorang tokoh, mencontohkan suatu barang, atau hanya sekedar gambar penghibur pembacanya. Ilustrasi dapat didefinisikan sebagai gambar yang secara fungsional digunakan untuk menerangkan suatu situasi, benda ataupun tata cara (Kusrianto. 2007, h.110)

Dalam perancangan ini ilustrasi yang dibuat akan merepresentasikan gerakan atau tata cara melakukan fundamen futsal. Karakter yang dibuat akan menggunakan tipe tubuh hero. Tipe tubuh hero adalah tipe tubuh pada karakter yang digambarkan lebih panjang, berotot dan memiliki bahu yang lebar. (Sativa, 2016, h.32).

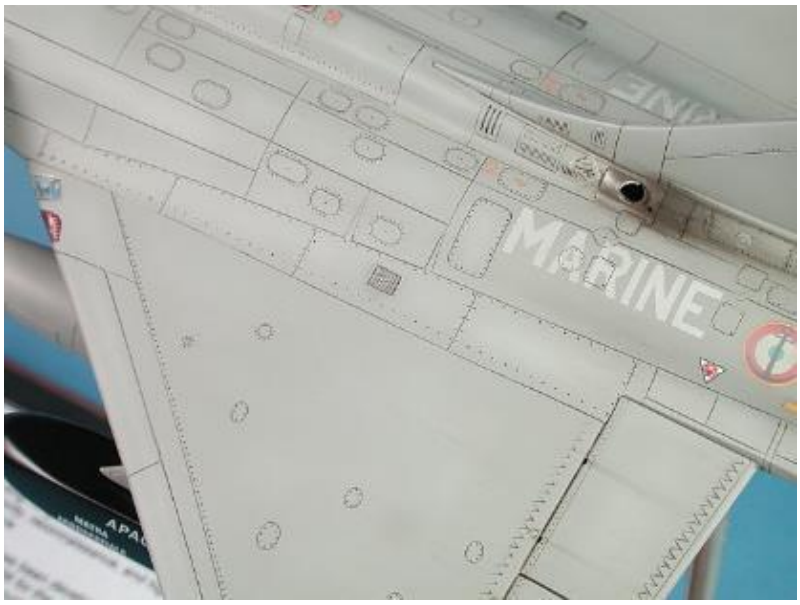
Tipe tubuh hero dipilih untuk mendekati pada tren yang terjadi pada khalayak sasaran yaitu pahlawan super, selain memiliki tubuh yang berotot pahlawan super juga identik dengan topeng untuk menutupi identitasnya.



Gambar III.14 Tom Holland (Pemeran Spider-man 2017 – Sekarang)
Sumber :
https://d1uzk9o9cg136f.cloudfront.net/f/16783100/rc/2017/10/16/e4364692e12fead11cbc72a7a8b2f30de779ab4a_xlarge.jpg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Dikarenakan khalayak sasaran adalah remaja maka karakter yang dijadikan referensi adalah Spider-man. Jika dilihat dari pekerjaannya yaitu seorang mahasiswa maka dapat diasumsikan bahwa Spider-man masih berada pada klasifikasi umur remaja sehingga otot yang digambarkan tidak akan terlalu besar.

Dalam teknologi modern seperti robot dan pesawat ada istilah yang dinamakan dengan garis panel. Garis panel adalah garis yang terbuat dari dua ujung sisi yang bertemu pada bagian lapisan terluar dari *body* robot atau pesawat. Garis panel akan digambarkan pada karakter untuk memberi kesan canggih dan kuat.



Gambar III.15 Contoh Garis Panel Line pada Permukaan Pesawat
Sumber :
https://d1uzk9o9cg136f.cloudfront.net/f/16783100/rc/2017/10/16/e4364692e12fead11cbc72a7a8b2f30de779ab4a_xlarge.jpg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

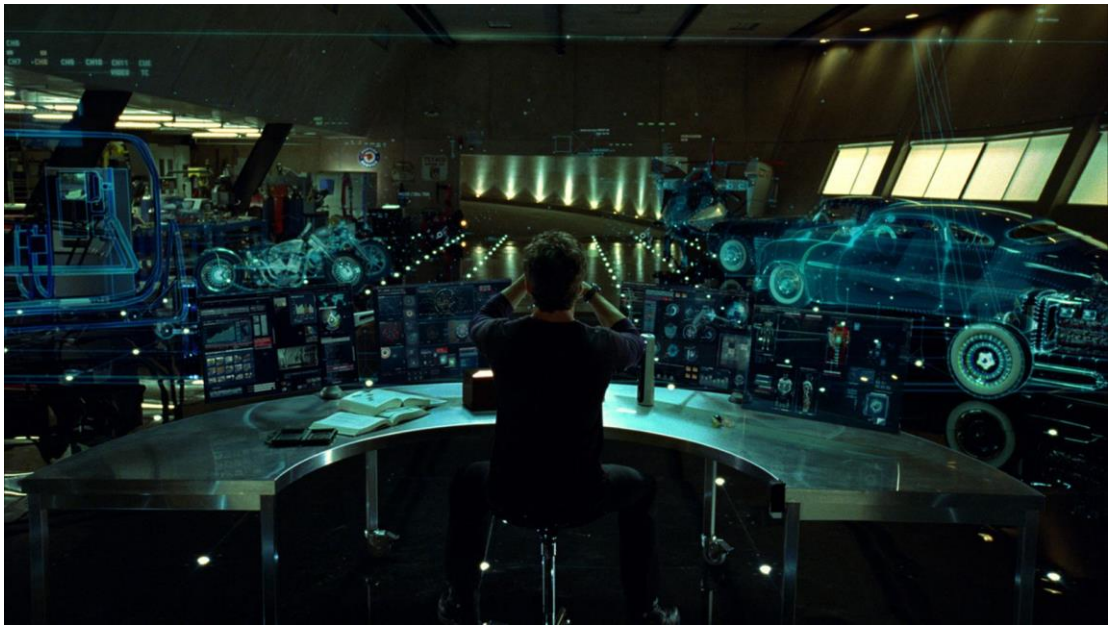


Gambar III.16 Bambang Bayu Saptaji
Sumber : https://asset.indosport.com/article/image/q/80/151897/BBS-169.jpg?w=750&h=423
(Diakses Tanggal 3 September)

Bambang bayu saptaji yang merupakan pemain TIMNAS futsal Indonesia yang paling populer (berdasarkan jumlah *followers* Instagram) juga akan dijadikan sebagai acuan

dalam perancangan ini dengan tujuan agar dapat menarik minat pegiat olahraga futsal khususnya remaja yang merupakan pengguna terbesar Instagram.

Selain ilustrasi utama dalam perancangan buku ilustrasi ini juga akan terdapat elemen-elemen visual lainnya yang berfungsi sebagai latar belakang, penunjuk, penanda, atau pemisah antar elemen elemen visual lainnya. Elemen-elemen visual ini akan digambarkan juga dengan tema modern yang merujuk pada *interface* kapal luar angkasa atau komputer masa depan yang sering digambarkan pada film pahlawan super.



Gambar III.17 Tony Stark bersama J.A.R.V.I.S (Komputer Canggih) yang Mengurus Segala Kebutuhan Tony Stark atau Iron-Man
Sumber : https://cdn.vox-cdn.com/thumbor/UMrqNNtHIdD0pE1-OZ5wQvAnw5c=/0x0:1200x675/1600x900/cdn.vox-cdn.com/uploads/chorus_image/image/51341093/IronMan2Jarvis.0.0.jpg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

III.3.5 Warna

Warna adalah salah satu elemen desain yang keberadaanya sangat penting, karena dalam suatu desain warna dapat berperan sebagai *eye catcher* atau penarik perhatian pembacanya. Newton (seperti dikutip Prawira, 1989) warna adalah fenomena suatu hal yang terdiri dari pigmen, sedangkan pigmen adalah warna yang dapat larut dalam air atau cairan lainnya.

Pemilihan warna pada perancangan ini juga dipilih dengan pendekatan pada tren target audiensinya yang berupa pemain futsal pemula. Warna yang sedang populer di ranah futsal adalah warna warna pada lampu LED (*light-emitting diode*). Atau jika pada ilmu arsitek disebut dengan warna kroma.



Gambar III.18 Contoh Tren Lampu LED
Sumber : https://www.instagram.com/p/BgALYTpgLm6/?taken-by=_f7

Warna kroma adalah warna warna yang dihasilkan dari cahaya lampu LED, yang biasanya digunakan pada pusat perbelanjaan, kasino, dan tempat hiburan lainnya. Penggunaannya dimaksudkan untuk merangsang khalayak karena gaya warna tersebut memiliki konotasi dengan kegiatan yang mengasyikan.(Doyle, 2003, h.242).



Gambar III.19 Contoh Tren Lampu LED
Sumber : http://www.gamingdebugged.com/wp-content/uploads/2018/02/gaming-setup-1000x600.jpg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Pada awalnya tren LED sebenarnya terjadi pada kalangan pemain *game* di komputer, namun belakangan ini saat tren *game* komputer kembali merebak di Indonesia, warna warna tersebut digunakan pada banyak media, begitu juga pada peralatan peralatan olahraga khususnya futsal.



Gambar III.20 Contoh Penggunaan Warna LED pada Sepatu Futsal SPECS
Sumber :
https://specs.id/media/catalog/product/cache/1/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/e/q/equinox-in--400710-7.jpg (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Specs yang merupakan produsen sepatu asal Indonesia ini juga mengikuti salah satu tren yang terjadi pada masyarakat kali ini, selain pada sepatu futsal penerapan warna-warna ini juga dilakukan Specs pada peralatan olahraga lain seperti baju dan jaket.



Gambar III.21 Contoh Penggunaan Warna Kroma pada *Jersey* Ghanior
Sumber :
https://www.instagram.com/p/BKf34x0gv9V/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=14dlx9c29oxl3 (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Selain oleh Specs, tren warna ini juga di gunakan oleh produsen peralatan olahraga lokal lainnya salah satunya yaitu Ghanior yang merupakan produsen *jersey* futsal dan sepak bola yang sudah menjadi *Official Apparel* dari tim profesional seperti Electric Cosmo dan Jaya Kencana Utama.

Dalam perancangan ini warna-warna tersebut akan digunakan untuk mewarnai ilustrasi baik itu ilustrasi utama, tipografi, maupun elemen elemen visual lainnya. Warna-warma cerah seperti ini digunakan dengan tujuan menarik perhatian pembacanya.

Warna warna tersebut dipilih karena memiliki relevansi dengan gaya gambar yang akan digunakan pada ilustrasi, yaitu bertemakan *cyberpunk* atau penggambaran teknologi canggih di masa depan yang juga digunakan pada poster dan film yang bertemakan serupa seperti Avenger, Black Phanter, Ghost in the Shell, dan Blade Runner 2049.

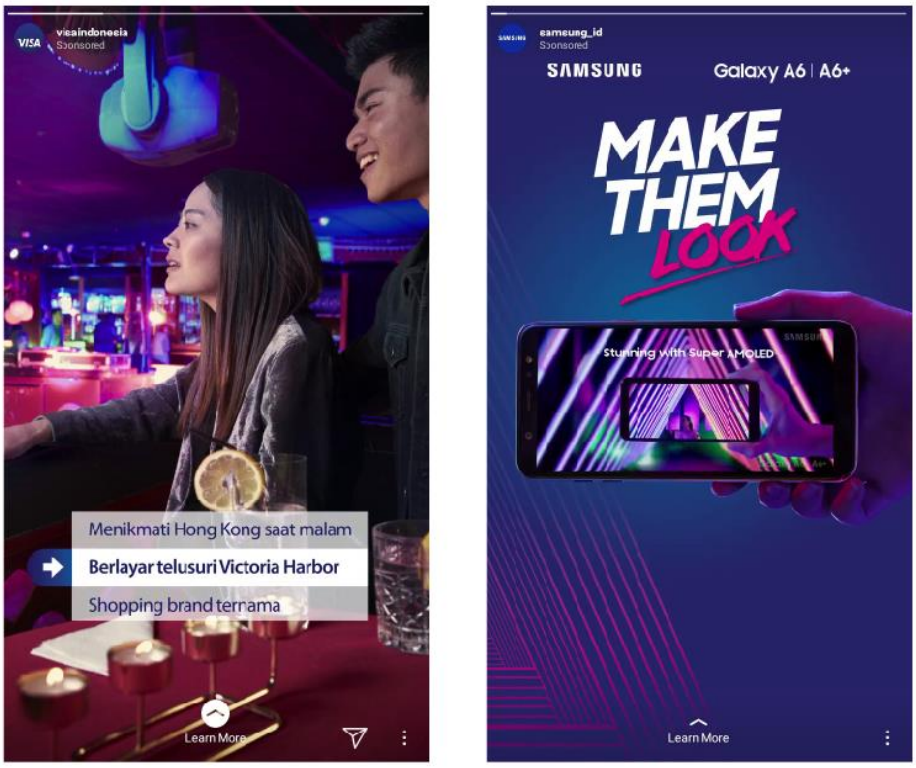


Gambar III.22 Potongan Film Blade Runner 2049
Sumber : http://www.denofgeek.com/us/movies/blade-runner/267956/blade-runner-2049-ending-explained (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)



Gambar III.23 Potongan Film Black Phanter
Sumber : https://www.villagevoice.com/2018/02/23/in-black-panther-american-dreams-and-american-nightmares-clash/ (Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Tidak hanya di luar negeri, warna warna tersebut juga sedang menjadi tren di dalam negeri penggunannya di terapkan pada iklan produk acara TV maupun poster poster acara yang khalayak sasarannya adalah remaja.



Gambar III.24 Referensi Warna Digunakan pada Iklan
Sumber : Iklan pada Instagram story tanggal 6 Juni 2018



Gambar III.25 Referensi Warna Digunakan pada Acara TV
Sumber : Iklan pada Instagram story tanggal 6 Juni 2018

Warna warna tersebut akan direpresentasikan dalam bentuk kombinasi *bitmap* dan *vector* 2D tanpa menghilangkan kesan *cyberpunk* yang dibawakan dalam perancangan ini. Berikut adalah beberapa referensi yang berkaitan dengan tema tersebut.

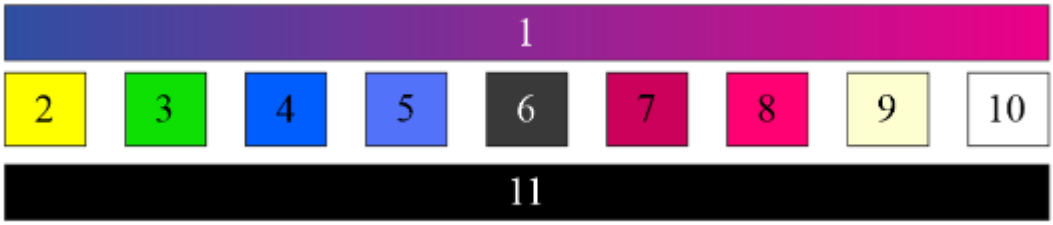


Gambar III.26 Contoh 2 Penggunaan Warna Kroma pada karya Ilustrasi Digital 2D
Sumber :
https://www.instagram.com/p/BY8zDe2nWZz/?taken-by=deathburger
(Diakses Tanggal 30 Mei 2018)



Gambar III.27 Contoh 2 Penggunaan Warna Kroma pada karya Ilustrasi Digital 2D
Sumber : https://www.instagram.com/p/BjLOjqwjZoG/?taken-by=mad.dog.jones(Diakses Tanggal 30 Mei 2018)

Berikut adalah palet warna yang akan digunakan dalam perancangan yang mengacu pada referensi diatas. Warna – warna yang ada pada referensi dominan berwarna merah muda dan biru muda, yang identik dengan selera perempuan. Berdasarkan hal tersebut untuk kembali memunculkan kesan maskulin dari laki laki dan olahraga futsal, akan digunakan dominasi warna hitam sebagai warna latar belakang.



Gambar III.28 Palet Warna yang Digunakan
Sumber : Dokumen Pribadi

Agar lebih mudah diidentifikasi dan dibedakan dengan warna lain, berikut adalah kode warna dari warna yang terdapat pada palet warna yang digunakan dalam perancangan:

1. #3F58A5 > #EC278B
2. #FFFF00
3. #0DE002
4. #005EFF
5. #5372FA
6. #393939
7. #CC015C
8. #FF0172
9. #FDFFD1
10. #FFFFFF
11. #000000

Kode—kode yang digunakan adalah kode HEX RGB yang berbasis pada HUE CorelDraw X7.