BAB III
STRATEGI PERANCANGAN MEDIA DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Untuk merancang suatu media komunikasi yang baik, maka sebaiknya diawali dengan menentukan khalayak sasaran. Ditentukannya penerima dan bagaimana agar media komunikasi ini tepat dan bisa tersampaikan dengan baik efektif dan efisien kepada penerima atau target sasaran. Dalam pengertian khalayak sasaran menurut Sholihah (2013) konsep khalayak atau *Audience* didalam konteks komunikasi hal itu dikenal sejak jaman Yunani kuno yang dimana saat itu pengertian khalayak tertuju pada suatu kumpulan banyak orang yang meliat suatu pertunjukan. Contoh pertunjukan tersebut bisa seperti drama, konser, pertandingan ataupun yang lainnya. Seiring berkembangnya jaman pengertian khalayak menurut Sholihah (2013) tidak lagi bisa menggambarkan suatu keadaan atau kondisi nyata dari khalayak yang dimana saat ini khalayak lebih tertuju pada sekumpulan banyak orang dengan jumlah yang besar (tidak terbatas).Hal tersebut terbentuk akan dari suatu akibat atau hasil kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, tersebar luas, diantaranya banyak yang tidak saling mengeal satu sama lainnya, heterogen dalam suatu hal ciri-ciri sosial, ekonomi maupun dalam demografisnya.

III.1.1 Segmentasi

Segmentasi yang akan ditentukan dalam media perancangan ini, meliputi beberapa aspek seperti demografis, geografis, psikografis dan teknografis yang akan dijadikan sebagai acuan bagaimana untuk bisa menempatkan media informasi ini dengan tepat kepada masyarakat.

- **Demografis**

Dari demografis sendiri akan melibatkan beberapa daftar spesifik tentang latar belakang audiens yang akan dituju seperti:

- Sasaran : Remaja Pertengahan.
- Jenis Kelamin : Laki-laki.
- Usia : 15-21 Tahun (Usia remaja pertengahan dan akhir).
- Pendidikan : SMA, Mahasiswa, *Fresh Graduate.*

- Agama : Semua Agama di Indonesia.
- Kelas sosial : Menengah ke atas dan menengah ke bawah.
- Harga Buku : Rp.100.000 (Harga rekomendasi di kota Bandung).
  Rp.180.000 (Edisi terbatas waktu tertentu).
- Target Primer : Penggemar *Anime.*
- Target Sekunder : Pengguna *Internet* & Pengawas anak / Orang tua.

Dalam pemilihan khalayak tersebut perancangan ini cenderung ditujukan pada kalangan usia masa remaja pertengahan sampai akhir dan orang tua dikarenakan masalah yang ada pada perancangan media tentang *anime ecchi* ini cenderung melibatkan para remaja pertengahan sampai akhir, dan tentunya masalah ini harus diketahui orang tua sebagai bimbingan untuk anaknya dari apa yang media informasi ini berikan.

Untuk segi umur ditujukan kepada umur dari 15-21 tahun yang dimana pada masa SMA maupun Mahasiswa. Ditujukan karena seperti yang dilasir pada laporan tahunan KOMINFO tahun 2016 bahwa 18,4% dari 132,7 juta penduduk Indonesia yang diangkakan menjadi 24,4 juta jiwa dengan rentang umur 10-24 tahun telah terhubung dengan *internet*. Hal ini jelas jumlah pengguna *Internet* tersebut cukup besar yang mengingat penyebaran konten *anime ecchi* ini pun tersebar dibanyak situs *internet*. Untuk media perancangan ini tidak mengkhususkan terhadap agama apa yang diyakini, karena masalah yang ada pada *anime ecchi* bisa dialami oleh siapa saja tanpa ada batasan agama.

Pada kelas sosial media ini ditujukan untuk para kalangan menengah ke atas dan kebawah mengingat media informasi ini akan bisa diakses atau dilihat untuk kalangan tersebut dari segi harga yang bisa terjangkau oleh kalangan kebawah maupun kalangan keatas. Dan menyangkut masalah target primer maupun sekunder, media informasi ini ditujukan kepada kalangan yang sudah mengenal hiburan tontonan *anime* dikarenakan jelas masalah yang muncul

pada *anime ecchi* tersebut berawal dari *anime* itu sendiri dan konten tersebut terbukti sering muncul pada media *internet* untuk saat ini.

- **Geografis**

Dilihat dari segi geografis, khalayak sasaran akan perancangan ini ditujukan kepada seluruh penggemar *anime* di Indonesia yang khususnya di pulau Jawa untuk kota-kota besarnya seperti contohnya yaitu kota Bandung, Jakarta, Surabaya, Tangerang, Bekasi, Depok, Semarang, dan Bogor. Kota-kota tersebut ditujukan agar pendistribusian media lebih mudah dan bisa terjangkau oleh masyarakat baik dari dalam kota maupun luar kota. Akan tetapi untuk permulaan peluncuran media akan dilakukan di kota Bandung sebagai tempat asal penelitian ini dimulai.

- **Psikografis**

Psikografis yang akan dituju untuk perancangan ini cenderung ditujukan kepada orang karakteristiknya tertarik kepada konten *anime* seperti halnya seorang penggemar atau *fans* maupun yang psikologisnya telah terpengaruhi oleh konten *anime ecchi*.

- **Teknografis**
  - Remaja yang mengikuti kegiatan komunitas yang berhubungan dengan *anime*
  - Pengguna barang elektronik yang menghubungkan kepada *internet* seperti komputer, gawai, ataupun pengunjung warung *internet* (*Warnet*).
  - Pengguna media sosial di *internet* khususnya remaja.

III.1.2 *Consumer Journey*

Berikut adalah tabel *consumer journey* yang didapat dari target khalayak sasaran, yaitu remaja dari usia 13-21 tahun yang dimana rata-rata masih berstatus seorang pelajar

Tabel III.1 *Consumer Journey* Remaja

Sumber: Data Pribadi

Suasana	Kegiatan	Tempat	Point of Contact
Pagi	Bandung tidur, ke kamar mandi, cuci muka / mandi, sarapan, bersiap untuk sekolah / kuliah, berangkat, Berolah raga.	Kamar tidur, kamar mandi, ruang makan, sepanjang jalan.	Tempat tisu, Gawai, Gelas / mug & piring, gantungan kunci motor, poster, billboard, Hiasan rumah, bantal.
Siang	Aktivitas Sekolah/Kuliah, kumpul teman, makan siang, pergi jajan ke warung.	Warung, tempat kumpul, sekolah / kampus.	Poster, Billboard, peralatan makan/minum, gawai, alat tulis/buku, Aksesoris.
Sore	Aktivitas sehabis sekolah / kuliah, tempat bermain, tempat kumpul, bermain gawai.	Warung, Kafe, Kosan teman, Pinggir jalan	Billboard, Poster, Jaket, Aksesoris, Peralatan Elektronik seperti laptop, gawai, Buku.
Malam	Perjalanan Pulang, Sekitar Rumah, Kamar, bermain komputer, bermain gawai, menonton *anime* ataupun hiburan lainnya, mengerjakan pekerjaan sekolah / kampus.	Rumah, Lingkungan sekitar rumah, Jalan Raya.	Peralatan Elektronik seperti komputer / laptop, Hiasan Rumah, rubik, aksesoris, tempat tisu, bantal, gawai, buku, alat tulis.

Dari sini bisa dilihat dari apa yang dipaparkan dalam tabel *consumer journey* tersebut merupakan data-data pengamatan dari aktivitas sehari-hari seseorang yang dimana hal itu munculnya *point of contact* atau potensi apa saja yang telah mereka amati dari aktivitas tersebut. Beberapa *point of contact* yang sering muncul dan berpotensi dilihat oleh consumer diantaranya yaitu:

- Aksesoris yang merupakan bentuk perhiasan seperti gelang, jam, kalung, ataupun cincin.
- Alat elektronik seperti Gawai, laptop, maupun komputer dalam keseharian.
- Poster dan *Billboard* yang ditempatkan di area umum.
- Sebuah buku seperti buku tulis, notebook, maupun buku bacaan, dan *Stationery* lainnya.
- Hiasan rumah saat beraktivitas dirumah seperti jam dinding, vas bunga, foto atau lukisan dinding, maupun perabotan rumah.

III.1.3 *Consumer Insight*

Beberapa hal dari *consumer insight* sendiri terdiri dari poin-poin penting yang berhubungan dengan kebutuhan maupun latar belakang konsumen seperti, bagaimana konsumen tersebut bisa memahami apa yang diinformasikan dari media informasi ini. Untuk itu dijabarkan *list* beberapa yang termasuk dari kriteria yang telah diuraikan seperti:

- *Anime* dianggap sebagai salah satu media hiburan
- Mengetahui cara kerja *internet* lewat media elektronik seperti gawai maupun komputer yang dimana *anime ecchi* cenderung dimulai dari hal tersebut.
- Konsumen yang telah berperan sebagai salah satu penggemar atau *fans* dari konten *anime*.
- Konsumen yang telah merasakan dampak negatif dari konten *anime ecchi* disadari maupun tidak disadari.

III.2 Strategi Perancangan

Dalam strategi perancangan ini akan ditujukan pada mengkomunikasikan lewat informasi menggunakan media berbentuk fisik yang bisa dilihat secara langsung seperti media cetak. Dari segi media informasi tersebut dirancang untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan yang akan disampaikan kepada kalangan remaja khususnya penggemar *anime* di Indonesia untuk bisa dipahami dengan baik apa isi dari informasi tersebut, dengan dasar-dasar pengetahuan dan riset yang telah dilakukan. Isi dari strategi ini terdiri dari informasi terkait *anime ecchi*, fakta,

fenomena, maupun dampak dari konten tersebut yang sekaligus memberikan suatu penyuluhan yang telah maupun berpotensi terkena dampak tersebut lewat media buku dan juga beberapa media pendukung akan masalah *anime ecchi* ini.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam tujuan komunikasi yang akan dilakukan dalam perancangan media informasi ini untuk bisa menyampaikan suatu bentuk peringatan maupun bimbingan akan dampak yang diberikan dari *anime ecchi* lewat penyebarannya yang *massive* di *internet* Indonesia untuk para kalangan penggemar atau penonton *anime* maupun selaku orang tua yang bisa membimbing anaknya akan masalah ini.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang akan dilakukan merupakan bentuk dari apa isi konten *anime ecchi* yang terdiri dari penjelasan mengenai *anime ecchi*, bentuk visual *anime ecchi*, maupun pengaruh apa yang diberikan dari *anime ecchi* ini. Hal ini akan disampaikan dalam bentuk media informasi, yaitu dengan menggunakan cara pendekatan verbal dan pendekatan visual yang dimana hal ini ditujukan untuk bisa mencapai khalayak sasaran dengan informasi tepat dan dapat dimengerti. Dalam komunikasi pendekatan verbal akan dibentuk dengan tulisan atau teks dan visual bentuk dari gambar *layout*, warna, foto, maupun ilustrasi yang akan digunakan dalam media tersebut

III.2.2.1 Komunikasi Verbal

Suatu pesan yang akan disampaikan dalam perancangan media informasi ini meluputi beberapa komunikasi dengan berbentuk verbal. Menurut Hardjana (2003) komunikasi verbal merupakan suatu pesan dari pengirim kepada penerima yang dikemas secara verbal dengan kata-kata yang mempunyai suatu makna didalamnya.

Dari penjelasan komunikasi verbal, untuk media informasi *anime ecchi* ini menyampaikan beberapa pesan informasi mengenai *anime ecchi* yang terjadi

di Indonesia lewat kata-kata yang bersifat informatif dan bisa menjadi suatu panutan maupun pengingat akan adanya masalah dalam konten *anime ecchi* ini.

III.2.2.2 Komunikasi Visual

Komunikasi visual yang akan diterapkan pada perancangan media informasi ini merupakan suatu bentuk komunikasi yang disampaikan melalui suatu yang bisa dilihat dari bentuk visual. Menurut Barata (2003) dalam artian visual, hal itu merupakan sesuatu yang dapat dilihat dengan indra pengelihatan manusia, yang dimana dari situ dapat diuraikan bahwa komunikasi visual adalah suatu media atau alat bantu dalam berkomunikasi yang memperlihatkan atau memancarkan gambar maupun tulisan, sehingga komunikasi cenderung dapat dipahami lewat indra pengelihatan, contohnya seperti surat, poster, brosur, spanduk, dan media cetak seperti buku.

Dalam hal ini komunikasi visual yang akan digunakan dalam perancangan media informasi ini meliputi beberapa visual menggunakan foto dan ilustrasi *digital* atau gambar vektor pada setiap informasi yang akan diberikan. Foto tersebut akan diberikan teknis *digital editing* atau *editing photo* yang ditujukan untuk memperjelas informasi pada media dengan menambahkan visual foto tersebut. Teknis *editing photo* ini menggunakan salah satu perangkat lunak komputer atau *software* yaitu *Adobe photoshop*, yang dimana menurut Agung (2012) dalam Dewi (2012) *Adobe photoshop* merupakan salah satu perangkat lunak atau *software* komputer yang ditujukan untuk mengolah suatu foto maupun gambar, hal ini gambar maupun foto dapat dirubah dari memperbaiki dan mempercantik foto yang kita ingin cetak dengan menambahkan suatu efek didalam foto atau gambar tersebut sehingga bisa terlihat berbeda dan menarik.



Gambar III.1 Contoh *Photo Editing* Menggunakan *Adobe Photoshop*

Sumber: Dokumen pribadi

Bagian ilustrasi yang akan diterapkan dalam media informasi ini merujuk pada ilustrasi vektor yang dimana vektor tersebut menggunakan teknik *line art drawing*.

Dalam pemahaman *line drawing* menurut Cole (2008) *line drawing* atau gambar garis merupakan sebutan yang sering disebut ‘singkatan’ sebagai jenis gambar sederhana tertentu, jarang, gambaran monokrom, tetapi dari sudut pandang yang lain seperti algoritma komputer, gambar garis manusia adalah salah satu variasi yang besar dan memerlukan pemeriksaan yang terperinci. Jadi untuk ilustrasi ini hanya menonjolkan gambar-gambar garis konturnya saja dan akan diberikan warna garis yang disesuaikan, dengan menggunakan beberapa referensi anatomi gambar *anime*, khususnya gambar-gambar *anime* yang membentuk kesan sensual.

Hal ini ditujukan agar visualisasi *anime ecchi* yang ada pada media ini bisa mempresentasikan bagaimana bentuk dari konten *anime ecchi* ini tanpa harus memberikan kesan vulgar ataupun senonoh, yang dimana media informasi ini bisa diterima oleh kalangan remaja maupun orang tua selaku pembimbing anak yang bisa menyampaikan informasi lewat buku ini.



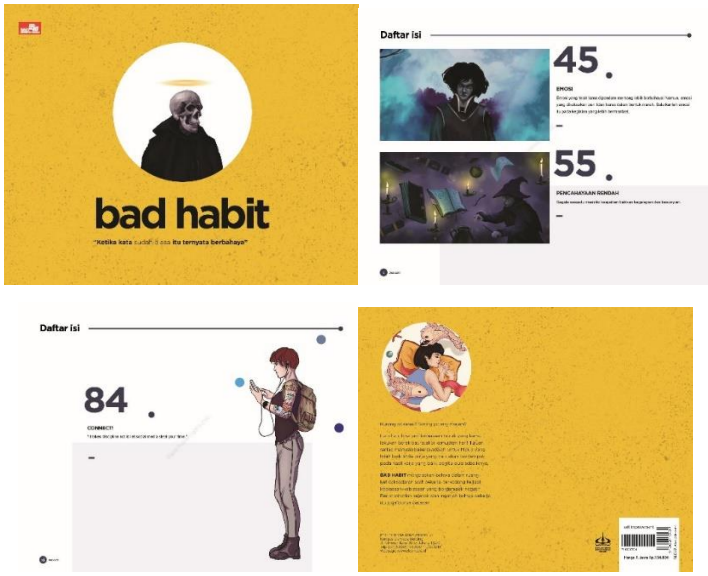
Gambar III.2 Contoh *Line Art Drawing Anime ecchi*

Sumber: https://ludacryst.deviantart.com/art/Ecchi-124575337

(Diakses pada: 08/06/2018)

III.2.2.3 Layout Media

Layout yang digunakan akan mengacu pada salah satu contoh buku *self-help* "bad habit" yang dimana konsep visual nya terkesan minimalis dan konsep seperti ini telah berkembang dimasyarakat hingga saat ini dan mudah dipahami maupun terkesan simpel. Akan tetapi dalam perancangan media informasi ini akan ditambahkan pula beberapa elemen grafis seperti vektor *line art* yang akan menjadi pola visual untuk beberapa *layout* dalam buku.



Gambar III.3 Contoh referensi layout dari buku *self-help* bad habit.

Sumber: https://ebooks.gramedia.com/books/bad-habit

(Diakses pada: 08/06/2018)

III.2.3 *Mandatory*

Untuk perancangan media informasi ini akan bekerja sama dengan Elex Media Komputindo yang bertanggung jawab sebagai penerbit dan distributor buku dari perancangan media informasi buku *self-help* tentang dampak dari *anime ecchi* ini. Elex Media Komputindo merupakan penerbit ternama di Indonesia dan salah satu *Multimedia Group* dari Kompas-Gramedia yang dimana adalah perusahaan Indonesia yang bergerak pada bidang media massa dengan berkantor di Jakarta Pusat. Dan juga aka nada beberapa kerja sama dengan toko buku gramedia dan AFA (Anime Festival Asian) 2019 untuk *Launching Book* pertama pada tahun itu.



Gambar III.5 Logo Elex Media Komputindo.
Sumber: http://terbitinkarya.blogspot.com/2017/03/cara-menerbitkan-naskah-kategori-novel.html
(Diakses pada: 08/06/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Dalam hal ini pesan utama dari informasi yang harus bisa disampaikan dalam media perancangan informasi dampak dari *anime ecchi* ini adalah dimulai dari menjelaskan apa itu *anime ecchi*, fakta-fakta mengenai *anime ecchi*, fenomena yang bisa ditimbulkan dari *anime ecchi*, bagaimana dampak *anime ecchi* bagi manusia dari segi psikis, serta bagaimana cara penyuluhannya secara ilmu psikologis khususnya dari narasumber psikolog. Semua itu dirancang agar bisa memberitahu masyarakat khususnya remaja yang menggemari *anime* untuk bisa memilih mana konten yang baik maupun tepat, dan juga menginginkan bisa menyadarkan dan menghilangkan yang sudah terkena dampak negatif dari konten *anime ecchi*.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa dalam perancangan media informasi dampak dari *anime ecchi* ditujukan pada gaya bahasa satire yang menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) satire merupakan gaya bahasa yang dipakai untuk menyindir terhadap sesuatu keadaan maupun seseorang dalam kesusastraan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam perancangan ini meliputi tiga hal, yaitu *copywritting*, *storyline*, dan visualisasi.

- *Copywritting*

  Untuk *copywriting* pada media informasi tentang dampak *anime ecchi* ini dirancang agar bisa memasarkan produk media informasi ini memiliki harga jual atau bisa membujuk orang maupun kelompok untuk tertarik akan produk ini. Media informasi ini akan diberi judul "Anime, Ecchi? Mr.XXX!" dikarenakan makna dari judul ini mempertanyakan apa itu *anime ecchi* dari segala masalah yang telah diteliti dengan menambahkan contoh karakter orang yang akan mencoba adegan penggambaran fenomena isi dari informasi media ini. *Headline* yang akan dirancangan adalah "Konten Sensual Yang Dikemas Bentuk Animasi Berdampak Negatif" ditujukan untuk menegaskan bahwa isi dari media informasi ini adalah adanya penyimpangan dari *anime ecchi* dengan fenomena dan dampak yang diberikan kepada masyarakat Indonesia.

- *Storyline*

  Susunan konten untuk media informasi akan menjelaskan yang dimulai dari apa itu *anime ecchi*, fakta mengenai *anime ecchi*, fenomena yang telah terjadi di Indonesia dari *anime* secara keseluruhan, potensi akan dampak negatif dari *anime ecchi* yang khususnya pada masalah psikologis remaja, dan bagaimana cara penyuluhan nya lewat cara psikolog.

Tabel III.2 Tabel *Storyline* media utama.

Sumber: Data Pribadi

Halaman	Judul	Isi buku
I	Anime, Ecchi? Mr.XXX!	Lidah cover yang berisikan judul buku dan headline
II-III	*Credit*	Berisikan daftar seperti penulis, editor, desainer, illustrator, hak cipta dan lainya.
IV	*Endorstment*	Berisikan kalimat dukungan dari pihak yang berkerja sama atas buku ini.
V	Anime, Ecchi? Mr.XXX!	Cover pembuka dan Kata pengantar dari penulis
VII	Daftar isi	Susunan daftar isi
1-16	Apa itu *Anime ecchi?*	Materi informasi tentang penjelasan *anime* secara umum, dimulai dari asal muasal sampai jenis-jenis *anime*. Dan penjelasan mengenai genre *anime ecchi,* secara umum
17-32	Fakta mengenai *anime ecchi*	Materi informasi mengenai fakta-fakta dari *anime ecchi* yang dimulai dari fakta *anime* di Indonesia contoh seperti, penyebaran konten, mengandung hal-hal apa saja, apa yang diberikan dari *anime ecchi* lewat visual maupun cerita.
33-38	Fenomena dari *anime* secara keseluruhan	Materi informasi mengenai fenomena yang berawal muncul *anime* di Indoneisa seperti fenomena-fenomena gangguan

		kejiawan yang dimana itu muncul dari *anime* umum dan memiliki potensi terhadap *anime* berjenis *ecchi* yang lebih kuat efeknya. Dan juga hal yang telah terjadi di Indonesia akan fenomena tersebut.
39-48	Dampak-dampak negatif dari *anime ecchi*.	Materi informasi mengenai potensi dari dampak negative akan *anime ecchi* yang menyerang sisi psikologis manusia.
49-66	Penyuluhan Psikologis akan dampak negatif dari *anime ecchi*	Materi informasi mengenai penyuluhan atau *self-therapy* dari apa yang akan diberikan tips-tips dari seorang psikolog.
67-80	Penutupan	Peringatan Tentang buku, Tampilan Visual Tokoh dan Karakter Anime
81-82	Profil penulis	Tulisan berisikan profil penulis
89	Referensi	Berisikan referensi buku.

- Visualisasi

  Untuk rancangan visualisasi media informasi ini, akan berisikan foto dan ilustrasi vektor yang bisa menggambarkan isi konten-konten dalam media, yang dimana foto dan ilustrasi vektor tersebut agar bisa meningkatkan intisari informasi yang ingin diberikan. Untuk bidang teknis bahan cetak akan menggunakan kertas *art paper* 250gram berupa sampul dan *art paper* 150gram berupa semua isi buku media informasi ini.

III.2.7 Strategi Media

Dalam strategi media yang digunakan, hal ini meliputi buku sebagai media utama dan media pendukung sebagai elemen pendukung dari media utama

tersebut. Dan tentang strategi pendistribusian media utama agar bisa mendapatkan target sasaran pasar yang luas untuk media utama.

- Media Utama

  Media utama yang digunakan yaitu media berbentuk buku informasi *self-help* atau *self-improvement* yang dimana dalam buku tersebut berisikan mulai dari apa itu *anime ecchi*, fakta-fakta mengenai *anime ecchi*, fenomena yang bisa ditimbulkan dari *anime ecchi*, bagaimana dampak *anime ecchi* bagi manusia dari segi psikis, serta bagaimana cara penyuluhannya secara ilmu psikologis menurut *mandatory*, dibuat secara *digital* menggunakan *software adobe photoshop, illustrator,* maupun *indesign* dan akan dicetak berbentuk buku. Jenis buku ini menurut Arfan (2017) buku *self-help* atau juga *self-improvement* merupakan buku yang ditujukan untuk menginspirasi, memotivasi dan juga memberi informasi kepada pembacanya bagaimana untuk bisa mendapatkan suatu kebiasaan baru, tetapi hal tersebut tergantung pada diri sendiri yang dimana memerlukan suatu aksi atau praktik langsung.

- Media Pendukung

  Media pendukung ini akan dijadikan sebagai penguat atau elemen penambah yang ditujukan agar meningkatkan eksistensi media utama. Hal ini media pendukung dirancang dengan hal-hal yang mendekati tema masalah media informasi ini, dan media pendukung tersebut akan disesuaikan dengan *consumer journey* yang telah ditentukan beberapa yang bisa dibuat menjadi media pendukung, tersebut diantaranya adalah:

  - *Box Packaging Book*

  Box packaging book ini ditujukan untuk kemasan media utama yaitu buku yang dimana *box* ini didesain seperti hadiah yang menjadikan media utama lebih menarik dan bisa digunakan untuk hal lain juga seperti menyimpan barang.

  - Pulpen

  Pulpen ini ditujukan sebagai *merchandise* satu paket dengan buku yang akan dikemas dalam *box packaging book* yang dimana bisa menambah daya tarik media utama buku yang tepat.

- Poster *Art work*

Poster ini ditujukan untuk bisa mengingatkan kepada masyarakat terutama khalayak sasaran media ini lewat satire atau sindirian yang bisa memperingatkan akan dampak bahaya dari *anime ecchi* ini lewat kata-kata satire pada poster dengan beberapa visual tokoh maupun ilustrasi anime yang ada pada media utama.

- Jam Dinding bertema Satire

Seperti yang dijelaskan pada *consumer journey*, jam dinding selalu bisa ada pada tempat ruangan manapun, hal ini akan dijadikan bagaimana untuk bisa menyadarkan atau memperingati seseorang akan dampak bahaya *anime ecchi* ini lewat sindiran dalam desain jam dinding yang bertemakan satire.

- Pembatas Buku

Pembatas buku ini ditujukan berfungsi sebagai pelengkap media utama buku dan juga pembatas buku ini akan dibuat beberapa varian yang dimana bisa menjadi *merchandise* bervariasi, dan akan dikemas satu paket dengan media utama buku.

- *Notebook*

Notebook ini ditujukan untuk pelengkap media utama sebagai alat tulis yang dimana akan digabung dengan buku dalam *packaging box book*.

- *Tote Bag*

Tote bag atau kantong kain berbahan blachu ini ditujukan untuk penambah variasi dari *packaging box book* yang dimana didesain dengan tema sesuai dan bisa menjadi kemasan yang lebih menarik dari media utama buku.

- *Zipper Pocket*

Zipper pocket ini ditujukan untuk menyimpan barang-barang seperti pulpen atau pembatas buku yang berukuran A5 dan juga bertemakan *satire* dari Anime,Ecchi?Mr.xxx! ini.

- *Sticky Notes*

Sticky notes ini dibuat untuk membuat para pembaca buku Anime,Ecchi?Mr.xxx! ini untuk menandai hal-hal penting pada kegiatan sehari-hari.

- *X Banner*

X Banner ini ditujukan untuk iklan berbasis baner memanjang persegi untuk ditempatkan pada *Launching Event* AFA 2019 dan juga Toko buku Gramedia.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Untuk strategi distribusi disini ditujukan agar memudahkan penyebaran distribusi, hal ini ada beberapa wilayah penyebaran meliputi perpustakaan-perpustakaan yang berada dikota Bandung maupun untuk toko-toko buku umum khususnya Gramedia di Bandung juga, yang dimana tempat-tempat buku bertemakan edukasi maupun informasi bisa banyak ditemui di perpustakaan. Para target audiens dalam media informasi ini cenderung para penggemar *anime* yang dimana banyak diakses media *internet*, media ini juga didukung dengan buku *E-book* atau buku digital lewat *internet* yang akan disebarkan lewat *Google Books* secara komersil.

Tabel III.3 Tabel jadwal distribusi media pendukung.

Sumber: Data Pribadi

Media	**Jan**	**Feb**	**Mar**	**Apr**	**Mei**	**Jun**	**Jul**	**Agt**	**Sep**	**Okt**	**Nov**	**Des**
Media Utama Buku												
E-Book Media												
Box packaging												
Pulpen												
Poster Satire												
Jam Dinding												
Pembatas Buku												
Notebook												
Tote Bag												
X Banner												

Zipper Pocket												
Sticky Notes												

Tabel III.4 Tabel keterangan jadwal pendistribusian media pendukung.

Sumber: Data Pribadi

Keterangan Pendistribusian

	Penyebaran *E-book* Anime,Ecchi?Mr.xxx! lewat *internet* akan dilakukan setiap saat selama kontrak dengan *google books* telah habis dan tidak berlanjut.
	Pendistribusian buku Anime,Ecchi?Mr.xxx! pada toko buku Gramedia seluruh pulau Jawa Indonesia.
	Event first launching buku Anime,Ecchi?Mr.xxx! yang akan dilakukan tahun 2019 mendatang di Toko Buku Gramedia Bandung
	Kolaborasi dengan *Event* AFA (Anime Festival Asian Jakarta) yang akan mengadakan *boot* pada *event* berlansung di Jakarta pada tahun 2019.

Tabel III.5 Tabel keterangan distribusi media pendukung.

Sumber: Data Pribadi

Media	**Distribusi**
Buku	Didistribusikan pada toko Gramedia Seluruh Indonesia dan *Event launching* Buku *Anime,Ecchi?Mr.xxx!* dan juga kolaborasi AFA 2019 dalam bentuk satu paket
Box packaging book	Didistribusikan pada *event launching* buku dan kolaborasi AFA 2019 yang telah disatu paketkan dengan *merchandise* yang lain.
Pulpen	
Pembatas Buku	
Notebook	
Tote Bag	
Poster Satire	
Jam dinding Satire	
Zipper Pocket	

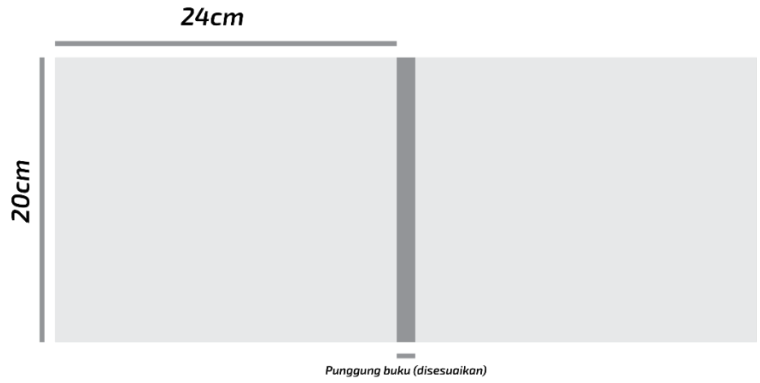
Sticky Note	
X Banner	Ditempatkan pada Event AFA 2019 dan juga Launching di Toko buku Grameda.
E-book Media utama	Akan didistribusikan lewat *Google books* yang dimana bisa dibeli dan berbentuk *digital book* dan diakses setiap saat,

III.3 Konsep Visual

Pada media buku informasi ini terdapat beberapa elemen visual yang terdiri dari, foto, ilustrasi, vektor, dan tipografi tersebut sebagai penjelasan dan penggambaran masalah yang ada pada media informasi ini.

III.3.1 Format Desain

Pada format buku yang digunakan ini terdiri dari bentuk dan ukuran, untuk bentuk buku menggunakan bentuk persegi dengan ukuran lebar 24cm x tinggi 20cm dengan ini buku dapat mudah digenggam dan tidak terlalu besar tetapi tidak terlalu kecil yang ditujukan untuk memudahkan para pembaca buku ini.



Gambar III.6 Format ukuran media utama buku.

Sumber: Dokumen pribadi

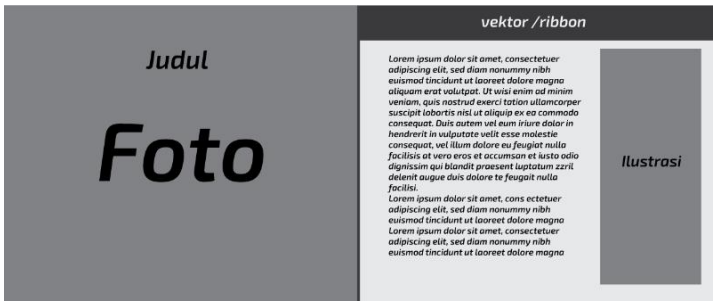
III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout atau tata letak menurut Rustan (2009) merupakan tata letak elemen-elemen visual atau desain didalam suatu bidang dalam media yang ditujukan untuk mendukung suatu konsep ataupun pesan yang akan digarapnya. Jadi *layout* yang akan digunakan dalam media buku ini dirancang menggunakan objek visual vektor, ilustrasi, foto, dan teks ditempatkan berbeda-beda setiap bab materinya yang dimana ditujukan agar pembaca tidak merasa bosan.



Gambar III.7 Format *layout* buku 1.

Sumber: Dokumen pribadi.



Gambar III.8 Format *layout* buku 2.

Sumber: Dokumen pribadi.



Gambar III.9 Format *layout* buku 3.

Sumber: Dokumen pribadi.

Untuk arah bacaan teks, buku ini menerapkan cara baca berarah seperti Z yang diawali dari kiri ke kanan, ke bawah dan kembali dari kiri kembali. Teks penjelasan pada buku ini akan disesuaikan dengan materi yang ada dan akan dibagi beberapa paragraf sesuai kebutuhan.



Gambar III.10 Format arah baca media utama.

Sumber: Dokumen pribadi.

Dan juga ada beberapa Layout untuk penempatan akhiran materi seperti fakta yang akan menyesuaikan tema dan juga penempatan foto tokoh ‘Mr.xxx’ dan text judul yang mengacu secara acak tetapi menampilkan kesan simpel. Untuk *guide line* buku sendiri akan ditetapkan 1,5cm dari samping, atas, maupun bawah agar diberikan batasan konten seperti teks dan juga isi ilustrasi tidak terlalu berdempetan dan terpotong pada saat proses cetak dan jilid.



Gambar III.11 Format *guide line* isi buku.

Sumber: Dokumen pribadi.

III.3.3 Tipografi

Menurut Rustan (2011) tipografi merupakan bagian dari desain grafis akan tetapi beberapa kalangan mengatakan bahwa tipografi itu tunggal atau berdiri sendiri sebagai suatu bidang yang menuntut keterampilan, teknologi, dan juga

seni. Tipografi disini bersifat tekstual atau tulisan yang menyampaikan suatu informasi yang akan digarap oleh media ini. Jenis tipografi atau huruf yang akan digarap menggunakan dua tipografi yaitu *Exo2.0 font* yang dibuat oleh Natanael Gamma dan *Motion Control font* oleh Hary Wakamatsu.

Font Exo2.0 yang dibuat oleh Natanael Gamma ini bersifat gratis dan umum untuk semua pemakaian yang telah dijelaskan pada website resmi www.ndiscovered.com. Tipe *font* ini adalah *Sans-serif* yang ditujukan untuk *body text* media yang menggarap tema minimalis dan agar mudah dibaca oleh target audiens.



Gambar III.12 Contoh *font Exo2.0*.
Sumber: https://www.dafont.com/exo-2.font
(Diakses pada: 07/06/2018)

Pada bagian Judul dan *sub* judul menggunakan *font Motion Control* oleh Harry Wakamatsu yang dimana *font* ini bersifat gratis yang juga dijelaskan pada website www.behance.net/japanyoshi. Tipe *font* tersebut adalah *Sans-serif* - dengan ketebalan *Bold* yang ditujukan untuk mempertegas judul media ini dan menggarap kesan *digital* seperti tema *anime ecchi* yang juga berasal dari konten dunia *digital internet*.



Gambar III.13 Contoh *font Motion Control.*

Sumber: https://www.dafont.com/motion-control.font

(Diakses pada 07/06/2018)

III.4 Foto

Dalam perancangan buku ini juga menerapkan beberapa foto yang ditujukan untuk menggambarkan suatu keadaan dalam informasi materi buku dan juga penggambaran salah satu tokoh atau seorang maskot yaitu ‘Mr.xxx’. Tokoh ini memperjelas masalah atau pembahasan materi pada buku yang memberi kesan ‘pelaku’ terhadap masalah *anime ecchi* ini.



Gambar III.14 Contoh foto tokoh Mr.xxx!.

Sumber: Dokumen Pribadi.

Adapun beberapa foto yang diambil pada *internet* yang dimana hal tersebut menambahkan foto yang memang sulit untuk didapat pada proses perancangan buku ini. Seperti halnya foto suasana salah satu kota Jepang yaitu Akibahara dan juga foto ilustrasi yang ada pada majalah-majalah yang berkaitan dengan *anime* yang hanya ada di Jepang saja.



Gambar III.15 Contoh fotografi landscape Akihabara Japan dari *website*.
Sumber: https://jw-webmagazine.com/akihabara-area-ultimate-guide-2017-8d1d1070641f
(Diakses pada: 7/06/2018)



Gambar III.16 Contoh ilustrasi *anime* dari *website*.
Sumber: https://jw-webmagazine.com/shonen-jump-50th-anniversary-exhibition-vol-3-will-come-to-tokyo-in-summer-2018-54b95770d401
(Diakses pada: 07/06/2018).

III.5 Ilustrasi

Media buku informasi ini menggarap beberapa ilustrasi karakter *anime* untuk mempertegas kembali informasi atau materi dalam buku, yang dimana bentuk ilustrasi ini adalah *line-art drawing*. Dengan memberikan garis tersebut warna yang disesuaikan tema buku dan layout-layout. Karakter *anime* tersebut mengacu pada beberapa referensi ciri-ciri pada *anime ecchi* yang dimana cenderung menggarap

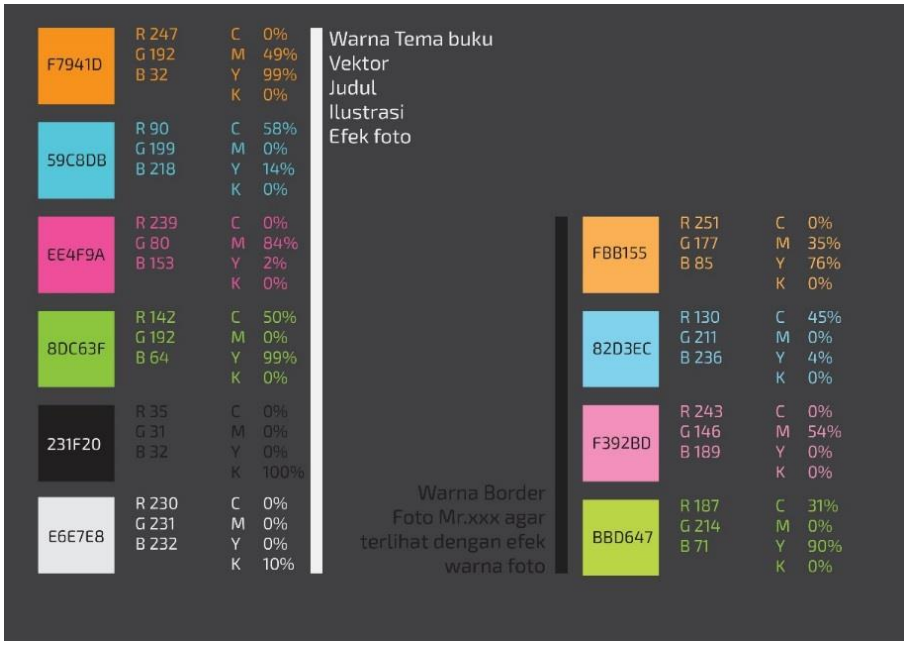
beberapa karakter dengan fisik anak sekolah dan juga beberapa karakter seperti idola atau *idol*, dan juga karakter fisik dewasa seperti guru atau pekerja kantoran.



Gambar III.17 Contoh ilustrasi karakter *anime*.
Sumber: Dokumen Pribadi.

III.6 Warna

Menurut Gus Ib (2018) warna merupakan sebuah sensai yang dimana dihasilkan ketika adanya suatu engeri dari cahaya yang terkena objek tertentu. Cahaya tersebut merefleksikan atau mentransmisikan langsung oleh objek itu sendiri dan cahaya tersebut akan bisa terlihat oleh mata manusia yang mengamatinya. Untuk media buku ini akan menggunakan sembilan pokok warna yang keenam warna tersebut bersifat kontras dan cerah, menggambarkan bahwa *anime* sendiri berasal dari Jepang yang dimana Jepang cenderung menggunakan banyak variasi warna seperti halnya di kota Akihabara yang penuh dengan poster maupun *banner anime* yang penuh dengan warna.



Gambar III.18 Contoh warna untuk media buku.

Sumber: Dokumen Pribadi.

Warna-warna yang telah dipilih untuk perancangan media informasi buku ini terdiri dari warna oranye, biru, merah muda, hijau muda, Hitam, dan juga putih pucat. Warna tersebut dipilih dari hasil pemilihan referensi salah satu kota di Jepang yaitu Akihabara. Kota tersebut merupakan pusat sumber hiburan yang berbasis pada *anime* Jepang dan juga memiliki arsitektur gedung yang dipenuhi gambar-gambar *anime* dengan macam warna.



Gambar III.19 Jepang Akihabara.

Sumber: https://thetruejapan.com/things-to-do-in-akihabara/

(Diakses pada: 31/08/2017)