BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Pada Media Informasi yang akan dibuat sasaran segmentasi khalayak adalah sebagai berikut:

Demografis

Status Pendidikan : Pelajar Sekolah Menengah Atas, Mahasiswa

Gender : Perempuan dan Laki-laki

Status ekonomi : Menengah - Atas

Usia : 17-23 tahun (Remaja akhir)

Khalayak sasaran terbagi menjadi dua secara umum merupakan masyarakat umum yang difokuskan kepada kalangan remaja dan secara khusus untuk Alumni dari pondok pesantren yaitu spsifiknya dari kalangan remaja akhir yang duduk di bangku perkuliahan yaitu sebagai mahasiswa.

Geografis

Khalayak yang menjadi sasaran dari media informasi ini merupakan remaja dan juga alumni dari pondok pesantren yang berada di seluruh wilayah Indonesia, karena banyaknya alumni yang tersebar , maka difokuskan di kota kota besar

Tempat : lingkungan perkotaan, urban

Iklim : Tropis

Psikografis

Departemen kesehatan Indonesia membagi fase remaja menjadi 2 tahap, yaitu masa remaja awal dan fase remaja akhir. “Masa remaja akhir” merupakan fase ketika manusia berada pada umur 17/18 tahun hingga umur 21/23. Dimana pada umur tersebut setiap remaja mulai memasuki sekolah menengah tingkat atas, dan ketika berada di kelas terakhir dan memasuki jenjang perkuliahan yaitu sebagai mahasiswa.

Remaja akhir biasanya mencari *(Unifying filosophy of life)* yaitu mencari falsafah hidup tertentu sebagai sumber motivasi hidupnya sebagaimana yang disampaikan oleh tokoh psikologis G.W Alport mengenai ciri ciri psikologis pada remaja akhir

1. (*extension of the self*) pemakaran terhadap diri sendiri.
2. (*Self objectivication*) kemampuan untuk melihat dan berkaca kedalam diri sendiri secara objektif.
3. Memiliki dan menanamkan falsafah hidup tertentu dalam diri (*unifying fhilosophy of life*).

Consumer Insight

Sesuatu yang sangat berarti dan penting agar mengetahui karakteristik dari prilaku konsumen adalah *consumer insight*, tidak hanya melihat apa produk ataupun jasa yang sering digunakan oleh konsumen, tetapi harus mengetahui juga bagaimana konsumen menggunakan media dalam interaksinya. Sedang menurut Amalia E. Maulana (2009) *Consumer insight* adalah cara bagaimana melihat pemikiran, prilaku dan juga sifat daripada konsumen yang dituju pada nantinya
(Hal. 25)

Media informasi pribahasa Arab *mahfudzot* menjadikan Alumni pondok pesantren yang termasuk remaja akhir dan berstatus sebagai mahasiswa yang menetap di lingkungan kota besar dan universitas sebagai khalayak sasaran. Adapun *consumer insight* dari khalayak sasaran adalah sebagai berikut :

- *Behavior* atau Prilaku : Seperti yang dijelaskan di atas psikografis Masa remaja akhir" merupakan fase ketika manusia berada pada umur 17/18 tahun hingga umur 21/23. Dimana pada umur tersebut setiap remaja mulai memasuki sekolah menengah tingkat atas, dan ketika berada di kelas terakhir dan memasuki jenjang perkuliahan yaitu sebagai mahasiswa.
- Masyarakat sekarang khususnya mereka remaja *Essence* atau esensi : Orang yang bisa membaca teks bahasa Arab adalah orang yang pemahaman agamanya baik, lulusan pesantren, soleh. Dan orang yang *menshare* tentang teks berbahasa arab adalah orang yang ingin berbagi ilmu, memotivasi orang lain.
- Seorang mahasiswa dengan aktifitas dan rutinitas padat.
- Alumni pondok pesantren yang ingin mengingat kembali pelajaran sewaktu santri.

- Alumni pondok pesantren yang membutuhkan media pengingat atau informasi menarik mengenai pelajaran *mahfudzot*

Consumer Journey

Consumer Journey Adalah sebuah proses yang panjang dan dilakukan oleh calon ataupun khalayak sasaran mulai dari apa yang ia lakukan ketika bangun dari tidurnya sampai ia beranjak tidur lagi, dengan apa ia berinteraksi apa yang ia gunakan benda apa yang terdapat disekitarnya.

Menurut Italo Gani dari Adskom, consumer journey adalah kewajiban yang harus dilakukan oleh konsumen agar mengetahui prilaku dan interaksi yang kerap dilakukan oleh khalayak sasaran sebelum mencapai tujuan dari pada penjualan dan pendistribusian produknya. Berikut merupakan serangkaian rutinitas khalayak sasaran yang dilakukan setiap harinya dalam perjalanan tabel *Consumer journey*.

Tabel III.1 *Consumer Journey* Remaja Usia 17-23 tahun
Sumber: Dokumentasi pribadi

Suasana	**Aktifitas**	**Tempat**	***Point of Contact***
Pagi Hari	Bangun tidur dan sholat subuh.*Baca* Al-Qur'an, bermain gadget, beres beres, sarapan, berangkat ke kampus, mandi	Kamar tidur, Masjid, Kamar Mandi, Tempat wudhu, ruang menonton, ruang keluarga, lingkungan kampus, jalanan raya, gang sempit	Bantal, jam dinding, kasur, selimut, hiasan dinding ,sajadah, Al qurán, komputer, mousepad, Buku, laptop,meja belajar, cermin, jam, kursi, buku catatan, tas, stiker, poster aplikasi sosial (instagram, wa, line, facebook),

			peralatan mandi, kaos, peralatan makan (piring, sendok, gelas, mug) tayangan televisi (iklan, vidieo,) kendaraan pribadi, motor, kendaraan online, Media Massa outdor (poster, spanduk, baliho, umbul-umbul bendera, *megatron*) perabot dan atribut ruang kelas (kursi, meja, taplak meja, papan tulis, penghapus papan tulis, spidol), *mousepad*
Siang hari	Belajar, makan siang, ke perpustakaan memainkan *gadget*	Di lingkungan universitas sekolah/kampus (kantin kelas, perpustakaan)	Poster, majalah dinding , hiasan dinding lift, tangga, Peralatan belajar (buku tulis/binder, tempat pensil, pensil, pulpen, penghapus, *Tipe-X*), peralatan makan, kaos, meja kantin, aplikasi sosial media *online,* Buku pelajaran,*mousepad*
Sore hari	Berkumpul dengan teman-teman, Kerja kelompok, memainkan *gadget,* jalan sore, lari	Di lingkungan sekolah/kampus/kafe Taman, Alun-alun tempat olahraga	Perabot dan atribut kafe (meja, kursi, daftar menu), aplikasi sosial media *online,* media massa

	sore pulang menuju rumah/kos-kosan		*outdoor.*, track lari, lapangan, kursi, kaos, *mousepad*
Malam hari	Makan malam, Sholat maghrib, baca Al-Qurán menonton televisi, belajar memainkan *gadget*, bermain game online tidur	Ruang makan, Masjid ,Kosan, Kamar kosan ruang keluarga/ , kamar tidur, warnet	Peralatan makan, perabot ruang keluarga/televisi, Buku bacaan, mading masjid, perabot dan atribut kamar tidur, jam dinding, hiasan dinding, komputer/*laptop*/*mousepad* *tablet*/ponsel, aplikasi sosial media *online*

III.2. Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan konsep, gagasa dan hasil pemikiran yang dikumpulkan agar pesan atau informasi yang akan disampaikan dapat tersampaikan dan mampu diterima dengan baik oleh khalayak sasaran yang dituju. Tujuannya adalah agar pesan dan informasi yang ingin sampaikan dapat diterima dengan baik, tepat sesuai dengan karakteristik dari khalayak sasaran sehingga mudah difahami dan dimengerti. Informasi yang akan disampaikan adalah kumpulan pribahasa Arab *Mahfudzot* beserta penjelasannya yang akan dibuat menjadi sebuah karya fisik berupa buku Antologi (kumpulan-kumpulan) yang dilengkapi dengan illustrasi gambar yang disesuaikan dengan muatan dan konten dari penjelasan *mahfudzot* tersebut agar lebih menarik untuk dibaca oleh kalangan remaja. Informasi yang ingin disampaiakan dalam perancangan buku adalah pribahasa Arab *Mahfudzot* kelas satu yang dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan tema muatannya, selain itu terdapat penjelasan mengenai maksud dari *mahfudzo*t tersebut yang dikemas layaknya sebuah kutipan menarik.

Penggunaan buku sebagai media utama dimaksudkan untuk memfokuskan pengguna pada materi yang disampaikan, buku bisa menjadi media pembelajaran yang dapat memepengaruhi banyak orang, karena lebih mudah untuk dibawa dan bisa lebih fokus dalam membacanya. Dengan dirancangnya buku *mahfudzot* diharapkan bisa menjadi

media informasi yang dapat mengingatkat kembali pelajaran sewaktu santri dan mengenalkan pribahasa Arab kepada masyarakat umum.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan media informasi pribahasa Arab *Mahfudzot* melalui buku illustrasi adalah sebagai berikut :

- Menginformasikan kembali kepada Alumni pondok pesantren mengenai pribahasa Arab *mahfudzot* beserta penjelasannya dengan menambahkan illustrasi yang sesuai dengan tema permasalahan dan isi konten *mahfudzot*
- Menjadi media pengingat bagi para alumni agar tidak lupa dengan ilmu yang pernah mereka pelajari sewaktu di pondok pesantren.
- Mengenalkan kepada masyarakat awam mengenai pribahasa Arab *mahfudzot*

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Komunikasi adalah kegiatan mengirimkan dan menerima sebuah pesan atau informasi dan berita yang dilakukan antara dua orang atau dengan berbagai cara dan saluran. Proses komunikasi dilaksanakan agar nantinya dapat mengubah prilaku maupun sikap yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung.

Maka dalam perancangan media informasi pribahasa Arab *mahfudzot,* informasi yang akan disampaikan terdiri dari *mahfudzot* dan artinya, penjelasan makna yang terkandung dengan menambahkan illustrasi yang sesuai dengan isi pembahasan. Pendekatan Komunikasi dilakukan dengan dua cara pendekatan yaitu melalui pendekatan secara visual dan verbal.

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Visual yang akan ditampilkan pada perancangan media informasi ini menggunakan visual illustrasi *vector flat design. Flat design* merupakan visual yang pada awal mulanya merupakan seni terapan dari swiss design yang berkembang dan pada tahun 1980 munculah istilah flat desain, ciri flat desain yaitu memiliki bentuk serta efek sederhana sehingga pada setiap desainnya unsur unsur tiga dimensi seperti efek bayangan, *gradient*, *bevels* tidak disertakan, pada perancangan media informasi juga

akan menggunakan visual yang disesuaikan dengan tiap konten dan muatan yang terkandung dalam isi *mahfudzot* , dengan pendekatan yang dilakukan kepada khalayak sasaran utama yaitu remaja 17-25 tahun dengan menggunakan warna tresier yaitu penggabungan antara warna primer dan sekunder yang didominasi warna-warna cerah, sesuai dengan karakteristik remaja pengaruh warna bagi psikologi seseorang dapat menimbulkan gairah terhadap suatu hal, dan dapat menjadi daya tarik.



Gambar III.1 Refrensi Visual
Sumber: dokumentasi pribadi (2018)

Menurut Drs. RM Soenarto dalam tesis Haryodiman illustrasi memiliki arti sebagai gambar yang lahir dari proses digital grafis dengan maksud sebagai penyerta, penambah indah juga untuk memperjelas kata maupun kalimat yang tertulis pada sebuah naskah adar nantinya dapat dipahami oleh yang membaca, sedang pengertian dari illustrasi penggambaran untuk menafsirkan dan menerangkan sebagai pemaanis dari tekst atau naskah melalui gambar, illustrasi juga mampu mempersuasi dan memprovokasi para pembaca.

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan komunikasi verbal yang nantinya akan digunakan dalam medi informasi ini adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia yang benar dan baik namun tidak terlalu formal dan bahasa Arab . Bahasa Indonesia digunakan dalam penjelasan dari makna

mahfudzot agar mudah dipahami oleh khalayak sasaran sedangkan bahasa arab umum digunakan dalam percakapan yang muncul dalam illustrasi agar menampilkan kesan emosional yang bisa lebih cepat dipahami khususnya alumni pesantren.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory dari perancangan media informasi ini adalah Noura books yang merupakan bagian dari PT. Mizan Publika yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penerbitan buku terbesar di Indonesia yang terletak di Jln. Cinambo 135. Cisaranten Wetan, Bandung 40294, Mizan Pustaka merupakan penerbit yang memiliki basis luas terutama dalam buku bergenre agama, refrensi, kesehatan ,fiksi dan non fiksi populer.

Gambar III.2 Logo Noura books *Publishing house*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan berisikan mengenai informasi edukasi mengenai pribahasa Arab *Mahfudzot* lebih lengkapnya sebagai berikut :

- Memperkenalkan apa pengertian dari pribahasa Arab *mahfudzot*
- Mengelompokan *Mahfudzot* ke beberapa tema permasalahan agar khalayak sasaran lebih mudah mencari
- Menginformasikan isi buku ini memiliki muatan lebih yaitu memiliki penjelasan dan dikemas secara menarik
- Memberikan edukasi mengenai muatan dan konten pribahasa Arab *Mahfudzot* yang dilengkapi dengan penjelasannya yang diperkuat dengan dalil.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yaitu merupakan gegiatan untuk mengolah, menyusun kata kata menjadi sebuah kalimat yang menarik, meyakinkan dan tujuannya mampu untuk mempengaruhi dari khalayak sasaran (Guntur Taringan, 2009), maka gaya bahasa yang diterapkan merupakan bahasa persuasif atau mempengaruhi dengan memadukan beberapa gaya bahasa dalam penjelasan dan ungkapan pribahasa Arab untuk menarik perhatian khalayak sasaran, sehingga ingin mempelajari dan mengetahui pribahasa Arab, gaya bahasa diaplikasikan dalam illustrasi dan juga tulisan setiap kontennya memiliki gaya bahasan dan illustrasi yang berbeda agar menarik sehingga remaja maupun alumni pondok pesantren agar lebih termotivasi untuk mengingat pelajarannya kembali. Adapun gaya bahasa yang digunakan adalah :

- Majas repetisi

  Adalah gaya bahasa yang mengulang kata kata yang terdapat dalam muatan.
- Majas Klimaks

  Majas klimaks adalah gaya bahasa yang semakin lama semakin memuncak dengan menggunakan kata katanya secara berturut-turut
- Majas personifikasi

  Majas personifikasi adalah gaya bahasa yang diungkapkan seperti kepada manusia melalui benda mati
- Majas ironi

  Majas Ironi adalah gaya bahasa yang muatannya berisi sindiran halus dengan menggunakan kata kata, sedang maknanya berbalik dari yang disampaikan
- Majas Antitesis

  Majas Antitesis adalah gaya bahasa yang memiliki makna bertentangan dengan menggunakan kata kata yang disusun untuk mengungkapkannya.
- Majas Retorik

  Merupakan Yaitu gaya bahasa yang berupa kalimat yang tak perlu untuk dijawab dalam bentuk pertanyaan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Untuk menarik perhatian maupun minat dari kahalayak sasaran dilakukanlah proses untuk menggali gagasan dan ide, selain menarik perhatian juga untuk menunjang

perancangan yang sebelumnya telah diwacanakan, agar khalayak sasaran yaitu masyarakat umum tertarik untuk mempelajari pribahasa Arab *mahfudzot,* juga agar alumni pondok pesantren tidak lupa akan ilmu yang telah dipelajarinya. Adapun strategi kreatif yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

- *Copywriting*

  Copywriting merupakan bagian dari stategi kratif yang dilakukan dengan mengolah kata-kata maupun tulisan dengan maksud untuk menarik perhataian dari khalayak sasaran dan agar memahami maksud dari pesan yang disampaikan. Pada Buku yang akan dirancang penggunaan *copywriting* terdapat di *sub headline* dan agar khalayak sasaran tertarik untuk membacanya. Judul buku yang digunakan adalah *Mahfudzot* yaitu nama lain dari pribahasa Arab dengan copywriting "kata kata yang menggugah semangat". Penggunaaan *copywriting* juga akan diaplikasikan pada media-media pendukung seperti poster, *X-Banner* yang akan berisi ajakan untuk mempelajari pribahsa Arab dan untuk membeli media utama yaitu buku.

- *Mind mapping*

  Mind mapping merupakan proses dalam strategi kreatif guna untuk menemukan konsep yang pada akhirnya akan dihubungkan dengan beberapa variabel lainnya agar membentuk suatu kesimpulan yang nantinya dari hasil tersebut didapatlah *key word* dan *key visual.* Sebelum membuat visual penulis merencanakan dahulu apa yang akan disampaikan.

- *Key Visual*

  Keyvisual adalah kelanjutan dari proses pencarian *key word* dalam bentuk sebuah gambar, yang nantinya akan dijadikan sebagai refrensi dalam pembuatan sketsa visaual yang akan disajikan dalam buku pribahasa Arab, *key visual* disesuaikan dengan tema pribahasa dan isi muatan.

- *Visualisasi*

  Dalam kamus Bahasa Indonesia makna dari visualisasi yaitu proses pengubahan konsep menjadi sebuah gambar untuk disajikan, menurut Shneiderman Visualisasi merupakan upaya untuk memperkuat pengamatan yang dilakukan

melalui pengolahan data beserta visual melalui media komputer, Bentuk yang berasal pada *visualisasi* berasal dari sketsa yang didapat dari tahap mind mapping serta pencarian *key visual* yang telah di ubah dalam bentuk sketsa selanjutnya akan diproses dan diolah melalui perangkat dan software yang terdapat dalam program komputer.

III.2.7 Strategi Media

Strategi media merupakan penentuan alat dan jenis media apa yang akan digunakan baik dalam bentuk media utama atau pendukung. Adapun strategi media yang dibuat dalam perancangan adalah sebagai berikut :

III.2.7.1 Media Utama

Media Utama yang digunakan untuk media informasi ini adalah buku antologi bergambar yaitu sebuah buku yang mencangkup kumpulan-kumpulan, disebut demikian karena merupakan kumpulan-kumpulan kata yang berasal dari seseorang atau beberapa orang. Pemilihan media ini adalah karena dengan buku antologi ini memudahkan khalayak sasaran untuk tertarik dan fokus untuk mempelajari pribahasa Arab yang terkumpul dalam satu media buku, ditambah dengan menampilkan illustrasi dengan maksud untuk menjadi daya tarik dan meningkatkan minat baca dan imajinasi dari khalayak sasaran. Pada buku ini akan berisikan informasi mengenai arti dari *mahfudzot*, muatan konten *mahfudzot* berdasarkan tema, isi *mahfudzot*, arti dari *mahfudzot*, beserta penjelasannya yang dipertegas dengan referensi dalil dan hadits dan dikemas dengan menarik dengan illustrasi dan perpaduan warna yang disesuaikan dengan setiap tema dan isi konten.

III.2.7.2 Media Pendukung

Peran media pendukung dalam sebuah perancangan adalah sebagai pengingat ke media utama kedudukannya sangat penting baik sebagi pengingat juga sebagai media promosi dan informasi dengan tujuan untuk mengenalkan kepada khalayak juga agar dapat mengingat pesan yang disampaikan melalui media yang akan digunakan berdasarkan pada karakteristik khalayak sasaran, agar informasi dapat tersampaikan dengan mudah dan efektif. Berikut merupakan media pendukung yang digunakan

a. Tahap Informasi

- **Poster dan *e*-poster**

  Pemilihan poster dan *e* poster adalah sebagai sarana promosi kepada masyarakat luas tentang buku *Mahfudzot*, dan bertujuan agar khalayak sasaran dapat mengetahui keberadaan dari media utama yaitu buku, pada nantinya poster akan disebar menjadi dua jenis, yaitu cetak dan juga digital. Untuk poster cetak akan di pasang di lokasi yang sering dilewati masyarakat umum remaja, salahsatunya di mading kampus dan juga sebagai medai informasi promosi ditoko buku. Poster digital atau poster *online* saat ini banyak digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi termasuk promosi produk, media sosial yang akan digunakan yaitu Instagram, Twitter dan Facebook.

- ***X- Banner***

  Untuk mendukung media informasi tentang dari buku *mahfudzot* maka dibutuhkanlah media pendukung *X banner* yang berisi informasi deskripsi sekilas dan refiew tentang buku *mahfudzot* yang berasal dari berbagai kalangan beserta informasi hadiah menarik ketika pembelian dengan periode tertentu.

- ***Flyer.***

  Flyer merupakan salahsatu bentuk media informasi dan promosi dalam bentuk cetak yang memiliki ukuran kecil yaitu A5 14,8cm x 21 cm. *Flyer* bertujuan untuk distribusi yang luas dan di distribusikan di tempat umum. *Flayer* merupakan media pendukung yang bertujuan agar khalayak sasaran mengetahui tentang media utama dan juga informasi mengenai promo *marchandise*.

b. Tahap Pengingat

Pada tahap pengingat media- media yang digunakan merupakan media yang berada dan biasa ditemui pada keseharian khalayak sasaran sesuai dengan consumer journey, dimaksudkan agar khalayak sasaran bisa selalu teringat terhadap media utama, media pendukung nantinya akan diberikan sebagai *gimmick* dan juga sebagai *marchandise* sesuai pada strategi distribusi. Adapun media pendukung yang diberikan dalam bentuk *marchandise* adalah

- **Buku catatan**

  Buku catatan merupakan benda yang umum dan sangat dekat dimiliki kalangan remaja juga mahasiswa yang dibawa ke kampus atau sekolah, buku catatan biasanya digunakan untuk mencatat materi pelajaran, jadwal tugas, merangkum, atau membuat planing. Buku catatan akan digunakan sebagai media pendukung, yang akan berisi konten *mahfudzot* yang berkaitan dengan manajemen "Janganlah mengakhirkan hingga esok hari pekerjaanmu yang kamu dapat mengejakannya pada hari ini" ini dimaksudkan agar khalayak sasaran menjadi tertarik untuk mempelajari muatan pribahasa dan penjelasannya di dalam buku *Mahfudzot*.

  Buku catatan merupakan salahsatu dari media pendukung yang digunakan sebagai alat untuk mengingatkan khalayak kepada media utama, agar senantiasa memiliki rasa kepemilikan terhadap media utama dan juga agar tetap ingat media utama, Buku catatan akan diberikan pada waktu pembelian ketika launching buku *mahfudzot,* selama persediaan masih ada.

- **Jam Dinding**

  Jam dinding merupakan benda yang tak asing yang biasa terdapat di kelas ataupun di rumah untuk menunjukan waktu, remaja khususnya mahasiswa ketika sedang belajar ataupun berada dirumah sering melihat jam untuk melihat waktu,kapan jadwal kuliah dan kapan kuliah selesai. Maka jam dinding merupakan media yang akan dimanfaatkan untuk mengingatkan buku *mahfudzot* yang juga akan di sisipkan pribahasa yang berkaitan dengan waktu seperti "waktu lebih berharga daripada emas"

  Jam dinding merupakan salahsatu dari media pendukung yang digunakan sebagai alat untuk menunjukan waktu, agar mereka senantiasa ingat pentingnya waktu dan ingat terhadap isi dari media utama sehingga memiliki rasa kepemilikan terhadap media utama, jam dinding akan diberikan pada waktu pembelian ketika launching buku *mahfudzot,* selama persediaan masih ada.

- ***T-Shirt***

  T-Shirt merupakan media yang dikenakan kemana saja, remaja zaman sekarang senang sekali menggunakan kaos yang berisi *quotes* atau tulisan, maka kaos merupakan media pendukung untuk mengenalkan buku *mahfudzot* yang nantinya disisipi beberapa pribahasa agar lebih menarik perhatian.

  Kaos merupakan salahsatu dari media pendukung yang merupakan media efektif dan selalu dipakai oleh khalayak sasaran, kaos nantinya akan diberikan ketika *doorprize* undian pada saat launching.

- **Hiasan dinding**

  Hiasan dinding merupakan media pendukung yang bisanaya terdapat di rumah, cafetaria, atau tempat *indor* lainnya sebagai dekorasi , hiasan agar tampilan ruangan tidak terlalu kosong.

  Hiasan dinding digunakan sebagai media pengingat yang akan diberikan ketika *doorprize* pada acara launching buku dan di jual terpisah ketika promo sudah tidak berlaku, hiasan dinding biasanya digunakan sebagai dekorasi ruangan rumah, kelas dan cafe, zaman sekarang hiasan diding biasanya diisi dengan kata kata bijak, begitupun pada media pendukung yang di isi dengan kata kata dari muatan *mahfudzot* .

- **Kalender**

  Kalender merupakan media pendukung yang digunakan untuk menunjukan periode waktu yang biasanya terdapat pada tempat tinggal khalayak sasaran seperti di rumah, kantor, sekolah dan tempat tempat lainnya. Maka kalender merupakan media yang akan dimanfaatkan untuk mengingatkan kepada media utama buku *mahfudzot* yang juga akan di sisipkan pribahasa yang berkaitan dengan waktu. Kalender akan diberikan pada saat pembelian ketika launching buku *mahfudzot*, selama persediaan masih ada.

Selanjutnya yaitu *gimmick*, yaitu berupa media pendukung diberikan secara gratis bersamaan dengan pembelian media utama.

- **Stiker**

  Stiker adalah salahsatu media pendukung *gimmick* berupa lembaran kecil yang dapat ditempelkan pada media maupun barang barang tertentu, sehingga merupakan media yang memudahkan untuk memperkenalkan suatu idientitas maupun informasi termasuk mengenai *Mahfudzot* ini, yang nantinya akan dimasukan teks *mahfudzot* sebagai pengingat ke media utama dan sebagai penambah daya tarik.

- **Pembatas Buku**

  Pembatas buku adalah slah satu media pendukung *gimmick* gunanya adalah sebagai penanda sudah sampai mana kita membaca, atau hanya sebagai penanda halaman tertentu, pada media cetak seperti buku, novel. Pada media informasi ini pembatas buku yang digunakan akan menampilkan pribahasa yang berkaitan yaitu "sebaik baiknya teman duduk adalah buku" agar khalayak sasaran lebih tergerak dan tidak lupa akan bukunya.

- ***Mouse pad***

  Mouse pad merupakan media yang biasa di temui dan tidak asing bagi remaja khususnya mahasiswa yang biasa digunakan sebagai alas daripada tetikus agar bisa bergerak, mousepad sering ditemui pada meja belajar, meja kantor dan kadang dibawa untuk kuliah atau kerja, yang pada nantinya akan terdapat pribahasa Arab yang terdapat dalam *mouse pad* dengan tema yang sesuai dan merupakan media pendukung efektif untuk mengenalkan pribahasa Arab.

- ***Tote bag***

  Tote bag merupakan media pendukung yang digunakan untuk membawa media utama, marchandise maupun *gimmick* yang telah diberikan agar khalayak tidak merasa kesusahan dan memiliki rasa bangga tersendiri ketika membawa *tote bag* dan sekaligus sebagai media promosi efektif karena cara pembawaannya dijinjing atau dikaitkan ke bahu tangan.

C. Visual Promotion

- ***Flag Chain***

  Flag chain merupakan salah satu media cetak sebagai *visual promotion* yang berukuran kurang lebih 14.8 cm x 21 cm yang biasanya terbuat dari material art paper atau kertas sejenis yang biasanya digantungkan dengan benang. Media ini biasanya dipakai untuk meramaikan dalam tahap promosi, pengenalan produk baru atau sebagai peramai dalam even tertentu. Begitu juga pada promosi media utama *flag chain* digunakan sebagai media untuk menarik perhatian khalayak sasaran agar tertarik dan ingin mengenal dan mengetahui lebih lanjut tentang media utama

- ***Tent Card***

  Tent card juga merupakan salahsatu *visual promotion* berbentuk segitiga atau lebih yang terbuat dari kertas yang dilipat. Bahan yang digunakan dalam pembuatan *tent card* biasanya *art karton* atau *art paper tebal* sehingga memiliki tekstur yang dapat berdiri di permukaan yang datar. *Tent Card* digunakan sebagai kebutuhan promosi dan informasi mengenai promo menarik dan untuk menarik perhatian khalayak sasaran dan pengunjung agar tertarik dan ingin mencari tahu lebih lanjut tentang media utama.

- ***Wobbler***

  Wobbler merupakan salah satu media dalam *visual promotion* yang memiliki bentuk pada umumnya yaitu bulat dengan ukuran yang kecil, *wobbler* biasanya ditempelkan dan terpasang pada meja maupun rak dan dapat bergerak tertiup udara atau jika disentuh dan dapat memikat perhatian daripada khalayak sasaran. Bahan yang digunkan untuk mencrtak *wobler* beragam, mulai dari *art karton, art paper, plastic mate* dan *mika*

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan proses yang dimaksudkan dengan tujuan agar media dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran yang dituju dengan baik dan benar, guna barang tersalurkan dengan baik dari produsen kepada konsumen. Oleh karenaya peran strategi distribusi dan manajeman waktu dalam penentuannya, penyebaran media serta lokasi

distribusi harus dilakukan dengan baik, sesuai dengan tujuan tempat khalayak sasaran berkumpul.

Karena media utama berupa buku antologi dengan bergambar , maka strategi distribusi akan bekerja sama dengan toko-toko buku besar seluruh Indonesia seperti toga mas, Gramedia untuk pendistribusiannya. Selain tersedia di toko-toko buku, media utama dan juga souvenirnya juga akan tersedia di acara "*Khutbatul arsy* 2019" yaitu event perkenalan pondok pesantren biasanya disela sela itu biasanya diadakan reuni alumni pesantren gontor yang juga merupakan khalayak sasaran dan juga sering didatangi sekolah sekolah luar seperti SMA dan mahasiswa yang sedang melakukan studi banding.

Tabel III.2 Waktu Penyebaran Media

Sumber: Dokumentasi pribadi

JENIS MEDIA	MEDIA	AGUSTUS				SEPTEMBER				OKTOBER			
MEDIA UTAMA	Buku Mahfudzot												
MEDIA PROMOSI	Poster												
	X-Banner												
	Flyer												
	Sosial media												
MERCHANDISE KHUSUS	Buku Catatan												
	Kalender												
	Jan Dinding												
	Hiasan dinding												
	T-shirt												
GIMMICK	Stiker 1												
	Mouse Pad & tote bag												
	Pembatas Buku												
VISUAL PROMOTION	Flag chain												
	Tent Card												
	Wobbler												

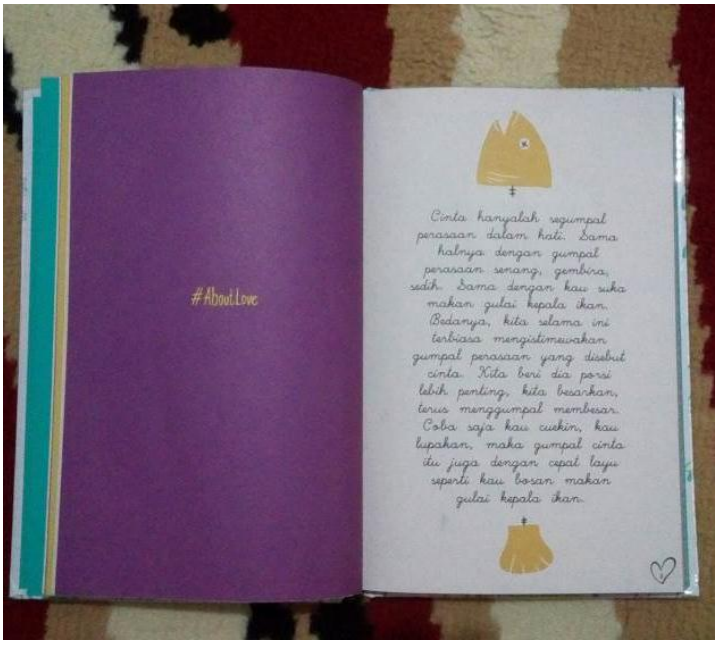
III.3 Konsep Visual

Untuk menciptakan sesuatu termasuk karya berupa sebuah media informasi konsep visual berperan sangat penting, Pada buku pribahasa Arab *mahfudzo*t ini konsep visual yang akan ditampilkan dalam buku ini menampilkan gaya visual yang berwarna cerah dan menampilkan gambaran illustrasi yang menyesuaikan dengan tiap muatan isi dalam *mahfudzot*, disertai dengan *mahfudzot*, artinya beserta penjelasannya, pemilihan nuansa illustrasi yang simple dan warna yang cerah adalah untuk menyesuaikan dengan khalayak sasaran yaitu kalangan remaja akhir, hal ini bisa dilihat dari beberapa refrensi visual buku remaja yang memiliki nuansa yang berwarna dengan illustrasi yang sederhana

Berikut refrensi buku dengan khalayak sasaran remaja yang digunakan :



Gambar III.3 Refrensi media utama 1
Sumber:dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.4 Refrensi media utama 2
Sumber: https://redbluestory.wordpress.com
(Diakses 20 Mei 2018)

III.3.1 Format Desain

Format desain yang akan diaplikasikan pada perancangan buku pribahasa Arab *mahfudzot* akan menggunakan ukuran kertas standar buku pada umumnya yaitu ukuran A5 14.8 cm x 21cm dengan format potrait dengan bagian sampul buku menggunakan *hardcover* laminasi *dove* dengan judul buku yang timbul. Sedang untuk bagian isi buku menggunakan kertas *book paper.*

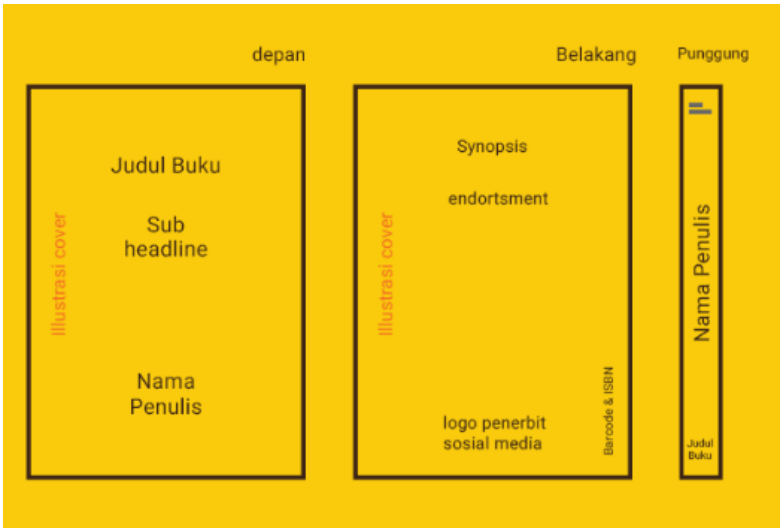
III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Menurut Hendratman (2014) *layout* adalah kegiatan dalam menata dan menempatkan, menata unsur unsur dalam grafis seperti, gambar, tabel dan lainnya agar terciptanya visualisasi yang indah dipandang dan juga efektif

- Tata letak sampul buku

  Tata letak yang akan terdapat pada bagian depan dari sampul buku akan menampilkan judul buku *Headline* dan *subheadline,* dengan maksud agar khalayak sasaran tertarik, karena judul buku merupakan salahsatu komponen yang paling dilihat pertama kali oleh khalayak sasran, selain itu pada *cover* depan akan memadukan antara visual isi konten yang mewakili pada setiap tema, dengan dipadukan dengan tipografi judul. Selanjutnya diikuti nama penulis yang terletak pada bagian bawah buku.

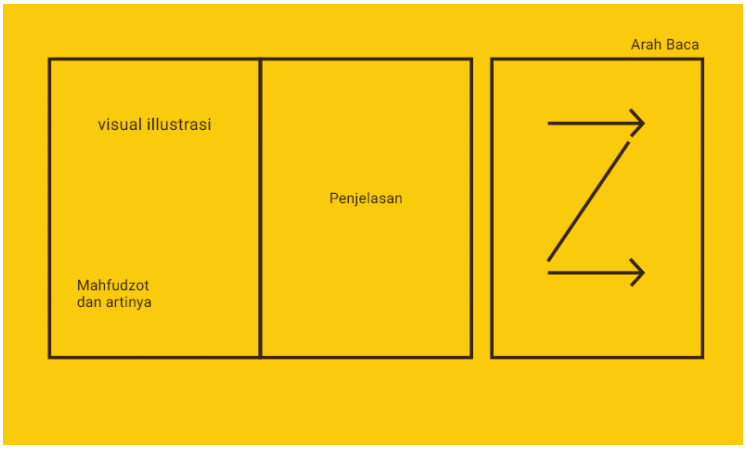
Di bagian belakang sampul buku terdapat logo penerbit noura beserta social media dan juga synopsis tentang isi buku, selanjutnya dibawahnya terdapat *Endorsement*, yaitu kalimat dukungan yang diberikan oleh pembaca awal yang ditulis pada cover buku bagian belakang sebagai bentuk penguatan dan daya pikat sebuah karya cetak dan selanjutnya di bagian bawah yaitu dengan no. ISBN dan barcode.



Gambar III.5 Kerangka *layout Cover dan Backcover* Buku *Mahfudzot*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

- Tata letak isi buku

Tata letak yang terdapat pada bagian dalam atau isi buku terdapat beberapa layout yang akan diaplikasikan namun keseluruhannya memiliki kesamaan antara bagian jarak, visualisasi gambar, tipografi, nuansa warna sehingga tetap terlihat sirama, perbandingan antara gambar visual dan penjelasan berbanding seimbang yaitu visual 50% dan verbal 50% hal ini dimaksudkan agar khalayak sasaran yaitu kalangan remaja tidak merasa bosan dan lebih menarik dengan visual yang berbeda pada setiap halamannya. Untuk memberikan kemudahan kepada para pembaca, maka teks dan visual diurutkan menggunakan pola”Z” dalam urutannya, yaitu membaca dari arah kiri ke kanan dan dari bagian atas ke bawah.



Gambar III.6 Kerangka *layout* isi Buku *Mahfudzot*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Sihombing (2015) menjelaskan "Tipografi merupakan bentuk komunikasi secara verbal yang merupakan representasi visual yang efektif dan pokok (h 164). Dalam memilih sebuah huruf yang digunakan harus memperhatikan pada tingkat *legibility* yaitu tingkat kemudahan dari huruf untuk dikenali dan di baca serta tingkat *Readybility* yaitu kualitas kemudahan dari huruf dan kenyamananya ketika dibaca. Dalam media informasi buku ini menggunakan beberapa huruf atau *font* dalam perancangannya yaitu sebagai berikut:

untuk tipografi utama dan merupakan benang merah antara satu media dan yang lainnya menggunakan *font* :

- Huruf pada Judul

Huruf yang terdapat pada judul atau headline menggunakan jenis *font* Alask merupakan jenis *font* yang digunakan pada judul, sub headline dan nama penulis. Alask merupakan font penuh dengan energi, dengan karakteristik sapuan cepat dan ujung tajam, *fon*t ini dibuat oleh desainer Leonard Posavec *font* tersebut didapatkan secara gratis pada website www.1001fonts.com, namun *font* tersebut digunakan hanya untuk kebutuhan akademis dan bukan untuk komersial, *font* ini Ideal untuk menyampaikan pesan yang memotivasi, dan cocok digunakan sebagai judul ataupun kutipan.pada bagian judul *font* dimodifikasi dengan melengkungkannya menyesuaikan objek dibawahnya.



Gambar III.7 *Font Type* Alazk
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

- Huruf pada isi buku

News701 BT

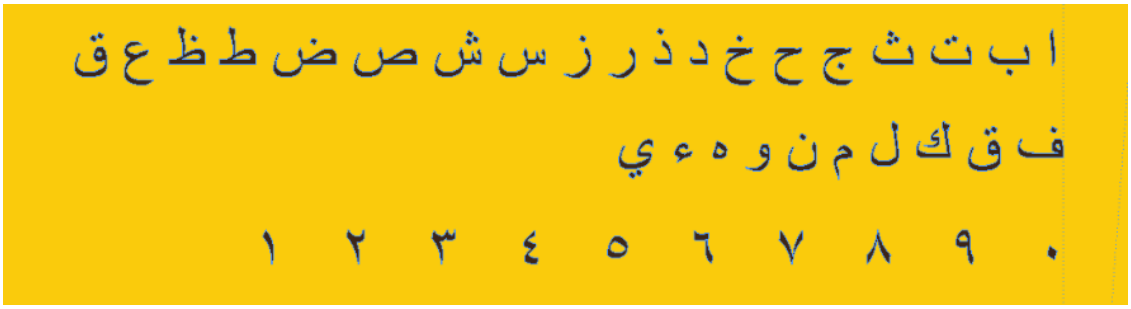
News701 BT bold merupakan jenis *font* yang digunakan pada bagian arti dari pribahasa Arab *Mahfudzo*t. *News701 BT bold* merupakan *font* jenis serif, yang memiliki karakter tegas dan memiliki tingkat keterbacaan yang jelas sehingga digunakan pada bagian arti dari pribahasa Arab agar orang mudah untuh membacanya sebelum membaca penjelasannya, *font* ini dibuat oleh desainer Chauncey H. Griffith dan didapatkan secara gratis pada website www.1001fonts.com, *font* tersebut memiliki lisensi untuk digunakan sebagai kebutuhan pembuatan dokumen dan komersial.



Gambar III.8 *Font Type* News701 BT
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Arial Arabic

Arial Arabic merupakan jenis font yang digunakan pada tulisan pribahasa Arab *Mahfudzot*. Arial Arabic merupakan font berhuruf *hijaiyah* yang memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan merupakan huruf standar yang biasa terdapat pada tulisan majalah dan buku di timur tengah, karena mudah untuk dibaca. *font* ini dibuat oleh desainer Patricia Saunders dan Robin Nicholas dan didapatkan secara berbayar pada website www.fonts.com, *font* tersebut memiliki lisensi untuk digunakan sebagai kebutuhan pembuatan dokumen, publikasi elektronik dan komersial.



Gambar III.9 *Font Type* Arial Arabic
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)"

- Huruf pada penjelasan isi buku

  Pada bagian penjelasan terdapat berbagai jenis font yang digunakan karena konsep dari penjelasan sendiri seperti terdiri dari *quote* yang sebenarnya merupakan penjelasan dari pribaha *mahfudzot*, pemilihan beragam jenis font dan berwarna adalah karena sasaran khalayak remaja yang cenderung mudah bosan dan minatnya tertuju pada hal-hal yang bersifat interaktual abstrak maka penejelasan dibuat dengan tulisan yang besar, dan berwarna-warni.

  Berikut merupakan jenis font yang digunakan pada penjelasan *mahfudzot:*



Gambar III.10 Jenis *Font Type* pada penjelasan buku
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)



Gambar III.11 Jenis *Font Type* pada penjelasan buku
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Pengertian dari ilustrasi adalah sebagai gambar atau perwajahan dari sesuatu melalui elemen rupa sebagai penjelas juga pemanis suatu naskah atau tulisan, illustrasi juga mampu untuk memprovokasi pembacanya. Dalam pembuatan media informasi ini selain penggunaan kata kata yang menarik juga visualisasi yang menarik guna mendukung minat khalayak sasaran, *flat design* merupakan gaya illustrasi yang digunakan dalam visualisasi isi buku yang disampaikan dengan gaya bahasa yang telah disesuaikan, illustrasi terdiri dari berbagai macam elemen yang disesuaikan dengan isi dan muatan dari *mahfudzot* .



Gambar III.12 Refrensi gaya illustrasi
Sumber: https://ebooks.gramedia.com/id/buku/about-love
(Diakses 20 Mei 2018)



Gambar III.13 Refrensi gaya illustrasi
Sumber: https://id.pinterest.com/pin/216032113347397245/
(Diakses 20 Mei 2018)

Selain illustrasi pada buku ini untuk menciptakan benang merah atau kesamaan antara satu halaman dengan halaman lainnya juga menerapkan kaidah-kaidah gestalt dalam visualisasinya. Menurut Sihombing (2015) "seorang *desainer graphic* khususnya harus mengerti mengenai kaidah teori gestalt dalam karyanya untuk mencapai kekuatan". Kaidah gestalt yang diterapkan yaitu *similarity* yaitu ketika elemen elemen memiliki kesamaan karakteristik, ada tiga jenis *similarity* yaitu warna, bentuk dan ukuran. Dalam perancangan media informasi buku ini terdapat *similarity* bentuk ukuran dan warna

yang diterapkan yaitu bentuk garis, lingkaran yang terdapat di setiap visual yang berbeda.

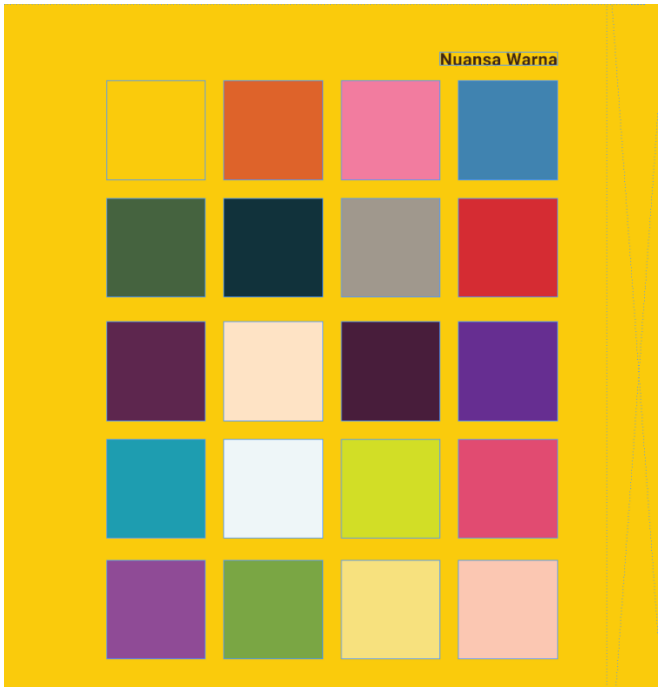
III.3.5 Warna

Warna merupakan salahsatu dari elemen grafis yang sangat penting untuk menarik perhatian khalayak sasaran dan dapat merangsang munculnya rasa emosional, menurut Hendratman (2015), menjelaskan "warna merupakan salahsatu komponen untuk menimbulkan persepsi psikologis juga membentuk keindahan juga suasana hati tertentu" (h 81). Dalam perancangan buku informasi , akan menggunakan warna dengan nuansa cerah untuk memunculkan gairah semangat dan emosi dari khalayak sasaran, Hal ini dipertegas dengan pernyataan Hendratman (2008) yang menyatakan bahwa warna cerah mampu memberikan suasana hati, emosi juga semangat dari *target audience*".

Nuansa warna cerah yang digunakan yaitu warna tresier yaitu penggabungan antara warna primer dan sekunder, selain itu terdapat warna chaos yang dominan untuk menengahi warna yang kurang nyaman ketika dipadukan yaitu warna kuning karena termasuk warna cerah dan sesuai dengan tema warna. Warna yang digunakan pada media buku ini disesuaikan juga berdasarkan pendekatan visual, berikut nuansa warna yang terdapat pada media utama:



Gambar III.14 Palet Warna Utama Buku *Mahfudzo*t
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar III.15 Palet Nuansa warna isi Buku *Mahfudzot*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Warana-warna yang digunakan pada buku ini merupakan warna dengan didominasi nuansa cerah, pada bagian *cover* didominasi dengan tiga warna utama yaitu kuning, putih, orange dan coklat warna kuning, orange dan putih digunakan pada *background cover* dan coklat digunakan pada tulisan judul *headline* dan *sub headline* agar tulisan gelap terlihat dengan background yang terang sehingga khalayak sasaran mudah terfokus pada bagian judul buku. Sedang nuansa warna di bagian isi buku berwarna-warni, agar khalayak sasaran yaitu kalangan remaja tidak cepat bosan membaca setiap lembar dengan warna dan illustrasi yang berbeda di setiap halamannya.