BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN OBJEK DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Cangara (dalam Palgunadi, 2017: h.27) Khalayak sasaran (*Target Audience*) merupakan khalayak atau sekumpulan orang yang menjadi pemeran suatu kegiatan komunikasi dan menjadi faktor penentu keberhasilan komunikasi. Dalam perancangan ini, khalayak sasaran yang dituju adalah pelajar usia 13-15 tahun atau dapat dikategorikan sebagai remaja awal. Pemilihan khalayak sasaran usia 13-15 tahun dikarenakan pada usia tersebut anak sedang berada di tingkat SMP dan dinilai sudah siap untuk menerima beberapa istilah asing yang terapat pada pengetahuan Laut Dalam. Meskipun khalayak sasaran utama dari perancangan ini adalah pelajar usia 13-15 tahun, namun tidak menutup kemungkinan bahwa informasi terkait ikan Laut Dalam ini akan bermanfaat bagi masyarakat luas diluar dari khalayak sasaran utama. Berikut data dari khalayak sasaran perancangan ini:

1. Demografis
    a. Sasaran : Remaja

       Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Umumnya remaja akan lebih menaruh minat pada pelajaran-pelajaran yang nantinya akan berguna dalam bidang pekerjaan yang mereka inginkan (Hurlock, 1980: h.220). Oleh karenanya fase ini sangat tepat untuk mengenalkan pengetahuan mengenai ikan Laut Dalam, sehingga para remaja akan dapat mengembangkan minat dan ketertarikannya terhadap Laut Dalam di jenjang yang lebih tinggi.

    b. Usia : 13-15 tahun

       Pada usia 13-15 tahun anak mulai mampu untuk berpikir secara abstrak, logis, dan menarik kesimpulan dari informasi yang tersedia (Yusuf, 2001: h.16). Perkembangan anak pada usia ini haruslah didampingi dengan pemberian pengetahuan-pengetahuan yang berguna bagi kehidupannya kelak.

    c. Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan

       Pemilihan jenis kelamin laki-laki dan perempuan adalah karena pengetahuan ikan Laut Dalam tidak terbatas oleh jenis kelamin.

d. Kelas Ekonomi : A-B (menengah ke atas)

   Masyarakat dengan kelas ekonomi A-B umumnya memiliki perhatian lebih terhadap pendidikan, sehingga pengetahuan mengenai ikan Laut Dalam akan tepat apabila diberikan kepada masyarakat dengan kelas ekonomi A-B.

e. Pendidikan : SMP

   Pada tingkat SMP pelajar sudah dibekali dengan pengetahuan Laut Dalam di sekolah meskipun hanya secara singkat, selain itu pada tingkat SMP juga para pelajar dinilai telah lebih siap untuk menerima beberapa istilah asing terkait pengetahuan ikan Laut Dalam.

2. Geografis

   Geografis dari khalayak sasaran perancangan ini adalah seluruh wilayah Indonesia, mengingat Laut Dalam merupakan sebuah potensi yang dapat menunjang kesejahteraan rakyat Indonesia. Oleh karenanya pengetahuan ini layak untuk diketahui oleh seluruh rakyat Indonesia.

3. Psikografis

   Berikut ciri-ciri psikografis dari remaja usia 13-15 tahun menurut Hurlock (1980: h.208-h.226):

   - Senang bermain dan membuat kelompok dengan teman sebayanya
   - Memiliki beberapa minat-minat tertentu seperti minat pada pakaian, minat pendidikan, minat rekreasi, dan lain-lain.
   - Prestasi dapat memberikan kepuasan dan ketenaran pribadi bagi remaja

4. *Consumer Insight*

   Consumer insight dapat diartikan sebagai proses untuk mencari tahu secara lebih dalam mengenai pemikiran, perilaku, dan latar belakang dari konsumen yang berhubungan dengan pesan yang akan disampaikan (Maulana, 2009: h.25). Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui lebih dalam apa yang diinginkan oleh khalayak sasaran, sehingga pesan dapat

tersampaikan lebih efektif dan efisien. Berikut *insight* dari khalayak sasaran perancangan ini:

- Ingin memiliki prestasi sehingga terlihat menonjol
- Menyukai permainan
- Senang bersosialisasi

5. *Consumer Journey*

Consumer journey merupakan perjalanan sehari-hari atau daftar aktivitas dari khalayak sasaran. *Consumer journey* digunakan untuk menganalisa keadaan khalayak secara mendalam, sehingga akan memudahkan dalam menentukan langkah penyampaian informasi juga media yang akan digunakan nantinya. Berikut *Consumer Journey* dari khalayak sasaran remaja awal dengan usia 13-15 tahun:

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Jam	Tempat	Kegiatan	Media Interaksi
05.00	Kamar tidur	Bangun	Kasur, bantal, guling, selimut
05.10 - 05.15	Kamar tidur	Shalat subuh	Alat salat
05.15 - 05.35	Kamar mandi	Mandi	Sabun, pasta gigi, sikat gigi, handuk, *face wash*, gayung
05.35 - 06.00	Kamar tidur	Siap-siap	Pakaian, kaca, parfum, HP
06.00 - 06.10	Ruang makan	Sarapan	Piring, gelas, sendok, garpu, makanan
06.10 – 07.00	Jalanan	Perjalanan menuju tujuan	*Billboard*, poster, sticker angkot, kendaraan
07.00 – 11.30	Sekolah	Belajar	Pensil, buku, penghapus, penggaris, pulpen, laptop, tas
11.30 – 13.00	Kantin	Istirahat	Piring, gelas, sendok, garpu, makanan, HP
13.00 – 14.30	Sekolah	Belajar	Pensil, buku, penghapus,

			penggaris, pulpen, laptop, tas
14.30 – 15.00	Jalanan	Perjalanan menuju rumah	*Billboard*, poster, sticker angkot, kendaraan
15.00 – 16.30	Kamar tidur	Santai, melepas lelah	Kasur, bantal, guling, HP, televisi
16.30 – 16.45	Kamar mandi	Mandi	Sabun, pasta gigi, sikat gigi, handuk, *face wash*, gayung
16.45 – 17.00	Ruang tengah	Bersantai	Televisi, HP, laptop, kasur/kursi
18.00 – 18.10	Kamar tidur	Shalat	Alat salat
18.10 – 18.30	Ruang makan	Makan malam	Piring, gelas, sendok, garpu, makanan
18.30 – 19.00	Ruang tengah/ Kamar tidur	Bersantai	Televisi, HP, laptop, kasur/kursi
19.00 – mengantuk	Ruang tengah/ Kamar tidur	Mengerjakan pekerjaan/ tugas (apabila tidak ada maka *free time*)	Televisi, HP, laptop, kasur/kursi, meja, alat tulis
Mengantuk	Kamar tidur	Tidur	Kasur, bantal, guling, selimut

Berdasarkan tabel di atas, khalayak sasaran menggunakan banyak waktu di sekolah dan memiliki cukup waktu luang untuk bersantai ketika di rumah.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan cara atau rencana untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran agar informasi yang diberikan menjadi lebih efektif dan efisien. Dalam perancangan informasi ikan Laut Dalam ini, strategi perancangan yang dilakukan dimulai dengan melakukan studi pustaka terkait fenomena yang diangkat yakni ikan di Laut Dalam, dilanjutkan dengan menganalisa data yang telah diambil melalui 3 metode yakni kuesioner, wawancara pakar dan observasi. Setelah memahami masalah yang terjadi maka hal selanjutnya yang dilakukan adalah menentukan khalayak sasaran (*target audience*) sekaligus mengidentifikasi karakter khalayak sasaran agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Langkah yang terakhir adalah penentuan strategi yang terdiri dari strategi perancangan,

strategi kreatif dan strategi media. Ketiga strategi tersebut dibuat agar informasi mengenai ikan di Laut Dalam dapat tersampaikan dengan baik, efektif dan efisien kepada khalayak sasaran.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi merupakan capaian yang hendak direngkuh dalam sebuah komunikasi. Tujuan komunikasi dari perancangan informasi ikan di Laut Dalam adalah untuk memberikan informasi mengenai ikan di Laut Dalam khususnya di Samudra Pasifik, sehingga khalayak akan mengetahui bahwa di Laut Dalam juga terdapat kehidupan yang tentunya sangat jauh berbeda dengan kehidupan di laut dangkal. Setelah mengetahui apa saja ikan dan bagaimana kehidupan ikan di Laut Dalam, khalayak dapat belajar untuk memanfaatkan potensi dari Laut Dalam dengan cara ramah lingkungan yang tidak merusak Laut Dalam.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

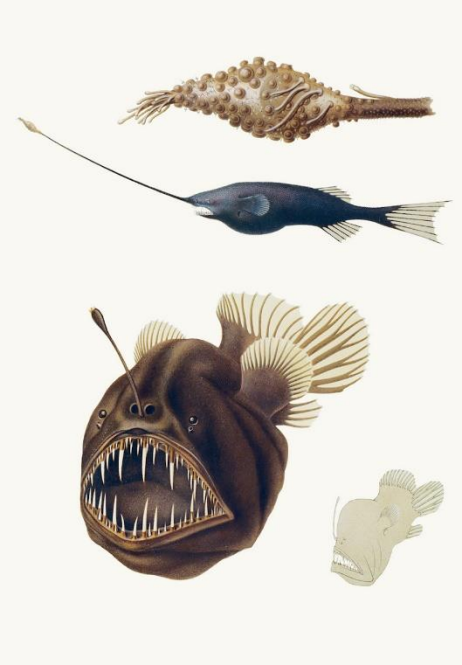
Untuk tercapainya komunikasi yang efektif, dibutuhkan pendekatan komunikasi yang tepat terhadap khalayak sasaran. Pendekatan komunikasi tersebut meliputi pendekatan verbal dan pendekatan visual. Pendekatan verbal merupakan pendekatan kepada khalayak dari segi bahasa, sedangkan pendekatan visual adalah suatu pendekatan dari segi visual. Kedua pendekatan ini tidak dapat dipisahkan. Pendekatan tersebut dilakukan agar khalayak dapat menerima pesan dan informasi yang disampaikan. Berikut penjabaran dari masing-masing pendekatan pada perancangan ini:

1. Pendekatan Verbal

   Pendekatan verbal didasarkan pada khalayak sasaran yang merupakan remaja awal usia 13-15 tahun, sehingga pendekatan verbal dilakukan dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, namun tidak terlalu baku. Hal tersebut dimaksudkan agar khalayak sasaran yang masih berusia 13-15 tahun tidak merasa jenuh ketika menerima informasi, juga agar khalayak merasa lebih akrab sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

2. Pendekatan Visual

   Mengingat minat baca masyarakat Indonesia yang tergolong rendah maka pendekatan visual yang akan diterapkan dalam penyampaian informasi perancangan ini dititikberatkan pada ilustrasi visual. Gaya yang digunakan adalah gaya semi realis agar ciri khas dari ikan Laut Dalam dapat terlihat jelas namun dengan penggambaran yang lebih sederhana.



Gambar III.1 Referensi visual
Sumber: https://hyperallergic.com/272479/illustrated-dolphins-and-vampire-squid-from-the-dawn-of-ocean-exploration/
(Diakses pada 22/04/2018)

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan istilah yang umum digunakan untuk lembaga-lembaga yang terlibat dengan perancangan, lembaga tersebut dapat menjadi landasan media informasi atau distributor yang membantu penyebaran dan publikasi media. Dalam perancangan informasi ikan di Laut Dalam ini, beberapa pihak yang bekerja sama merupakan lembaga negara karena masalah yang diangkat berkaitan dengan masyarakat umum. Berikut lembaga yang bekerja sama dengan perancangan ini:

1. Kementrian Kelautan dan Perikanan Indonesia

   Kementrian Kelautan dan Perikanan Indonesia yang bergerak di bidang pengelolaan ruang laut, pengelolaan konservasi dan keanekaragaman hayati laut, pengelolaan pesisir dan pulau-pulau kecil.

Gambar III.2 Logo Kementrian Kelautan dan Perikanan
Sumber: http://kkp.go.id/
(Diakses pada 14/04/2018)

Dalam perancangan ini, Kementrian Kelautan dan Perikanan berperan sebagai donatur yang memberikan *support* berupa materi yang digunakan untuk kelancaran perancangan ini.

2. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia

   Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (Kemendikbud) adalah lembaga pemerintah yang bergerak dalam bidang pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan masyarakat. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia berperan menjadi menjadi sponsor dalam perancangan informasi ikan di Laut Dalam ini

Gambar III.3 Logo Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan
Sumber:
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/2e/Logo_Kemendikbud.svg
(Diakses pada 21/04/2018)

3. Manikmaya Games

   Selain kedua lembaga Negara di atas, terdapat juga Manikmaya Games yakni *board game* dan *card game publisher* pertama di Indonesia yang berperan sebagai penerbit sekaligus distributor dari perancangan ini.

Gambar III.4 Logo Manikmaya Games
Sumber: https://manikmaya.com
(Diakses pada 27/05/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan adalah isi dari media yang akan digunakan. Materi pesan yang akan disampaikan pada perancangan ini adalah mengenai ikan di Laut Dalam samudra Pasifik. Informasi mengenai keadaan Laut Dalam akan disampaikan sebagai pengantar, selanjutnya pemaparan akan terfokus terhadap ikan-ikan dan bagaimana kehidupannya di Laut Dalam khususnya samudra Pasifik. Konten dari informasi ikan-ikan di Laut Dalam akan berisi sebagai berikut:

1. Pengenalan 12 ikan Laut Dalam yang berada di samudra Pasifik
   - *Caulophryne Jordani*
   - *Fangtooth (Anoplogasteridae)*
   - *Viper Sloane (Chauliodus Sloani)*
   - Netdevil Berpendar (*Linophryne Arborifera*)
   - *Anglerfish* Bungkuk (*Melanocetus Johnsonii)*
   - Football Atlantik (*Himantolophus Groenladicus*)
   - Belut Gulper
   - *Hatchetfish*
   - *Black Dragonfish*
   - *Lizard Fish*
   - *Abyssal Halosaur*
   - *Snailfish*

2. Ciri-ciri fisik (Warna, bentuk, ciri khas)
3. Makanan
4. Cara berkembang biak

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan informasi ikan di Laut Dalam ini adalah gaya bahasa dengan pemaparan deskriptif. Hal ini dikarenakan penjelasan mengenai ikan di Laut Dalam seperti ciri khas ikan tersebut, ukuran, warna, dan lain lain haruslah dipaparkan secara deskriptif sehingga tidak akan menimbulkan kebingungan terhadap khalayak sasaran.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan sebuah rencana kreatif yang telah disusun sedemikian rupa untuk memudahkan dan membantu proses penyampaian informasi kepada khalayak, sehingga pesan akan tersampaikan dengan baik. Dalam perancangan informasi ikan di Laut Dalam, strategi kreatif dibuat menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang merupakan remaja awal usia 13-15 tahun. Dengan demikian, strategi kreatif yang digunakan adalah membuat perancangan ini menjadi perancangan yang interaktif, para pelajar diajak untuk bertualang ke Laut Dalam dan mengenali ikan-ikan juga keadaan dan bagaimana ikan-ikan tersebut bertahan hidup di kedalaman > 2000m. Dengan demikian para pelajar dapat memperoleh informasi dengan baik tanpa merasa digurui.

III.2.7 Strategi Media

Media adalah perantara atau penghubung yang terletak di antara dua pihak (KBBI, 2008: h.931). Pemilihan strategi media dalam perancangan ini didasarkan pada analisa yang telah dilakukan. Dalam analisa, ditemukan data mengenai minat baca masyarakat Indonesia yang dikemukakan oleh studi mengenai Most Littered Nation In the World 2016. Dalam studinya, dikemukakan bahwa Indonesia memiliki minat baca yang sangat rendah yakni menduduki peringkat 60 dari 61 negara.

Country	Rank	Country	Rank	Country	Rank
Finland	1	Malta	21	Romania	41
Norway	2	South Korea	22	Portugal	42
Iceland	3	Czech Republic	23	Brazil	43
Denmark	4	Ireland	24	Croatia	44
Sweden	5	Italy	25	Qatar	45
Switzerland	6	Austria	26	Costa Rica	46
United States	7	Russia	27	Argentina	47
Germany	8	Slovenia	28	Mauritius	48
Latvia	9	Hungary	29	Serbia	49
Netherlands	10	Slovak Republic	30	Turkey	50
Canada	11	Lithuania	31	Georgia	51
France	12	Japan	32	Tunisia	52
Luxembourg	13	Cyprus	33	Malaysia	53
Estonia	14	Bulgaria	34	Albania	54
New Zealand	15	Spain	35	Panama	55
Australia	16	Singapore	36	South Africa	56
United Kingdom	17	Chile	37	Colombia	57
Belgium	18	Mexico	38	Morocco	58
Israel	19	China	39	Thailand	59
Poland	20	Greece	40	Indonesia	60
				Botswana	61

Gambar III.5 World Most Littered Nations Rank 2016
Sumber: http://webcapp.ccsu.edu/?news=1767&data
(Diakses pada 25/12/2017)

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, khalayak sasaran yang merupakan pelajar SMP usia 13-15 tahun membutuhkan sebuah media informasi yang menarik dan tidak terlalu memiliki banyak teks mengingat rendahnya minat baca di Indonesia juga banyaknya waktu yang digunakan khalayak di Sekolah. Berikut media utama dan media pendukung yang akan digunakan dalam perancangan informasi Ikan di Laut Dalam ini:

1. Media Utama

   Berdasarkan penjelasan di atas maka media utama yang dipilih adalah *boardgame*. *Boardgame* merupakan permainan yang dapat dimainkan oleh dua orang atau lebih dan dapat dimainkan oleh berbagai kalangan dari mulai anak kecil, remaja, hingga dewasa. Umumnya *boardgame* terdiri dari papan permainan, pion, kartu dan dadu dengan cara penggunaan yang berbeda-beda sesuai dengan strategi dan peraturan tiap-tiap *boardgame* tersebut.

   Boardgame dinilai dapat menjadi media informasi yang efektif dalam perancangan ini. Hal ini dikarenakan khalayak sasaran yang masih berusia 13-15 tahun dan duduk di bangku SMP memiliki karakter yang menyukai permainan. *Boardgame* juga memiliki beberapa kelebihan seperti menurut Kumara selaku *boardgame publisher* (dalam Ramadhani, 2016: h.38) *boardgame* tidak hanya berguna sebagai media bermain, namun juga dapat menjadi media pembelajaran yang efektif karena *boardgame* mempunyai beberapa nilai lebih seperti interaksi antar pemain, penggunaan strategi dan disiplin. Selain itu, mengingat rendahnya minat baca masyarakat Indonesia, juga banyaknya waktu yang digunakan khalayak di Sekolah maka media yang dipilih haruslah media yang menyenangkan dan tidak memiliki banyak teks di dalamnya.

   Dengan demikian, *boardgame* dinilai sebagai media yang tepat untuk menjadi sarana informasi pengetahuan ikan di Laut Dalam bagi pelajar SMP dengan usia 13-15 tahun, dengan harapan khalayak dapat menyerap informasi tanpa merasa jenuh dan digurui.

- *Copywriting*

  Copywriting adalah tulisan yang meliputi gaya dan pendekatan yang dihasilkan melalui perencanaan (Agustrijanto, 2001: h.26) Dalam perancangan ini, *copywriting* yang digunakan untuk judul dari *game* ini adalah "Petualangan Laut Dalam". Judul tersebut dipilih karena merepresentasikan isi dari *game* yang mengajak pemainnya untuk bertualang ke Laut Dalam dan menemukan ikan-ikan di Laut Dalam.

- *Storyline*

  Storyline adalah sebuah teks yang berisi naskah/ alur cerita secara runtut dari sebuah perancangan. Dalam perancangan ini pemain akan diajak untuk bertualang ke Laut Dalam. Para pemain diharuskan untuk membawa ikan Laut Dalam yang didapatkannya di awal permainan hingga ke garis *finish*. Sepanjang perjalanan menuju garis *finish* pemain akan menemukan fakta-fakta di Laut Dalam yang dikemas dalam kartu kejutan. Setiap pemain juga dapat menyerang satu sama lain apabila berada di petak yang sama, atau mendapatkan kartu serangan. Permainan berakhir ketika salah seorang pemain sudah membawa ke titik *finish* semua ikan Laut Dalam yang ditemukannya selama permainan berlangsung.

- Aturan Permainan

  Setiap pemain *boardgame* Petualangan di Laut Dalam akan mendapatkan 3 ikan Laut Dalam di awal permainan. Kemudian setiap pemain berlomba untuk membawa ikan di Laut Dalam yang didapatkannya sampai ke titik *finish*. Permainan berakhir ketika salah seorang pemain sudah membawa ke titik *finish* semua ikan Laut Dalam yang dimilikinya.

- Komponen

  Boardgame Petualangan di Laut Dalam terdiri dari papan permainan, pion, dadu, kartu ikan, kartu kejutan dan kartu serangan.

- Persiapan
  a. Masing-masing pemain mengambil kartu ikan yang telah dikocok sebanyak 3 buah
  b. Setiap pemain mengambil pion berbentuk ikan sesuai dengan ikan yang tertera pada kartu ikan yang didapat
  c. Tentukan urutan pemain dengan putaran bermain searah dengan jarum jam

- Alur Permainan
  a. Kocok dadu sampai mendapatkan angka 6 untuk dapat memulai menjalankan pion, begitupula untuk pion lainnya
  b. Dalam perjalanan menuju *finish* terdapat beberapa petak yang mengharuskan pemain untuk mengambil kartu kejutan atau kartu serangan, sesuai dengan petak yang tertera.
  c. Apabila pemain menginjak petak kejutan, maka pemain harus mengambil kartu kejutan dan mengikuti perintah dari kartu kejutan tersebut. Kartu kejutan dapat menguntungkan atau merugikan pemain.
  d. Apabila pemain menginjak petak serangan, maka pemain dapat mengambil kartu serangan dan menyerang pion pemain lain sehingga pion yang diserang harus mengikuti perintah yang tertera di kartu serangan.
  e. Setiap kartu yang telah digunakan harus dimasukan kembali ke tumpukan kartu paling bawah
  f. Jika 2 pemain berada di petak yang sama, maka pemain pemain yang terlebih dahulu sampai di petak tersebut harus mengulang ke garis *start*
  g. Pemain pertama yang dapat membawa seluruh pion ikan Laut Dalamnya ke garis *finish*

2. Media Pendukung

   Media pendukung merupakan media yang membantu akses khalayak menuju media utama serta mendukung penyampaian pesan dari media utama. Pemilihan media pendukung dalam perancangan ini didasarkan pada khalayak sasaran. Berikut penjabaran dari media pendukung perancangan ini:

   a. Tahap Informasi

      Tahap informasi merupakan tahap untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran terkait pesan yang akan disampaikan sehingga khalayak akan tertarik dan mencari informasi selanjutnya. Berikut media-media yang akan digunakan dalam tahap informasi:

      - Poster

        Poster merupakan media informasi sekaligus media promosi. Meskipun sudah tergeser dengan media digital seperti media sosial, poster dianggap masih menjadi media informasi dan promosi yang sangat informatif apabila ditaruh atau ditempel di lokasi yang tepat sesuai dengan khalayak sasaran. Poster dibagi menjadi 2 yaitu poster yang berisi informasi akan dan telah diluncurkannya *boardgame* Petualangan Laut Dalam.

      - *Flyer*

        Flyer adalah secarik kertas kecil yang digunakan untuk promosi dalam cakupan wilayah yang tidak terlalu besar. *Flyer* umumnya diberikan langsung kepada masyarakat atau disebar di kerumunan orang banyak. Mengingat ukurannya yang kecil maka informasi yang ditampilkan pada *flyer* haruslah ringkas namun menarik agar khalayak tertarik untuk membeli media utama.

      - *X-Banner*

        Banner merupakan salah satu media promosi yang dapat memberitahukan informasi. *Banner* umumnya dicetak dengan

digital printing dan memiliki bentuk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan. *Banner* yang akan dipakai sebagai media pendukung perancangan ini berjenis *X-Banner* dan memiliki bentuk vertikal. *Banner* akan berisi informasi mengenai *boardgame* Petualangan Laut Dalam untuk menarik perhatian khalayak.

- Media Sosial (Instagram dan Facebook)

  Media sosial merupakan sebuah media yang memfasilitasi setiap penggunanya untuk berinteraksi tanpa dibatas oleh ruang dan waktu. Media sosial yang digandrungi oleh banyak masyarakat termasuk khalayak sasaran adalah Instagram dan Facebook. Melalui Instagram dan Facebook, akan dibagikan postingan-postingan untuk memberikan informasi terkait *boardgame* Petualangan Laut Dalam.

b. Tahap Pengingat

Tahap pengingat merupakan sebuah tahap untuk membuat khalayak teringat kepada pesan dan juga media utama dari perancangan. Oleh karenanya dalam tahap ini digunakan media-media yang dekat dengan khalayak. Media-media tersebut terbagi menjadi 2 yaitu *gimmick* dan *merchandise*. Untuk media yang termasuk *gimmick* akan diberikan secara gratis kepada khalayak sasaran, sedangkan untuk *merchandise* akan didapatkan dengan ketentuan-ketentuan khusus. Berikut media-media yang digunakan dalam tahap pengingat:

- *Notebook*

  Notebook merupakan media yang biasa digunakan untuk menulis. *Notebook* digunakan sebagai *merchandise* dari *boardgame* Petualangan di Laut Dalam. Alasan dipilihnya *notebook* sebagai salah satu *merchandise* adalah karena para pelajar yang menjadi khalayak sasaran perancangan ini akan sering menulis baik di sekolah maupun di rumah, oleh karenanya *notebook* dapat menjadi salah satu media untuk dipakai menulis oleh para pelajar.

- *T-Shirt*

  T-shirt merupakan media yang sering digunakan oleh para remaja dalam kesehariannya, Oleh karenanya *t-shirt* dipilih sebagai salah satu *merchandise* dari *boardgame* ini.

- Jam Tangan

  Jam tangan adalah salah satu aksesoris yang umum dipakai oleh para remaja. Remaja akan sering melihat jam tangan ketika akan mengetahui jam, oleh karenanya penempatan logo dan juga elemen visual yang berkaitan dengan *boardgame* Petualangan Laut Dalam pada jam tangan akan mengingatkan khalayak kepada media utama.

- Pulpen

  Pulpen merupakan salah satu alat tulis yang hampir selalu digunakan oleh para pelajar. Khalayak sasaran yang merupakan pelajar SMP tentunya akan sangat sering membutuhkan pulpen dalam menulis materi pelajaran di sekolahnya.

- Penggaris

  Penggaris merupakan salah satu alat tulis yang berfungsi untuk mengukur dalam skala kecil. Khalayak sasaran yang merupakan pelajar, membutuhkan penggaris dalam kesehariannya di sekolah.

- Tempat Pensil

  Tempat pensil adalah wadah yang umum digunakan untuk mewadahi berbagai alat tulis. Mengingat khalayak sasaran perancangan ini yang merupakan pelajar, maka tempat pensil akan selalu dibutuhkan untuk mewadahi alat tulis pelajar.

- Tumbler

  Tumbler merupakan tempat minum yang umum digunakan oleh para pelajar maupun orang dewasa. Dengan adanya program pemerintah

untuk mengurangi sampah plastik, maka tumbler dapat mendukung program pemerintah tersebut sekaligus menjadi media yang mengingatkan khalayak kepada media utama.

- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci menjadi media yang umum digunakan oleh khalayak. Gantungan kunci dapat digunakan untuk menggantung kunci ataupun digantung pada tas sekolah, dan lain-lain. Gantungan kunci menjadi salah satu *gimmick* dari *boardgame* ikan di Laut Dalam.

- Stiker

  Stiker dapat ditempel di berbagai tempat seperti tempat pensil, lemari, dan lain-lain. Oleh karenanya stiker dinilai cocok menjadi media pendukung yang dapat mengingatkan khalayak kepada media utama.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan strategi dalam menyalurkan media ke tangan khalayak sasaran. *Boardgame* ini didistribusikan di toko buku besar dengan rincian pendistribusian sebagai berikut:

Tabel III.2 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Jenis Media	Media	Mei 2018				Juni 2018			Juli 2018				
Media utama	*Boardgame*												
Media promosi	Poster Pra												
	Poster Pasca												
	Flyer												
	X-Banner												
	Media sosial												
Merchandise	*Notebook*												

	T-Shirt												
	Jam Tangan												
	Penggaris												
	Tempat Pensil												
	Tumbler												
Gimmick	Pulpen												
	Gantungan Kunci												
	Stiker												

Penyebaran media utama dilakukan pada saat libur kenaikan kelas, yakni pada akhir bulan Juni 2018. Hal tersebut dikarenakan pada liburan sekolah umumnya masyarakat mulai mencari kebutuhan alat tulis untuk sekolah ke toko buku. Dengan demikian akan sangat tepat untuk melakukan *launching boardgame* pada momen ini. Selain itu, momen libur kenaikan kelas memiliki jadwal yang sama pada setiap kota di Indonesia, sehingga penyebaran media dapat dilakukan secara serentak.

Keterangan:

- Penyebaran media utama dilakukan pada minggu terakhir bulan Juni 2018
- Promosi melalui media sosial dilakukan lebih awal yakni ketika bulan Mei agar masyarakat mengetahui bahwa *boardgame* Petualangan di Laut Dalam akan segera *launching*
- Poster Pra akan diluncurkan sebelum *boardgame* Petualangan Laut Dalam rilis, untuk menginformasikan akan rilisnya *boardgame* tersebut.
- Media promosi lainnya (Poster Pasca, *X banner* dan *flyer*) akan diluncurkan bersamaan dengan *launching* dari *boardgame*

Tabel III.3 Strategi Cara dan Tempat Penyebaran Media
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Jenis Media	Media	Cara	Tempat
Media Utama	*Boardgame*	Berbayar	Toko Buku dan *website* jual beli *online*
Media Promosi	Poster	Gratis	Sekolah, area pejalan kaki, buletin komplek perumahan
	Flyer	Gratis	Mall, Toko buku
	X-Banner	Gratis	Toko Buku
	Media Sosial	*Online*	*Online*
Merchandise	*Notebook*	Gratis bersyarat	Toko Buku
	T-Shirt	Gratis bersyarat	Toko Buku
	Jam Tangan	Gratis bersyarat	*Online*
	Penggaris	Gratis bersyarat	*Online*
	Tempat Pensil	Gratis bersyarat	*Online*
	Tumbler	Gratis bersyarat	*Online*
Gimmick	Pulpen	Gratis	Toko Buku
	Gantungan kunci	Gratis	Toko Buku
	Stiker	Gratis	Toko Buku

Keterangan:

- Untuk *merchandise notebook* akan diberikan kepada 200 pembeli pertama
- T-shirt hanya akan dibagikan kepada 100 pembeli selanjutnya
- Jam tangan akan diberikan kepada 50 pembeli *online* pertama
- Penggaris, Tempat Pensil dan Tumbler akan diberikan kepada 50 pembeli *online* secara acak
- *Gimmick* yang berupa pulpen, gantungan kunci juga stiker akan dibagikan kepada setiap pembeli tanpa terkecuali selama persediaan masih ada

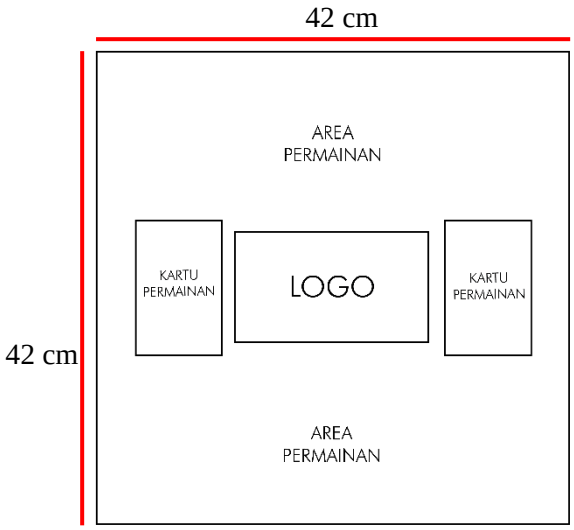
Boardgame juga dapat dipesan melalui Instagram dan beberapa *website* jual beli seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak untuk lebih memudahkan khalayak sasaran dalam mendapatkan *boardgame* tersebut.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual merupakan ide dari rancangan visual yang akan dibuat. Konsep visual yang diangkat dalam perancangan ikan di Laut Dalam ini adalah edukatif dan *fun*, dalam artian perancangan ini sarat akan informasi namun tetap memiliki unsur *fun*. Visual yang digunakan bergaya semi realis agar bentuk dari ikan Laut Dalam tetap terlihat namun penggambarannya tidak terlalu rumit dengan detail yang ada. Unsur-unsur visual lainnya dalam perancangan ini seperti tata letak, tipografi, dan warna akan menyesuaikan dengan ilustrasi yang dibuat.

III.3.1 Format Desain

Format desain dari *gameboard* ini berbentuk kotak atau *square* dengan ukuran 42 x 42 cm yang dinilai cukup untuk sebuah *gameboard* agar dapat dimainkan 2-4 pemain. Sedangkan untuk kartu permainan dibuat dengan ukuran 8,6 x 6,5 cm yang merupakan ukuran standar bagi kartu permainan.

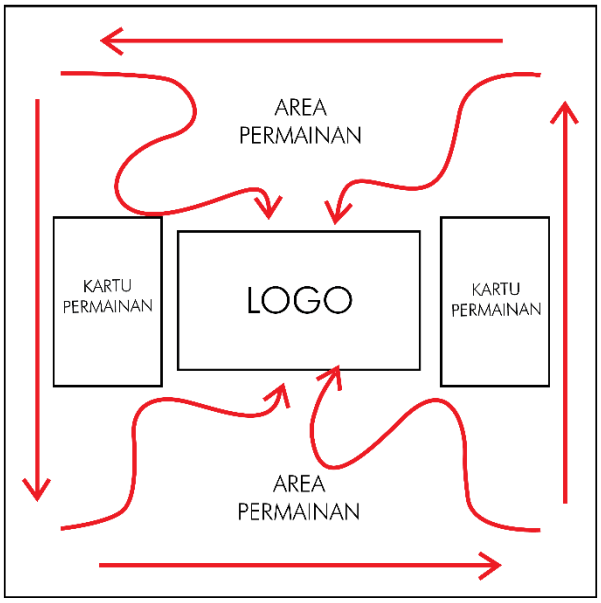


Gambar III.6 Contoh *wireframe layout boardgame* (1)
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Desain dibuat dalam format CMYK (*Cyan*, *Magenta*, *Yellow*, *Black*) dengan resolusi 300 dpi mengingat hasil akhirnya yang akan dicetak agar tidak memiliki penurunan warna dan kualitas.

III.3.2 Tata Letak

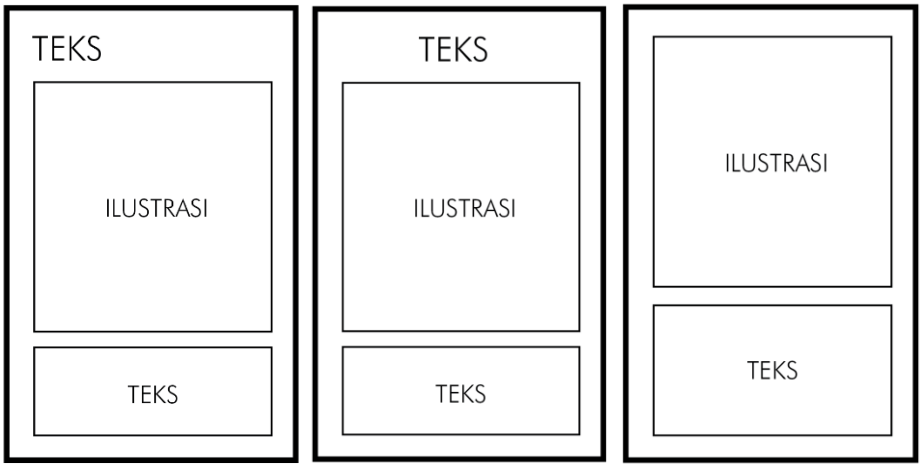
Layout atau tata letak merupakan bidang halaman yang harus diisi dengan elemen-elemen grafis agar dapat menyampaikan informasi kepada pembacanya (Kusrianto, 2007, h. 268). *Layout* dalam *boardgame* ini dirancang sederhana namun tetap mengedepankan fungsi keseimbangan (*balance*) antara area permainan dan logo yang berada di tengah papan permainan. Elemen-elemen visual yang ditampilkan pada *boardgame* ini bernuansa gelap agar merepresentasikan keadaan Laut Dalam yang gelap, dingin dan mencekam. Arah baca dari *gameboard* ini searah dengan jarum jam yang merupakan arah baca masyarakat Indonesia pada umumnya.



Gambar III.7 Contoh *wireframe layout boardgame* (2)
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Untuk ketiga kartu permainan yakni kartu ikan, kartu kejutan dan kartu *serangan*, *layout* kembali menekankan fungsi keseimbangan. Karena kartu permainan memiliki ukuran yang tidak terlalu besar yakni 8,6 x 6,5 cm, sehingga *layout* yang digunakan harus efektif namun tetap sarat akan informasi, dengan demikian digunakanlah ilustrasi pada kartu permainan untuk lebih mempersingkat infromasi

namun juga tetap edukatif. Penempatan ilustrasi di setiap kartu diletakan di tengah agar lebih menarik perhatian para pemain.



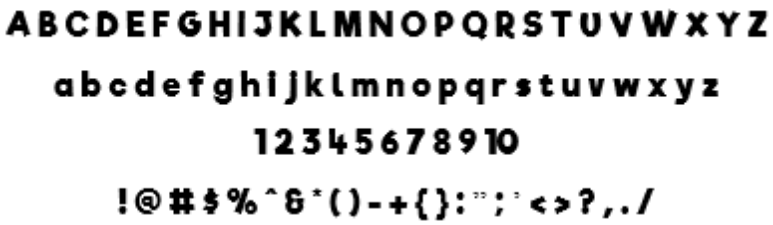
Gambar III.8 Contoh *wireframe layout* kartu ikan, kartu kejutan, kartu *serangan*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan sebuah proses untuk merancang dan merangkai suatu huruf sehinga memperoleh tampilan yang dikehendaki (Kusrianto, 2007: h.191). Tipografi memiliki peran penting dalam sebuah desain dan setiap jenis huruf dapat memberi kesan masing-masing yang berbeda dengan huruf lainnya. Berikut jenis huruf yang digunakan dalam perancangan ini:

1. Judul / *Font* Primer

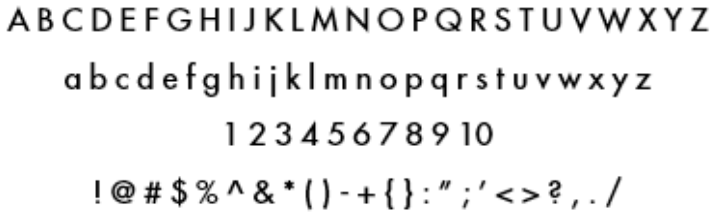
   Jenis huruf atau *font* yang digunakan sebagai judul dari perancangan ini bernama “Riffic” yang dibuat oleh Nini Prower dengan lisensi berbayar, namun Riffic Bold diperkenankan untuk digunakan secara gratis baik untuk penggunaan personal maupun komersial. Jenis huruf ini tergolong kedalam huruf Sans Serif. Huruf Sans Serif sendiri memiliki melambangkan kesederhanaan, lugas, dan masa kini, selain itu huruf Sans Serif juga cocok digunakan sebagai judul karena mudah dibaca (Anggraini & Nathalia, 2014: h.60). Kesan petualangan dan *fun* dapat terlihat dari *font* Riffic ini, oleh karenanya *font* ini dinilai cocok dengan *boardgame* Petualangan Laut Dalam.



Gambar III.9 Jenis Huruf Riffic Bold
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

2. *Bodytext* / *Font* Sekunder

   Jenis huruf atau *font* pendukung dalam perancangan ini digunakan dalam *bodytext*. Jenis huruf yang digunakan bernama "Futura Std Medium" yang tersedia di berbagai *website* penyedia *font* dan dapat diunduh secara gratis untuk penggunaan personal maupun komersial. Jenis huruf ini termasuk kedalam jenis huruf Sans Serif. Jenis huruf ini dipilih karena memiliki bentuk yang tegas dan kuat sehingga dinilai cocok untuk digunakan sebagai *bodytext* dari *boardgame* Petualangan Laut Dalam ini.



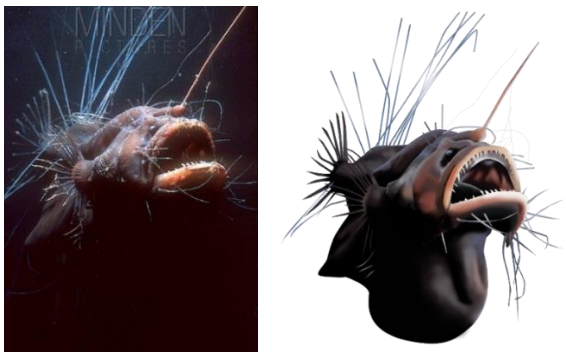
Gambar III.10 Jenis Huruf Futura Std Medium
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah seni gambar yang memiliki maksud juga tujuan untuk memberikan penjelasan secara visual sehingga berguna sebagai pendukung cerita/ informasi (Kusrianto, 2007: h.140). Ilustrasi dari *boardgame* ini menggunakan gaya semi realis agar dapat memperlihatkan ikan Laut Dalam secara jelas namun tidak terlalu rumit. Dengan adanya ilustrasi ini maka mengurangi banyaknya teks dalam *boardgame* ini sehingga para pemain akan lebih mudah untuk memahami informasi yang disampaikan juga tidak merasa jenuh. Berikut ilustrasi dalam perancangan ini:

1. *Caulophryne Jordani*

   Ikan *Caulophryne Jordani* merupakan ikan Laut Dalam yang berwarna kecoklatan, memiliki organ bercahaya di kepalanya untuk menarik mangsa dan memiliki rambut-rambut kaku di sekitar tubuhnya.



Gambar III.11 Referensi dan Ilustrasi ikan *Caulophryne Jordani*
Sumber: a. https://www.mindenpictures.com/cache/pcache2/90179838.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

Penggambaran ikan *Caulophryne Jordani* dibuat mirip dengan aslinya namun dengan penggambaran yang lebih sederhana dan tetap menggambarkan ciri khas dari ikan tersebut seperti warna coklat gelap, memiliki organ bercahaya dikepala, bergigi tajam dan memiliki rambut-rambut kaku di sekitar tubuhnya. Hal ini dimaksudkan agar khalayak sasaran akan lebih mudah untuk mengenali tersebut.

2. *Fangtooth* (*Anoplogasteridae*)

   Ikan *Fangtooth* atau terkadang disebut *Anoplogasteridae* memiliki ciri khas berupa muka yang mengerikan. Berwarna coklat tua dan memiliki gigi taring yang panjang juga runcing.

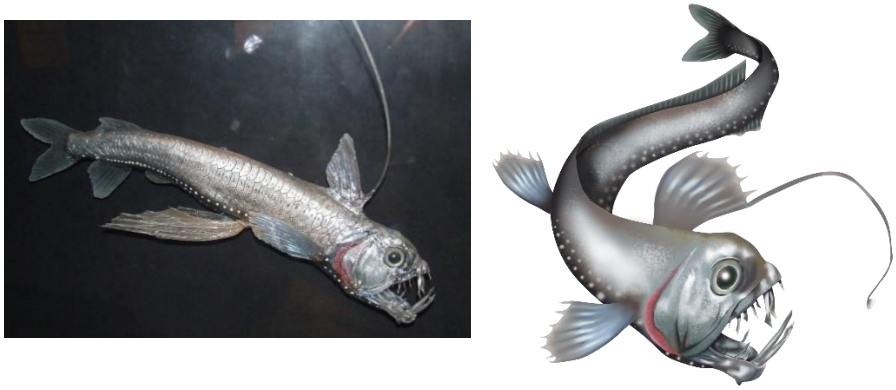


Gambar III.12 Referensi dan Ilustrasi ikan *Fangtooth*
Sumber: a. http://4.bp.blogspot.com/-c7NWhpahSmE/UQgmzjNo7II/AAAAAAAABj8/gABsu5VEwNA/s1600/Fangtooth.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

Ikan *Fangtooth* memiliki detal-detail rumit pada kepalanya yang menjadikannya sebagai ciri khas sehingga wajah ikan tersebut terlihat menyeramkan. Gigi runcing dari ikan Fangtooh juga turut digambarkan dengan jelas dalam ilustrasi ini.

3. *Viper Sloane* (*Chauliodus Sloani*)

   Ikan *Viper Sloane* atau Chauliodus Sloani memiliki warna biru keperakan. Ikan *Viper Sloane* juga memiliki ciri khas gigi yang tajam dan memiliki organ bercahaya di sekitar tubuhnya juga di kepalanya.



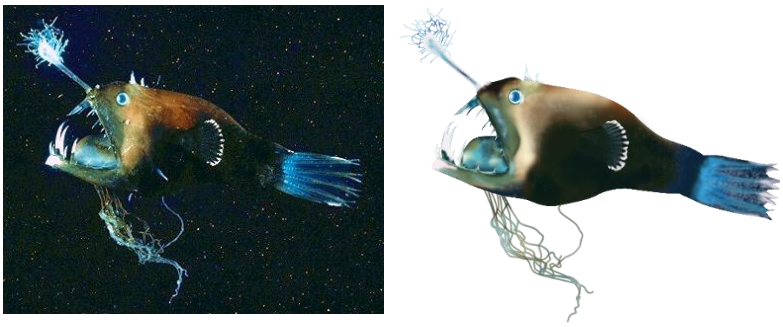
Gambar III.13 Referensi dan Ilustrasi ikan *Viper Sloane*
Sumber: a. http://photos.zoochat.com/large/dscf5166-90488.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

Seperti terlihat dari gambar referensi, ikan *Viper Sloane* memiliki gigi runcing yang keluar dari mulutnya, organ bercahaya pada bagian bawah

tubuhnya dan memiliki lentera bercahaya pada sirip atasnya. Penggambaran ilustrasi ikan *Viper Sloane* disesuaikan dengan referensi tersebut.

4. Netdevil Berpendar (*Linophryne Arborifera*)

   Ikan Natdevil berpendar atau memiliki nama lain *Linophryne Arborifera* memiliki tubuh berwarna hitam. Ikan Natdevil Berpendar memiliki umpan bercahaya pada ujung hidung dan janggut bercabang yang juga bercahaya.



Gambar III.14 Referensi dan Ilustrasi ikan Netdevil Berpendar
Sumber: a. http://animal.memozee.com/Arch08/1412511016.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

Penggambaran ikan Natdevil Berpendar dibuat mirip dengan referensi aslinya namun dengan penggambaran yang lebih sederhana.

5. *Anglerfish* Bungkuk (*Melanocetus Johnsonii*)

   Ikan *Anglerfish* bungkuk memiliki warna *orange* kecoklatan dan berbentuk bulat seperti telur pada bagian depan badannya. Giginya yang runcing dan lentera bercahaya pada kepalanya menjadi ciri khas dari ikan ini.



Gambar III.15 Referensi dan Ilustrasi ikan *Anglerfish* Bungkuk
Sumber: a. https://vignette.wikia.nocookie.net/biodiversity/images/c/ca/-Blackdevil_-_Melanocetus_johnsonii.jpg/revision/latest?cb=20090611003955
b. Dokumen Pribadi (2018)

Seperti terlihat pada referensi, ikan *Anglerfish* Bungkuk memiliki detail kerutan-kerutan pada wajahnya yang pada ilustrasi ini digambarkan lebih sederhana.

6. Football Atlantik (*Himantolophus Groenladicus*)

   Ikan Football Atlantik merupakan salah satu ikan Laut Dalam yang berwarna gelap, memiliki organ bercahaya pada kepala, juga memiliki sirip dan ekor yang bercahaya.



Gambar III.16 Referensi dan Ilustrasi ikan Football Atlantik
Sumber: a. https://www.naturepl.com/cache/pcache/01083127.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

Berdasarkan referensi, ikan Football Atlantik memiliki sirip dan ekor yang bercahaya juga memiliki gigi yang tajam. Penggambaran ilustrasi ikan Football Atlantik didasarkan pada referensi yang ada dengan penyederhanaan.

7. Belut Gulper

   Belut Gulper memiliki bentuk tubuh yang tidak terlalu besar, namun Belut Gulper dapat memiliki mulut yang elastis, mulut Belut Gulper tersebut dapat terbuka dengan sangat lebar untuk memakan mangsa yang hampir seukuran tubuhnya.

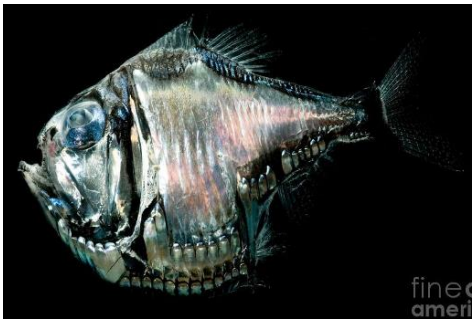



Gambar III.17 Referensi dan Ilustrasi Belut Gulper
Sumber: a. http://segalainfo.com/wp-content/uploads/2013/08/Gulper-Eel-Fish.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

Ilustrasi Belut Gulper digambarkan dengan mulut terbuka untuk menginformasikan ciri khas Belut Gulper yang dapat membuka mulutnya dengan sangat lebar. Digambarkan pula gigi tajam dan pemikat bercahaya pada ekor Belut Gulper

8. *Hatchetfish*

Hatchetfish adalah salah satu ikan Laut Dalam yang memiliki badan ramping dengan mata besar. *Hatchetfish* juga memiliki organ penghasil cahaya di sekitar tubuhnya.




Gambar III.18 Referensi dan Ilustrasi *Hatchetfish*
Sumber: a. https://images.fineartamerica.com/images-medium-large/deep-sea-Hatchetfish-dant-fenolio.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

Ilustrasi *Hatchetfish* digambarkan dengan mata besar yang menonjol seperti pada referensi yang tertera, pada bagian bawah tubuh *Hatchetfish* juga diberi cahaya sesuai dengan ciri khas dari *Hatchetfish*.

9. *Black Dragonfish*

Black Dragonfish atau ikan Naga memiliki bentuk fisik yang panjang dengan mulut bergigi tajam. Untuk menyesuaikan dengan lingkungan yang gelap, ikan ini tidak memiliki sisik berwarna hitam atau cokelat. Ikan Naga juga memiliki organ penghasil cahaya yang berada di sekitar tubuhnya.





Gambar III.19 Referensi dan Ilustrasi Ikan Naga
Sumber: a. https://featuredcreature.com/wp-content/uploads/2014/04/20130526-144210.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

10. *Lizard Fish*

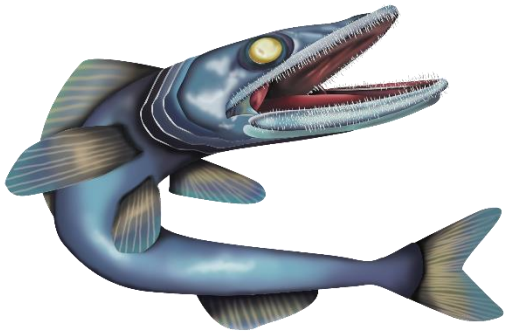
Lizard Fish atau *Bathysaurus Ferox* merupakan salah satu ikan laut dalam yang memiliki bentuk tubuh ramping. Tempurung kepala *Lizard Fish* rata seperti kepala kadal, memiliki mata hijau besar menonjol dan gigi runcing seperti jarum.




Gambar III.20 Referensi *Lizard Fish*

Sumber: a. http://3.bp.blogspot.com/-YqYZSLzWLf8/UNPFFEafeHI/AAAAAAAAGAg/nBKlQIzqUzQ/s1600/bathysaurus.jpg
b. https://media.mnn.com/assets/images/2017/06/lizard-fish.jpg.653x0_q80_crop-smart.jpg

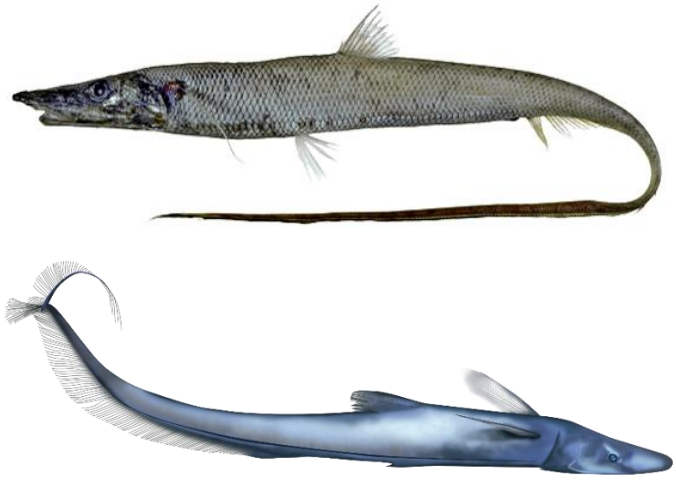
Seperti terlihat pada referensi di atas maka penggambaran ilustrasi *Lizard Fish* dibuat dengan mulut terbuka untuk memperlihatkan gigi tajamnya, juga dibuat mata berwarna hijau menonjol yang menjadi ciri khas *Lizard Fish*.



Gambar III.21 Ilustrasi *Lizard Fish*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

11. Abyssal *Halosaur*

Ikan *Halosaur* berwarna biru keperakan dengan bentuk tubuh yang panjang dan ekor meruncing. Ikan *Halosaur* juga memiliki bentuk kepala yang memanjang pada bagian hidung.



Gambar III.22 Referensi dan Ilustrasi Abyssal *Halosaur*
Sumber: a. http://fishesofaustralia.net.au/Images/Image/HalosaurPectoralCSIR-O.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

12. Snailfish

Kepala dari *Snailfish* ini terlihat besar dan tubuhnya meruncing sampai ke ekor. *Snailfish* juga memiliki dua sirip yang terlihat seperti sayap pada kedua bagian depan badannya.



Gambar III.23 Referensi dan Ilustrasi *Snailfish*
Sumber: a. https://news.nationalgeographic.com/content/dam/news/photos/000/275/27566.jpg
b. Dokumen Pribadi (2018)

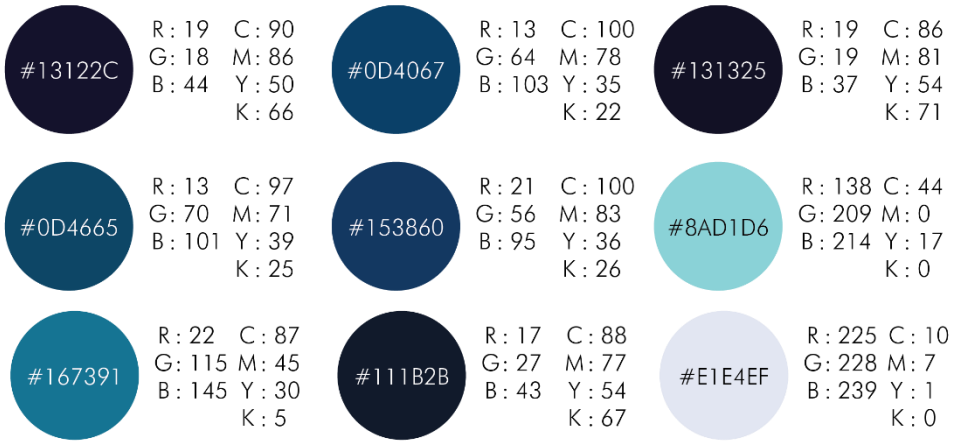
Penggambaran *Snailfish* dibuat lebih sederhana namun tetap memperlihatkan bagian-bagian dan ciri khas dari *Snailfish* seperti badannya yang meruncing hingga ke ekor dan kedua siripnya yang terlihat seperti sayap.

III.3.5 Warna

Menurut Haidar (dalam Falashifa, 2013: h. 39) warna merupakan sebuah spektrum tertentu yang terdapat dalam suatu cahaya sempurna dimana cahaya tersebut berwarna putih. Warna merupakan salah satu elemen yang penting dalam sebuah desain. Warna dapat membantu untuk menyampaikan pesan dan juga menampilkan kesan tertentu dalam sebuah desain (Anggraini & Nathalia, 2014: h.37). Oleh karenanya, pemilihan warna-warna dalam perancangan ini didasarkan pada kesan dan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran. Berikut warna-warna yang digunakan dalam perancangan ini:

1. Biru

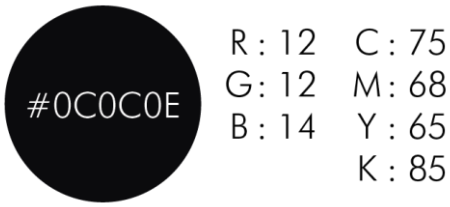
   Warna biru karena warna biru identik dengan laut. Berikut adalah skema warna yang digunakan:



Gambar III.24 Skema Warna Biru
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

2. Hitam

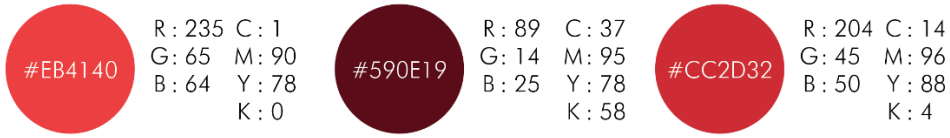
Warna hitam digunakan untuk menggambarkan kesan Laut Dalam yang gelap juga untuk menggambarkan kedalaman laut yang semakin dalam



Gambar III.25 Skema Warna Hitam
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

3. Merah

Warna merah digunakan pada kartu serangan. Warna merah dipilih karena memberikan kesan ancaman, dimana kartu serangan sendiri merupakan ancaman bagi para pemain *boardgame* Petualangan Laut Dalam. Berikut skema warna yang digunakan:



Gambar III.26 Skema Warna Merah
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)