BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, khalayak merupakan suatu kelompok dalam tatanan masyarakat tertentu yang dijadikan sasaran komunikasi, sedangkan sasaran merupakan sesuatu yang diprioritaskan atau ditargetkan. Setelah analisa dan solusi perancangan telah didapatkan, maka harus ditentukan khalayak sasaran guna menentukan konsep perancangan yang disesuaiakan dengan demografis kelompok sasaran, geografis, psikografis, *consumer journey* beserta *consumer insight*nya agar dapat menyampaikan informasi lebih efektif dan dapat diterima dengan tepat sasaran yang sesuai dengan harapan komunikator. Dongeng berbentuk fabel adalah karya sastra yang ditujukan untuk anak usia dini, adapun kategori dari target audiens yang dituju adalah:

- **Demografis Kelompok Sasaran**
  - Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan.
  - Usia : 4 - 7 tahun.
  - Tahapan Perkembangan : Usia dini (*early childhood*).
  - Pendidikan: Kelompok bermain (PAUD dan TK) sampai SD kelas 1 dan kelas 2.

  Pemilihan kelompok sasaran untuk perancangan ini adalah anak usia dini, periode *fase sense of initiative* berlangsung pada anak usia 4 – 7 tahun, pada umur ini timbul banyak pertanyaan dari anak tentang apa yang dilihat, dirasakan, dan didengarnya, maka harus diarahkan oleh orang tua agar anak mampu mengembangkan kreatifitas dalam bidang yang disukainya sehingga dapat produktif (Helm & Turner, 1993, h.64). Dalam kategori pendidikan PAUD sampai dengan sekolah dasar awal, karena pada awal perkembangannya anak-anak lebih tertarik dengan cerita binatang yang bersifat jenaka.

- **Demografis Target Pasar**
  - Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan.
  - Usia : 20 - 40 tahun.
  - Tahapan Perkembangan : Dewasa awal

- Pendidikan : SMA dan Perguruan Tinggi.
- Status Sosial : Menengah ke atas.

Pemilihan target pasar untuk perancangan ini adalah orang tua yang telah mempunyai anak usia dini sebagai target sekunder yang berkontirbusi dalam menyampaikan dongeng kepada anaknya, supaya anaknya lebih mudah mencerna amanat dalam dongeng. Selain itu orang tua adalah seseorang yang menyediakan kebutuhan edukasi untuk anaknya, salah satunya adalah menyediakan buku cerita bergambar untuk anak. Penjualan media yang dirancang ternilai mahal karena biaya produksi yang besar, maka ditentukanlah status sosial menegah keatas untuk target pasar.

- **Geografis**
  - Wilayah : Indonesia
  - Iklim: Tropis
  - Luas: 1,905.000 km²

  Berdasarkan geografis, perancangan ini mencakup kelompok sasaran pada anak-anak dan orang tua sebagai kelompok sasaran di seluruh Indonesia karena selain masyarakat Cianjur masyarakat dari daerah lain juga dapat mengetahui keberadaan dongeng ini yang sarat akan amanat dan hiburan, beserta penggambaran keberadaan situs sejarah yang ada di Cianjur sehingga masyarakat dapat mengetahuinya.

- **Psikografis Kelompok Sasaran**

  Anak-anak usia dini yang berusia 4 – 7 tahun yang sedang dalam tahap perkembangan kepribadian, tertarik dengan hal-hal baru yang dialami, didengar, maupun dilihatnya. Menurut Kartono (1986) bahwa anak-anak pada umur 4 – 7 tahun memiliki ciri khas sebagai berikut:
  - Memiliki imajinasi yang aktif dan memiliki rasa keingintahuan yang sangat besar terhadap segala sesuatu yang dilihat dan didengar di sekitarnya, dan langung mempertanyakan pada orang-orang disekitarnya.
  - Senang melakukan berbagai hal yang menghibur dan memiliki sikap antusias terhadap segala sesuatu.
  - Sering menceritakan segala sesuatu yang telah dialami kepada orang lain.

- Senang jika mendapat pujian maupun pengakuan, maka dari itu anak-anak sering mencari perhatian orang dewasa.
- Mencontoh segala sesuatu yang orang tua atau temannya lakukan (h.113).

- **Psikografis Target Pasar**

  Orang tua yang telah memiliki anak usia 4 – 7 tahun yang mengetahui manfaat kegiatan mendongeng untuk anaknya, berkeinginan menyampaikan pesan moral dari amanat yang terkandung dalam dongeng dapat dipahami dan diterapkan oleh anaknya memalui media certa dongeng yang menghibur sekaligus ingin menanamkan minat membaca pada anak. Ciri-ciri umum pada dewasa awal adalah bentuk kreatifitas yang diandasi pada minat dan kemampuan yang kemudian disalurkan pada perkerjaan dan hobi, memiliki keinginan dan kegiatan yang dapat memberikan kepuasan (Hurlock, 1996).

- ***Consumer Insight***

  Consumer insight merupakan sebuah upaya untuk mencari tahu dan memahami keinginan, perilaku, dan pemikiran kelompok sasaran dan target pasar secara menyeluruh, tentang perilaku, pola pikir, pebuatan yang ada hubungannya dengan produk (Maulana, 2009, h.99). Bagi anak-anak selaku kelompok sasaran lebih menyukai visual yang menarik perhatian, menyukai kegiatan mendongeng, menyukai buku bergambar, menyukai cerita tentang binatang, dan gemar membaca. Sedangkan consumer insight bagi target pasar adalah orang tua yang ingin membudayakan kegiatan mendongeng, selain untuk menghibur anak dan sebagai supaya lebih menambah kedekatan antara orang tua dan anaknya yang biasanya dilakukan ketika anaknya menjelang tidur.

- ***Consumer Journey***

  Consumer Journey dilakukan untuk memahami keadaan target audiens secara mendalam, untuk memudahkan untuk menentukan cara penyampaian yang dapat potensial untuk mempengaruhi khalayak. Dengan mengetahui keseharian dan interaksi target audiens didapat cara penyampaian dengan tepat.

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

Waktu	**Aktifitas**	**Titik**
05:00	Bangun tidur, Sholat	Kasur, Bantal, Handuk.
06:00	Membereskan Kamar, Mandi	Baju, Kasur, Selimut, Handuk, Sikat gigi, Sabun, Sampo, Alat sholat
07:00	Sarapan	Piring, Kulkas, Televisi, Jam dinding.
07:30	Berangkat sekolah	Tas, Sepatu, Kendaraan pribadi, Kendaraan umum, Sepeda.
08:00	Kegiatan di sekolah	Tas, Buku tulis, Pensil, Gantungan Kunci, Pulpen, Tempat pensil.
09:30	Istirahat	Tumbler, Tempat makan.
10:00	Kegiatan di sekolah	Tas, Buku tulis, Pensil, Gantungan Kunci, Pulpen, Tempat pensil.
12:00	Pulang sekolah	Kendaraan pribadi, Kendaraan umum, Sepeda.
13:00	Istirahat, Sholat, Makan siang, Bermain, Tidur siang, Menonton televisi.	Kaos, Piring, Mainan, Televisi, Boneka, Tempat tidur, Buku.
16:00	Mandi, Sholat	Handuk, Sikat gigi, Sabun, Sampo, Alat sholat.
18:00	Sholat, Makan malam	Alat sholat. Piring, Kulkas,

19:00	Waktu bersama keluarga, Belajar dirumah, Sholat.	Buku, Alat sholat, Pensil, Pulpen, Tas, Mainan.
20:30	Waktu mendongeng, tidur.	Buku cerita, Baju tidur, Tempat Tidur, Bantal, Selimut.

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa anak usia dini lebih cenderung menghabiskan waktunya di sekolah dan di rumah, berinteraksi dan beraktifitas dengan orang-orang disekitarnya. Benda-benda yang dipakai dan ditemui sehari-hari dapat menjadi media pengingat sebuah informasi yang ingin disampaikan.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sebuah rancana dalam sebuah kegiatan dengan tujuan sasaran yang khusus. Strategi perancangan dalam hal ini merupakan rangkaian konsep yang bertujuan untuk menyampaikan informasi pada kelompok sasaran yang dituju agar pesan yang akan disampaikan dapat mudah diterima dengan baik. Strategi perancangan yang akan dibuat bertujuan untuk menyelesaikan masalah tentang pengembangan media atau mengangkat kembali dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih, maka dibuatlah buku cerita bergambar yang bertujuan untuk media hiburan sekaligus mengenalkan sikap baik dan buruk dari amanat-amanat yang terkandung dalam dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih agar lebih efektif dan mudah dipahami, sehingga dapat menarik perhatian anak-anak untuk menyimak maupun membacanya, sekaligus melestarikan dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih.

Maka dari itu anak-anak usia dini dijadikan target audiens, sedangkan orang tua yang memiliki anak dalam rentan usia 4 – 7 tahun menjadi target pemasarannya, karena peranan orang tua adalah penyedia kebutuhan anaknya yang dalam usia dini, orang tua juga berperan aktif dalam kegiatan mendongeng agar anak mampu dengan mudah mencerna amanat-amanat yang terkadung dalam dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih dan menimbulkan kedekatan emosi dan interaksi antara orangtua dan anaknya.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menurut Liliweri (2003) “komunikasi adalah pengalihan atau penyampaian pesan dari suatu sumber ke penerima untuk dapat dipahami” (h.21). Tujuan komunikasi dari perancangan ini bersifat informatif, selain bertujuan untuk menyampaikan hiburan pada anak melalui alur cerita dongeng, juga untuk menyampaikan amanat-amanat dalam dongeng fabel yang bersifat persuasif dan edukatif, serta memberitahukan keberadaan situs sejarah *Pangguyangan* Badak Putih di Cianjur melalui media buku. Juga bertujuan untuk memfasilitasi orang tua untuk menceritakan dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih kepada anaknya. Pesan yang disampaikan bertujuan mengajak serta memperkenalkan maksud dari dongeng. Adapun amanat yang terkandung dalam dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih yaitu membantu satu sama lain tanpa pamrih, mengajarkan untuk tidak egois dan serakah, menyesuaikan diri dengan fenomena alam, dan mengajarkan bahwa tidak selamanya yang kuat bisa bertahan dan ada saatnya jatuh dan tak berdaya.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan Komunikasi dilakukan dengan melakukan pendekatan visual dan verbal yang disesuaikan dengan target audiens kelompok sasaran.

1. Pendekatan Visual

   Dalam perancangan dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih mengangkat keseluruhan alur cerita dongengnya, seluruh objek visual yang meliputi karakter, latar tempat, latar waktu dan benda-benda dalam dongeng ini dibuat mewakili seluruh adegan dalam ceritanya dan disesuaikan dengan segmentasi anak usia dini. Digambarkan dengan gaya kartun yang menggunakan teknik penggambaran *digital painting* sehingga dapat menarik perhatian anak. Menggunakan komposisi warna-warna yang cerah agar visual dapat dengan mudah dipahami dan memberikan kesan yang ceria untuk anak, keseluruhan objek visual dipadukan dengan tujuan agar target audiens memahami pesan yang disampaikan dan bertujuan untuk menghibur. Visual dalam perancangan ini berfungsi menjelaskan

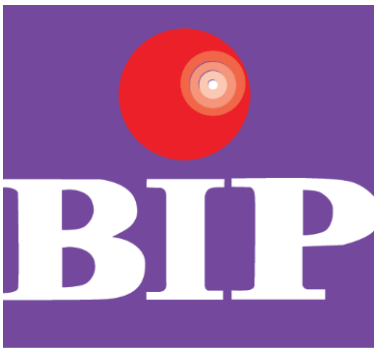
atau menggambarkan keadaan yang ada pada narasi maupun dialog dalam cerita agar alur cerita mudah dipahami.

2. Pendekatan Verbal

   Menurut Kusrianto (2007) verbal atau lisan merupakan proses komunikasi dengan cara berbicara antara satu sama lain (h.2). Pendekatan verbal dalam perancangan dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih ini menggunakan bahasa Indonesia yang tidak terlalu formal karena tujuan utamanya adalah penyampaian pesan kepada anak-anak, maka dari itu bahasa yang digunakan tidak menggunakan kosa kata yang asing bagi anak agar mudah dipahami. Bentuk pesan yang disampaikan pada media informasi ini adalah alur cerita dongeng fabel yang menceritakan setiap adegan melalui narasi dan dialog yang terjadi antara tokoh-tokoh dalam cerita dengan cara penyampaian *story telling*, menggunakan majas antropomorfisme seperti tokoh binatang yang memiliki sifat dan watak layaknya manusia. Selain itu setiap pesan dalam media informasi ini dibuat untuk memperkuat makna visual yang berbentuk ilustrasi.

III.2.3 *Mandatory*

Menurut Kusrianto (2007) "*Mandatory* merupakan produsen atau distributor" (h. 327). *Mandatory* adalah lembaga yang memiliki peran sebagai pihak yang memberi mandat, karena distribusi, promosi, hingga publikasi akan didukung oleh lembaga tersebut. Pihak yang menjadi *mandatory* dalam perancangan buku cerita bergambar dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih ini adalah Penerbit Bhuana Ilmu Populer (BIP), merupakan salah satu lembaga penerbit yang berada dibawah Kompas Gramedia yang berfokus pada penerbitan buku anak, buku cerita bergambar, buku dongeng, edukomik, novel, dan buku aktivitas untuk anak dan balita. Penerbit Bhuana Ilmu Populer dipilih karena media perancangan yang berbentuk buku dongeng sesuai dengan buku-buku terbitan Penerbit Bhuana Ilmu Populer yang dominan menerbitkan buku anak.



Gambar III.1 Logo Penerbit Bhuana Ilmu Populer
Sumber: http://www.penerbitbip.id/
(Akses tanggal 10/06/2018)

Karena Penerbit Bhuana Ilmu Populer (BIP) bekerja sama dengan toko buku Gramedia, maka buku-buku yang dibuat oleh penerbit Bhuana Ilmu Populer diterbitklan oleh Gramedia. Gramedia merupakan toko buku terbesar di Indonesia, menjual buku yang beragam, diantaranya menyediakan buku katerori anak berupa buku dongeng dan buku aktifitas anak.



Gambar III.2 Logo Gramedia
Sumber: https://megapolitan.kompas.com/read/2017/08/28/12014661/gramedia
(Akses tanggal 11/06/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Buku dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih ini selain untuk menghibur melalui cerita dongeng hewannya, juga berisikan amanat mengenai pembelajaran nilai moral serta budi mengenai membantu satu sama lain, mengajarkan bahwa tidak selamanya yang kuat dan berkuasa bisa bertahan pada semua kondisi alam, tidak egois dan serakah, dan mengutamakan kepentingan bersama melalui sebuah cerita dongeng fabel yang terinspirasi dari keberadaan sebuah situs sejarah di Cianjur. Amanat mengenai nilai-nilai positif inilah yang ingin disampaikan pada penerima pesan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan pemilihan kata-kata seorang penulis atau pengarang dalam karangannya yang menciptakan perasaan tertentu karena menggambarkan suasana, tempat, benda-benda, atau keadaan tertentu (Achmadi, 1988, h.155). Dalam perancangan ini gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa *story telling* yang bersifat naratif, *story telling* merupakan teknik penyampaian sebuah alur cerita yang menggunakan sudut pandang orang ketiga. Menyampaikan secara lugas agar anak-anak mampu menyimak dan memahami cerita melalui teks dan gambar ilustrasinya maupun penuturan cerita oleh orang tua secara langsung. Bahasa yang digunakan disesuaikan dengan kelompok sasaran yaitu anak-anak, menggunakan gaya bahasa Indonesia sehari-hari yang tidak baku agar lebih akrab, tidak terkesan kaku, dan lebih komunikatif sehingga mempermudah penyampaian pesan terhadap anak-anak.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan upaya menyampaikan informasi kepada kelompok sasaran menggunakan solusi kreatif yang terstruktur agar menarik dan tersampaikan dengan baik. Tampilan desain tidak cukup hanya indah dilihat, sebuah desain harus memiliki konsep visual yang kaya dan mengacu pada isi pesan yang akan disampaikan (Arthur, 2009, h.12). Sebaliknya, audiens akan mengabaikannya jika konsep visualnya miskin.

Dalam hal ini disusunlah suatu konsep kreatif untuk mengemas informasi tentang cerita dari dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih beserta nilai moral yang ditujukan untuk hiburan sekaligus pembelajaran budi pekerti bagi kelompok sasaran kedalam sebuah media yang lebih menarik yaitu buku cerita bergambar. Konsep kreatif disesuaikan dengan kelompok sasaran yaitu anak-anak, mulai dari konsep visualisasi tokoh dan latar yang memiliki kesan lucu, penuh warna, penggambaran peristiwa dalam cerita dibuat mampu mewakili alur cerita sehingga mudah dipahami dan merangsang imajinasi anak, *layout* buku dibuat dinamis dan tidak kaku supaya anak tidak mudah bosan. Kemudian material dan pengemasan media buku dibuat dalam bentuk yang nyaman dan ramah digunakan bagi anak dan orang tua yang berperan aktif dalam kegiatan mendongeng.

- ***Copywriting***

  Copywriting adalah kemampuan untuk mengolah kata sehingga tercipta tulisan yang baik agar dapat dipahami dan menarik perhatian khalayak sehingga pesan dapat tersampaikan secara efektif. *Copywriting* adalah tulisan atau rangkaian kata-kata yang dapat mempengaruhi pembacanya untuk berbuat sesuai dengan apa yang dituliskan (Agustrijanto, 2006). *Copywriting* yang digunakan dalam perancangan ini berupa *tagline* yang bertuliskan "Kisah Fiksi tentang Situs *Pangguyangan* Badak Putih", yaitu kalimat singkat yang menyimpulkan isi dari pesan yang akan disampaikan.

- ***Storyline***

  Storyline merupakan deretan kejadian dalam sebuaj cerita dari kronologi awal hingga akhir. *Storyline* memisahkan beberapa hal yang terjadi dalam cerita menjadi urutan yang teratur sesuai alur cerita yang telah terbagi menjadi beberapa halaman buku. Adapun *Storyline* dibuat sebagai berikut.

  - *Scene* 1

    Pada zaman dahulu, daerah Cianjur masih berbentuk hutan belantara yang menjadi tempat tinggal para binatang. Saat itu terjadi musim kemarau panjang yang membuat kekeringan dimana-mana dan cuaca yang sangat panas.

  - *Scene* 2

    Karena kemarau itu, air yang ada di sungai menjadi surut dan kering, para binatang sangat sengsara karena tidak ada air untuk diminum, dan tidak bisa mandi di sungai seperti biasanya.

  - *Scene* 3

    Di suatu tempat di dalam hutan ada seekor harimau yang tergeletak tidak berdaya.

  - *Scene* 4

    Lalu datanglah seekor monyet dan seekor kancil menghampiri harimau, monyet dan kancil merasa heran karena harimau meminta tolong.

- *Scene* 5

  Melihat harimau tidak berdaya, tanpa takut sedikitpun monyet menaiki kepala harimau, harimau tidak sanggup untuk melawan sedikitpun.

- *Scene* 6

  Monyet jongkok di kepala harimau, kemudian monyet memberi harimau kentut dari pantatnya.

- *Scene* 7

  Harimau meminta ampun pada monyet untuk tidak menjahilinya lagi, harimau berjanji untuk tidak memangsa bangsa monyet dan kancil lagi jika monyet dan kancil memberinya air untuk diminum. Monyet dan kancil sepakat untuk mengambilkan pisang emas dan kelapa hijau sekaligus memberitahu tempat sumber mata air yang airnya tidak surut oleh kemarau.

- *Scene* 8

  Monyet pergi ke pepohonan di dalam hutan untuk mencari pisang emas dan kelapa hijau untuk harimau.

- *Scene* 9

  Tidak lama kemudian monyet kembali sambil membawa beberapa pisang emas dan sebuah kelapa hijau. Monyet menyuruh harimau untuk membuka sendiri kelapa hijau dengan taring dan cakar yang tajam.

- *Scene* 10

  Kelapa hijau pemberian monyet dibuka dengan cara digigit dan disobek cangkangnya. Kemudian harimau meminum air kelapa dengan cepat karena harimau sangat kehausan.

- *Scene* 11

  Seketika harimau berdiri sambil meraung.

- *Scene* 12

  Harimau berterimakasih pada monyet dan kancil yang telah memberikan makanan dan minuman. Kemudian harimau memakan lima buah pisang

emas pemberian monyet. Monyet memberitahukan tempat sumber mata air yang tidak pernah surut oleh kemarau dan memberikan saran untuk meminta izin terlebih dahulu kepada Eyang Gajah Panambur jika ingin memanfaatkan sumber mata air itu karena gerombolan badak putih telah menguasai sumber mata air tersebut, dengan bantuan Eyang Gajah Panambur mungkin dapat mengusir para badak putih itu karena badak putih itu dulu pernah ditaklukan oleh Eyang Gajah Panambur.

- *Scene* 13

  Mendengar hal itu dari monyet, harimau langsung memperlihatkan sifat pemarah dan pemberaninya. Harimau merasa dirinya tidak takut untuk melawan para badak putih yang menguasai sumber mata air itu, namun kancil tidak menyarankan harimau untuk melawan para badak putih.

- *Scene* 14

  Kemudian harimau memutuskan untuk bertemu Eyang Gajah Panambur terlebih dahulu, seketika harimau pergi meninggalkan monyet dan kancil.

- *Scene* 15

  Singkat cerita, harimau menemui Eyang Gajah Panambur dan meminta bantuannya untuk mengusir para badak putih dari sumber mata air yang telah diceritakan oleh monyet.

- *Scene* 16

  Ketika itu monyet dan kancil mengobrol sambil menghabiskan pisang emas yang disisakan harimau sambil membicarakan keberadaan badak putih dan sumber mata air yang tidak pernah surut itu.

- *Scene* 17

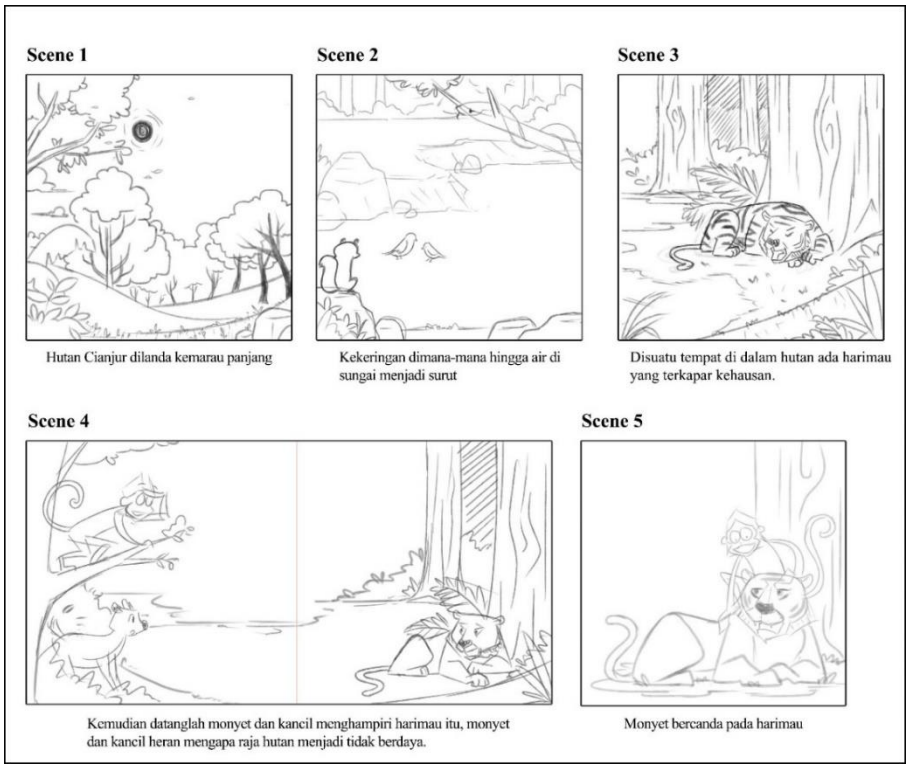
  Singkat cerita, dengan bantuan Eyang Gajah Panambur, akhirnya dapat mengusir para badak putih yang menguasai sumber mata air itu, kini semua binatang dapat memanfaatkan airnya lagi seperti biasanya, walaupun sedang musim kemarau, para binatang masih bisa mendapatkan air dari sumber mata air ini.

- *Scene* 18

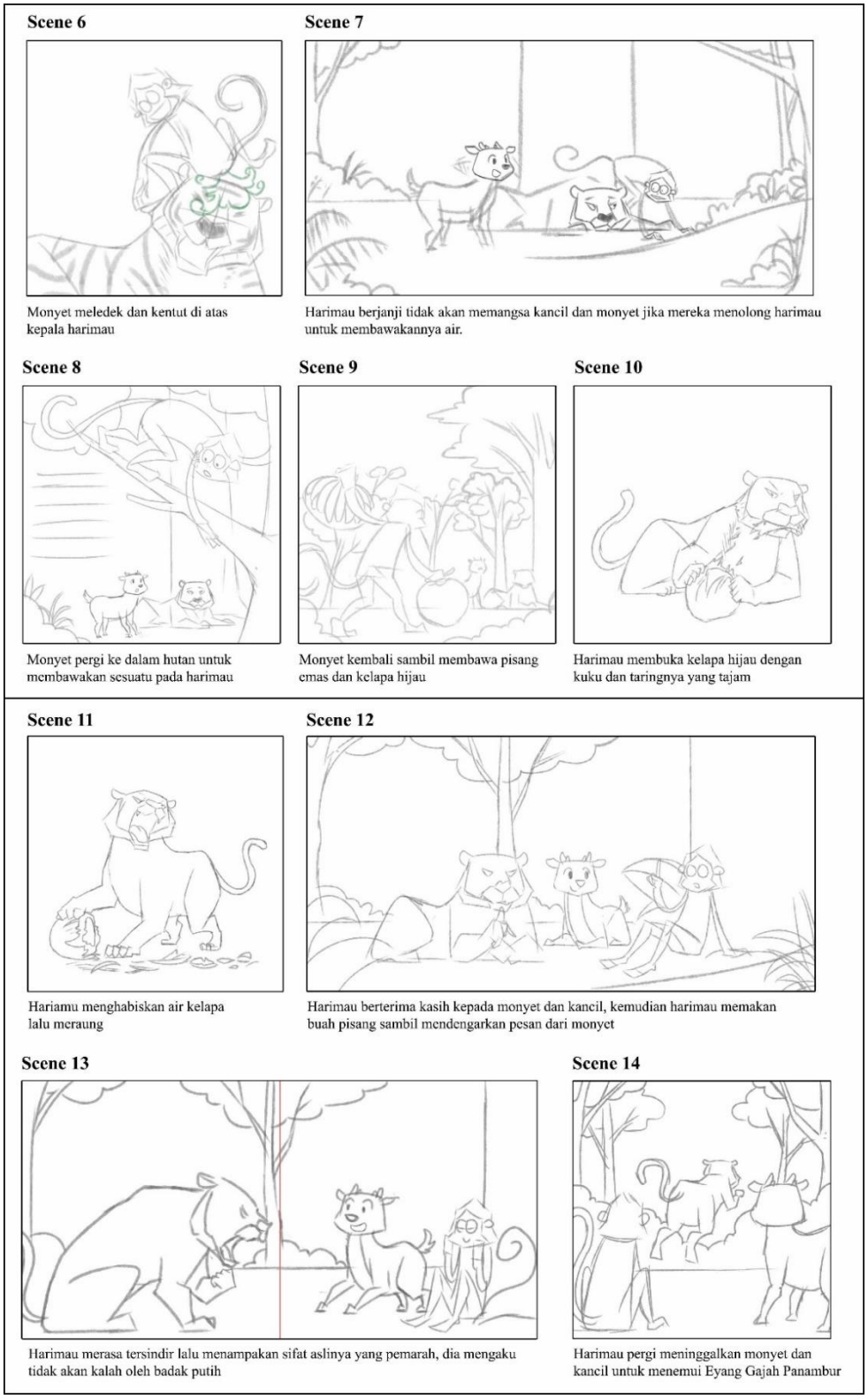
  Dari dulu sampai sekarang, sumber mata air yang terletak diantara alun-alun Cianjur dan gedung Pegadaian itu masih ada, kemudian dibuatkanlah pagar disekitarnya, dan hingga kini dikenal dengan nama Situs *Pangguyangan* Badak Putih.

- ***Storyboard***

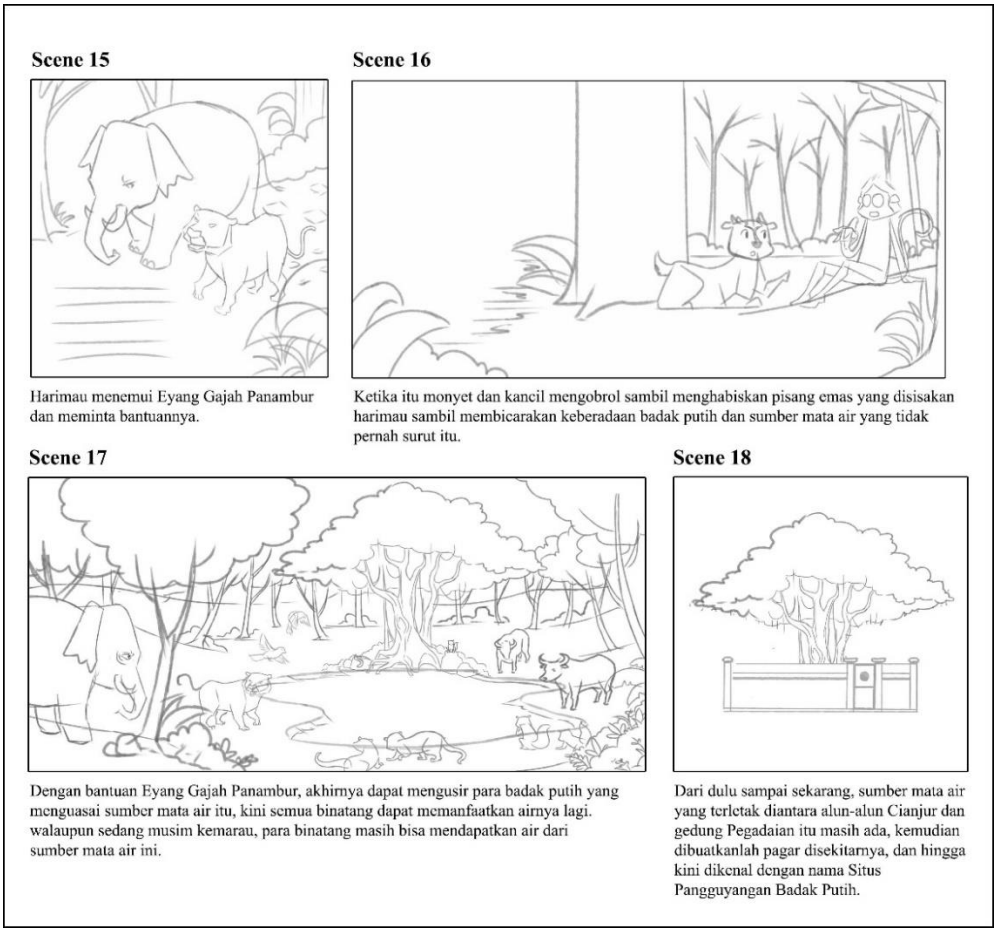
  Konten yang ada pada *storyline* kemudian dituangkan kedalam bentuk visual berbentuk sketsa. *Storyboard* berfungsi sebagai acuan dalam penggambaran dari awal cerita hingga akhir yang dicantumkan dalam setiap *scene* atau babak, karena *storyboard* berisi konsep yang akan ditampilkan seperti penggambaran karakter, gestur, ekspresi, latar waktu dan tempat, dan objek yang berkaitan, berikut merupakan salah satu sketsa dari *storyboard.*



Gambar III.3 *Storyboard Scene* 1 sampai 5
Sumber: Dokumen pribadi (2018)



Gambar III.4 *Storyboard Scene* 6 sampai 14
Sumber: Dokumen pribadi (2018)



Gambar III.5 *Storyboard Scene* 15 sampai 18
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.2.7 Visualisasi

Sebuah visualisasi haruslah memiliki kemiripan yang menunjukan rupa dari objek yang direpresentasikannya. Gambar atau ilustrasi berperan mendukung pesan atau narasi cerita agar dapat mudah dicerna alur ceritanya, sebaliknya, narasi atau teks mempresentasikan adegan dalam gambar atau ilustrasi. Mengingat kelompok sasaran perancangan ini adalah anak usia 4 – 7 tahun maka gaya visual yang digunakan adalah kartun dengan penggambaran gestur, latar, dan objek yang sederhana agar semua bentuk visual mudah dipahami anak-anak. Visualisasi bertemakan suasana hutan maka warna yang digunakan bernuansa alam, visual karakter hewan dan elemen alam menjadi fokus utama dalam visualisasi perancangan ini.



Gambar III.6 Visualisasi Dongeng Fabel *Pangguyangan* Badak Putih
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.2.8 Strategi Media

Media adalah sarana untuk digunakan komunikan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak (Cangara, 2006, h.119). Pemanfaatan media merupakan alat atau sarana dan menjadi solusi untuk menyampaikan pesan menjadi hal utama dalam perancangan ini, pemilihan strategi media harus sesuai dengan target kelompok sasaran dan berdasarkan dengan *insight* anak-anak agar dapat menarik perhatian dan dapat diterima dengan mudah. Strategi media dalam perancangan ini adalah buku cerita bergambar yang mengemas cerita dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih. Adapun strategi media dibagi kedalam media utama dan media pendukung.

1. **Media Utama**

   Media utama merupakan media yang berperan sebagai strategi utama dalam proses menyampaikan pesan serta tujuan yang ingin dicapai kepada kelompok sasaran. Penyampaian informasi cerita dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih dirancang menggunakan media utama berupa buku cerita bergambar. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, buku merupakan sekumpulan kertas yang berisi tulisan atau gambar yang dijilid, berisikan informasi atau pesan yang ingin disampaikan kepada komunikator kepada komunikan. Sedangkan buku cerita bergambar adalah buku yang

alur ceritanya dilengkapi atau diperkuat dengan ilustrasi untuk memudahkan pembaca memahami sebuah situasi dalam cerita.

Pemilihan media ini disesuaikan dengan kelompok sasaran yang tertarik pada visual yang menggambarkan sebuah alur cerita tentang kehidupan binatang, dengan menampilkan ilustrasi cerita akan menimbulkan kesan yang menyenangkan bagi anak, karena anak-anak dapat mudah memahami peristiwa yang terjadi dalam cerita dongeng serta dapat mendorong anak untuk berimajinasi. Selain itu pengetahuan tentang binatang, bagaimana wujud dan karakteristiknya dapat diketahui dari ilustrasi yang telah dirancang. Alasan lainnya karena adanya budaya mendongeng yang biasanya dilakukan orang tua pada anaknya sebelum tidur, media buku cerita bergambar ini dapat menjadi media yang memfasilitasi kegiatan mendongeng. Menurut Rothlein (1991) "dengan sarana buku bergambar, anak-anak akan dapat memahami dan memperkaya pengalaman melalui alur cerita" (h.90).

2. Media Pendukung

Media pendukung merupakan media sekunder yang beperan untuk membantu media utama dalam memperkenalkan, mengingatkan, dan mempromosikan media informasi yang dirancang kepada khalayak sasaran sehingga dapat mempermudah penyampaian informasi. Beberapa media pendukung untuk buku cerita bergambar ini diantaranya:

- Media Cetak Promosi

  Media cetak promosi merupakan media yang berperan dalam proses promosi mengenai publikasi atau peredaran perancangan buku cerita bergambar ini yang bersifat mengajak konsumen.

  - *X-Banner*

    Digunakan untuk mempertegas keberadaan buku yang di *display* di area komersil pada saat acara *launching* buku berlangsung. Dipajang di sebuah toko buku, berperan untuk menarik perhatian konsumen.

- Poster

  Poster digunakan sebagai promosi komersil berisikan pesan singkat mengenai diterbitkannya buku cerita bergambar, berperan mengajak khalayak sasaran untuk mencari buku ini, media poster ini digunakan selama promosi dan saat acara *launching* buku berlangsung.

- Brosur

  Brosur merupakan salah satu media promosi yang didalamnya memuat lebih banyak informasi untuk dibaca dibandingkan dengan poster maupun *x-banner*. Brosur ini akan dibagikan pada saat masa promosi kepada pengunjung toko buku yang membawa anaknya yang termasuk kedalam kategori anak usia dini.

- Media *Online*

  Media *online* digunakan sebagai sarana untuk penyebaran informasi yang mengandalkan jaringan internet, media sosial yang dimaksud meliputi media sosial yang sering digunakan khalayak target pasar antara lain *instagram* dan *facebook* yang memuat konten informasi dan promosi mengenai launcing buku cerita bergambar ini sebelum *launching* dan selama masa penjualan berlangsung, juga sebagai media yang akan menjual media utama dan beberapa *merchandise* secara online.

- Tahap Pengingat

  Media pendukung yang berperan sebagai pengingat bagi media utama, menggunakan media-media yang dekat dengan keseharian khalayak sasaran yang dilihat dari *consumer journey* sehingga khalayak sasaran bisa dapat mengingat. Media berupa *merchandise* didapatkan dengan ketentuan khusus, dan media berupa *gimmick* akan diberikan secara gratis saat pembelian media utama, beberapa media pengingat diantaranya :

- Buku Mewarnai

  Buku mewarnai seri dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih sebagai sarana untuk lebih mengenal karakteristik hewan, selain anak-anak menyukai kegiatan mewarnai, juga dapat mengembangkan kreatifitas anak.

- Krayon

  Krayon sebagai alat mewarnai yang digemari anak karena mudah digunakan dalam mewarnai gambar dan aman bagi anak, juga sebagai alat pelengkap buku mewarnai yang dipromosikan.

- Tumbler

  Tumbler (tempat minum) sebagai tempat minum yang sering dibawa anak-anak ke sekolah maupun saat aktifitas diluar sekolah.

- *Tote Bag*

  Tote Bag dipilih karena akan digunakan pembeli sebagai tempat untuk membawa media utama beserta krayon dan buku mewarnai yang sudah termasuk paket pembelian di toko buku.

- Kaos

  Kaos dapat dikenakan untuk keseharian, visual yang tertera di kaos dapat menanamkan ingatan kepada khalayak banyak ketika seseorang menggunakan kaos tersebut.

Beberapa media pendukung yang dikategorikan ke dalam *gimmick* akan diberikan secara gratis ketika membeli media utama.

- Stiker

  Merupakan media yang dapat diaplikasikan dimanapun, biasanya ditempelkan pada benda kesukaan atau benda yang khalayak gunakan sehari-hari.

- Gantungan Kunci

  Media ini dapat digunakan sebagai hiasan di tas, kunci rumah, dan tempat lainnya, sehingga dapat menjadi media pengingat yang mudah untuk ditemukan di aktifitas sehari-hari khalayak sasaran.

- Pembatas Buku

  Sebagai pendukung dalam kegiatan membaca buku, penbatas buku dapat digunakan sebagai pemberi tanda di halaman tertentu.

III.2.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Setelah media telah dirancang maka dilanjutkan dengan kegiatan distribusi yang berfungsi untuk menyalurkan media sehingga sampai pada tangan khalayak sasaran. Melalui peran penerbit, buku cerita dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih ini akan di distribusikan ke toko buku Gramedia di daerah perkotaan seluruh Indonesia yang dominan dihuni oleh khalayak dengan status sosial menengah keatas karena sesuai dengan target pasar buku ini.

Distribusi atau penyebaran buku dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih ini dilakukan pada saat liburan sekolah yang biasanya jatuh pada pertengahan bulan juni, sedangkan *launhcing* buku ini jatuh pada tanggal 9 Juni 2019 karena kemungkinan anak-anak mengisi waktu liburannya dengan berkunjung ke toko-toko buku bersama orangtuanya. Buku dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih dan buku mewarnai seri *Pangguyangan* Badak Putih akan ditempatkan di rak buku yang tergolong dalam kategori buku anak dan dijual dengan harga Rp.110.000 untuk buku dongeng dan Rp 25.000 untuk buku mewarnai. Sedangkan untuk *tote bag* ditempatkan di rak kategori souvenir dijual dengan harga Rp. 50.000, dan krayon seri *Pangguyangan* Badak Putih ditempatkan di rak kategori alat tulis dijual dengan harga Rp. 40.000. Tersedia juga paket istimewa yang berisi keempat barnag tersebut yang dijual dengan harga Rp. 200.000

Berikut adalah strategi distribusi media utama beserta media pendukung berupa tabel jadwal distribusi, adapun waktu-waktu yang telah diatur dalam jadwal distribusi sebagai berikut:

Tabel III.2 Jadwal Distribusi Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Jenis Media	Media	Mei				Juni				Juli			
Media Utama	Buku Cerita Bergambar							✓	✓	✓	✓	✓	✓
Media Promosi	*X-Banner*							✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Poster	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
	Brosur				✓	✓	✓						
	Media Sosial	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Merchandise	Buku Mewarnai							✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Krayon							✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Tote Bag							✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Kaos							✓					
	Tumbler							✓					
Gimmick	Stiker							✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Gantungan Kunci							✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Pembatas Buku							✓	✓	✓	✓	✓	✓

Keterangan :

Acara launching buku cerita bergambar fabel Pangguyangan Badak Putih

Beberapa media promosi baik berupa media cetak maupun media *online* yang berisi informasi tentang diterbitkannya buku cerita bergambar ini diluncurkan sebelum acara *launching* buku yang diselenggarakan selama seminggu. Sedangkan *merchandise* diluncurkan pada saat *launching* hingga seterusnya. Adapun mekanisme penyebaran media beserta cara dan ketentuan untuk mendapatkannya yaitu sebagai berikut:

- Buku cerita bergambar akan dijual dalam paket istimewa yang didalamnya sudah termasuk buku cerita bergambar, buku mewarnai seri fabel *Pangguyangan* Badak Putih, krayon, dan *tote bag*. Maupun dijual satuan tanpa buku mewarnai krayon, dan *tote bag.*
- Buku mewarnai seri *Pangguyangan* Badak Putih dijual dalam paket istimewa maupun dijual satuan.
- Krayon dijual dalam paket istimewa maupun dijual terpisah.
- *Tote bag* dijual dalam paket istimewa maupun dijual terpisah.

- Kaos akan diberikan secara gratis kepada 25 pembeli paket istimewa pertama selama masa *launching* berlangsung.
- Tumbler akan diberikan secara gratis kepada 25 pembeli satuan buku cerita bergambar selama masa *launching* berlangsung.
- Pembatas buku diberikan jika membeli buku cerita bergambar dalam paket istimewa maupun pembelian satuan pada saat *launching* sampai seterusnya.
- Gantungan kunci diberikan jika membeli paket istimewa pada saat *launching* sampai seterusnya.
- Stiker diberikan jika membeli buku mewarnai dalam paket istimewa maupun pembelian satuan pada saat *launching* sampai seterusnya.
- *X-Banner* dipasang di dekat pintu masuk toko buku mulai dari awal *launching* hingga seterusnya.
- Poster dipasang didepan toko buku dan disebarkan melalui media sosial dalam bentuk digital sebelum masa *launching.*
- Brosur dibagikan kepada target pasar disekitar di toko buku dan tempat dimana anak-anak berada seperti PAUD, TK, dan sekolah dasar di daerah sekitar toko buku, juga dibagikan kepada pengunjung toko buku yang membawa anaknya.

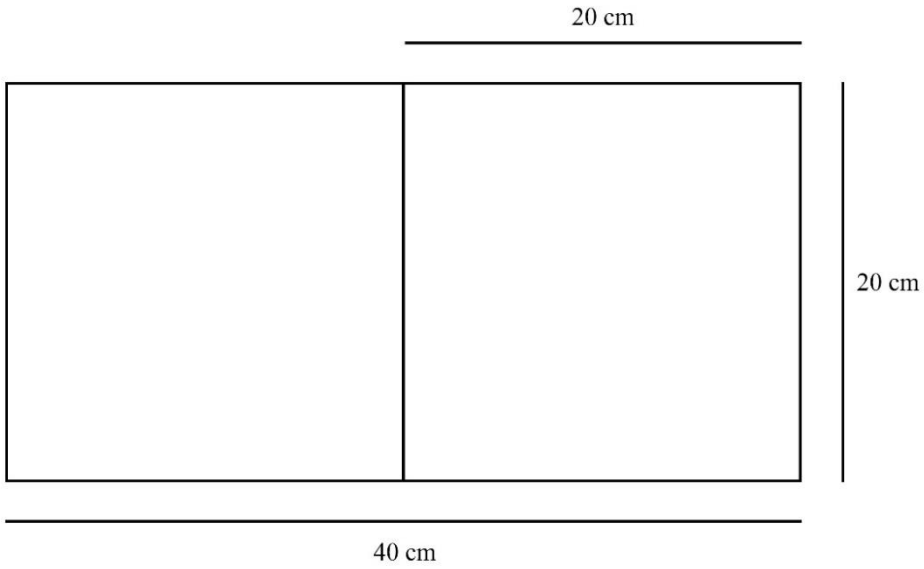
III.3 Konsep Visual

Konsep visual merupakan ide yang melandasi proses perancangan yang mampu menyampaikan informasi secara utuh dan efektif, dengan konsep visual yang terstruktur maka terciptalah media yang baik dari segi fungsi maupun keindahannya, sehingga dapat mempengaruhi khalayak sasaran. Unsur-unsur visual berupa desain, tata letak, tipografi, ilustrasi dengan gaya kartun, dan warna dibuat dinamis sehingga tidak terkesan datar dan monoton, serta menyesuaikan visualisasi cerita dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih.

III.3.1 Format Desain

Pemilihan format desain untuk perancangan buku dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih ini dikemas dalam bentuk persegi dengan ukuran 20cm x 20cm yang berisi 26 halaman. Terdiri dari cover depan, prakata, halaman judul, halaman isi, dan cover belakang. Ukuran tersebut dirancang dengan mempertimbangkan aspek

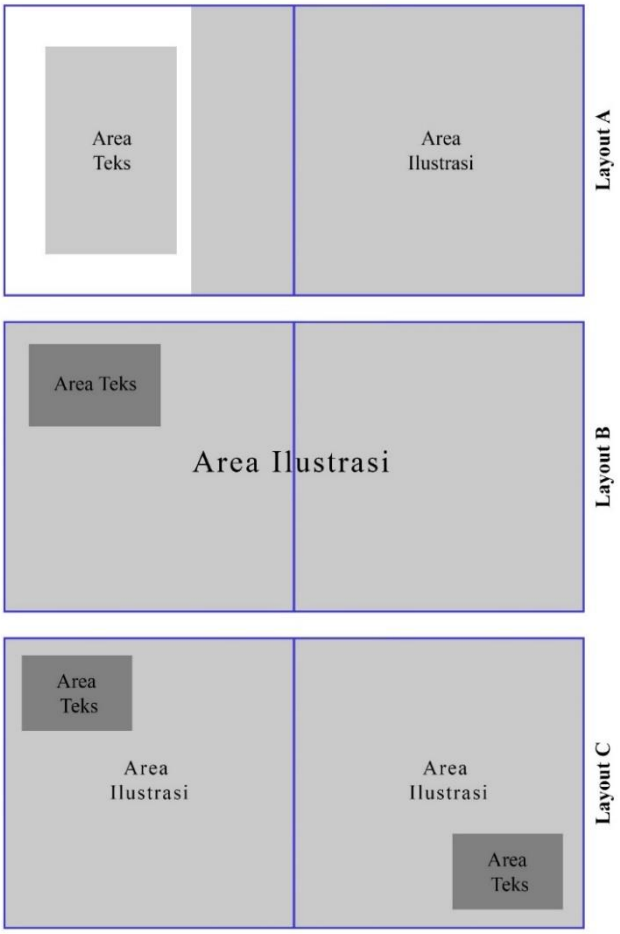
ukuran, bentuk, dan kenyamanan pemakaian. Ukuran tersebut dipilih karena pada umumnya buku cerita anak yang beredar di pasaran adalah persegi, ukurannya disesuaikan dengan konten cerita sehingga ruang baca dan komposisi penempatan visualnya tidak terlalu sempit. Tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar untuk dibawa anak-anak, mudah digenggam karena tidak terlalu lebar dan dapat dimasukan kedalam tas yang digunakan anak.



Gambar III.7 Ukuran Halaman
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

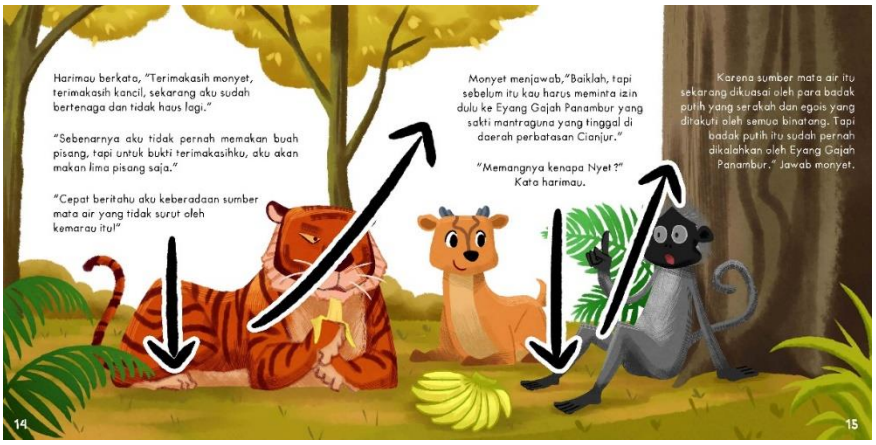
III.3.2 Tata Letak (*Layout)*

Tata letak atau layout adalah seni mengatur elemen-elemen visual maupun tulisan dalam suatu media agar dapat menunjang pesan yang tertera didalamnya (Rustan, 2014, h.4). Penerapan *layout* harus menampilkan visual dan tulisan yang tersusun dengan baik dan menarik supaya dapat diterima dengan baik dan komunikatif. Bentuk *layout* dalam perancangan buku cerita bergambar ini menggabungkan ilustrasi dan teks narasi yang komposisinya disesuaikan bedasarkan bentuk visualisasi alur cerita. Tata letak ilustrasi dalam buku ditempatkan dalam satu halaman penuh maupun dibuat *spread*, untuk teks narasi ditempatkan pada bagian tertentu untuk mengisi bagian kosong tanpa terlalu menutupi visual ilustrasi, hal ini dibuat supaya tidak terkesan monoton sehingga pembaca tidak bosan.



Gambar III.8 Tata Letak Buku Cerita Bergambar
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Alur baca dalam buku cerita bergambar ini dimulai dari kiri atas menuju ke kanan bawah, seperti alur membaca buku pada umumnya.



Gambar III.9 Alur Baca Cerita
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan sebuah seni untuk menentukan *font* yang berupa huruf, angka, maupun tanda baca yang berperan penting dalam penyampaian pesan. Tipografi yang baik adalah huruf yang nyaman dibaca dari segi ukuran, bentuk, maupun penempatannya. Pemilihan *font* akan mempengaruhi kesan dan persepsi khalayak sasaran, maka dari itu sebuah *font* harus diperhatikan jenis dan karakterstiknya agar sesuai dengan psikologi khalayak sasaran. Rustan (2014) mengatakan "Tipografi merupakan sesuatu disiplin yang berkaitan dengan karakteristik dari huruf" (h.103).

Pemilihan tipografi pada perancangan buku cerita bergambar ini mengguakan jenis font *Sans Serif* yang mudah dibaca, tidak kaku, dan terkesan ekspresif seperti tulisan tangan agar terlihat dinamis mengacu pada karakteristik anak-anak.

- **Tipografi Judul**

  Huruf pada judul buku cerita bergambar *Pangguyangan* Badak Putih berjenis *Sans Serif* yang dibuat secara *costom* menggunakan *software* photoshop dengan cara *digital painting* yang menyerupai tulisan tangan agar terkesan tidak kaku. Karena pada umumnya anak-anak senang mengekspresikan sesuatu, maka dibuatlah jenis huruf yang ekspresif. Bagian tipografi dalam judul yang terlihat seperti bentuk permukaan air dan pohon diasosiasikan sebagai visual dari objek sumber mata air *Pangguyangan* Badak

  Putih. pemilihan warna untuk tulisan "*Pangguyangan* Badak Putih" dalam judul diadaptasi dari warna yang melekat pada objek sumber mata air, dan warna untuk tulisan "Badak Putih" diadaptasi dari warna kulit badak. Secara keseluruhan warna-warna yang dipakai dalam tipografi judul bertemakan nuansa flora dan fauna.



Gambar III.10 Tampilan Tipografi Judul
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- **Tipografi Primer**

  Jenis huruf yang sering digunakan dalam perancangan buku cerita bergambar ini menggunakan jenis huruf *sans serif* bernama Si Kancil, *yang ekspresif dan tidak kaku* yang dibuat oleh Adien Gunarta tahun 2013 yang dapat digunakan untuk keperluan pribadi maupun komersil, *font* ini digunakan dalam *copywriting*, *tagline*, *copyright*, keterangan penerbit dan penulis, prakata, halaman identitas pemilik buku, biografi penulis, dan juga digunakan sebagai *bodytext* selain teks narasi, karena memiliki ketegasan dan ketebalan untuk tulisan-tulisan tersebut sehingga dapat dibedakan dengan tipografi *bodytext* untuk narasi.



Gambar III.11 Tampilan *Font* Si Kancil
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- **Tipografi *Bodytext***

  Bodytext memiliki peran sebagai teks pada pada bacaan berupa tulisan narasi maupun percakapan dalam cerita, huruf pada *bodytext* menggunakan jenis huruf *sans serif* bernama FuturaHandwritten yang dibuat oleh Billy Snyder tahun 2013 yang dapat digunakan untuk keperluan pribadi maupun komersil. Dipilih karena memiliki keterbacaan yang baik dan hurufnya memiliki kesamaan karakteristik yang sama dengan tipografi judul dan tipografi primer agar memiliki kesinambungan dalam konsep yang sama.



Gambar III.12 Tampilan *Font* FuturaHandwritten
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ilustrasi merupakan gambar, foto, atau lukisan untuk mendukung atau memperjelas tulisan, karangan, informasi, dan sebagainya. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini mengacu pada alur cerita dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih, menggunakan penggambaran bergaya kartun dengan teknik *digital painting.* Selain itu objek dan warna dalam ilustrasi yang dibuat digambarkan lebih sederhana dari obejek aslinya agar lebih mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

Adapun karya ilustrasi yang dijadikan sebagai referensi atau inspirasi dalam teknik penggambaran dan gaya visualnya adalah sebagai berikut:



Gambar III.13 Referensi Ilustrasi
Sumber: https://web.facebook.com/photo.php?fbid=1620936974609371
(Akses tanggal 13/08/2018)

- **Studi Karakter**

  Studi karakter dilakukan untuk mencari tahu karakteristik suatu tokoh yang memiliki peran dalam cerita, baik secara postur tubuh maupun sifatnya dengan cara mengadaptasi dari sumber asli, dalam perancangan ini studi karakter mengacu langsung pada karakteristik binatang aslinya.

  - Harimau (Tokoh Utama)

    Dalam cerita dongeng fabel *Pangguyangan* Badak Putih, sosok harimau dijuliki raja hutan yang tangguh dan kuat sehingga disegani dan ditakuti

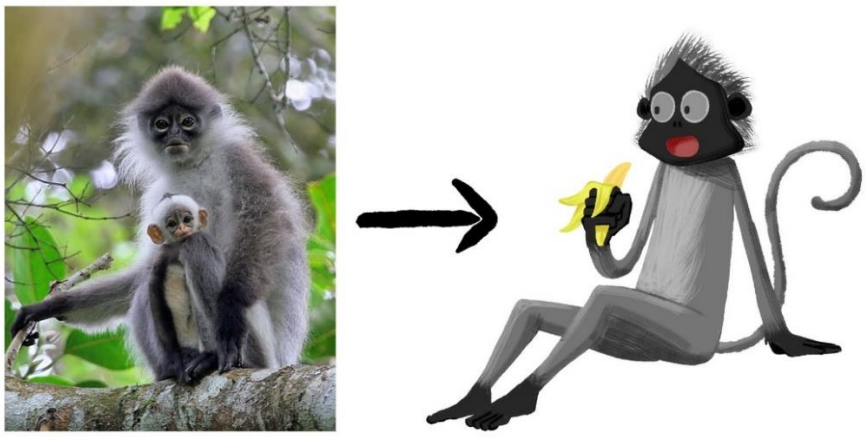
oleh binatang lain karena harimau sering memangsa hewan lain, namun harimau tidak bedaya jika habitatnya dilanda kekeringan. Penggambaran tokoh harimau diadaptasi dari karakteristik harimau jawa karena latar tempat dalam cerita menggunakan lokasi hutan Cianjur pada zaman dulu.



Gambar III.14 Studi Karakter Harimau
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Monyet

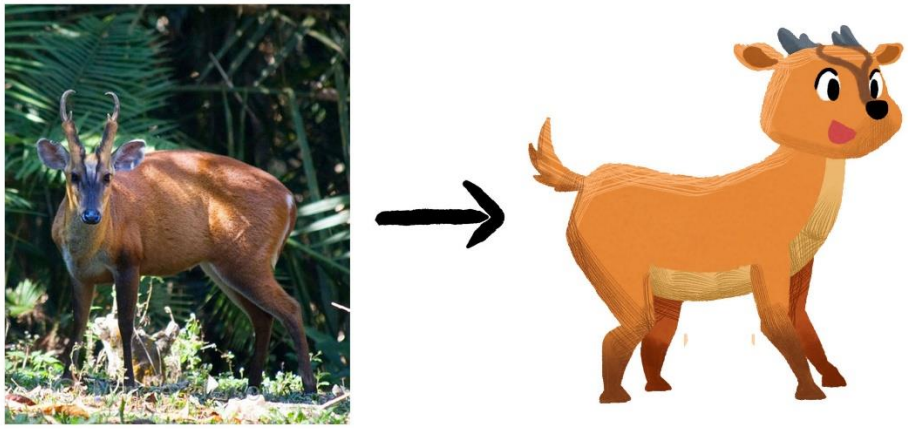
Monyet merupakan tokoh yang jenaka, dilihat dari sifatnya yang jahil, sering bercanda, dan sering meledek. Namun dibalik sifatnya yang jahil, monyet adalah sosok yang penolong. Penggambaran tokoh monyet diadaptasi dari karakteristik monyet surili sebagai satwa khas jawa barat, memiliki tubuh yang ramping dengan lengan, kaki, dan ekor yang panjang.



Gambar III.15 Studi Karakter Monyet
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Kancil

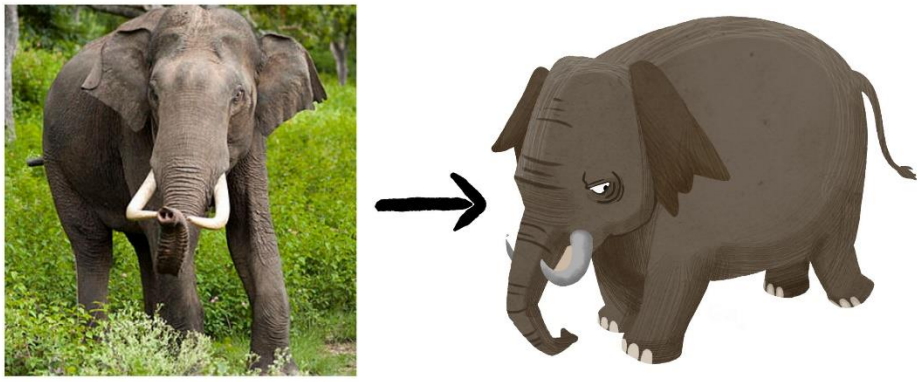
  Kancil merupakan tokoh binatang yang cerdik, dalam cerita kancil merupakan sahabat monyet dan salah satu penghuni hutan Cianjur. Penggambaran tokoh kancil diadaptasi dari karakteristik salah satu spesies kijang yang bertubuh kecil atau lebih dikenal dengan sebutan kancil, dan dalam bahasa sunda dikenal dengan nama *mencek*.



Gambar III.16 Studi Karakter Kancil
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Eyang Gajah Panambur

  Eyang Gajah Panambur adalah nama julukan bagi seekor gajah yang terkenal sakti dan kuat, memiliki sifat yang baik dan suka menolong, dikisahkan gajah ini pernah menaklukan para badak putih yang datang ke hutan Cianjur. Penggambaran tokoh gajah diadaptasi dari karakteristik binatang gajah jawa.



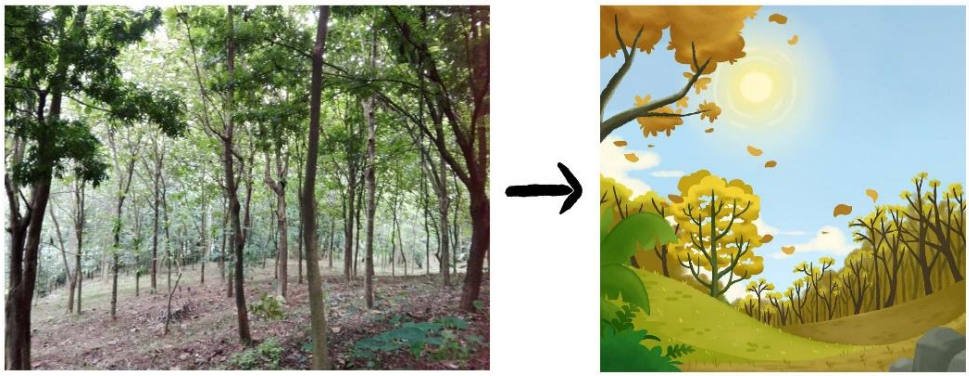
Gambar III.17 Studi Karakter Gajah
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- **Studi Lokasi**

  Studi lokasi atau latar tempat dilakukan untuk mengetahui keadaan tempat dimana peristiwa dalam cerita dongeng fabel ini terjadi. Visualisasi latar tempat dalam ilustrasi dongeng fabel ini mengacu pada keadaan alam di daerah Cianjur pada zaman dulu yang meliputi hutan yang sedang dilanda kemarau dan tempat dimana sumber mata air *Pangguyangan* Badak Putih berada.

  - Hutan Cianjur

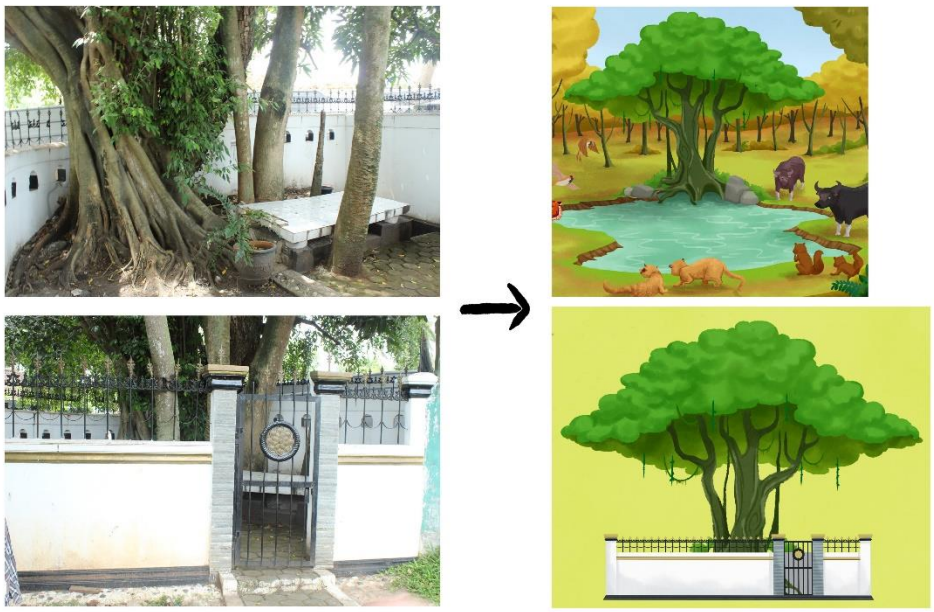
    Didalam cerita dongeng ini, digambarkan zaman dahulu daerah Cianjur masih berupa hutan yang beriklim tropis, bebagai jenis pohon seperti pohon kiara, pohon ketapang, pohon laban, dan pohon pisang tumbuh disana. Memiliki kontur tanah yang berbukit dengan jenis tanah *aluvial* yang ditumbuhi rumput gringting.



Gambar III.18 Studi Lokasi Hutan Cianjur
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

  - Sumber mata air *Pangguyangan* Badak Putih

    Didalam cerita dongeng ini, digambarkan zaman dahulu daerah Cianjur masih berupa hutan yang beriklim tropis, bebagai jenis pohon seperti pohon kiara, pohon ketapang, pohon laban, dan pohon pisang tumbuh disana. Memiliki kontur tanah yang berbukit dengan jenis tanah *aluvial* yang ditumbuhi rumput gringting.



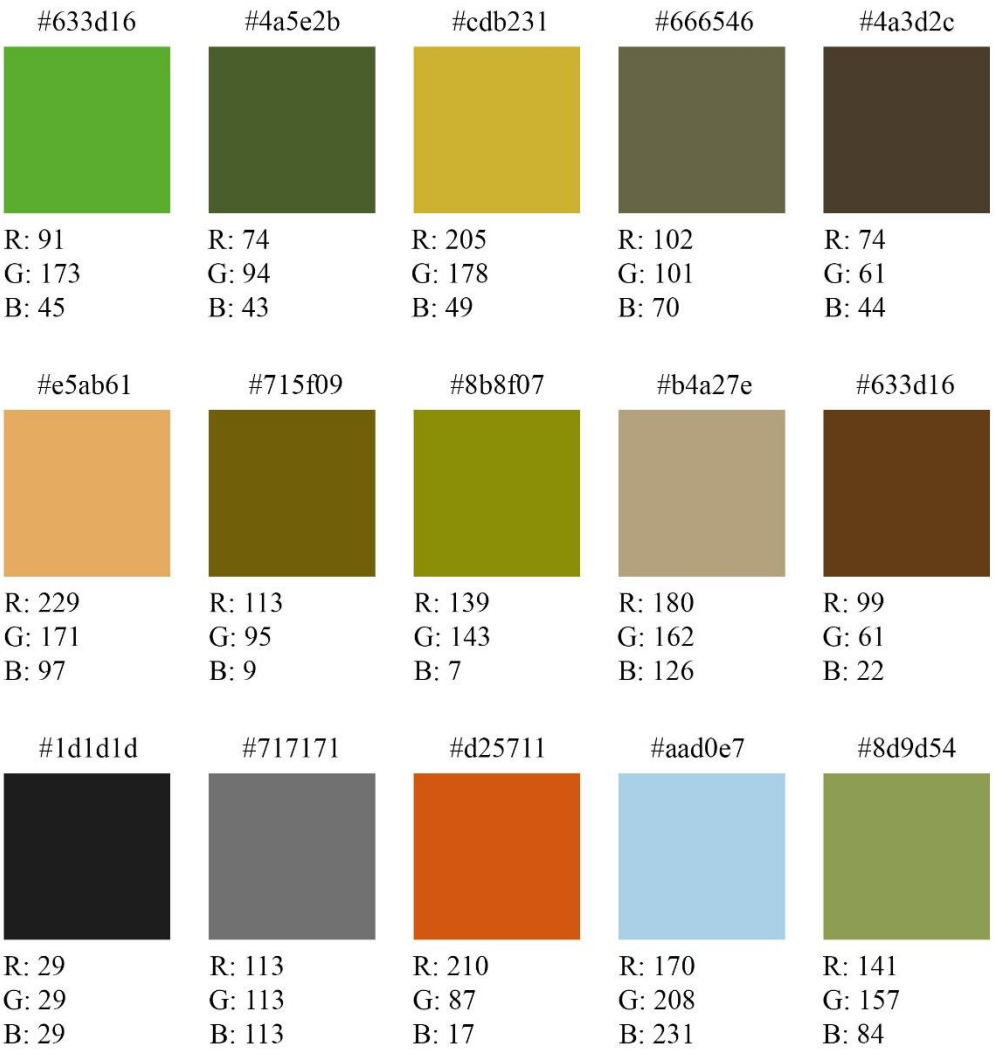
Gambar III.19 Studi Lokasi Sumber Mata Air *Pangguyangan* Badak Putih
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

III.3.5 Warna

Warna merupakan elemen dalam seni lukis yang memberi kesan dan suasana sehingga mempengaruhi perasaan orang yang melihatnya. Selain itu warna juga berperan membangun nilai estetik dalam sebuah karya maupun media. Menurut Dameria (2007) mengatakan "Warna adalah aspek penting dalam bidang ilmu seni rupa, warna juga merupakan aspek penting dalam hidup manusia" (h.10).

Penggunaan warna dalam perancangan buku cerita bergambar ini menggunakan warna tersier, yaitu penggabungan dari warna primer dan sekunder yang bernuansa alam karena latar tempat dari cerita dongeng fabel ini adalah alam beserta objek yang ada didalamnya, baik itu tokoh binatang maupun objek yang ada di alam seperti tanah, rumput, pohon, dedaunan, dan langit maka pemilihan warna harus relevan dengan objek aslinnya, seperti warna hijau dan coklat yang lebih dominan. Warna yang bersifat panas seperti kuning dan jingga lebih diperlihatkan untuk menggambarkan keadaan alam yang dilanda kemarau yang mengakibatkan kekeringan.

Warna yang digunakan dalam buku cerita bergambar ini adalah sebagai berikut:



Gambar III.20 Contoh Skema Warna
Sumber: Dokumen pribadi (2018)