BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Dalam proses perancangan diperlukan khalayak sasaran sebagai acuan untuk menentukan berbagai macam strategi yang diperlukan. Khalayak sasaran atau masyarakat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi keempat (2008) adalah "sekumpulan orang yang hidup bersama pada suatu tempat atau wilayah dengan ikatan aturan tertentu". Khalayak sasaran pada perancangan ini adalah cukup luas, dengan tujuan informasi dapat diterima oleh berbagai kalangan usia hingga kemudian hasil perancangan pun tepat mengenai sasaran.

Khalayak sasaran tersebut diuraikan sebagai berikut :

1. Demografis

Demografis atau demografi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi keempat (2008) adalah ilmu pengetahuan tentang susunan dan perkembangan penduduk, dalam perancangan ini demografi diperlukan untuk menentukan khalayak sasaran mengenai status sosial, lingkungan, usia, dan jenis kelami dengan tepat. Adapun demografi yang telah ditentukan dalam perancangan yaitu :

a. Sasaran : Remaja akhir

Masa Remaja akhir merupakan usia seseorang yang sudah berada dalam tahap kematangan emosi umumnya sudah dapat mengenal lingkungan secara luas, sehingga dapat mencari tahu suatu hal yang diinginkan lebih jauh dan memahami nya lebih dalam (Wulandari, 2018). Meskipun khalayak sasaran utama untuk usia remaja akhir yaitu usia 18-21 tahun, namun tidak menutup kemungkinan pengetahuan informasi mengenai hikayat "Pedagang, Kakatua dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi dapat bermanfaat bagi semua masyarakat diluar usia khalayak sasaran utama.

b. Usia : 18-21 tahun

Pada usia ini seseorang sudah dapat berpikir secara matang dan mulai memahami sesuatu secara lebih mendalam dengan logis dan penuh pertimbangan seperti yang dikatakan Ahmadi (2009) yaitu "Bila dilihat dari segi pertumbuhan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini adalah pemantapan pendirian hidup, yaitu pengujian lebih lanjut pendirian hidup serta penyiapan diri dengan ketrampilan dan kemampuan-kemampuan yang digunakan untuk merealisasikan pendirian hidup yang telah dipilihnya." (h. 85) pada tahap usia ini seseorang memerlukan pengetahuan sebagai pengingat positif untuk mengontrol kehidupan dan pilihanya.

c. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Pemilihan jenis kelamin laki-laki dan perempuan tidak dibatasi karena untuk pengetahuan hikayat "Pedagang, Kakatua, dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi dapat diketahui oleh semua jenis kelamin.

d. Kelas Ekonomi : A-B (Menengah Keatas)

Masyarakat dengan kelas ekonomi menengah keatas umumnya memiliki perhatian lebih terhadap pengetahuan, sehingga pengetahuan hikayat "Pedagang, Kakatua dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi tepat jika diberikan pada kelompok ekonomi A-B.

e. Pendidikan : Mahasiswa

Masyarakat pada tahap Pendidikan Mahasiswa umumnya sudah memiliki pengetahuan dan membutuhkan pengetahuan lebih banyak, mahasiswa mudah menerima pesan dan informasi di lingkungan masyarakat serta mudah membaginya kedalam lingkungan masyarakat.

2. Geografis

Geografis merupakan ilmu atau kajian yang mempelajari tentang tata letak di suatu tempat atau wilayah, geografis dalam perancangan ini sangat penting untuk menentukan tujuan wilayah atau daerah yang akan dipilih sebagai tempat penyebaran informasi, berikut geografis yang telah dipilih dalam perancangan yaitu :

a. Lokasi : Indonesia

b. Wilayah : Perkotaan

(Disesuaikan dengan keadaan Kota yang mudah menerima informasi dan banyaknya masyarakat dari berbagai macam latar belakang, seperti berkumpul di Kota Bandung)

3. Psikografis

Psikografis merupakan identifikasi karakteristik dan kepribadian yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yang berpengaruh pada lingkungan sosial maupun sebalinya. dalam perancangan ini psikografis sangat penting dilakukan untuk mengetahui sisi karakter yang ada dalam diri seseorang untuk kemudian diketahui persamaan dan kecocokan antara keinginan dengan strategi perancangan perancangan media.

Adapun ciri-ciri dari psikografis khalayak sasaran dalam perancangan ini, yaitu:

- Memiliki rasa ingin tahu, mudah menerima informasi dan pengetahuan, senang berinteraksi dan bergaul, hal tersebut dikarenakan khalayak sasaran yang dipilih sudah memasuki tahap usia remaja akhir atau masyarakat golongan dewasa yang sudah dapat menerima dan mengambil bagian peran dalam kegiatan sosial atau berinteraksi di dalam lingkungan masyarakat.

4. *Consumer Insight*

merupakan proses mencari tahu secara lebih mendalam mengenai latar belakang perbuatan, pendidikan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan

dengan pesan produk komunikasi yang akan disampaikan (Amalia, 2009: h.25). Berikut *Insight* dari khalayak sasaran perancangan :

- Ingin memiliki pasangan
- Ingin lulus kuliah
- Ingin bekerja di tempat yang diinginkan atau diharapkan
- Ingin sesuatu yang mudah atau instan
- Ingin sesuatu yang menarik dan tidak membuat bosan
- Memiliki keinginan dan rasa ingin tahu terhadap sesuatu
- Senang dan aktif bersosialisasi
- Cepat tanggap dan mulai mengeksplorasi terhadap sesuatu di lingkungan dan kebutuhanya

5. Consumer Journey

Consumer Journey merupakan pemetaan dari pengalaman seseorang untuk memahami pemikiran dan keinginan seseorang, dalam perancangan ini diperlukan *Consumer Journey* untuk mengetahui kegiatan dan tempat yang biasa dikunjungin sehari-hari oleh khalayak sasaran, untuk kemudian dapat diketahui waktu dan tepat yang tepat sebagai target informasi promosi media.

Adapun *Consumer Journey* dari khalayak sasaran, yaitu :

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

No	Waktu	Kegiatan	Tempat	Media Interaksi
1	05.00-05.15	Bangun	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, *Handphone*, Stiker, Poster, Buku
2	05. 15-05.30	Sholat Subuh	Kamar tidur	Alat Shalat

3	05.30-06.00	Santai	Ruang TV	TV, *Handphone*, Meja, Kursi, Jam, Kalender, Buku
4	06.00-07.00	Sarapan	Ruang makan / Dapur	Piring, Gelas, Sendok, Meja, Kursi, Makanan
5	07.00-08.00	Mandi	Kamar Mandi	Sabun, Pasta Gigi, Sikat Gigi, Gayung, Handuk
6	08.00-09.00	Siap-siap Ke Kampus	Kamar Tidur, Di Dalam Rumah	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, *Handphone*, Stiker, Poster, Buku, TV, Meja, Kursi, Cermin, Jam, Kalender
7	09.00-10.00	Berangkat Ke Kampus (Perjalanan Menuju Kampus)	Jalan Raja (Perjalanan Menuju Kampus)	Poster, Stiker, Spanduk, *Billboard*, Sticker Di Angkutan Umum, Brosur, Kendaraan, Pengguna Jalan, *Handphone*
8	10.00-12.00	Sampai Di Kampus Dan Belajar Di Kelas	Lingkungan Kampus Dan Ruang Kelas	Poster, Buku, Spanduk, Mading, Stiker, Gantungan Kunci, Alat Tulis,

				H*andphone*, *Banner*, Meja, Kursi, Jam, Kalender
9	12.00-12.15	Sholat Dzuhur	Mushola	Alat sholat, Al-Qur'an, Jam, *Handphone*
10	12.15-13.45	Makan Siang	Kantin, Atau Tempat Makan	Meja, Kursi, Alat Makan, Jam, *Handphone*, *B*rosur, Poster, Mading
11	13.45-15.00	Masuk Ruang Kelas (Belajar Kembali)	Ruang Kelas	Poster, Buku, Spanduk, Mading, Stiker, Gantungan Kunci, Alat Tulis, *Handphone*, *Banner*, Meja, Kursi, Jam, Kalender
12	15.00-15.15	Sholat Ashar	Mushola	Alat sholat, Al-Qur'an, Jam, *Handphone*
13	15.15-16.00	Pulang Atau Selesai Kegiatan Belajar Di Kampus	Jalan Raya (Perjalanan Pulang Menuju Rumah)	Poster, Stiker, Spanduk, *Billboard*, Sticker Di Angkutan Umum, Brosur,

				Kendaraan, Pengguna Jalan, *Handphone*
14	16.00-16.15	Mandi	Kamar Mandi	Sabun, Pasta Gigi, Sikat Gigi, Gayung, Handuk
15	16.15-17.00	Makan	Ruang Makan	Piring, Gelas, Sendok, Meja, Kursi, Makanan
16	17.00-18.00	Istirahat	Kamar Tidur / Ruang TV	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, *Handphone*, Stiker, Poster, Buku, TV, Meja, Kursi, Cermin, Jam, Kalender
17	18.00-18.15	Sholat Magrib	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, *Handphone*, Stiker, Poster, Buku
18	18.15-19.00	Menunggu Adzan Isya	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, *Handphone*, Stiker, Poster, Buku
19	19.00-19.15	Sholat Isya	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, *Handphone*, Stiker, Poster, Buku

20	19.15-21.00	Mengerjakan tugas	Kamar Tidur	Alat Tulis, Buku, Kasur, Bantal, Guling, Selimut, *Handphone*, Stiker, Poster
21	21.00	Tidur/ Istirahat	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, *Handphone*, Stiker, Poster, Buku

Dari *consumer journey* yang diperoleh tempat dan benda yang sering dijumpai oleh remaja akhir sebagai seorang mahasiswa, yaitu lingkungan dalam rumah khususnya kamar dan kampus. Dalam waktu dan tempat tersebut khalayak sasaran cendrung memiliki banyak waktu belajar dan mencari ilmu dan memiliki waktu luang dirumah yang digunakan untuk istirahat. Benda yang sering dijumpai atau digunakan seperti buku dan *handphone,* serta media sosial yang biasa di jumpai ketika berada di lingkungan umum yaitu brosus, *billboard*, *banner*, stiker. Tempat dan benda tersebut memungkinkan untuk dijadikan sebagai media promosi, khalayak sasaran perancangan ini merupakan masyarakat Indonesia secara umum. Namun lebih dikhususkan untuk remaja akhir (mahasiswa).

III.2 Strategi Perancangan

Stategi perancangan merupakan cara-cara khusus yang digunakan dalam perancangan informasi untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran atau masyarakat secara efektif dan efisien seperti dengan memberikan sarana informasi agar dapat dipahami dengan baik dan didapatkan dengan mudah. Strategi perancangan yang dilakukan dimulai dengan mengamati problem atau fenomena yang terjadi dimasyarakat yang berkaitan dengan makna atau pesan dalam hikayat “Pedagang, Kakatua dan Negeri India” karya Jalaluddin Rumi, kemudian melakukan Analisa data

yang telah dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan kuisioner. Setelah memahami dan mengetahui keterkaitan makna hikayat dengan fenomena umum yang terjadi dimasyarakat, langkah selanjutnya menentukan khalayak sasaran dimasyarakat dan langkah terakhir adalah menentukan strategi yang terdiri dari strategi perancangan, strategi kreatif, dan strategi media. Strategi tersebut digunakan agar tersampaikannya informasi secara efektif, efisien dan baik kepada tujuan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan informasi hikayat "Pedagang, Kakatua, dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi ini adalah membujuk dan mempengaruhi masyarakat yaitu mengingatkan masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam urusan duniawi, seperti contoh fenomena prilaku masyarakat konsumtif sehigga masyarakat dapat lebih mengontrol dirinya, dengan cara menyampaikan makna atau pesan yang ada dalam cerita.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

1. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal merupakan suatu metode menyampaikan pesan dengan menggunakan pemilihan kata-kata yang akan disampaikan. Pendekatan verbal yang digunakan adalah menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan bahasa baku dan tidak begitu formal sebagai penjelas tanpa mengubah tulisan asli penulisan hikayat "Pedagang, Kakatua dan Negeri India" yang sebagian menggunakan bahasa kiasan.

2. Pendekatan Visual

Pendekatan visual merupakan suatu metode menyampaikan pesan dengan menggunakan pemilihan bentuk atau dapat berupa gambar sebagai bentuk penjelas bagi infomasi. Pendekatan visual yang akan digunakan dalam perancangan informasi

hikayat “Pedagang, Kakatua, dan Negeri India” karya Jalaluddin Rumi, yaitu sebagian besar menggunakan makna denotatif atau makna sebenarnya

Pemilihan gaya visual menggunakan makna denotatif pada ilustrasi bertujuan agar gambar dapat terlihat jelas dan tidak rumit untuk dipahami. Meskipun demikian terdapat penggunaan ilustrasi yang memiliki makna konotatif atau makna bukan sebenarnya untuk menyesuaikan sebagian lain dari isi hikayat yang memiliki makna kiasan.

Contoh kata “bunga mawar” diilustrasikan menjadi bunga mawar seperti sesuai dengan keadaan atau bentuk sebenarnya.



Gambar III.1 Pendekatan Visual Bunga Mawar
Sumber : noelbadgespugh.tumblr.com/image/161830316103 (2018)

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan suatu instansi yang bertujuan membantu menyampaikan pesan sehingga dapat dipublikasikan. Dalam perancangan hikayat “Pedagang, Kakatua dan Negeri India” karya Jalaluddin Rumi instansi yang dipilih menjadi *mandatory* adalah PT Mizan Pustaka, penerbit ini diambil karena sesuai dengan cerita dan khalayak

sasaran yang dibuat, Mizan Pustaka merupakan penerbit yang berbasis luas dengan kekuatan dalam *Genre* fiksi, kesehatan, buku bisnis, buku anak-anak, referensi, agama, dan *non-fiksi* populer.

a. Mizan

Gambar III.2 Logo Mizan
Sumber : http://www.mizanpublishing.com/logo/ (2018)

Sementara itu divisi khusus *mandatory* yang digunakan dibawah naungan PT Mizan Pustaka yaitu adalah DAR! Mizan atau Divisi Anak dan Remaja Mizan, sebagai divisi khusus perancangan buku cerita,memproduksi buku-buku Islam khususnya untuk anak dan remaja, hal tersebut sesuai dengan khalayak sasaran yang dituju dalam perancangan ini.

b. DAR Mizan

Gambar III.3 Logo DAR! Mizan
Sumber: http://www.mizan.com/dar/ (2018)

Distributor atau perusahaan sebagai perantara menyalurkan buku ilustrasi hikayat "Pedagang, Kakatua dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi ini adalah Gramedia, toko buku Gramedia dipilih karena merupakan toko buku terbesar yang ada di Indonesia dan memiliki peluang besar dalam kemudahan menyampaikan produk atau

buku, Gramedia juga dipilih khusus sebagai tempat *launching* untuk promosi buku Namun, meskipun begitu pemasaran buku juga tetap dapat ditemukan dan disediakan di toko buku lainnya diseluruh Indonesia.

c. Gramedia



Gambar III.4 Logo Toko buku Gramedia
Sumber: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/id/1/1a/Gramedia_logo.png (2018)

III.2.4 Materi Pesan

Pesan dapat diartikan sebagai informasi, sebagai suatu informasi pesan inti atau materi yang ingin disampaikan dalam buku ilustrasi hikayat "Pedagang, Kakatua dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi ini adalah agar masyarakat mengetahui pentingnya mengontrol diri, bersyukur, dan mempengaruhi masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam urusan duniawi, seperti pesan dan makna yang terdapat dalam hikayat.

III.2.5 Gaya Bahasa

Konsep dan cerita dari hikayat "Pedagang,Kakatua dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi ini menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, dengan bahasa baku dan tidak begitu formal sebagai penjelas tanpa mengubah tulisan asli dan gaya bahasa dalam hikayat yang sebagian menggunakan kiasan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan perencanaan yang bertujuan agar media informasi yang dirancang efektif untuk disampaikan, sekaligus menarik agar pembaca tidak bosan dan senang membacanya. Dalam upaya tersebut disusunlah suatu konsep kreatif untuk

mengemas informasi menjadi media yang menarik, yaitu strategi yang dibuat adalah bagaimana caranya menyisipkan nilai moral yang dapat tersampaikan pada masyarakat dengan bentuk ilustrasi yang sesuai dengan gaya bahasa dalam hikayat "Pedagang, Kakatua, dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi. Adapun strategi kreatif yang digunakan adalah sebagai berikut:

- *Copywriting*

Copywriting merupakan suatu gaya pendekatan kepada khalayak sasaran dalam bentuk tulisan. *Copywriting* sangat penting dan dibutuhkan dalam media informasi untuk menarik perhatian sehingga dapat membangun kekuatan dalam muatan informasi khalayak sasaran. Dalam perancangan media informasi buku ilustrasi ini *copywriting* yang digunakan yaitu dengan memberi kalimat "Hikayat pedagang, Kakatua dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi, sebagai identitas atau *headline* yang akan dicantumkan pada sampul buku.

- *Storyline*

Storyline merupakan suatu penjelasan mengenai jalan cerita atau berisi urutan kejadian. Dalam Hikayat "Pedagang, Kakatua dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi terdapat 8 *storyline* yang dibuat setelah membuat *storyline* kemudian langkah selanjutnya yaitu pembuatan *storyboard.*

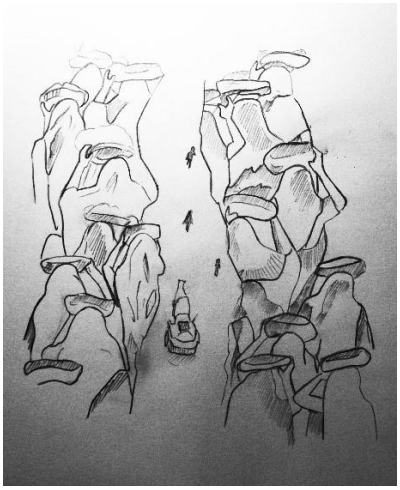
- *Storyboard*

Setelah membuat *storyline* langkah selanjutnya yaitu membuat *storyboard*, "*storyboard* merupakan struktur awal desain adegan-adegan yang lepas dari selembar kertas untuk mencapai film/ cerita yang akan dibuat" Prakosa (2010: h.275). Berikut adalah *storyboard* dari hikayat "Pedagang, Kakatua, dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi

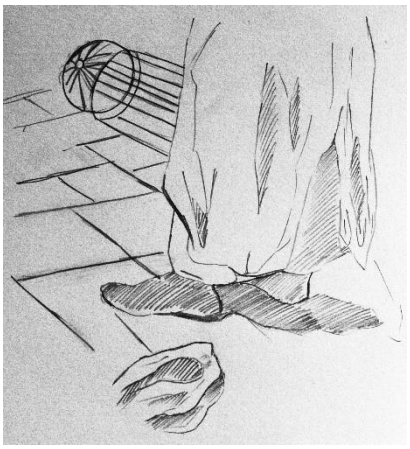
> Berikut adalah *storyline* dan *storyboard* dari hikayat "Pedagang, Kakatua, dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi :

Tabel III.2 Tabel *Storyline* dan *Storyboard*
Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Scene	*Storyboard* (sketsa)
Bagian 1 Seorang pedagang mempunyai seekor burung Kaktua yang indah tetapi terpenjara dalam sangkar. Sang pedagang hendak melakukan perjalanan perdagangan ke negeri India.	 Gambar III.5 *Storyboard Scene* 1 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)
Bagian 2 Dengan keluhurannya ia berkata kepada para pelayan laki-laki maupun perempuan, “Kalian ingin oleh-oleh apa? Katakan saja padaku!”. Pelayan mengatakan keinginanya dan laki-laki baik itu berjanji akan mengabulkan semuanya.	 Gambar III.6 *Storyboard Scene* 2 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Bagian 3 Kemudian ia berkata kepada burung Kakatuanya, “Hadiah apa yang engkau inginkan sehingga aku bisa membawakanya dari negeri India untukmu?”. “Di sana engkau akan bertemu dengan sekawanan kakatua. Jika engkau melihat mereka maka ceritakanlah keadaanku ini.”	 Gambar III.7 *Storyboard Scene* 3 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)
Bagian 4 Pedagang sudah menerima pesanan tersebut dan membawa salam Kakatuanya untuk burung-burung sejenisnya di India. Ketika sang pedagang telah jauh memasuki wilayah negeri India, ia melihat sejumlah kakatua di padang datar. Ia menghentikan keretanya untuk menyampaikan salam dan juga amanahnya.	 Gambar III.8 *Storyboard Scene* 4 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)
Bagian 5 Seketika itu seekor dari kawanan kaktua itu terkejut dan langsung meninggal tak bernyawa lagi. Pedagang itu menyesali kecerobohanya yang tergesa-gesa menyampaikan amanah. “Aku sudah menghancurkan pemilik ruh ini”, ujarnya:	

Mungkin burung ini masih kerabat Kakatua kecilku, atau barangkali keduanya adalah dua jasad tapi satu ruh! Mengapa aku melakukan ini? Mengapa aku ceroboh menyampaikan pesan tadi? Aku sudah membakar jiwa yang tenang dengan kebodohanku! Hidup ini laksana batu dan besi. Semua ucapan lidah seperti api.	 Gambar III.9 *Storyboard Scene* 5 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)
Bagian 6 Sang pedagang yang sudah menyelesaikan perdagangannya pulang dengan hati berbunga-bunga. Dia membawakan oleh-oleh untuk setiap budak laki-laki dan cenderamata untuk setiap budak perempuannya. “Mana oleh-oleh untukku? Tanya sang burung Kakatua, “Apakah yang telah engkau saksikan dan apa pula yang engkau katakana?” “Apa lagi!” kata pedagang. “Aku menyesali ucapanku sendiri. Kugigit tanganku karena sesal. Mengapa itu dianggap sebagai kebodohan, apakah	 Gambar III.10 Storyboard Scene 6 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

aku seorang pemalas seperti katalanpa makna?". "Oh, tuan!" kata sang burung, "Untuk apakah engkau menyesalinya? Apa gerangan yang membuatmu bersedih?". "Aku sudah menyampaikan pesanmu pada sekawanan burung sejenismu. Seekor burung sudah mencium bau penderitaan. Seketika hatinya hancur dan gemetar kemudian meninggal. Aku menyesal tidak berpikir terlebih dahulu, mengapa aku mengatakan hal itu? Namun apalah guna penyesalan sesudah aku mengatakannya."	
Bagian 7 Saat Kakatua itu mendengar kisah pedagang tentang Kakatua di India, ia terkejut dan berguncang hebat. Tubuhnya lunglai, mati dan beku. Saat sang pedagang melihat keadaan tersebut, ia meraih dan membanting surbanya ke tanah. Pedagang itu tersentak dan merobek sakunya melihat warna Kakatua. Ia berkata, "Wahai Kakatua bersuara	 Gambar III.11 *Storyboard Scene* 7 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

lembut! Apa yang terjadi padamu? Mengapa engkau menjadi seperti. Bukalah mulutmu, wahai Kakatuaku, dan nyanyikanlah suara merdumu! Aku mengasihimu wahai kesucianku, tempat rahasiaku, Aku mengasihimu, wahai Kakatua berlidah lembut! Wahai sayangku, ruhku, kawan dan tempat istirahatku!. Kasihan sekali burungku termanis di antara para burung. Ia terbang dari akhir ke permulaan keadaanku. Burung kakatuaku adalah burung cerdas, mutiaradan rahasia hatiku. Ia sudah memberitahukan semua keadaanku sejak awal, baik di waktu adil atau zalim, dan mudah-mudahan aku setia mengingatnya!	
Bagian 8 Sesudah itu si pedagang melemparkan burung yang ada ditanganya. Seketika itu Kakatua kecil terbang ke langit tinggi. Demikianlah, bangkai Kakatua itu segera terbang seperti kemunculan matahari terbit. Sang pedagang merasa bingung dengan apa yang	

terjadi pada burung ini, ia mengetahui rahasia-rahasia tanpa kata. Ia mengangkat wajahnya sambil berujar, “Wahai burung kecil!” Berilah kami sebagian saja keterangan keadaanmu! Apakah yang telah dilakukan oleh Kakatua di India hingga engkau bisa belajar darinya. Engkau sudah menyalakan satu api rencana yang membuatku bersedih.”. “Ia menasehatiku melalui perbuatanya,” kata Kakatua, “Seolah ia mau mengatakan, tinggalkanlah keindahan suaramu dan kelembutan cintamu. Suaramulah sumber persoalanmu. Ia menerangkan nasihat ini kepadaku dengan kematiannya.” Sang Kakatua memberinya satu atau dua nasihat rahasia. Sesudah itu ia mengucapkan salam perpisahan. Pedagang berkata kepadanya, “Pergilah dalam hidangan Allah! Sekarang engkau sudah menjelaskan kepadaku satu jalan baru.”	 Gambar III.12 *Storyboard Scene* 8 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Lalu tuan itu berkata kepada dirinya sendiri, “Nasihat ini untukku. Aku akan menempuh jalan ini karena inilah jalan lurus. Ruhku tidak kalah bijaksana dari Kakatua, sudah sepantasnya ruh menempuh jalan petunjuk.”	

Dari *storyline* dan *storyboard* di atas dapat dilihat terdapat 8 bagian cerita atau urutan kejadian yang ada dalam hikayat “Pedagang, Kakatua, dan Negeri India” karya Jalaluddin Rumi.

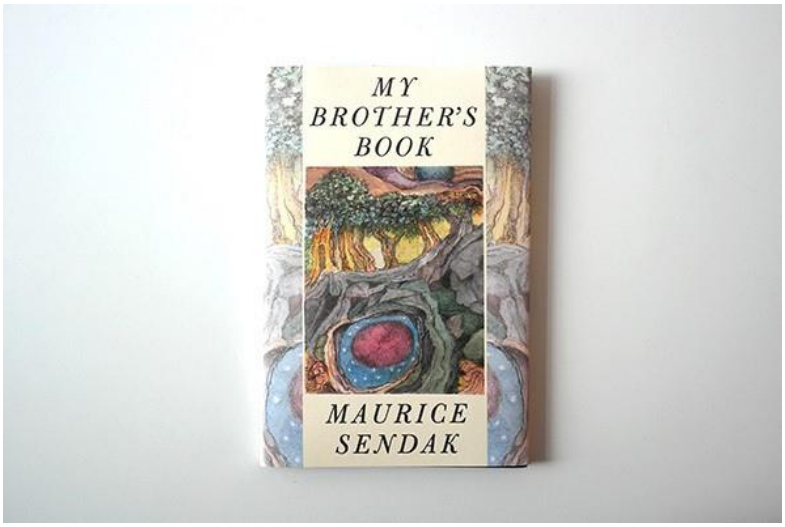
III.2.7 Strategi Media

Strategi pemanfaatan semua bentuk media sesuai dengan prilaku sasaran khalayak untuk dapat menyerap informasi. Dalam perancangan media informasi ini dibutuhkan strategi media agar media yang diproduksi bisa terperinci dan lebih terfokus. Media yang akan digunakan meliputi:

1. Media Utama

Media utama yang akan digunakan adalah buku Ilustrasi cergam. Buku merupakan lembaran kertas yang disatukan untuk kemudian dijilid, pada umumnya di dalam buku terdapat tulisan dan gambar, atau campuran dari keduanya yang memuat informasi. Buku juga dapat berisi lembaran kosong yang dijilid sehingga dikenal sebagai buku tulis. Sedangkan ilustrasi merupakan suatu gambar yang menampilkan informasi terbentuk dari ketrampilan tangan dan daya imajinasi Toekio (2007: hal 80). Jadi buku ilustrasi merupakan buku yang berisikan tulisan dengan memuat informasi yang didalamnya dilengkapi dengan gambar-gambar.

Berikut contoh referensi buku cergam :



Gambar III.13 Referensi Buku Cergam
Sumber: https://www.itsnicethat.com//system/file/032013/
513628405c3e3c2911004437/images_slice_large/sendak-1.jpg?1438266467 (2018)



Gambar III.14 Referensi Buku Cergam 2
Sumber: https: //www.isnicethat.com/system/files/032013/5136
28455c3e3c42af000910/images_ slice_large/ sendak-3.jpg?1438266467(2018)

2. Media Pendukung

Media pendukung adalah media yang dapat membantu inti dari media utama itu sendiri,

Media pendukung yang digunakan yaitu berupa:

a . Media Cetak Promosi

Media cetak promosi adalah media yang digunakan untuk membantu proses publikasi yang berkaitan dengan pemberitahuan munculnya atau promosi media buku cergam kepada publik atau khalayak sasaran. Adapun media promosi yang akan dibuat yaitu :

- *X-Banner*

X- Banner adalah media yang media promosi yang umumnya berbentuk potrait atau vertical memiliki ukuran 160 cm x 60 cm dengan penyangga kaki berbahan besi yang berbentuk silang, didalamnya memuat tentang informasi mengenai *launching* buku cerita bergambar ini dan kemudian akan dipasang pada saat acara penyelenggaraan *launching* buku dan dipajang di beberapa toko buku.

- Poster

Poster adalah media informasi berupa selembaran kertas dengan ukuran yang tidak ditentukan, berisi tentang pesan yang disertai memuat komposisi, teks dan visual dengan tujuan agar menjadi daya tarik dan perhatian orang atau khalayak sasaran yang bersifat mengajak pada khalayak sasaran. Seperti yang dikatakan Hornby yang dikutip Tinarbuko (2009) mengartikan Poster sebagai plakat atau tempelan pengumuman yang dipasang di tempat umum. Bisa juga dikatakan sebagai sebuah pemberitahuan untuk khalayak ramai yang berbentuk gambar. Sedangkan unsur yang ditekankan dalam pengertian poster di sini adalah pesan atau pemberitahuan. (h: 72)

- *Flyer*

Flyer adalah salah satu bagian media promosi yang isinya memuat informasi lebih singkat atau dapat dibaca cepat, digunakan sebagai media pendukung agar khalayak sasaran dapat mengetahui inti informasi dari promosi. Penyediaan *flyer* ini nantinya akan disebarkan dan disisipkan selama masa promosi di tempat umum seperti tempat perbelanjaan.

- Konten Media Sosial

Media sosial atau medsos merupakan media yang sering digunakan oleh banyak orang dalam berbagai kalangan untuk menyampaikan pesan maupun mendapatkan pesan informasi, oleh karena itu sebagai media informasi dan promosi media sosial dapat digunakan sebagai media pendukung yang tepat. strategi promosi untuk pengunjung agar mau membeli buku dengan promosi yang ada.

- *Gimmick*

Gimmick merupakan bagian dari *merchandise* namun diberikan secara cuma-cuma atau gratis dengan maksud tertentu. *Gimmick* yang hadir di perancangan ini diantaranya yaitu :

- *Sticker*

Sticker adalah kertas yang digunakan sebagai media pendukung karena dapat ditempel dimana saja sehingga informasi mudah diketahui oleh khalayak sasaran.

- Pembatas Buku

Pembatas buku merupakan sesuatu yang ditempatkan dalam sebuah buku untuk memandu dalam mencari halaman tertentu.

- Gantungan Kunci

Gantungan kunci merupakan media pendukung untuk mengingatkan khalayak sasaran dari media utama yang dapat digunakan sehari-hari.

- *Merchandise*

Merchandise adalah media pendukung yang bertujuan untuk dijual sehingga menghasilkan pendapatan lebih dan juga sebagai media pengingat yang memiliki nilai pakai untuk kehidupan sehari-hari khalayak sasaran. Adapun jenis *merchandise* yang dipilih antara lain :

- *Totebag*

Totebag digunakan sebagai media pendukung untuk *merchandise* yang dapat digunakan khalayak sasaran sehari-hari untuk membawa barang bawaan seperti buku.

- Bantal

Bantal digunakan sebagai media pendukung untuk *merchandise* yang dapat digunakan khalayak sasaran ketika beristirahat atau dalam waktu santai membaca buku

- *T-Shirt*

T-Shirt merupakan media pendukung untuk *merchandise* yang dapat dijual saat acara *lauching* atau disediakan di *stand*, *T-shirt* juga di sediakan untuk hadiah atau *giveaway* yang diumumkan melalui media sosial Instagram, hal tersebut merupakan salah satu strategi untuk menarik promosi khalayak sasaran, dengan mengikuti syarat-syarat tertentu melalui perintah dan peraturan yang diadakan melalui media sosial Instagram.

- *Notebook*

Sebagai media pendukung *Notebook* dibagikan kepada khalayak sasaran yang telah membeli buku hikayat, atau notebook disediakan sebagai *merchandise* untuk 40 orang pertama yang membeli buku.

- Pulpen

Pulpen merupakan salah satu peralatan untuk menulis yang berfungsi dalam kehidupan sehari-hari, sebagai media pendukung pulpen di bagikan dan didapat setelah membeli buku dan dibatasi sebanyak 40 pulpen.

- *Flag Chain*

Flag chain merupakan media pendukung yang digunakan untuk kepentingan dekorasi untuk *stand* pada saat *launching* acara, atau *flag chain* adalah rangkaian bendera kecil dengan menampilkan gambar produk, merek, slogan, atau gabungan dari semua itu.

Bahan yang digunakan bisa dari kertas, plastik, PVC, atau bahan yang sejenis Kusrianto (2007: hal 334).

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian buku bekerjasama dengan Mizan, buku ilustrasi yang telah dibuat dalam bentuk cetak kemudian akan didistribusikan melalui setiap pameran buku dengan membuat *booth* khusus di kota-kota besar di Indonesia, khususnya Kota Bandung. buku ini juga dapat dibeli di toko buku Gramedia dan melalui pemesanan *online*. Penyebaran media pendukung mengikuti penjualan buku sebagai media utama, dengan strategi waktu yang telah ditentukan, yaitu :

Tabel III.3 Rencana Distribusi Media
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Media	Juni 2018				Juli 2018				Agustus 2018			
Poster												
Flyer												
X-Banner												
Konten Media Sosial												
Buku Ilustrasi												
Pembatas buku												
Stiker												
Gantungan kunci												
Totebag												
Bantal												
T-Shirt												
Notebook												
Pulpen												

Pemilihan Tanggal dan Bulan yang dilakukan dalam distribusi tersebut yaitu dilakukan pada Bulan Juni-dan Juli, hal tersebut dikarenakan memanfaatkan waktu libur sekolah yang dapat memudahkan efektifitas penyebaran buku.

Tabel III.4 Rencana Tempat Distribusi Media
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Tempat	Juni 2018				Juli 2018				Agustus 2018			
Konten Media Sosial												
Umum												
Booth / Pameran buku dan toko buku Gramedia												

Tabel III.5 Cara distribusi media
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Media	Distribusi
Poster	Poster ditempel dibagian papan informasi dimading, tempat umum dan di tempat dekat toko buku.
Flyer	*Flyer* disebar secara luas ditempat umum sebagai informasi promosi. Dan dibagikan kepada pengunjung pada saat acara *launching.*
X-Banner	*X-Banner* disimpan di *stand* buku dan pintu masuk pameran maupun toko buku.
Media sosial (Instagram)	Instagram sebagai media informasi seputar *launching* buku, informasi buku selama 3 kali dalam seminggu.
Stiker	Didapatkan secara gratis pada saat acara.
Gantungan kunci	Didapatkan secara gratis pada saat acara.
Pembatas buku	Didapatkan ketika membeli buku.
Totebag	Dijual dan dibagikan, di *stand* pada hari / selama berlangsungnya pameran.

Bantal	Dijual ketika dan disediakan di *stand* pada hari / selama berlangsungnya pameran.
T-Shirt	Dijual ketika dan disediakan di *stand* pada hari / selama berlangsungnya pameran dan disediakan untuk *giveaway* di Instagram.
Notebook	Dibagikan kepada 40 orang pertama yang membeli buku.
Pulpen	Dibagikan kepada 40 orang pertama yang membeli buku.

Dari tabel distribusi di atas dapat dilihat media yang ada sebanyak 10 media dengan masing-masing cara yang dilakukan.

III.3 Konsep Visual

Dalam sebuah media informasi yang menarik dan informatif, konsep visual menjadi hal yang sangat penting. Konsep visual dalam buku ilustrasi hikayat "Pedagang, Kakatua dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi, menggunakan *Style Art* semi realis, Semi Realis merupakan dua kata yang berasal dari Semi yang berarti, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi keempat (2008) adalah "bentuk terikat setengah sebagian" sedangkan Realisme berasal dari kata "real" dalam Bahasa Inggris berarti nyata, sedang naturalisme dari kata "nature" yang berarti alam Sulistyo (2005: h. 15
Dari kedua kata tersebut, Semi Relalis dapat diartikan sebagai aliran seni atau *Style Art* yang mengacu pada penggambaran objek yang menyerupai bentuk sebenarnya.
Metode menggambar yang digunakan yaitu dengan cara manual menggunakan teknik *watercolour*, bentuk dan contoh ilustrasi sebagai berikut:

Contoh referensi bentuk visual pada gambar Ilustrasi menggunakan *Style Art* Semi Realis dengan menggunakan tekhnik *watercolour* .

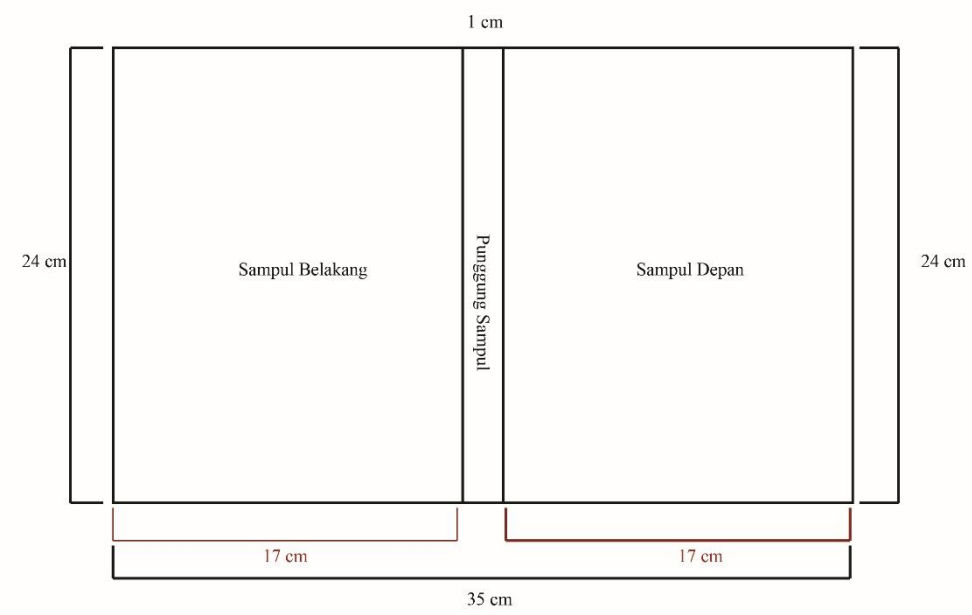


Gambar III.15 *Style Art* Semi Realis
Sumber : https://i.pinimg.com/736x/f5/b6/70/f5b6706e8a8e67a3d4d4aaba83130d6f.jpg (2018)

III.3.1 Format Desain

Buku ilustrasi hikayat "Pedagang, Kakatua, dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi berukuran 17,5 cm x 24 cm, dengan format *Portrait*, Menurut Kusrianto Ilustrasi adalah "Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu." (Kusrianto, 2007: h. 110).

Penyesuaian ukuran dari buku cerita ilustrasi dipilih agar buku ilustrasi ini dapat dengan mudah disimpan dan dibawa dengan efisien, serta efektif keterbacaan tulisan dan kejelasan gambar telah dipertimbangkan. Sementara untuk arah membaca, dipergunakan arah yang menyesuaikan mata yaitu dari arah kiri ke kanan, adapun format dari ukuran buku cerita ilustrasi, sebagai berikut:



Gambar III.16
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak

Tata letak atau *Layout* adalah elemen-elemen desain yang terdapat dalam suatu bidang media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Sementara itu me-*Layout* merupakan salah satu proses dalam tahap kerja desain. Gaya atau *style layout* yang digunakan dalam pembuatan buku ilustrasi yaitu menggunkaan *Sircus Layout*, *Sircus Layout* menurut Kusrianto (2007) adalah penyajian iklan yang tata letaknya tidak mengacu pada ketentuan baku. Komposisi gambar visualnya, bahkan kadang-kadang teks dan susunanya tidak beraturan (h: 317).

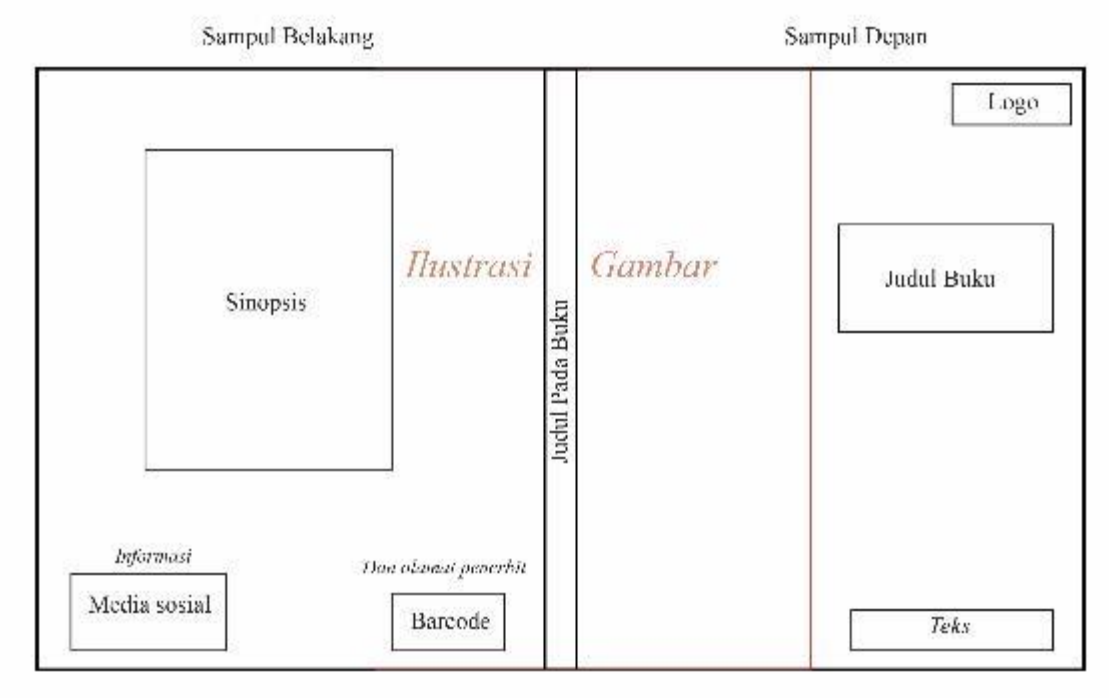
Dalam pembuatan atau penyusunan buku cergam diperlukan beberapa bagain yang perlu di *layout* untuk kemudian disatukan menjadi satu kesatuan dan membentuk buku, adapun bagian-bagian yang harus di *layouting* yaitu :

- **Sampul *(cover)***

  Bagian sampul depan diisi dengan judul buku yaitu hikayat “Pedagang, Kakatua dan

Negeri India" karya Jalaluddin Rumi, dengan ukuran yang tidak terlalu besar namun masih tetap dapat terlihat, penulisan menggunakan warna yang lebih mencolok dibandingkan dengan ilustrasi. Hal itu bertujuan agar khalayak sasaran lebih memerhatikan ilustrasi dibandingkan dengan judulnya. Selain judul buku dan ilustrasi, juga terdapat logo penerbit, nama perancang buku, serta ilustrasi dari Jalaluddin Rumi untuk mewakili identitas hikayat. Sementara itu pada bagian sampul belakang terdapat judul yang lebih kecil dibandingkan dengan judul pada sampul depan,adanya sinopsis cerita, alamat penerbit, dan barcode penjualan.

Berikut gambaran *layout* dari sampul buku :

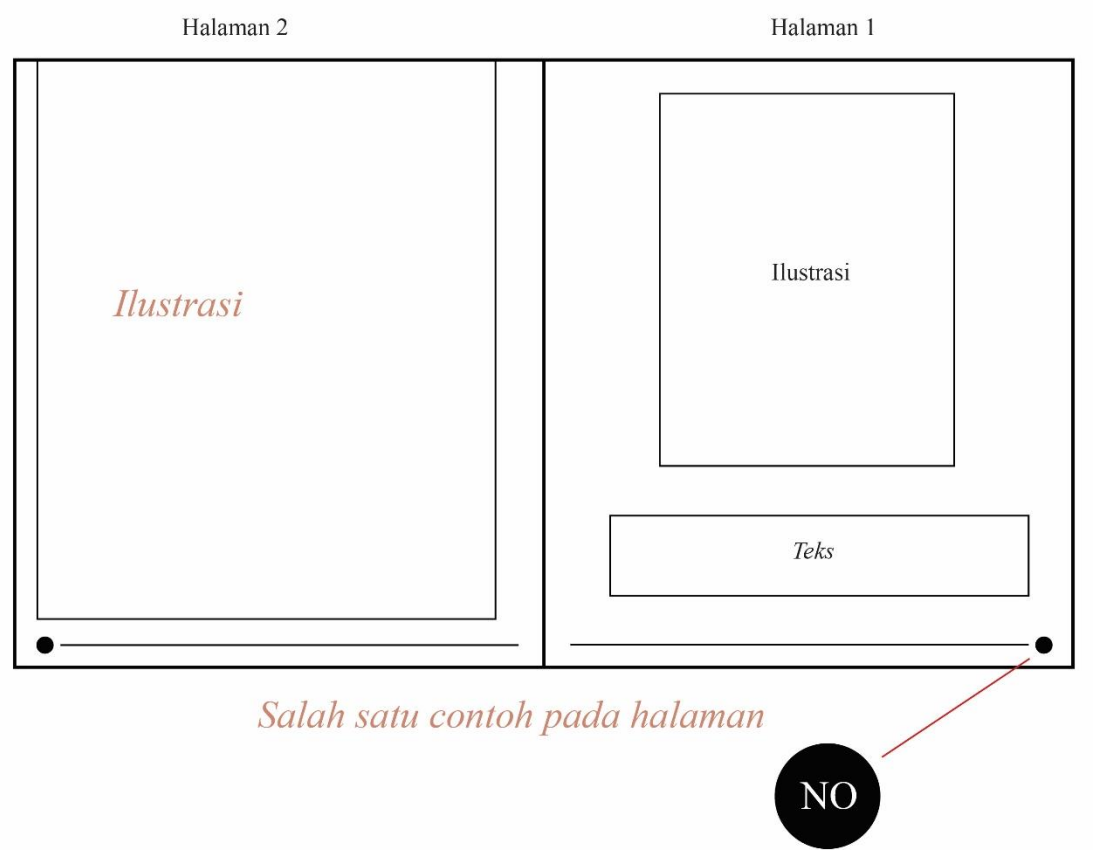


Gambar III.17 *Layout* Pada Sampul
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

- **Isi buku**

  Format dari tata letak atau *layout* dalam buku ini dibuat dengan sederhana, yaitu dengan rancangan yang mempermudah pembaca untuk memahami isi dari cerita, muatan dari buku ilustrasi ini berisikan 8 ilustrasi visual yang mewakili setiap

bagian isi hikayat, penempatan ilustrasi dipilih dengan tidak tetap pada setiap bagiannya, hal ini dipilih agar tampilan menarik serta pembaca tidak bosan ketika melihat tata letak pada buku. Berikut gambaran *layout* dari isi buku :



Gambar III.18 *Layout* pada isi buku
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

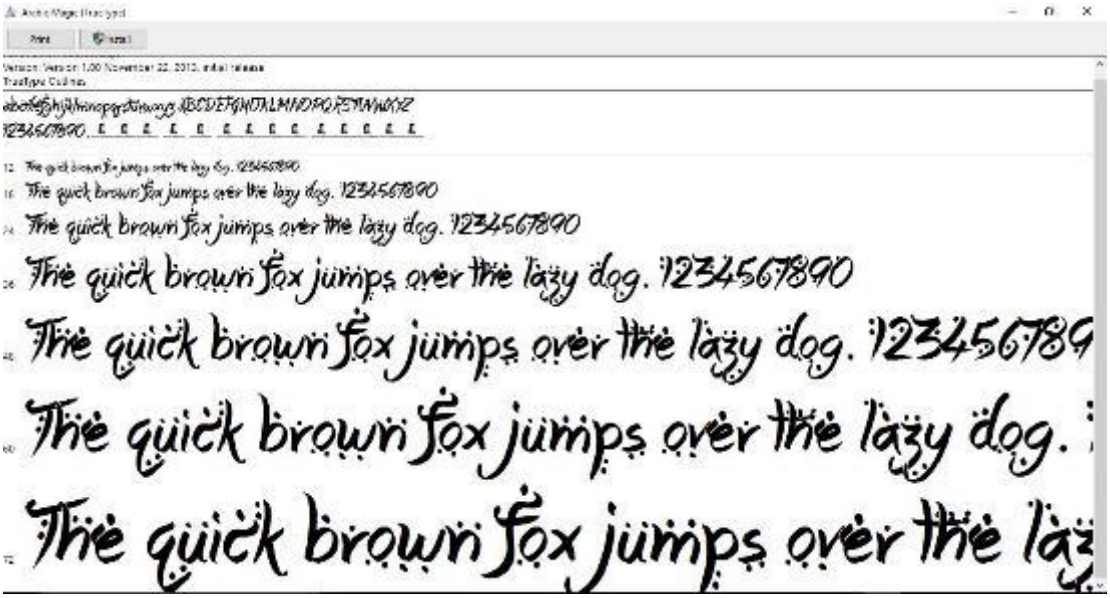
Tipografi seperti yang dikatakan Kusrianto (2007) yaitu “Suatu bagian dari kegiatan seni dalam menyusun huruf cetak dengan memperhatikan komposisi huruf sehingga menghasilkan suatu efek atau tampilan menarik dalam media publikasi.” (h. 109)

Dari kegiatan memilih dan menyusun huruf, diperlukan pemilihan beberapa *font*, adapun *font* yang dipilih untuk digunakan pada buku, yaitu :

- ***Font* pada Judul**

Font seperti yang dikatakan Rustan (2009) yaitu "Font merupakan bentuk file digital" (h.71). Sementara itu pemilihan *font* pada judul dalam buku ilustrasi ini adalah jenis huruf *sans serif*, jenis huruf ini seperti yang dijelaskan bahwa "Sans serif adalah huruf tanpa *serif* (kait diujung)" (Kusrianto, 2007: h. 204). Penggunaan jenis huruf ini untuk menampilkan ilustrasi modern dan dapat memberikan kesan menyenangkan sehingga informasi yang dikomunikasikan dalam bentuk teks dapat diterima dengan mudah oleh para pembaca.

a. Arabic Magic *font*



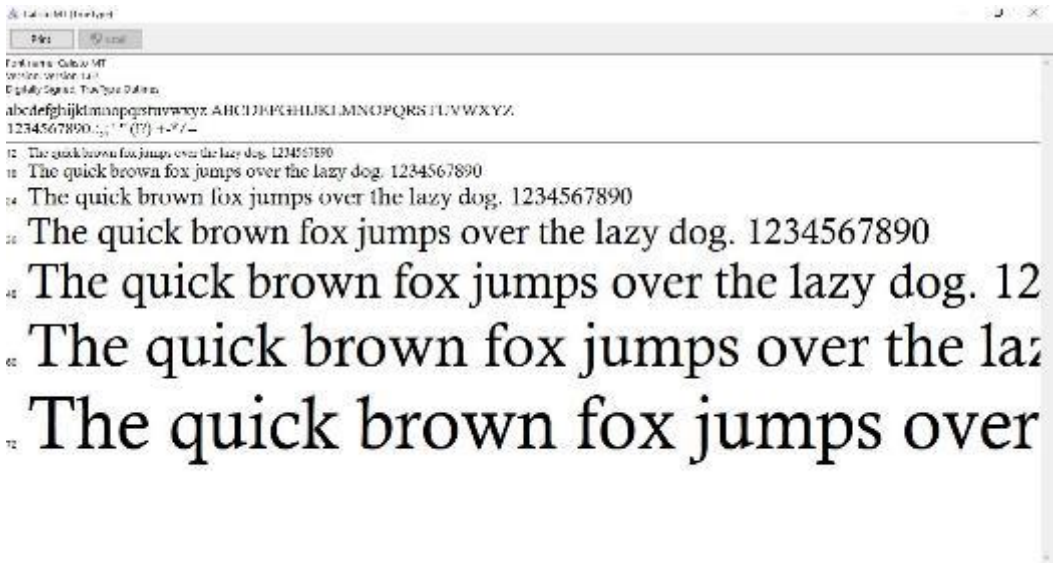
Gambar III.19 Arabic Magic *font*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Font yang digunakan untuk judul buku cergam yaitu menggunakan *font* dengan jenis serif yang sudah dimodifikasi menjadi Dekoratif, Rustan (2010) menyatakan bahwa "Dekoratif atau *display type* adalah huruf yang dibuat dalam bentuk besar dan diberi ornamen-ornamen indah" (h. 49).

Font Arabic Magic dibuat oleh Jonathan Stephen Harris. penggunaan *font* ini dipilih karena memiliki bentuk yang menarik dengan karakteristik Timur tengah. *Lisensi font* tersebut 100% gratis dan dapat digunakan untuk keperluan komersil.

Font ini dipilih untuk judul pada sampul buku karena dinilai memiliki karakteristik Timur tengah yang terdapat dalam isi dan judul buku yaitu Hikayat "Pedagang, Kakatua, dan Negeri India" Karya Jalaluddin Rumi. Selain itu *Font Arabic Magic* juga memiliki *legibility* yang baik. Menurut Anggraini (2014) *Legibility* adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu karakter atau huruf tanpa harus bersusah payah. (h. 64).

a. Calisto MT *font*



Gambar III.20 DK Bocadillo Regular *font*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Font yang digunakan untuk *bodytext* atau isi buku cergam yaitu menggunakan *font* dengan jenis Sans-Serif. *Font* Calisto MT dibuat oleh Ron Carpenter, pemilihan *font* ini dipilih karena memiliki keterbacaan yang jelas. *Lisensi font* tersebut 100% gratis dan dapat digunakan untuk keperluan komersil.

Font Calisto MT digunakan sebagai *Bodytext* karena memiliki bentuk dan karakter yang dapat disesuaikan dengan tujuan khalayak sasaran atau bersifat umum, dan sesuai untuk semua golongan usia.

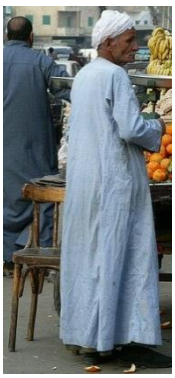
III.3.4 Ilustrasi

"Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Dalam desain grafis, ilustrasi merupakan subjek tersediri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik atas jenis kegiatan seni itu." (Kusrianto, 2007: h. 110). Mengacu pada teori ini maka ilustrasi perlu dipakai untuk mendukung sebuah *story line* agar pesan dan imajinasi bisa tersampaikan.

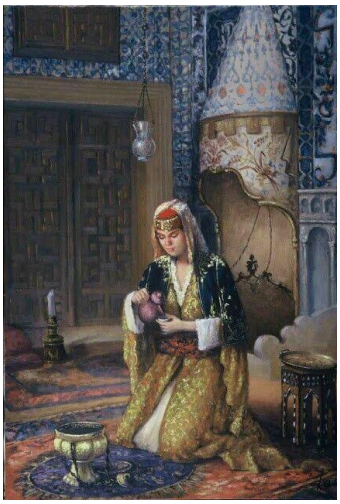
Ilustrasi yang digunakan dalam buku cergam yaitu menggunakan teknik *watercolour* atau menggunakan cat air dan terdiri dari beberapa bagian ilustrasi seperti latar tempat dan tokoh atau penokohan dengan masing-masing jumlah ilustrasi yaitu memiliki 3 ilustrasi latar tempat, dan 6 karakter tokoh atau peran.

Berikut contoh ilustrasi karakter dan latar tempat dalam hikayat "Pedagang, Kakatua, dan Negeri India" karya Jalaluddin Rumi :

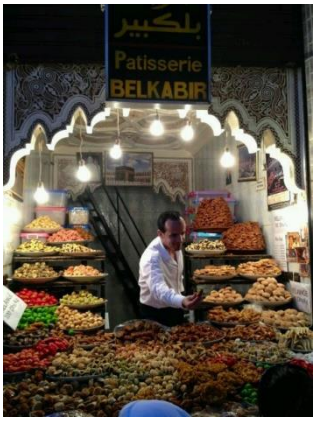
Tabel III.6 Referensi dan Hasil Ilustrasi
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

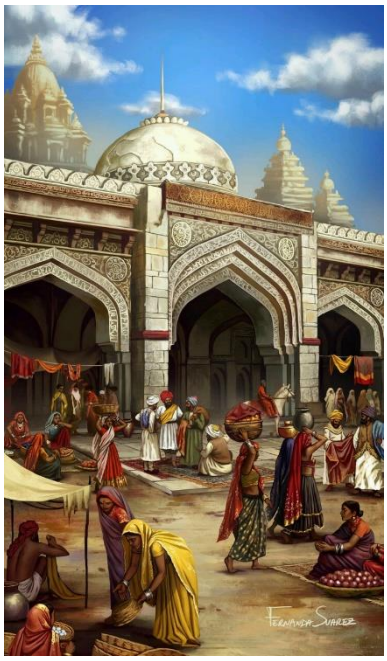
Peran	Referensi	Hasil
Pedagang	 Gambar III.21 Referensi Pedagang Sumber : http://pinterest.com/ pin219480181810178980 /?source_app=android (2018)	 Gambar III.22 Ilustrasi Pedagang Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Kakatua	 Gambar III.23 Referensi Burung Kakatua Sumber : https//pinterest.com/pin/3621313724501579/?source_app=android (2018)	 Gambar III.24 Ilustrasi Burung Kakatua Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)
Pelayan 1	 Gambar III.25 Referensi Pelayan Pria Sumber : https://pinterst.com/pin/598064025402549077831 3/?Source_app=android (2018)	 Gambar III.26 Ilustrasi Pelayan Pria Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Pelayan 2	 Gambar III.27 Referensi Pelayan Perempuan 1 Sumber : https//pinterset.com/pin/353180795749723131/?source_app=android (2018)  Gambar III.29 Referensi Pelayan Perempuan 2 Sumber : https//pinterset.com/pin/115052965459097675/?source_app=android (2018)	 Gambar III.28 Ilustrasi Pelayan Perempuan 1 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Pelayan 3	 Gambar III.30 Referensi Pelayan Perempuan 2 Sumber : https//pinterset.com/pin/167336942380305549/?source_app=android (2018)	 Gambar III.31 Ilustrasi Pelayan Perempuan 2 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)
Burung kakatua India	 Gambar III.32 Referensi Burung Kakatua Negeri India Sumber : https//pinterset.com/pin/AFVdyabWXZ2eQSgm2iPUshiitlwVg98lawZTAn4D-ao7pbv_667_IP0//?source_app=android (2018)	 Gambar III.33 Ilustrasi Burung Kakatua Negeri India Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Latar Tempat	Referensi	Hasil
Toko Pedagang	 Gambar III.34 Referensi Toko Pedagang Sumber :https//pinterset.com/pin/133771051408559851/?source_app=android (2018)	 Gambar III.35 Ilustrasi Toko Pedagang 1 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)
Negeri India	 Gambar III.36 Referensi Pasar Sumber : https//pinterset.com/pin/793478028072550116/?source_app=android (2018)	

	 Gambar III.37 Referensi Negeri India Sumber : https//pinterset.com/pin/202591683220997442/?source_app=android (2018)	 Gambar III.38 Ilustrasi Negeri India Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)  Gambar III.39 Ilustrasi Negeri India 2 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

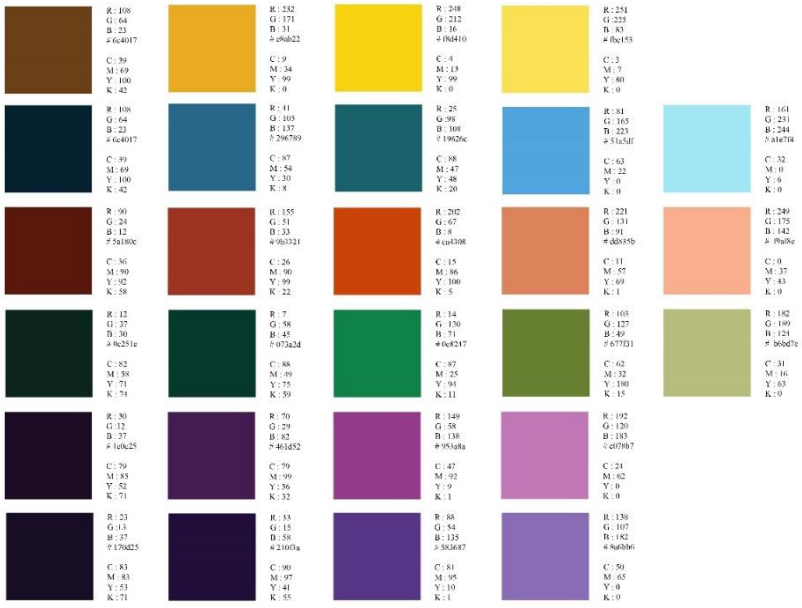
III.3.5 Warna

Warna merupakan elemen penting lainnya yang harus terdapat dalam buku cerita bergambar, karena warna memberikan kesan tersendiri untuk khalayak sasaran

Warna merupakan sebuah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya. (KBBI Daring, 2018). Oleh karena itu dalam pemilihan warna pada ilustrasi perlu dipertimbangkan dan dipilih agar menghasilkan gambar yang menarik dan tidak membosankan untuk dilihat.

Seperti yang dikatakan Supriyono (2010) menjelaskan bahwa "Warna dapat membantu menciptakan *mood* dan membuat teks lebih berbicara. Sebagai contoh, desain publikasi yang menggunkan warna-warna soft dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantic. Warna-warna kuat dapat memberi kesan dinamis,cenderung meriah" (h.70).

Dari pernyataan tersebut warna yang dipilih untuk ilustrasi cergam cenderung memilih warna-warna yang cerah, hal tersebut bertujuan dan dapat memberi efek lebih santai dan rileks bagi khalayak saat membaca.



Gambar III. 40 Warna
Sumber : Dokumentasi Peibadi (2018)