BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah sekelompok orang-orang dimana pesan komunikasi ditunjukan (Moriarty,1991: h62). Proses keberhasilan komunikasi ditentukan oleh khalayak, maka khalayak sasaran terbagi berdasarkan demografis, geografis, dan psikografis.

A. Demografis

- Usia : 19-23 tahun.

Menurut Santrock (1999) Orang pada dewasa awal termasuk pada masa transisi, baik secara fisik maupun intelektual, dan transisi pada peran sosial (Ahmadi, 2005: h128). Menurut hasil wawancara dengan Nira Wulansari M.psi 19-23 tahun adalah usia dewasa awal. Karakter dewasa awal lebih ajeg dari perkembangan nurani baik buruk. Sudah memahami aturan, cenderung mau mendengarkan dan idealnya sudah memiliki pikiran yang terbuka dan bisa bernegosiasi.

- Status : Pelajar, mahasiswa

Pelajar dan mahasiswa adalah usia yang aktif beraktifitas dan menggunakan fasilitas umum, juga usia yang paling sering menjadi pelaku maupun korban *catcall.*

- Status Ekonomi : Menengah-atas

Pemilihan khalayak menengah dan menengah keatas karena kalangan menengah-atas sering menjalani kegiatan setiap harinya di jalan dengan menggunakan fasilitas umum dan potensi untuk menjadi korban dan pelaku *catcall* ataupun melihat tindakan *catcall* sangatlah besar.

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

B. Geografis

Penyebaran media informasi mencakup pada khalayak yang berusia 19-23 tahun di Indonesia, karena isu *catcall* tidak hanya terbatas pada daerah desa dan kota. *Catcall* dapat terjadi dimana saja di Indonesia.

C. Psikografis

Psikografis adalah kepribadian, sifat, dan kebiasaan pada diri seseorang. Dewasa muda, yaitu orang-orang yang masih sangat produktif dari segi seksual, sosial, dan ekonomi (Sarwono, 2010:h18). Usia Dewasa awal adalah usia yang aktif baik kegiatan organisasi dan sering aktif menggunakan fasilitas umum seperti jalan dan angkutan umum, sehingga usia dewasa awal adalah usia yang sering menjadi korban ataupun pelaku dari *catcall.* Sikap yang dilakukan pada usia *adulthood* mempengaruhi kebiasaan sikap untuk seterusnya, maka informasi yang diberikan pada usia *adulthood* dapat berguna bagi perkembangan cara berfikir dan sikap seterusnya.

D.* C*onsumer Insight

Consumer insight adalah proses mencari tahu secara lebih mendalam tentang latar belakang perbuatan, pemikiran, dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya (Maulana, 2009: h1). Berdasarkan dari data yang telah diperoleh, maka *consumer insight* dari khalayak sasaran adalah karena usia khalayak adalah dewasa awal, maka selera yang dimiliki mengikuti tren yang ada saat ini yang cenderung moderen dan penyampaian informasi yang disukai adalah penyampaian informasi yang tidak menggurui.

E.* C*onsumer Journey

Consumer Journey adalah pengalaman yang dilakukan sehari-hari oleh khalayak sasaran. *Consumer Journey* diperlukan untuk menentukan menentukan titik poin apa saja yang biasa diakses dan dijumpai dalam kegiatan sehari-hari khalayak sasaran, hal ini berguna untuk menentukan media apa saja yang cocok dengan

kegiatan sehari-hari khalayak sasaran. Kegiatan yang biasa dilakukan oleh dewasa yang berusia 19-23 tahun adalah sebagai berikut:

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

Waktu	**Kegiatan**	**Tempat**	***Point of Contact***
05.30-06.00	Bangun Tidur	Rumah	Kasur, jam dinding
06.00-06.30	Mandi		Handuk, alat-alat mandi
07.00	Bersiap-siap berangkat		Buku, tas, pen, tempat map kertas, power bank
07.30	Angkutan Umum	Jalan Raya	Brosur spanduk, kaos, brosur, radio, stiker*billboard*, *videotron*, tempat sampah, halte, membaca buku, ojek, angkot, bis
	Angkutan Pribadi		*Hp,* spanduk, kaos, brosur, radio, buku stiker, *billboard, videotron*
	Jalan Kaki		*Hp, brosur*, spanduk, kaos, brosur, radio, stiker, *billboard, videotron*
08.00-09.30	Kelas		Alat tulis, buku memo
09.30	Istirahat/ Jeda kelas		*Hp,* kursi, meja, alat makan, stiker, poster, banner, buku
15.00	Mall/cafe/tempat makan	Ruang publik	Poster, brosur,

			flyer, banner, buku
16.00	Istirahat	Rumah	*Hp,* bantal, selimut, buku, jam

Kesimpulan:

Khalayak sasaran paling sering berinteraksi dengan ponsel dari pagi hingga malam, hal yang dilakukan saat menggunakan ponsel ialah mengakses situs hiburan atau membuka situs sosial media. Sedangkan media yang banyak dijumpai oleh khalayak adalah poster, brosur, stiker, dan buku. Sedangkan barang yang dekat dengan kehidupan pribadi, atau bisa digunakan kapan saja ialah tas.

III.2 Strategi Perancangan

Permasalahan yang terjadi ialah kurangnya pemahaman masyarakat tentang *catcall* dan batasan-batasan tindakan dan kalimat *catcall* dalam kultur Indonesia. Maka media yang sesuai adalah media informasi tentang *catcall* agar masyarakat dapat lebih paham tentang *catcall,* penyebab, dan bahaya *catcall.*

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan yang disampaikan dalam pembuatan informasinya adalah sebagai berikut:

- Menjelaskan tentang definisi *catcall* dan contoh kalimat maupun tindakan *catcall*, sehingga masyarakat lebih paham tentang *catcall* dan paham akan macam-macam kategori pelecehan seksual.
- Memberikan pemahaman tentang *catcall* yang sesuai dengan kultur budaya Indonesia, dikarenakan penilaian terhadap tindakan yang wajar maupun tidak wajar setiap orang berbeda-beda, dengan harapan masyarakat, pelaku dan korban dapat menghargai keamanan dan privasi satu sama lainnya.
- Menambah wawasan terhadap contoh perilaku pelecehan dan kekerasan seksual yang berkaitan dengan *catcall*.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dilakukan harus sesuai dengan target yang disampaikan secara verbal dan visual, yang diharap dapat membuat khalayak sasaran tertarik dalam membaca dan melihat informasi pada media.

A. Pendekatan Komunikasi Secara Verbal

Pendekatan verbal pada media informasi ini menggunakan bahasa Indonesia yang santai dan tidak formal, disesuaikan dengan target audiens yang merupakan pelajar dan mahasiswa, agar informasi dapat lebih mudah tersampaikan saat dibaca oleh khayalak sasaran.

B. Pendekatan Komunikasi Secara Visual

Penyampaian pesan dilakukan dengan gambar digital dengan gaya desain modern namun dengan style warna yang lawas dengan kesan 60an yang sesuai dengan target usia khalayak sasaran. Gaya gambar yang digunakan ialah ilustrasi digital, sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah diingat karena disertakan dengan ilustrasi pendukung. Warna yang digunakan ialah skema warna yang cerah dan dapat menarik saat dilihat. Penyampaian informasi seimbang antara kalimat dan gambar, agar tidak membuat khalayak sasaran menjadi bosan saat membaca informasi.



Gambar III.1 Referensi buku Informasi bergambar
Sumber: https://scontent.fbdo2-1.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/23795271_2026145597671274_7877190517820681712_n.jpg?_nc_cat=0&oh=a49244b8b0583097145c4f2f17455c71&oe=5BDB261D (Diakses pada 18 juni 2018)

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan lembaga yang menjadi penerbit dari media yang dilibatkan dalam pembuatan media informasi. Lembaga yang bekerja sama dalam perancangan media ini adalah penerbit Grasindo, dikarenakan Grasindo merupakan cabang dari PT Gramedia Asri Media yang merupakan pemasok buku terbesar di Indonesia. Buku yang diterbitkan oleh Grasindo juga beragam, dari jenis buku fiksi, hingga non fiksi seperti buku-buku ilmu pengetahuan, psikologi, kumpulan soal, juga gaya hidup.



Gambar III.2 Penerbit Grasindo
Sumber: https://www.gramedia.com/blog/content/images/2017/09/Logo-Baru-Grasindo-2-1.jpg
(Diakses pada 22 mei 2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan disampaikan dengan cara mengacu pada tujuan dari perancangan, yaitu informasi tentang definisi *catcall* dan contoh kalimat maupun tindakan *catcall* yang sesuai dengan kultur budaya Indonesia, yaitu sebaga berikut:

- Informasi tentang *catcall* dan contoh *catcall*
- Kebiasaan *catcall* di Indonesia
- Informasi tentang pelecehan seksual dan kekerasan seksual yang berkaitan dengan *catcall*, dengan format bacaan interaktif
- Informasi tentang kaitan *catcall* dengan pelecehan seksual lainnya.

III.2.5 Gaya Bahasa

Style atau gaya bahasa merupakan cara yang digunakan oleh pengarang dalam memaparkan gagasannya sesuai dengan tujuan dan efek yang ingin dicapai. (Aminudin, 1995: h5). Gaya bahasa yang digunakan dalam media informasi ini adalah gaya bahasa deskriptif yang bertujuan untuk memberi informasi secara jelas dan mudah dimengerti, juga dengan gaya persuasif yang dapat membuat khalayak sasaran menerima informasi dan juga dapat memahami dari semua sudut pandang masyarakat, pelaku, maupun korban.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah cara yang dilakukan untuk mendapatkan perhatian khalayak sasaran dengan membuat media yang kreatif dan efektif. Media yang disampaikan berbentuk media informasi. Media juga ditunjang dengan ilustrasi yang menarik dengan informasi yang disampaikan secara ringan, sehingga dapat menarik perhatian khalayak sasaran selain untuk membeli dan membaca, namun juga dapat lebih mudah memahami informasi yang ada di dalamnya. Berikut adalah tahapan strategi yang akan digunakan:

A. Copywriting

Copywriting adalah seni penulisan pesan penjualan yang paling persuasif dann kuat, yang dilatarbelakangi oleh kewiraniagaan melalui media cetak (Agustrijanto, 2006: h33).

a. Media Utama

Penggunaan *copywriting* yang digunakan dalam media ini adalah penggunaan kata Pujianmu bukanlah pujian sebagai judul utama yang dapat membuat khalayak sasaran tertarik dan menimbulkan rasa penasaran untuk melihat dan judul buku tidak terlihat seperti buku edukasi yang biasanya dianggap membosankan. Maksud dari judul pujianmu bukanlah pujian adalah pujianmu adalah pujian yang diberikan oleh pelaku *catcall*, bukanlah pujian adalah, anggapan oleh penerima pujiannya.

b. Sub judul

Dari media ialah seluk beluk tentang *catcall* di jalan, sub judul memberi informasi singkat mengenai isi dari media.

B. Storyline

Storyline adalah rangkaian cerita yang dibentuk oleh tahapan-tahapan peristiwa, sehingga menjalin suatu cerita yang dihadirkan oleh para pelaku dalam suatu cerita (Aminuddin, 1987:h.83). Susunan yang digunakan dalam *storyline* disusun

secara berurutan sehingga tidak membuat pembaca bingung. Pola pengembangan informasi yang digunakan adalah paragraf khusus – umum induktif. Paragraf ini disusun dengan menggunakan data, fakta, bukti diawal dan kesimpulan yang telah didapat dari data-data tersebut pada bagian akhir. Berikut adalah contoh dari *storyline* media informasi *catcall*:

- **Apa Itu *Catcall?***

Pada bab pertama, menjelaskan tentang *catcall* dengan bahasa yang ringan dan santai, juga disertakan dengan ilustrasi yang menggambarkan contoh tindakan *catcall*. Ilustrasi disertakan sebagai penunjang yang penting agar khalayak dapat mengambil kesimpulan secara visual mengenai *catcall*. Selain itu juga ada informasi tentang seberapa sering orang melakukan *catcall* di Indonesia.

- **Alasan Orang Melakukan *Catcall***

Bab ini menjelaskan tentang alasan orang melakukan *catcall* dengan contoh ilustrasi yang menarik yang menggambarkan kejadian *catcall* secara visual. Dilanjutkan dengan penjelasan norma-norma standar yang berlaku dan perilaku yang ada di Indonesia

- ***Catcall* bukanlah pujian**

Bab ini menjelaskan tentang contoh-contoh kalimat apa saja yang biasa dilontarkan saat *catcall* dan juga disertakan ilustrasinya, kemudian diberikan penjelasan mengapa *catcall* bukanlah sebuah pujian.

- **Rasanya saat di*catcall* itu...**

Bab ini menjelaskan tentang perasaan orang saat menjadi korban *catcall* mulai dari reaksi hingga ketidakpedulian. Reaksi disertakan dengan ilustrasi seperti komik tanpa panel, balon kata digunakan sebagai kalimat reaksi dari korban. Selain itu juga disertakan dengan pendapat dari korban *catcall* yang terlampir dengan fotonya.

- **Dampak terhadap Masyarakat**

Bab ini menjelaskan tentang dampak *catcall* terhadap masyarakat, juga disertakan dengan ilustrasi dan penjelasan tentang dampak dan alasannya.

- **Pelecehan Seksual yang Berawal dari *Catcall***

Bab ini menjelaskan tentang definisi pelecehan seksual, lalu dilanjutkan dengan contoh pelecehan seksual secara verbal dan non verbal yang disertai oleh ilustrasi pendukung. Dilanjutkan dengan contoh-contoh pelecehan seksual yang berawal dari *catcall*, juga tetap disertakan dengan ilustrasi pendukung.

C. **Visualisasi**

Storyboard dibuat dengan menggunakan cara tradisional menggunakan pensil dikertas, selanjutnya tahap visualisasi dilakukan dengan proses lukisan digital. Visual lain yang digunakan dalam media ialah dengan menggunakan foto untuk melengkapi data yang ada dalam media.

III.2.7 Strategi Media

Strategi media adalah rencana yang digunakan dalam pemilihan media yang bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran. Media yang digunakan harus efektif dan efisien, maka berikut adalah media yang digunakan:

1. Media Utama

Solusi utama yang menjadi solusi dari permasalahan adalah dengan membuat buku yang berisi informasi dari pokok permasalahan, penyampaian informasi dilakukan dengan cara yang ringan agar informasi tersampaikan dengan efektif dan mudah diterima dan dipahami oleh khalayak. Buku informasi berbasis cetak dipilih karena buku dengan ilustrasi memiliki karakter dan menarik, juga bersifat kolektif dan juga tidak terbatas pada koneksi internet. Jika buku berupa digital maka dapat membuat pembaca lebih cepat lelah dalam menatap layar, sedangkan buku yang memiliki fisik langsung dapat dibaca berulang dan juga pembaca dapat membuat rasa memiliki terhadap buku.

Buku adalah kumpulan kertas yang disusun menjadi satu yang berisi gambar atau tulisan (KBBI). Media cetak berupa buku edukasi yang berupa informasi tentang *catcall*, dari pengertian *catcall*, hingga penjelasan tentang pelecehan seksual yang disebabkan oleh tindakan *catcall*. Wawasan khalayak mengenai pelecehan

seksual dapat bertambah, juga khalayak bisa mendapat pengetahuan baru mengenai *catcall.*



Gambar III.3 Referensi buku Informasi bergambar2
Sumber: https://mir-s3-cdn/cf.behance.net/project_modules/max_1200/0d2e8166362243.5b13f3829735d.jpg
(Diakses pada 4 juni 2018)

2. Media Pendukung

Media pendukung diperlukan untuk menarik khalayak untuk membaca media utama, juga dapat menjadi penguat media utama dari segi informasi juga promosi yang bertujuan untuk menguatkan dan mengingatkan pesan media utama.

a. Tahap Informasi

- Poster

  Poster adalah media yang berupa gambar dan juga teks ataupun kombinasi keduanya yang bertujuan untuk memberi informasi atau untuk mengiklankan sesuatu atau maksud-maksud lainnya yang bertujuan untuk menyampaikan pesan. Poster digunakan untuk menginformasikan dan mengajak khalayak dalam peluncuran buku *Catcall*, dengan ukuran a3 (297 x 420mm)

- *Pamphlet*

  Pamphlet adalah bahan cetak tertulis yang berupa limbaran yang dilipat atau biasanya digunakan untuk promosi dan diberikan secara langsung di tempat umum. Flyer dipromosikan sebelum dan sesudah *launcing* buku, di area toko buku atau mall berukuran 9.4cm x13.7cm yang nantinya akan dilipat tiga menjadi pamflet

- *Standee* karakter

  Standee karakter adalah *display* kreatif yang berukuran besar untuk menarik khalayak atau untuk menghias tempat. *Standee* karakter digunakan ditempat jalan masuk untuk mengarahkan pengunjung sekaligus menarik khalayak untuk melihat. Ukuran *standee* disesuaikan dengan besar ilustrasi sebesar standar tinggi orang dewasa.



Gambar III.3 Contoh *standee*
Sumber: https://mummysamsays.files.wordpress.com/2014/06/image4.jpg
(Diakses pada 4 juni 2018)

- Konten Media Sosial

  Media sosial digunakan karena khalayak sasaran berada dalam usia yang cenderung sering menggunakan sosial media. Sosial media digunakan untuk memberikan informasi tentang paket dan promosi tentang buku informasi *catcall*.

a. Iklan Media Sosial

   Iklan di sosial media seperti di Facebook atau Instagram, bentuk iklan ini dapat menarik para pengguna internet untuk mengunjungi laman media sosial utama.

b. Konten Media Sosial

   Konten media berupa promosi tentang *pre order* buku,promosi buku, dan juga informasi mengenai catcall, konten berukuran 2000x2000px 72dpi.

- Ambient Media

  Ambient media adalah suatu bentuk iklan yang mengoptimalkan konteks medium, khalayak, dan produk sehingga tercipta suasana dan sensasi tertentu.

Ambient media yang akan digunakan adalah poster besar yang dipajang di halte bis tepat dibelakang kursi tunggu di kota kota besar, yang berupa tindakan *catcall*, sehingga orang yang duduk seolah-olah sedang menjadi korban *catcall,* lalu di dalam poster besar tersebut terdapat judul dan sub judul buku, juga tanggal terbit buku, juga web sosial media agar mudah diakses.

c. Tahap Pengingat

Media yang digunakan adalah media yang dekat dengan keseharian khalayak sehingga media pendukung ini dapat membuat khalayak mengingat pesan dari media utama. Media pendukung berupa *merchandise* dan *gimmick* yang didapatkan sesuai dengan ketentuan distribusi media. Berikut adalah media yang berupa *merchandise:*

- Buku catatan

  Buku catatan diberikan untuk pembeli dalam paket cetakan buku pertama, buku catatan digunakan karena khalayak sasaran yang merupakan pelajar ataupun mahasiswa sering menggunakan memo untuk mencatat di kelas. Selain itu juga buku yang digunakan terus menerus dapat mengingatkan khalayak akan media utamanya.

- Stiker

  Stiker merupakan media promosi yang dapat diaplikasikan dimana saja. Maka stiker dapat menjadi media pengingat yang baik. Stiker terdapat dalam setiap cetakan buku *catcall*.

- *Tote bag*

  Tote bag merupakan tas jinjing yang banyak digunakan oleh masyarakat yang berusia serupa khalayak sasaran , yaitu dewasa awal, maka *tote bag* dapat digunakan sebagai media pengingat.

Media pendukung yang termasuk kedalam kategori *gimmick* adalah

- Stiker

  Stiker akan dibagikan secara gratis saat hari pertama saat launching buku, dan juga dapat didapatkan di *booth* buku selama persediaan masih ada.

III.2.8 Strategi Distribusi & Waktu Penyebaran Media

Buku informasi ini dibuat secara cetak dan didistribusikan di toko buku di kota besar seperti Jakarta dan Bandung terutama di toko buku Gramedia selaku penerbit buku. Media perancangan berupa buku edukasi yang berupa informasi tambahan, tidak bersifat seperti buku pelajar formal.

Tabel III.2 Strategi Distribusi
Sumber: Pribadi (2018)

Jenis Media	Media	Mei 2019				Juni 2019				Juli 2019			
Media Promosi	Poster 1												
	Poster 2												
	Pamflet												
	Media Sosial												
	Iklan Media Sosial												
Media Utama	Buku												
Merchandise	Buku Catatan												
	Stiker												
	Totebag												
	Pin												
	Pembatas buku												
Gimmick	Stiker												
	Pin												
	Pembatas Buku												
Visual Promotion	Ambient Media												
	Wobbler												

Strategi distribusi diawali dengan menyebar pamflet dan memasang poster promosi di jalan pada dua minggu pertama. Acara *launching* buku pertama dilakukan pada awal bulan mei minggu ketiga di beberapa toko buku Gramedia di kota-kota besar. Masa promosi buku dilakukan selama 3 bulan hingga bulan Juli 2019.

- Pembelian buku *preorder* dipromosikan di akun sosial media, pembelian melalui email resmi penerbit

- Paket *preorder* dapat diperoleh melalui online sebelum buku dirilis di toko buku, diskon 15% untuk paket pre order.
- Pembatas buku dan stiker didapat didalam buku baik edisi online *preorder* maupun *offline.*
- Edisi buku pertama akan mendapat pin gratis
- Paket buku dan *merchandise* komplit dapat dipesan *online* namun akan dikenakan harga normal.

Tabel III.3 Strategi Distribusi

Sumber: Pribadi (2018)

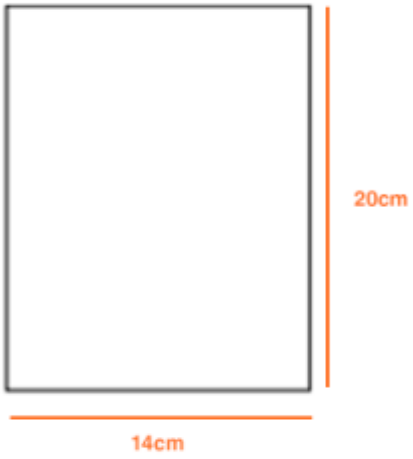
Jenis Media Media		Penyebaran	
		Offline	*Online*
		Toko Buku	*Email*
Media Utama	Buku Informasi		
Merchandise *pre-orded*	Buku Catatan		
	Totebag		
	Pin		
Gimmick	Stiker		
	Pin		
	Pembatas Buku		

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang akan ditampilkan dalam media informasi ini akan memberikan informasi sekaligus gambaran mengenai *catcall* secara menarik dan diharapkan informasi menjadi mudah diingat oleh khalayak.

III.3.1 Format Desain

Format desain dibuat dengan ukuran 13cm x 19cm, dengan format portrait, dengan ukuran buku yang tidak terlalu panjang maka lebih mudah dipegang saat dibaca, dan tidak memakan tempat ketika dibawa kemana saja. Buku dicetak dengan kertas *artpaper* 210gr. Sampul menggunakan jenis *hardcover.*



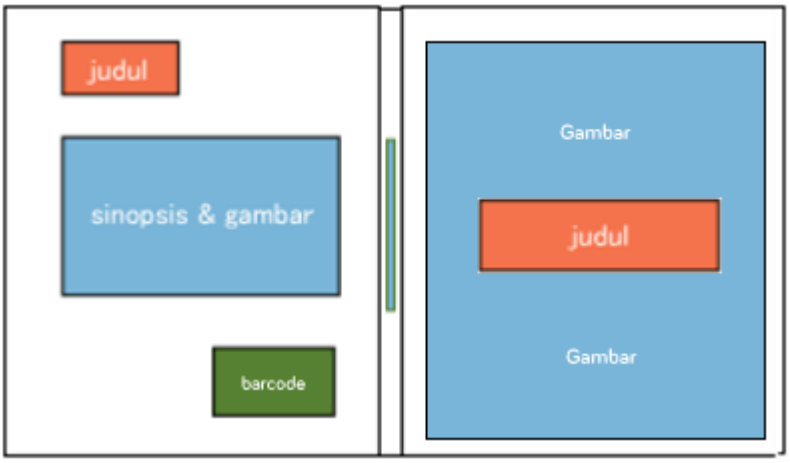
Gambar III.4 Ukuran Halaman Buku
Sumber: Pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak (*Layout)*

Tata letak atau *layout* merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk menunjang konsep atau pesan yang dibawanya. (Rustan, 2009).

- Sampul Buku

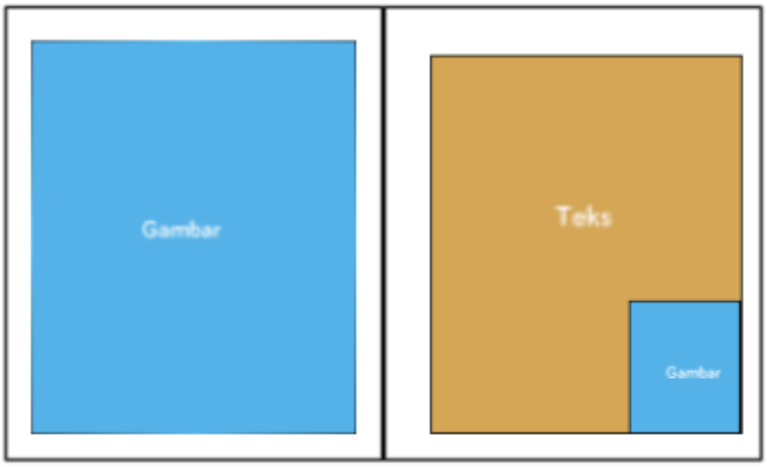
Bagian sampul buku menggunakan jenis *layout* simetris yang diisi dengan judul dan logo buku ditengah untuk menjadi pusat *point of view* utama saat khalayak melihatnya. Pada bagian depan, terdapat logo penerbit, *tagline*, dan ilustrasi utama gambar. Pada bagian belakang terdapat barcode dan juga sinopsis dari buku yang menjelaskan isi buku secara singkat, sehingga khalayak mendapat gambaran tentang apa isi dari buku informasi ini.



Gambar III.5 Ilustrasi Cover & Back Cover
Sumber: Pribadi (2018)

- Isi buku

Isi buku 60% didominasi dengan ilustrasi dan 40% nya adalah isi tulisan, dan deskripsi dari gambar. Isi buku lebih didominasi dengan ilustrasi agar khalayak tidak cepat merasa bosan saat membaca buku yang bersifat informasi.



Gambar III.6 Ilustrasi Isi Buku
Sumber: Pribadi (2018)

- Balon Kata

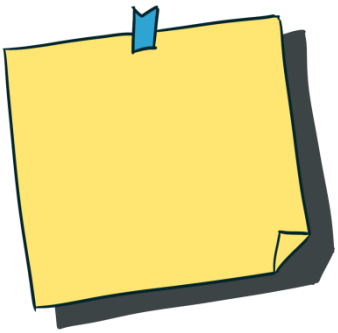
Balon Kata digunakan untuk menuliskan dialog karakter orang di dalam buku, besarnya disesuaikan dengan panjangnya kalimat. Balon kata digunakan untuk menyampaikan pendapat atau poin penting masyarakat atau penulis, agar lebih mudah terlihat.



Gambar III.7 Balon Kata
Sumber: Pribadi (2018)

- Memo

Memo digunakan untuk menjelaskan poin poin pada gambar, sehingga terlihat lebih mudah dibaca dibandingkan bila poin utama dimasukan dalam satu paragraf



Gambar III.8 Memo
Sumber: Pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah huruf yang terusun dalam sebuah alfabet yang merupakan media penting komunikasi visual.Huruf merupakan susunan alfabet, angka, tanda baca, dan lain-lain, sementara tipografi dimaknai sebagai disiplin yang berkenaan dengan huruf. (Rustan, 2014:h.16). Huruf dalam judul buku *catcall* ini memiliki tingkat keterbacaan yang jelas.

- **Huruf Pada Judul**

  Huruf pada judul menggunakan jenis huruf *sans serif* menggunakan *font* Pangolin, juga menggunakan *font* Nickailey. Nickainley dibuat oleh Seniors Studio Lisensi tipe regular gratis untuk personal maupun komersil. Pangolin buatan Kevin Burke merupaka font dengan *open license* (OFL). Sususan hurufnya dibuat dengan bentuk *Arc* dengan kombinasi *tilt*, yang membuat kesan lawas pada font, menggunakan gaya 80an dengan kesan modern sesuai dengan usia minat dan tren khalayak yang berada dalam tahap dewasa awal.



Gambar III.9 Judul Nickainley
Sumber: Pribadi (2018)

- **Huruf Pada Sub Judul**

Huruf pada sub judul menggunakan *font* Pangolin regular , yang sama dengan judul utama, sub judul berukuran lebih kecil dan diletakan berbeda dari judul utama agar khalayak dapat fokus terhadap judul utama. Huruf pangolin digunakan karena huruf berbentuk menyenangkan untuk menunjukan bahwa isi buku bukanlah buku informasi yang formal.





Gambar III.9 Sub Judul Pangolin
Sumber: Pribadi (2018)

- **Huruf Pada *Bodytext***

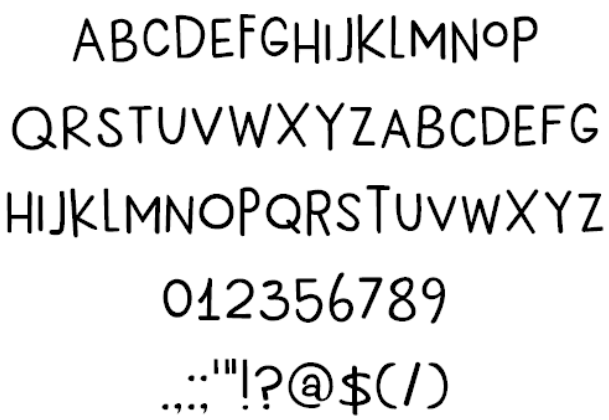
Huruf *bodytext* menggunakan font Bariol yang berjenis *sans serif*. Font Bariol didesain oleh Atipo, lisensi versi regular dan italic gratis untuk dipakai, sedangkan versi komplitnya berbayar. Bariol dipilih karena jenis hurufnya tidak terlalu kaku dan tingkat keterbacaannya jelas. Jenis huruf ini menimbulkan kesan santai dan tidak terlalu formal sehingga khalayak dapat lebih mudah membaca informasi dan memahaminya.



Gambar III.11 Bariol
Sumber: Pribadi (2018)

- **Huruf Pada Balon Teks**

Huruf pada Balon teks menggunakan Font DK New Beginnings. Font DK New Beginings didesain oleh David Kerkhoff, lisensi versi regular gratis untuk dipakai, sedangkan versi komplitnya berbayar. Karakter font DK New Beginnings adalah ceria dan *playfull* sehingga tidak membuat isi teks dalam balon teks menjadi kaku dan formal.



Gambar III.12 DK New Beginnings
Sumber: Pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

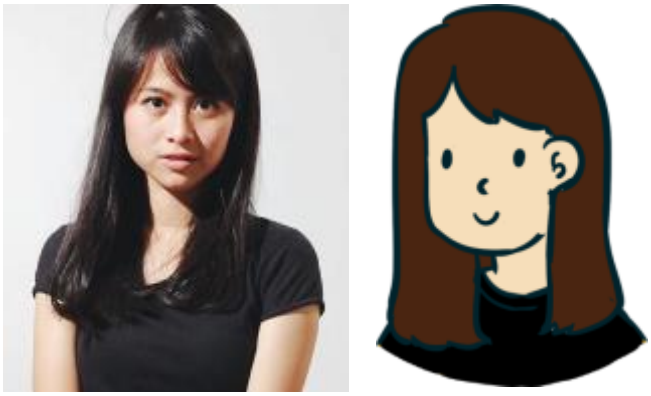
Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. (Kusrianto, 2006). Gambar menggunakan teknik digital. Gaya karakter disesuaikan dengan gaya masyarakat Indonesia sehari-hari, contoh gambar menggunakan gaya ilustrasi modern yaitu gaya *flat graphic style* dengan bentuk gaya karakter isometrik namun dimodifikasi dengan menggunakan teknik ilustrasi *digital painting* dan bukanlah *vector*.



Gambar III.13 Referensi ilustrasi
Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/4380e452826179.5a787899eec3a.png

III.3.4.1 Studi Karakter

Pada buku infomasi ini terdapat 2 karakter, yaitu pria dan wanita dewasa juga anak-anak. Dalam buku *catcall* ini tidak memiliki karakter khusus, namun akan digambarkan banyak karakter dengan ciri yang berbeda-beda menggunakan khas stereotip masyarakat Indonesia sehari-hari.



Gambar III.14 Foto dan contoh ilustrasi
Sumber: Pribadi (2018)

III.3.4.1 Studi Elemen Estetis

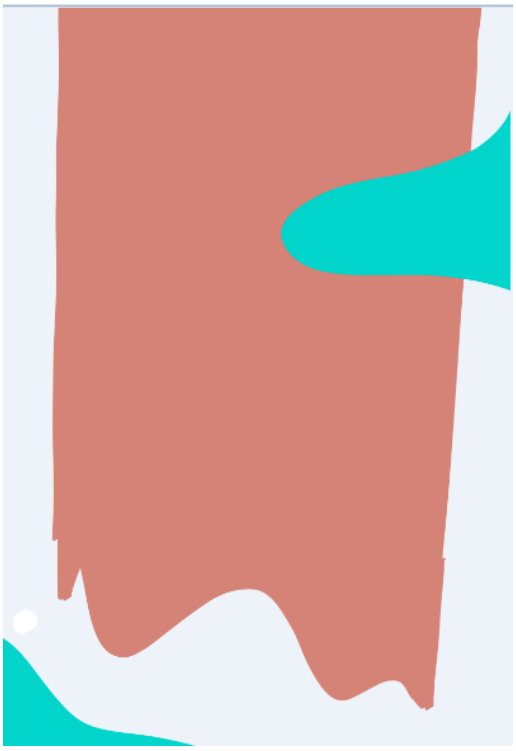
Elemen ornamen yang ada pada buku adalah bentuk yang diambil dari lava dari lava *lamp* yang memiliki ciri khas warna warna cerah yang berbentuk dinamis sehingga dapat mengisi kekosongan bagian dalam buku.



Gambar III.15 Ornamen Buku
Sumber: Pribadi (2018)

III.3.4.2 Studi *Background* Latar

Background latar menggunakan warna yang ada di dalam palet utama, dan menggunakan elemen estetis yang berbeda dan menyesuaikan dengan kekosongan dari isi buku.



Gambar III.16 Contoh *Background*
Sumber: Pribadi (2018)

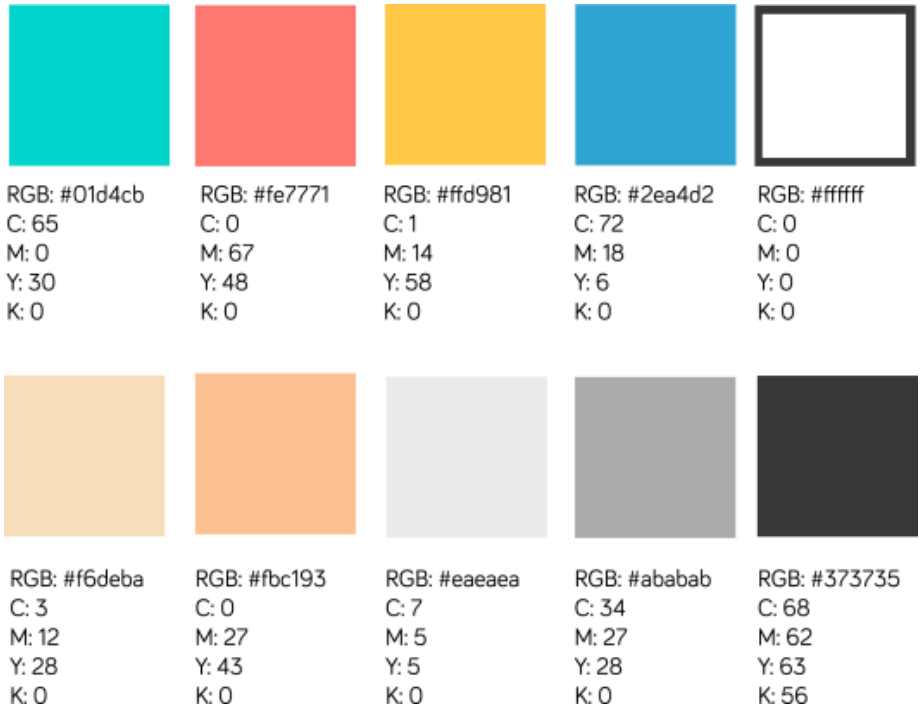
III.3.5 Warna

Warna adalah elemen desain yang sangat berpengaruh dalam membuat komposisi sebuah desain menjadi menarik. Dalam buku *catcall* ini gambar menggunakan warna-warna cerah yang bernuansa tahun 60'an karena pada tahun 60'an banyak terdapat warna-warna cerah yang dapat menarik khalayak, selain itu karena tren bersifat berulang, gaya 60'an sekarang sedang menjadi favorit khalayak yang berusia dewasa awal.



Gambar III.17 Gaya Ilustrasi 60’an
Sumber: https://www.parkablogs.com/sites/default/files/lifestyle-illustration-of-the-60s-01.jpg
(Diakses pada 4 juni 2018)

Warna cerah bagus dalam menarik perhatian dan sering digunakan atau membuat sorotan pada produk. (Sherin, 2012:h.98). Selain menggunakan warna cerah juga warna gelap digunakan untuk menyeimbangkan warna warna yang cerah agar tetap menjaga tingkat keterbacaan dan pemahaman informasi. Warna CMYK digunakan untuk panduan warna cetak, RGB adalah tampilan di monitor, dan Pantone adalah panduan warna global.



Gambar III.18 Palet warna
Sumber: Pribadi (2018)