BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Berdasarkan hasil proses penelitian dalam penentuan khayalak sasaran utama pada perancangan tugas akhir ini adalah masyarakat kategori remaja di Kabupaten Sumedang, dengan rincian sebagai berikut:

1. Demografis

   Pengelompokan demografis merupakan khalayak sasaran berdasarkan gender, pendidikan, usia, dan status ekonomi. Khalayak sasaran utama pada perancangan ini berdasarkan demografis yaitu masyarakat Kabupaten Sumedang baik laki-laki maupun perempuan. Khalayak sasaran memiliki batasan usia 16-20 tahun, yaitu sekolah menengah atas (SMA) hingga mahasiswa perguruan tinggi, dengan status ekonomi menengah. Khalayak ini terpilih karena usia tersebut merupakan masa usia yang dapat menyerap pembelajaran lebih efektif melalui aksi interaktif, seperti berinteraksi dan melakukan aktivitas.

2. Geografis

   Pengelompokan geografis didasarkan pada negara, wilayah, kota, suku dan desa. Perancangan difokuskan pada khalayak sasaran domisili Kota Sumedang, terutama pada lokasi yang berdekatan dengan sekolah tingkat SMA di Kecamatan Sumedang Selatan dan Sumedang Utara.

3. Psikografis

   Berdasarkan khalayak sasaran psikografis, yaitu pengelompokan berdasarkan psikologis dan gaya hidup, perancangan ini memfokuskan kepada remaja-remaja di Kota Sumedang. Secara psikologi, remaja memiliki minat dan rasa penasaran yang tinggi pada hal-hal yang baru. (Abu Ahmadi; Soleh Munawar, 2005). Selain itu remaja mudah menyerap informasi dari media-media yang dekat dengan kehidupan sehari-harinya.

4. *Consumer Insight*

   Khalayak sasaran remaja berusia 16 hingga 20 tentunya sedang dalam masa di mana dihadapkan dengan berbagai permasalahan seperti masalah sosial, akademis, maupun permasalahan kesehatan fisik dan non-fisik.

Keadaan tersebut menyebabkan khalayak lebih mudah megalami kondisi tidak baik seperti tekanan pikiran dan stres. Kondisi tersebut dapat ditanggulangi dengan disediakannya media hiburan, seperti permainan dan penggunaan media informasi yang bersifat ringan serta menghibur. Pemilihan media yang lebih menarik dan sesuai juga dapat meningkatkan ketertarikan khalayak terhadap topik.

5. *Consumer Journey*

Berikut merupakan tabel *consumer journey* dari khalayak sasaran pada rancangan ini.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)

Waktu	**Kegiatan**	**Tempat**	***Point of Contact***
06:00	Bangun tidur	Kamar tidur	Jam; telefon genggam
06:15	Mandi; bersiap-siap	Kamar mandi	Alat mandi; cermin
06:30	Sarapan	Rumah; restoran	Televisi; telefon genggam; alat makan; meja kursi
06:45	Berangkat sekolah/kuliah	Jalan; transportasi	Jalan; *billboard*; telefon genggam
07:00	Sekolah/kuliah	Kelas	Papan tulis; buku; pulpen
10:00	Istirahat sekolah/kuliah	Kantin; koridor; lapangan; taman	Poster; jajanan; telefon genggam.
12:30	Pulang sekolah/kuliah	Jalan; transportasi	Jalan; *billboard*; telefon genggam
13:00	Makan siang	Rumah; restoran	Televisi; telefon genggam; alat makan; meja kursi
14:00	Jalan-jalan; nongkrong; bermain atau	Mall; kafe; taman; rumah; restoran	Telefon genggam; minuman; *card game/board game*;

	mengerjakan tugas bersama teman		poster digital; meja kursi; laptop/komputer; *billboard*
19:00	Makan malam	Rumah; restoran	Televisi; telefon genggam; alat makan; meja kursi
19:30	Belajar; mengerjakan tugas; membaca; *browsing internet*	Kamar tidur	Laptop/komputer; telepon genggam; buku; pulpen; jam
22:00	Tidur	Kamar tidur	Buku; kasur

Khalayak sasaran merupakan remaja usia 16-20 tahun, dan merupakan siswa SMA dan mahasiswa perguruan tinggi. Kegiatan sehari-hari mereka dimulai dari kamar tidur baik di rumah maupun di lingkungan kosan. Selanjutnya yaitu berkegiatan di lingkungan sekolah atau kampus. Beberapa media yang terlihat dan digunakan oleh khalayak antara lain telepon genggam, alat perlengkapan sekolah, alat perlengkapan makan, asesoris seperti gantungan kunci dan pin, *board game* dan *card game*, serta layar komputer. Khalayak juga sering beraktivitas pada lingkungan kafe, restoran dan pusat perbelanjaan atau mal.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan agar tujuan dari perancangan dapat terlaksana secara sesuai dan tepat sasaran antara lain dengan memberikan berbagai informasi dasar hingga mendetail mengenai Mahkota Binokasih, cerita serta sejarahnya secara menarik melalui buku cerita dan *board game*. Strategi tersebut dipilih tidak lain agar proses pemahaman dari informasi sejarah Mahkota Binokasih dapat terserap oleh khalayak sasaran dengan pengalaman yang berbeda. Pada media-media tersebut disediakan ilustrasi kejadian dan permainan mencari cerita untuk menampilkan bayangan bagaimana perjalanan sejarah Mahkota Binokasih

sehingga dapat menjadi suatu hal yang sangat penting untuk Kabupaten Sumedang. Penyampaian yang berbeda dan menarik mengenai informasi tersebut diharapkan dapat memunculkan pengalaman lebih baik pada ingatan khalayak sasaran.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi perancangan ini tidak lain untuk memberikan informasi sejarah Mahkota Binokasih terhadap masyarakat Kabupaten Sumedang secara lebih interaktif dan dengan memberikan pengalaman berbeda yang menarik daripada media informasi yang lain. Selanjutnya khalayak sasaran diharapkan dapat memahami mengapa Mahkota Binokasih sangat penting untuk Kabupaten Sumedang.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pada rancangan ini, pendekatan komunikasi dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu pendekatan komunikasi visual dan pendekatan komunikasi verbal. Penyampaian informasi disesuaikan dengan khalayak sasaran, yaitu remaja SMA dan dewasa muda tingkat mahasiswa yang berdomisili di Kabupaten Sumedang agar konten dapat diterima dan dimengerti secara baik.

1. Pendekatan Visual

   Pendekatan visual pada perancangan media informasi sejarah Mahkota Binokasih dilakukan melalui ilustrasi. Teknik ilustrasi yang diambil adalah ilustrasi cat air (*water color*) manual lalu melewati *retouch* secara *digital*. Teknis ini dipilih karena bersifat lebih unik dan menarik untuk khalayak remaja. Ilustrasi-ilustrasi yang ditampilkan nantinya akan memberikan nuansa khas Sunda khususnya Sumedang dengan latar yang disesuaikan dengan garis sejarahnya.

2. Pendekatan Verbal

   Perancangan ini menggunakan pendekatan verbal dengan Bahasa Indonesia. Rancangan menggunakan bahasa formal dan baku, namun tidak menutupi kemungkinan dengan menambahkan beberapa bahasa yang santai dan lebih nonformal dan tidak baku pada beberapa bagian. Bahasa Indonesia dipilih karena lebih umum dan lebih dapat dimengerti daripada Basa Sunda

mengingat khalayak adalah remaja usia SMA dan mahasiswa perguruan tinggi. Bahasa baku dipilih agar pesan dan informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami secara baik dan benar, sedangkan selingan bahasa nonformal atau tidak baku ditambahkan agar mengurangi rasa kejenuhan.

III.2.3 *Mandatory*

Pihak *mandatory* dari perancangan buku cerita dan *board game* Sejarah Mahkota Binokasih antara lain Creative Business Media Agency sebagai penerbit buku cerita, Manikmaya Games sebagai penerbit *board game* dan *card game*, serta Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang (DISPARBUDPORA Sumedang) sebagai pemberi *mandatory* dari rancangan ini.



Gambar III.1 Logo Penerbit Creative Business Media Agency
Sumber: http://www.cbmagency.com/wp-content/uploads/2017/01/cbmagencydotcom-28-Agustus-14-copy-150x150.jpg (diakses pada 6 Juni 2018)



Gambar III.2 Logo Manikmaya Games
Sumber: https://ecs7.tokopedia.net/img/cache/215-square/shops-1/2016/11/23/895252/895252_8710ab28-03d2-426f-af57-5e17213bfcda.png (diakses pada 6 Juni 2018)



Gambar III.3 Logo DISPARBUDPORA Kabupaten Sumedang
Sumber: http://disparbudpora.sumedangkab.go.id/images/header.png (diakses pada 6 Juni 2018)

III.2.4 Materi Pesan

Perancangan memiliki beberapa materi pesan yang harus tersampaikan, antara lain yaitu penjelasan dan deskripsi daripada Mahkota Binokasih. Selanjutnya sejarah proses perjalanan Mahkota Binokasih hingga sampai ke Sumedang juga harus dapat tersampaikan, sekaligus peran dan makna Mahkota Binokasih bagi Kabupaten Sumedang.

III.2.5 Gaya Bahasa

Perancangan ini menggunakan bahasa Indonesia dengan gaya bahasa denotatif yang baku atau formal. Gaya bahasa denotatif dipilih agar khalayak dapat mengerti secara lebih mudah dan baik. Gaya bahasa denotatif digunakan untuk agar pesan dan informasi tersampaikan dengan makna sesungguhnya, serta dapat memberikan berbagai gambaran kemungkinan dari suatu kejadian dan membuat khalayak lebih paham.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan media buku cerita dan *board game*. Buku cerita nantinya berfungsi sebagai media informasi utama daripada deskripsi, cerita dan sejarah dari Mahkota Binokasih, sedangkan *board game* dalam proses permainannya memberikan pengalaman menarik agar khalayak sasaran dapat mengerti dan memahami bagaimana proses Mahkota Binokasih sampai ke Sumedang dan menjadi ikon dari Kabupaten Sumedang. Strategi tersebut dipilih agar proses pemahaman dari informasi sejarah Mahkota Binokasih yang diberikan dapat terserap oleh khalayak sasaran melalui pengalaman berbeda. Penyampaian menarik dan berbeda mengenai informasi tersebut diharapkan dapat memunculkan pengalaman baru dan lebih baik pada ingatan khalayak sasaran karena khalayak sedang pada masa mencari hobi dan pengalaman

baru. Teknik penyampaiannya yaitu dengan ilustrasi cat air yang menampilkan karakter-karakter penting dalam sejarahnya, benda-benda penting dalam cerita, latar belakang Sunda dan Sumedang pada masanya, serta bahasa baku yang mudah dimengerti. Gaya ilustrasi tersebut dipilih agar memberikan bayangan kepada khalayak mengenai karakter dan cerita namun secara tidak membosankan, sedangkan gaya bahasa baku dipilih agar informasi tersampaikan secara jelas.

III.2.6.1 *Storyline*

Pada buku cerita, alur cerita ditentukan terlebih dahulu agar pesan suatu peritiwa dapat tersampaikan sesuai dengan alur sejarah. Berikut merupakan *storyline* untuk media buku cerita.

Tabel III.2 *Storyline*
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)

Scene	Keterangan
Scene 1	Penjelasan Mahkota Binokasih. Keberadaan Mahkota Binokasih di Museum Prabu Geusan Ulun. Memberikan pernyataan bahwa sebenarnya Sumedang tidak memiliki mahkota. Memunculkan pertanyaan mengapa mahkota tersebut berada di Sumedang.
Scene 2	Asal-muasal mahkota berasal dari Kerajaan Pajajaran. Terjadi peristiwa penyerangan terhadap Kerajaan Pajajaran oleh Kesultanan Banten. Pajajaran mengalami kehancuran.
Scene 3	Raja terakhir Pajajaran, Prabu Raga Suryakencana menugaskan 4 Kandaga Lante untuk menyelamatkan lambang kebesaran Pajajaran, yaitu Mahkota Binokasih.
Scene 4	Keempat Kandaga Lante bersama beberapa masyarakat berangkat ke Sumedang. Penjelasan mengenai mengapa Sumedang dipilih untuk menjadi tujuan menurunkan lambang kebesaran Pajajaran.
Scene 5	Menampilkan keadaan Sumedang pada saat itu, yaitu telah memiliki pemerintahan di Kutamaya, dengan kepemimpinan Pangeran Santri dan Ratu yang memiliki putra bernama Pangeran Angkawijaya.

Scene 6	Keempat Kandaga Lante sampai ke kediaman Kerajaan Sumedang Larang di Kutamaya, menjelaskan maksud kedatangannya kepada Pangeran Angkawijaya.
Scene 7	Penyerahan Mahkota Binokasih beserta beberapa peninggalan lainnya kepada Pangeran Angkawijaya (Prabu Geusan Ulun) disaksikan oleh masyarakat Kerajaan Sumedang Larang.
Scene 8	Penobatan Pangeran Angkawijaya sebagi Nalendra atau Raja Terakhir Pajajarann sekaligus penetapan hari jadi Sumedang.

III.2.6.2 *Storyboard*

Pada buku cerita, alur *scene* ditentukan terlebih dahulu agar gambaran suatu peritiwa dapat tersampaikan sesuai dengan alur sejarah. Berikut merupakan *storyboard* untuk media buku cerita.



Gambar III.4 *Storyboard*
Sumber: data pribadi (20 Juni 2018)

III.2.7 Strategi Media

Perancangan ini memiliki beberapa strategi media yang akan dipakai, dan terbagi pada dua jenis media, yaitu media utama dan media pendukung.

1. Media Utama

   Media utama dari perancangan ini yaitu buku cerita dan *board game*. Pada buku cerita ditampilkan gambar ilustrasi beserta cerita sejarah Mahkota Binokasih secara terurut berdasarkan garis waktunya. Ilustrasi yang ditampilkan berfungsi untuk memberikan gambaran mengenai keadaan dan suatu kejadian daripada sejarah tersebut kepada khalayak, dengan demikian informasinya pun dapat tersampaikan secara jelas. Selain hal tersebut, ilustrasi juga meningkatkan daya tarik khalayak sasaran untuk meningkatkan keingintahuan, bagaimana kelanjutan dari cerita tersebut. Buku dipilih karena sifatnya yang dapat dikoleksi, sehingga lebih tahan lama. *Board game* Sejarah Mahkota Binokasih diadaptasi dari permainan kartu bernama *Saboteur*, namun dengan beberapa modifikasi. *Saboteur* merupakan permainan yang menggunakan kartu ciptaan Frederic Moyersoen. Pemain terdiri dari *gold-digger* yang memiliki tujuan mencari jalan untuk mencari harta karun, dan *saboteur* yang bertugas untuk memberikan rintangan kepada langkah *gold-digger* dalam membuat jalan. Pemain tidak mengetahui peran pemain yang lainnya sehingga harus mencari tahu terlebih dahulu, dengan melihat pergerakannya saat bermain. Pemain yang telah mengetahui peran pemain lain dapat saling bekerja sama. *Gold-digger* memenangkan permainan ketika menemukan harta karun, sedangkan *saboteur* memenangkan permainan ketika *gold-digger* gagal menemukan harta karun hingga kartu permainan habis.



Gambar III.5 *Saboteur Card Game*
Sumber: https://www.teamboardgame.com/wp-content/uploads/2015/04/Saboteur-Gameplay.jpg (diakses pada 6 Juni 2018)

Pada perancangan ini, permainan *Saboteur* tersebut dimodifikasi menjadi *board game*, dan karakter disesuaikan dengan cerita Mahkota Binokasih. *Board game* memiliki beberapa bagian, antara lain papan permainan, kartu karakter, kartu jalan, kartu aksi, dan kartu *trivia* berisi informasi-informasi singkat dan penting mengenai sejarah Mahkota Binokasih. Pada *board game* ini ditampilkan beberapa karakter penting berdasarkan cerita sejarah Mahkota Binokasih. Pemain nantinya akan menjadi salah satu dari karakter tersebut. Pada papan permainan, nantinya ditempatkan kartu-kartu *trivia* untuk dibuka. Pada kartu-kartu tersebut terdapat informasi-informasi pendek dan penting berhubungan dengan sejarah Mahkota Binokasih. Strategi-stategi pada media *board game* tersebut diharapkan dapat memberikan pengalaman dalam menyerap pengetahuan secara lebih menyenangkan dan menarik serta interaktif, tanpa adanya rasa terpaksa dan membosankan.

2. Media Pendukung

   Perancangan ini juga membutuhkan beberapa media pendukung untuk menarik minat khalayak agar lebih dikenal dan diingat. Selain itu, media pendukung juga berperan dalam mempromosikan media utama yang telah disebutkan. Terdapat dua jenis media pendukung, yaitu media promosi dan

media *merchandise*. Berikut merupakan beberapa media pendukung yang dipilih dalam rancangan ini.

a. Media promosi

- *X-banner*

  X-banner digunakan pada acara peluncuran dan *event* atau *booth* dan ditempatkan pada beberapa tempat yang sering dikunjungi atau terlihat oleh khalayak sasaran seperti di sekolah, universitas, mall dan pusat perbelanjaan, serta pada acara-acara tertentu seperti *car free day/night*.

- Poster

  Poster adalah media promosi untuk menginformasikan peluncuran buku dan *board game*. Poster akan ditempatkan pada tempat-tempat di mana khalayak melakukan aktivitasnya sehari-hari yaitu di sekolah dan perguruan tinggi.

- Poster *Digital* Media Sosial

  Media sosial adalah media yang sering digunakan dan digemari oleh khalayak sasaran sehingga cocok untuk menjadi media promosi perancangan ini. Instagram dan Facebook adalah media sosial utama yang digunakan khalayak sasaran sehingga cocok untuk menyebarkan poster digital, promosi dan informasi mengenai produk yang akan dirancang. Akun yang akan mempromosikan poster yaitu akun rekan media, seperti akun resmi Museum Prabu Geusan Ulun, @sumedang_banget dan @inimahsumedang.

b. Media *merchandise*

- Gelas mug

  Media pendukung mug dipilih untuk promosi secara *remind* terhadap khalayak pada saat menggunakan media ini.

- Buku tulis/*notes*

  Khalayak merupakan pelajar sehingga media ini cocok untuk dijadikan media pendukung.

- Pembatas Buku

  Pembatas buku merupakan pelengkap dari media utama buku cerita.
- *Sticker*

  Stiker merupakan media yang bersifat dapat dikoleksi, sehingga cocok untuk dijadikan media untuk *remind*.
- Gantungan kunci

  Gantungan kunci termasuk media yang dapat dikoleksi, sering digunakan dan terlihat oleh khalayak.
- Pin

  Pin merupakan media yang sering digunakan sebagai aksesoris oleh khalayak, sehingga dapat membantu mempromosikan rancangan.
- *Tote bag*

  Tote bag digunakan sebagai *packaging* dari buku dan *board game* itu sendiri. Selain itu kegunaannya berjangka panjang sehingga dapat digunakan oleh khalayak dari waktu ke waktu, dan dapat berfungsi secara tidak langsung untuk promosi.
- Kaos

  Kaos digunakan pada saat peluncuran oleh staf, juga sebagai *doorprize* atau suvenir bagi khalayak pada saat *event*.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Penyebaran media dilaksanakan dengan strategi distribusi sesuai dengan khalayak sasaran utama. Berikut merupakan detail strategi distribusi dan waktu penyebaran media.

1. Lokasi Distribusi

   Penyebaran media akan difokuskan pada saat *event* atau acara peluncuran, yaitu antara lain di sekolah, secara khusus SMA Negeri 1 Sumedang. Selain sekolah, penyebaran juga dilakukan di mall, *Car Free Day/Night* Alun-Alun Sumedang, dan toko buku serta toko *game board*.

2. Jadwal Distribusi

Rencana peluncuran buku cerita dan *board game* adalah satu bulan setelah promosi poster tersebar. Promosi dimulai satu bulan sebelum peluncuran yaitu pada bulan Maret tahun 2019 agar khalayak memiliki waktu untuk mendapatkan detail informasi mengenai peluncuran buku dan *board game* tersebut. Tanggal yang dipilih untuk peluncuran media adalah pada bulan April 2019 selama 2 bulan hingga Mei 2019. Tanggal tersebut dipilih karena bertepatan dengan bulan hari jadi Kabupaten Sumedang, yaitu pada tanggal 20 April. Berikut merupakan tabel jadwal distribusi media.

Tabel III.3 Distribusi Media
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)

Media	**Maret 2019**				**April 2019**				**Mei 2019**				**Tempat Distribusi**
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	
Buku Cerita													*Event*, *booth*, toko buku
Board Game													*Event*, *booth*, toko *board/card game*
X-banner													*Event*, *booth*, toko buku, toko *board game*
Poster													Mall, sekolah, kampus, *billboard*

Poster digital media sosial													Media sosial Facebook, Instagram
Gelas Mug													*Event, booth*
Notes													*Event, booth*
Pembatas Buku													*Event, booth*
Sticker													*Event, booth*
Gantungan kunci													*Event, booth*
Pin													*Event, booth*
Tote bag													*Event, booth*
Kaos													*Event, booth*

III.3 Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan media informasi buku cerita dan *board game* Sejarah Mahkota Binokasih ini yaitu agar khalayak mendapatkan informasi secara lebih menyenangkan mengenai perjalanan dari ikon Kabupaten Sumedang tersebut. Selanjutnya akan dijelaskan secara mendetail konsep-konsep visual yang dipilih.

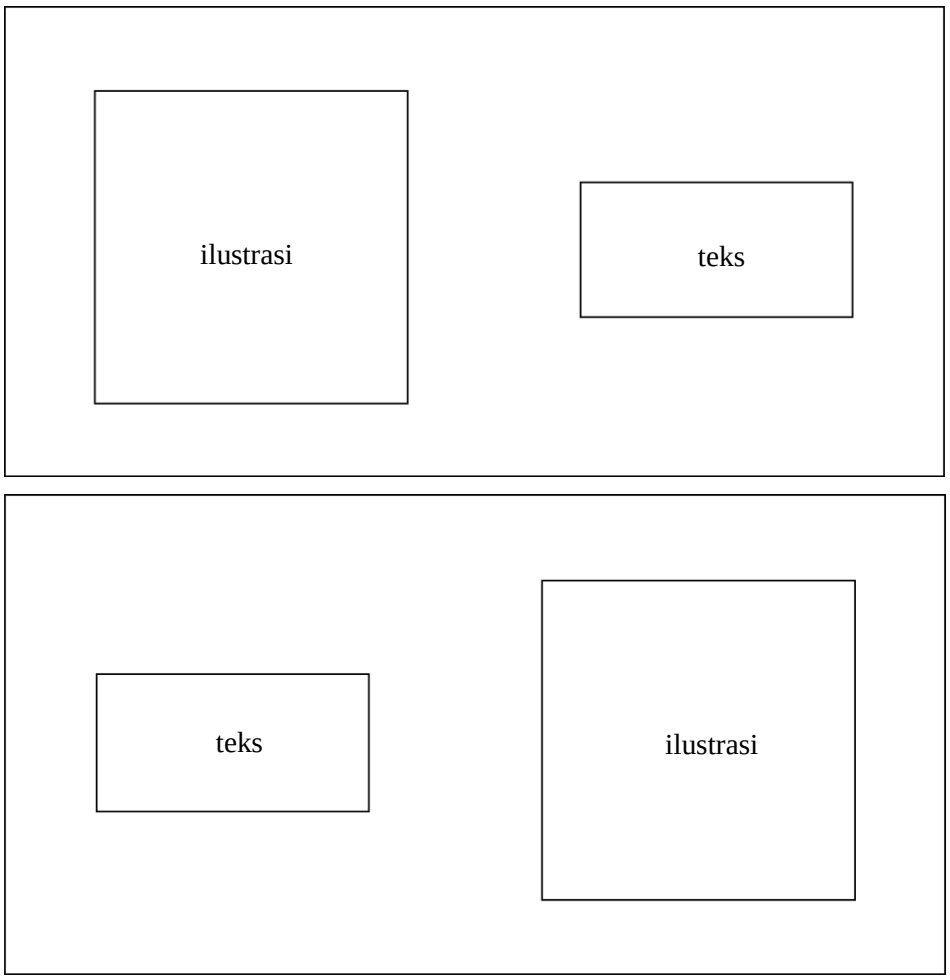
III.3.1 Format Desain

Format desain perancangan media informasi buku cerita Sejarah Mahkota Binokasih menggunakan teknik ilustrasi manual cat air yang selanjutnya melewati *retouch* secara *digital*. Buku cerita berformat 1:1 dengan ukuran 210mm x 210mm.

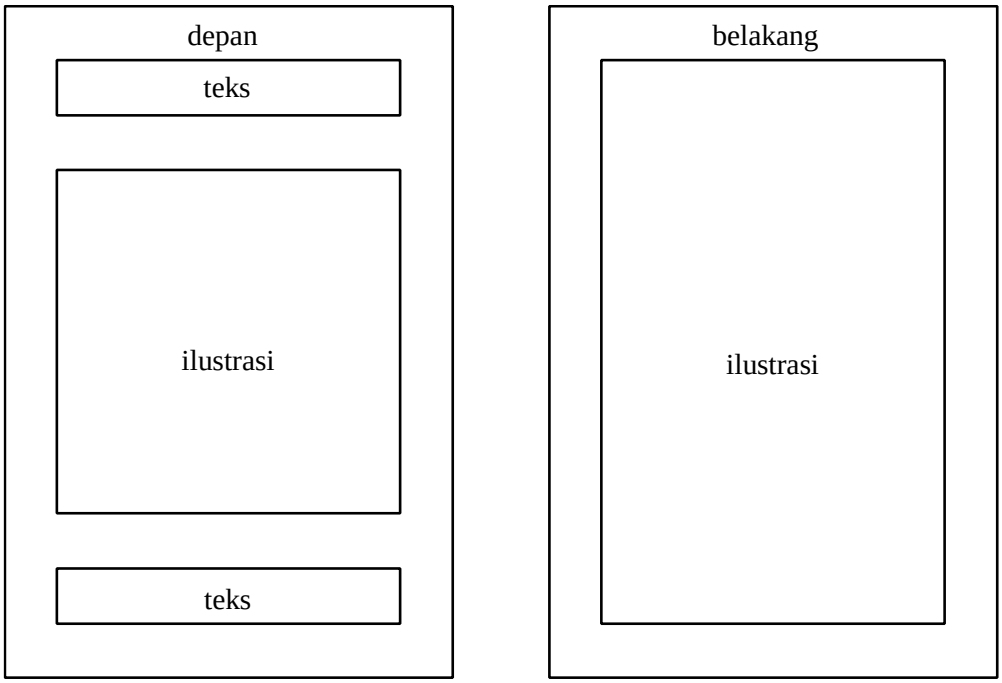
Board game memiliki bagian dalam berukuran 420 mm x 450mm untuk menyimpan kartu, dengan margin masing-masing sisi 30 mm, sehingga total ukuran papan permainan yaitu 450mm x 480mm.

III.3.2 Tata Letak

Tata letak adalah elemen-elemen desain terhadap suatu bidang yang terdapat di media tertentu. Tata letak memiliki fungsi sebagai pendukung konsep atau pesan sehingga penempatan komposisi antara teks dan gambar dapat dipahami secara baik dan benar. Gaya tata letak buku menggunakan gaya jenis *picture window layout* sehingga tampilan ilustrasi merupakan baguan utama yang dibagi menjadi beberapa bagian dengan menggunakan tema dan bentuk yang sama. Berikut merupakan rincian tata letak media informasi Sejarah Mahkota Binokasih.



Gambar III.6 Tata letak pada buku cerita
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)



Gambar III.7 Tata letak pada kartu permainan
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)

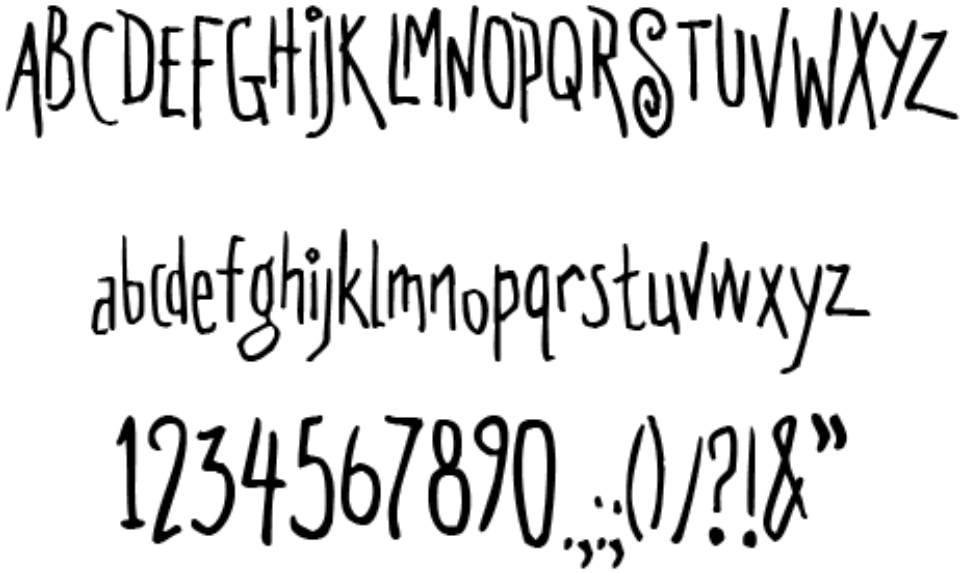


Gambar III.8 Tata letak pada papan permainan
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)

III.3.3 Tipografi

Pemilihan tipografi yang tepat dapat memberikan karakteristik tertentu pada huruf sesuai dengan kegunaan dan tujuan. Perancangan media buku cerita dan *board game* ini ditujukan untuk khalayak remaja sehingga pemilihan tipografi yang menarik dan menumbuhkan rasa semangat sebaiknya dipilih. Berikut beberapa tipografi yang dipilih untuk digunakan dalam perancangan.

1. *Krelesanta AOE*



Gambar III.9 Jenis huruf *Krelesanta AOE*
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)

Jenis huruf *Krelesanta AOE* dipilih untuk merancang judul sekaligus *logotype* dari media informasi sejarah Mahkota Binokasih ini. Jenis huruf ini dirancang oleh Brian J. Bonislawsky dari penerbit *Astigmatic One Eye Typographic Institute* pada tahun 1997. Jenis huruf ini memiliki lisensi dapat bebas digunakan untuk keperluan pribadi, sedangkan untuk keperluan komersial dibutuhkan izin khusus pada penerbit. Jenis huruf ini termasuk pada jenis huruf dekoratif. Jenis huruf ini dipilih karena mewakilkan karakteristik yang akan dimunculkan pada media buku cerita dan *board game*, yaitu menumbuhkan rasa semangat karena garisnya yang tegas, namun juga bersifat dinamis dan menyenangkan dengan alur antar hurufnya yang dibuat tidak kaku.



Gambar III.10 Logo Buku Cerita dan *Board Game*
"Mengantar Mahkota Binokasih"
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)

Pada logo tersebut terdapat *logotype* yang menggunakan jenis huruf *Krelesanta AOE*, dan *logogram* yang merupakan ilustrasi dari Mahkota Binokasih menggunakan gaya ilustrasi dekoratif dengan teknik *watercolor*.

2. *Minna Drop*



Gambar III.11 Jenis huruf *Minna Drop*
Sumber: data pribadi (6 Juli 2018)

Jenis huruf *Minnadrop* dirancang oleh Martina Flor dan Romy Fey dari *HS Anhalt/Department of Design* pada tahun 2014. Huruf ini memiliki lisensi bebas digunakan untuk semua keperluan. Jenis huruf *Minna Drop* pada perancangan ini diterapkan pada *body text* buku cerita. Jenis huruf ini termasuk pada kategori *serif*, bersifat dinamis, lembut dan sederhana,

namun tetap memiliki keunikan dan tidak membosankan sehingga cocok dengan tema cerita.

3. *Morningtype*



Gambar III.12 Jenis huruf *Morningtype*
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)

Jenis huruf *Morningtype* dirancang oleh *Brittney Murphy Design* dan memiliki lisensi bebas digunakan untuk keperluan pribadi, namun membutuhkan pembelian lisensi apabila akan digunakan untuk keperluan komersial. Jenis huruf *Morningtype* pada perancangan ini diterapkan pada konten-konten keterangan pada buku cerita dan kemasan *board game*. Jenis huruf ini termasuk pada kategori *sans serif*. Jenis kategori huruf *sans serif* memiliki kemudahan baca atau *readability* yang tinggi sehingga cocok dijadikan huruf pendamping dalam media.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah gaya visual remaja yang memiliki karakter muda. Teknis ilustrasi menggunakan teknik manual menggunakan media cat air agar memberikan kesan santai sehingga khalayak dapat memahami gambar lebih baik. Ilustrasi tersebut menunjukkan kesan petualangan dan kontemporer. Ilustrasi dengan teknik manual dipilih karena khalayak akan merasa lebih melekat secara perasaan dengan gambar sehingga cerita dapat lebih teringat dan memberikan

pengalaman lain saat menyerap informasi yang disediakan. Referensi ilustrasi diambil dari ilustrator Heilaka (instagram.com/heikala). Gaya gambar ilustrasi yang digunakan merupakan *cartoon style* bersifat *non-realistic* atau *semi-realistic*.



Gambar III.13 Referensi gaya ilustrasi milik ilustrator Heikala.
Sumber: https://www.instagram.com/p/Bamkm2HHJlq (6 Juni 2018)

Perancangan *board game* menggunakan 2 karakter utama dengan mengenakan pakaian yang masing-masing mewakili tokoh-tokoh penting dalam cerita. Karakter pertama yaitu Kandaga Lante. Berdasarkan lukisan penyerahan Mahkota Binokasih di Museum Prabu Geusan Ulun karya Titi Salmah, Kandaga Lante mengenakan pakaian khas daerah Sunda Jawa Barat dan Banten untuk pria, yaitu pakaian *pangsi* lengkap dengan penutup kepala *iket totopong*. Kandaga Lante merupakan perwakilan dari Kerajaan Pajajaran. Kandaga Lante dalam cerita ini memiliki kumis dan janggut agar sesuai dengan karakternya, yaitu setia dan bijak. Karakter kedua yaitu Prajurit Banten. Prajurit Banten juga mengenakan pakaian khas Sunda *pangsi* dan *iket totopong*, namun dilengkapi dengan kain samping dan properti *bedog* atau pedang pendek. Raut muka prajurit Banten dibuat tegas.



Gambar III.14 Karakter Kandaga Lante mengenakan *pangsi* berwarna coklat pada lukisan penyerahan Mahkota Binokasih di Museum Prabu Geusan Ulun karya Titi Salmah, dilukis pada tahun 1978.
Sumber: Dokumentasi pribadi (diakses pada 19 April 2018)



Gambar III.15 Pakaian tradisional pria Sunda Jawa Barat *Pangsi*, referensi pakaian karakter Kandaga Lante.
Sumber: https://s4.bukalapak.com/img/4465062022/s-194-194/IMG_20180204_183811_325_scaled.jpg (diakses pada 19 Agustus 2018)



Gambar III.16 Pakaian tradisional pria Sunda Banten *Pangsi*, referensi pakaian karakter Prajurit Banten.
Sumber: https://3.bp.blogspot.com/-zwHk5-gG7Yk/WLFS025BJFI/AAAAAAAAAR7E/JgUncfnagEgWBxzxx6GWsNGuKeB6P3xhACLcB/s1600/baju%2Bpangsi%2Bkhas%2Bbanten.jpg (diakses pada 19 Agustus 2018)

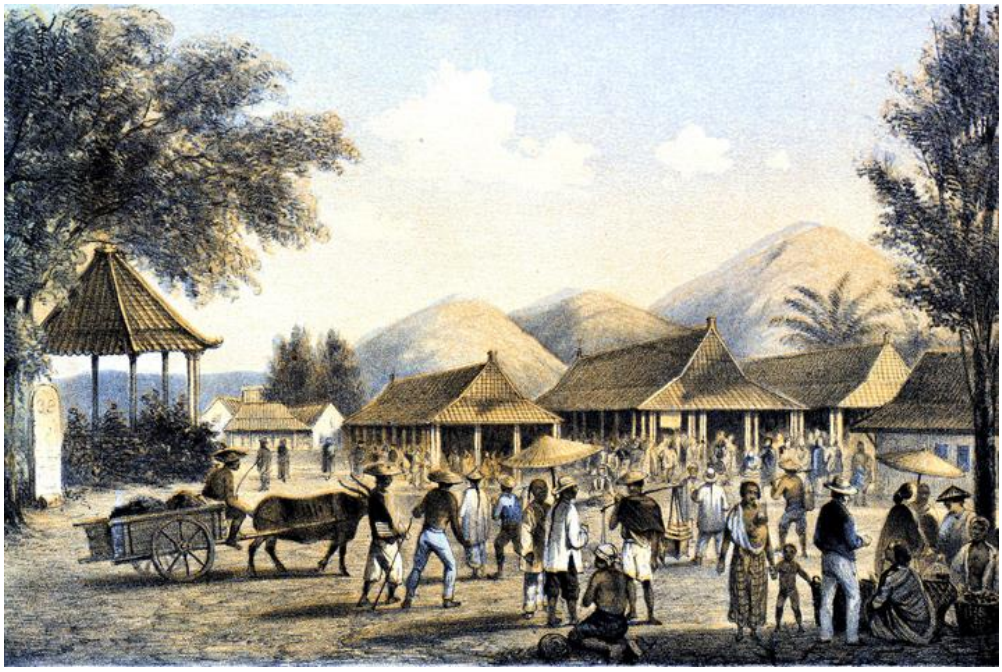


Gambar III.17 Rancangan gaya ilustrasi karakter *Kandaga Lante* dan Prajurit Banten.
Sumber: data pribadi (20 Juni 2018)

Ilustrasi properti dan latar juga merupakan penunjang cerita dari rancangan ini. Properti yang digunakan antara lain Mahkota Binokasih beserta perlengkapannya, peti, gerobak, *bedog*, obor, peta, dan rumah khas Sumedang pada masa lalu.



Gambar III.18 Rancangan gaya ilustrasi properti pada *board game*
Sumber: data pribadi (6 Juli 2018)



Gambar III.19 Referensi latar Sumedang pada masa Kerajaan Sumedang Larang tahun 1500-an
Sumber: https://nascar15.us/img/filebazar-te-buitenzorg-wikimedia-commons.jpg (diakses pada 19 Agustus 2018)



Gambar III.20 Rancangan gaya ilustrasi latar pada buku cerita
Sumber: data pribadi (6 Juli 2018)

III.3.5 Warna

Pemilihan warna baik pada buku cerita maupun *board game* adalah dengan menggunakan media cat air. Warna-warna yang dipilih memunculkan kesan alami dan lembut karena tekstur dari hasil cat air lebih lembut dibanding dengan pensil warna atau krayon. Pemilihan warna bersifat terang namun masih lembut dan ramah bagi mata. Konsep warna yang dipilih untuk buku cerita dan *board game* ini yaitu warna *vivid* dan *neutral*. Warna yang tajam memberikan kesan semangat sementara warna alami memberikan kesan nyaman dan lembut. Pemilihan warna disesuaikan untuk khalayak remaja, yang memiliki semangat tinggi dan agar tidak mudah merasa bosan.



Gambar III.21 Skema warna yang digunakan pada media.
Sumber: data pribadi (6 Juni 2018)

Skema warna monokrom, hijau, biru dan keturunannya digunakan untuk warna utama media dan latar. Warna-warna tersebut dipilih karena tidak terlalu mencolok sehingga fokus khalayak tidak terlalu tertuju pada latar. Selain itu, kontras yang lebih redup memunculkan kesan tenang. Warna warna merah, jingga, kuning, coklat dan keturunannya digunakan untuk karakter dan benda-benda pada konten. Warna-warna mencolok dipilih untuk karakter dan properti-properti agar menarik perhatian khalayak agar lebih terfokus pada karakter dan properti tersebut. Warna-warna tajam pada karakter dan properti memunculkan kesan penekanan pada ilustrasi, karena bagian tersebut dianggap penting untuk keseluruhan cerita.