

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 STRATEGI PERANCANGAN

3.1.1 Khalayak Sasaran

3.1.1.1 Demografis

Adapun target utama berdasarkan demografisnya adalah sebagai berikut:

1. Target Sasaran : Anak-anak
2. Usia : 6-12 Tahun,
3. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
4. Pendidikan : TK & SD

3.1.1.2 Geografis

Wilayah geografis yang menjadi sasaran khalayak ini adalah wilayah provinsi Lampung.

3.1.1.3 Psikografis

Anak-anak yang berperan aktif dalam kegiatan bermain sekaligus belajar, memiliki keterkaitan dengan membaca, dan keterkaitan pembelajaran kreatif dalam kehidupan dilingkungannya sehari-hari.

3.1.1.4 *Consumer Journey*

Consumer journey didapat dari wawancara kepada anak usia 6-12 tahun yang umumnya masih dalam usia sekolah dasar, bahwa anak-anak sebagian besar tertarik dan penasaran dengan ilustrasi yang menarik perhatian mereka. Melalui buku dapat memberikan pemahaman baru terkait pengetahuan yang mungkin belum mereka ketahui sebelumnya mengenai kue tradisional Lampung. Ilustrasi kue tradisional bisa memancing rasa ingin tahu anak-anak terkait cita rasa dan tekstur kue tersebut. Anak-anak merasa

tertarik dengan ilustrasi kue tradisional Lampung bisa membangkitkan minat terhadap warisan budaya dan kuliner Lampung.

3.1.1.4 *Consumer Insight*

Consumer Insight bertujuan untuk mencari tahu pemikiran, perilaku dan pola pikir dari seorang konsumen secara mendalam yang berhubungan dengan perancangan ilustrasi mengenai kue tradisional Lampung. Berdasarkan wawancara beberapa responden, maka target dari khalayak sasaran dalam perancangan ini adalah anak-anak di provinsi Lampung yang sedang menuju proses pengenalan lingkungan barunya. Bagi anak-anak selaku kelompok sasaran lebih menyukai visual yang menarik, menggunakan ilustrasi naturalis untuk ilustrasi kuenya agar tampak seperti realistis dan ilustrasi kartun yang sesuai untuk anak-anak yang menyukai buku bergambar sekaligus meningkatkan minat membaca.

3.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi perancangan ini adalah sebagai media edukasi kepada anak-anak dalam mengenalkan kue tradisional Lampung sekaligus sebagai alat bantu pembelajaran yang dapat meningkatkan pemahaman membaca bagi anak. yang dikemas melalui buku ilustrasi. Dengan khalayak sasaran yang berada di provinsi Lampung.

3.1.3 Pendekatan Komunikasi

3.1.3.1 Pendekatan Visual

Khalayak sasaran informasi ini adalah anak-anak berusia 6-12 tahun. Oleh karena itu ilustrasi naturalis dan ilustrasi kartun digunakan sebagai pendekatan visual dalam perancangan ini. Selain itu, untuk menarik minat anak-anak untuk membaca dan memberi mereka pengalaman baru, sehingga pesan yang disampaikan dalam desain dapat

dengan mudah diterima oleh masyarakat, terutama anak-anak.

3.1.3.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari perancangan buku ini adalah bahasa Indonesia yang baik dan benar. Hal ini dikarenakan karena bahasa Indonesia merupakan Bahasa yang lebih umum dengan masyarakat sehingga memudahkan dalam penyampaian pesan yang akan disampaikan dalam perancangan buku ilustrasi.

3.1.4 Strategi Kreatif

3.1.4.1 Isi Pesan (*what to say*)

Buku ilustrasi ini akan berisi informasi tentang pengertian kue tradisional Lampung, bahan pembuatan kue dan langkah-langkah dalam proses pembuatannya. Informasi yang akan disajikan dalam buku ini menggunakan ilustrasi naturalis dan kartun sehingga dapat tersampaikan dan dipahami oleh anak-anak.

3.1.4.2 Bentuk Pesan (*how to say*)

Perancangan buku ilustrasi ini akan dibuat secara informatif untuk memperkenalkan kue tradisional Lampung, dengan target sasaran utamanya adalah anak-anak. Oleh karena itu menggunakan media konvensional sebagai media pendukung seperti, notebook, totebag, kaos, gantungan kunci, mug dan juga menggunakan buku ilustrasi sebagai mediator penyampaian pesan dari visual.

3.1.5 Strategi Media

3.1.5.1 Media Utama (*Main Media*)

Media utama yang dirancang adalah buku ilustrasi kue khas tradisional Lampung, hal ini dilakukan karena buku masih menjadi media utama dalam menyebarkan informasi kepada

khalayak masyarakat khususnya anak-anak di provinsi Lampung. Buku ilustrasi merupakan media yang membantu sekaligus meningkatkan minat membaca bagi anak yang terdapat ilustrasi didalamnya.

3.1.5.2 Media Pendukung (*Supporting Media*)

Media pendukung yang akan digunakan untuk menunjang sarana utama penyampaian informasi secara efektif antara lain:

1. X-banner

Sebagai media publikasi untuk memberikan informasi melalui gambar dan membantu mempromosikan dan menginformasikan tentang rilis buku 6 Kue khas tradisional Lampung kepada khalayak masyarakat khususnya anak-anak.

2. Flyer

Flyer dirancang untuk memberikan informasi tentang isi buku sehingga khalayak sasaran yang melihat dan membacanya dapat tertarik dengan buku yang ditawarkan.

3. Merchandise

Media pendukung digunakan untuk mempromosikan media utama, seperti *mug*, gantungan kunci, *totebag*, *notebook* dan kaos.

3.1.6 Strategi Distribusi

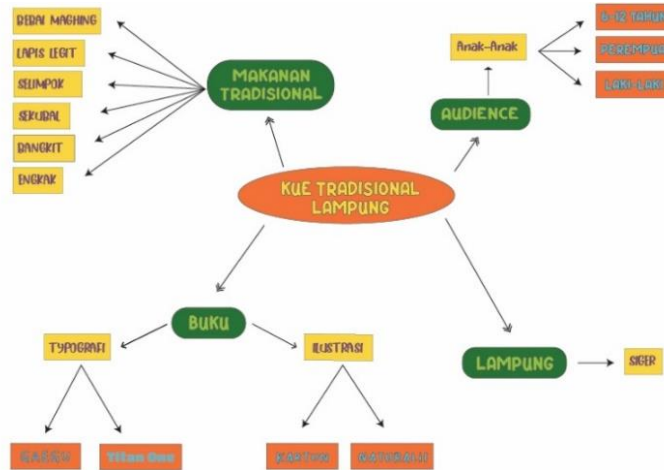
Strategi distribusi menggunakan media utama dan media pendukung dengan menerbitkan buku ilustrasi untuk membangkitkan minat baca dan memperkenalkan produk lokal terkait kue tradisional Lampung.

3.2 Konsep Visual

3.2.1 *Mind mapping*

Dikutip dari <http://Journal.id.com>, Coroline Edward mendefinisikan *mind mapping* sebagai cara yang efektif dan efisien untuk merepresentasikan berbagai jenis data dan informasi dari otak.

Brainstorming konseptual cenderung melatih otak manusia untuk memicu munculnya ide-ide dan mencatat ide-ide tersebut di atas kertas (Moussadecq et al., 2022).



Gambar 3.1 *Mindmapping*
(Sumber : Penulis,2023)

3.2.2 Moodboard

Moodboard merupakan suatu gambaran dari ide atau gagasan yang sudah dikumpulkan, Moodboard terdiri dari gambar berupa referensi buku ilustrasi dan referensi ilustrasi design yang nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan desain. Adapun *Mood Board* yang ditampilkan sebagai berikut:



Gambar 3.2 *Moodboard*
(Sumber : Penulis, 2023)

3.2.3 Format Desain

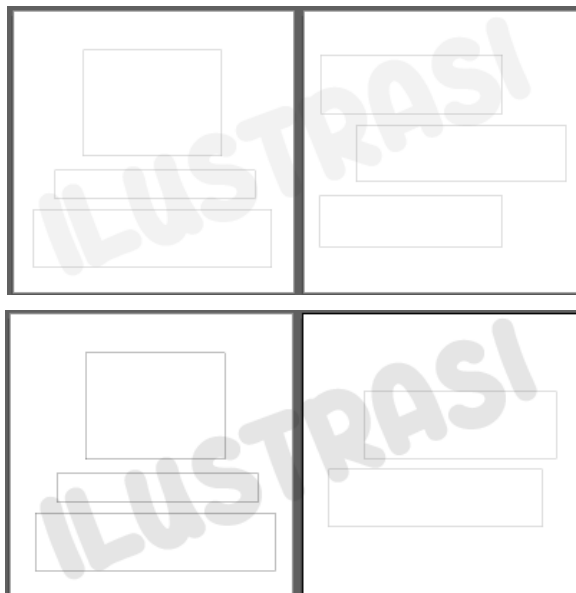
Pada perancangan buku ilustrasi ini menggunakan *adobe illustrator* dan *Ibist Paint* sebagai *software* untuk pembuatan ilustrasi dalam bentuk digital.

3.2.4 Tata Letak

Tata letak merupakan bagian terpenting dari sebuah desain dan mencakup prinsip-prinsip utama seperti proporsi, keseimbangan, kontras, irama, dan kesatuan. Untuk mengatur desain secara visual dan mendukung sebuah hasil



Gambar 3. 3 Layout Cover Depan dan Belakang
(Sumber : Penulis, 2023)



Gambar 3. 4 Layout Isi Buku
(Sumber : Penulis, 2023)

3.2.5 Tipografi

Tipografi yang akan digunakan yaitu *san serif* yang terkesan *playful* karena target audience adalah anak-anak. *Sans serif* dapat

membuat teks lebih mudah dibaca dan dipahami oleh anak-anak, akan membantu menciptakan pengalaman membaca yang menyenangkan.

Penggunaan jenis font untuk *cover* depan memakai *Titan One*. Sedangkkn untuk bagian isi menggunakan kombinasi antara *Gaegu* (*bold*) dan (*italic*), *Bakso Sapi*, dan untuk *cover* belakang menggunakan jenis font *Gaegu* (*bold*).

Titan One
A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 () - + @ # \$ % ^ & *

Gambar 3. 5 Font Titan One
(Sumber : Penulis, 2023)

BAKSO SAPI
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 () - + @ # \$ % ^ & *

Gambar 3. 6 Font Bakso Sapi
(Sumber : Penulis, 2023)

Gaegu
A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 () - + @ # \$ % ^ & *

Gambar 3. 7 Jenis Font Gaegu
(Sumber : Penulis, 2023)

3.2.6 Ilustrasi

Ilustrasi yang dibuat dalam buku ilustrasi ini adalah ilustrasi *naturalis* dan ilustrasi kartun ditambah dengan *coloring* menggunakan *brush* dan ilustrasi kartun dengan gaya *flat design*.

3.2.7 Pemilihan Warna

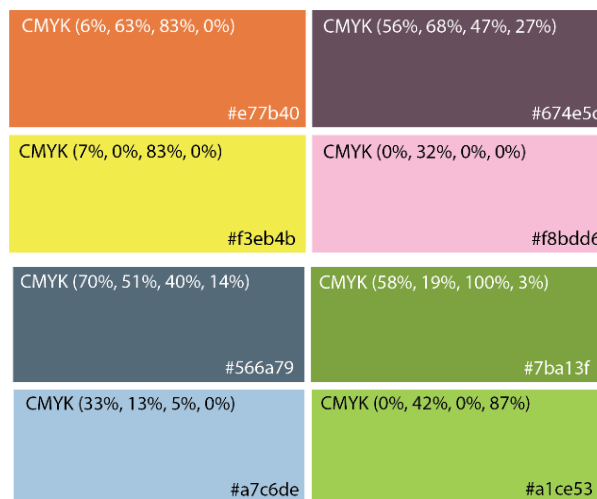
Pemilihan warna yang dipilih untuk perancangan media utama buku ilustrasi ini menyesuaikan target audiens yaitu anak-anak usia 6-12 tahun yang memiliki sifat yang ceria, dalam hal ini menggunakan warna yang *colorful*. Dalam perancangan buku ilustrasi ini menggunakan warna CMYK. CMYK adalah singkatan dari *Cyan*,

Magenta, Yellow, dan Key (hitam) yang merupakan palet warna yang digunakan untuk mencetak.

Dalam psikologi warna, oranye mempunyai arti kesan semangat. warna oranye juga dapat melambangkan sikap percaya diri. Sedangkan arti warna kuning adalah warna yang dianggap sebagai warna yang memiliki kehangatan juga dapat dikaitkan sebuah harapan. Warna Hijau adalah warna yang identik dengan alam yang dapat memberikan suasana yang terkesan santai.

Selanjutnya warna biru, dalam pandangan ilmu psikologi, warna biru tua dapat merangsang pemikiran yang jernih. Sementara warna biru muda dapat membantu seseorang dalam menengkan pikiran. Selain itu, warna biru dapat meningkatkan konsentrasi seseorang.

Warna ungu adalah warna yang jarang ditemukan di alam. Hal itu membuat warna ungu sering dipersepsikan dengan sebuah imajinasi. Itulah sebabnya penggunaan warna ungu dapat dianggap mampu menarik perhatian. Warna merah muda atau bisa disebut pink sering merepresentasikan prinsip feminim. Aura warna yang kuat akan memberikan nuansa peduli, romansa dan sesuatu yang lemah lembut (Rifda, 2022).



Gambar 3. 8 Colour Pallet
(Sumber : Penulis, 2023