

Perancangan Buku Ilustrasi Digital Sejarah Kota Bandung Oleh Bengkimut Untuk Anak Usia 4-7 Tahun Di Kota Bandung

Miftahul Jannah Utami, Citra Kemala Putri, Sophia Purbasari

Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email : jeimsmit@gmail.com; citrakemala@unibi.ac.id; yakanpatrol@gmail.com

Abstrak

Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud), Triana, pada tahun 2018 pernah menginstruksikan kepada guru-guru sejarah untuk mengenalkan kepada anak didik tentang sejarah kota sendiri. Ada banyak tempat yang bisa dikunjungi dan mengetahui latar belakang mengenai tempat bersejarah di kota-kota di Indonesia. Salah satu komunitas di Bandung yang memberikan perhatian lebih terhadap cerita anak yang berlatar belakang sejarah kota adalah Komunitas Dongeng Bengkimut. Tempat yang dipilih ialah tempat bersejarah di Kota Bandung, seperti Kilometer 0, Gedung Sate, Gedung Balaikota Bandung, Museum Geologi, Gedung Merdeka, Isola, Kebun Binatang Bandung, Taman Lalu Lintas, Gereja Katredal, Gereja Bethel, Masjid Raya Agung, PUSDAI, dan Jembatan Pasupati. Metode yang digunakan pada perancangan ini adalah metode kualitatif. Berdasarkan hasil observasi dan analisa maka diputuskan media yang akan dibuat adalah buku ilustrasi digital. Dengan terpilih tempat-tempat bersejarah di Bandung tersebut, klien dan penulis berharap buku digital tersebut dapat tersampaikan dengan baik untuk anak-anak. Maka dari itu dibuat sebuah media buku digital ilustrasi sejarah Kota Bandung oleh Bengkimut yang menarik dengan bacaan yang tepat untuk anak-anak usia 4-7 tahun.

Kata Kunci : Tempat bersejarah di Bandung, Komunitas Dongeng Bengkimut, Ilustrasi, Buku Digital, Anak-Anak

Abstract

The Minister of Education and Culture (Mendikbud), Triana, in 2018 instructed history teachers to introduce students to the history of the city in Indonesia. There are many places that can be visited and to know the background of historical places in cities in Indonesia. One of the communities in Bandung that pays more attention to children's stories with a historical background in the city is the Komunitas Dongeng Bengkimut. The selected places are historical places in the city of Bandung, such as Kilometer 0, Gedung Sate, Bandung City Hall Building, Geology Museum, Merdeka Building, Isola, Bandung Zoo, Traffic Park, Cathedral Church, Bethel Church, Grand Mosque, PUSDAI, and Pasupati Bridge. The method used in this design is a qualitative method. Based on the result of observations and analysis, it is decided that the media to be made is an illustration e-book. With the selection of historical places in Bandung, the client and the author hope that the digital book can be conveyed well to children. Therefore, a digital illustration book media of the history of Bandung by Bengkimut was made which is interesting with appropriate reading for children aged 4-7 years.

Keywords: Historical places in Bandung, Komunitas Dongeng Bengkimut, illustration, children, e-book

1. PENDAHULUAN

Kota Bandung merupakan salah satu kota

yang terus berkembang dan melakukan banyak inovasi yang didukung oleh kreatifitas dari masyarakatnya. Kota Bandung juga memiliki

sarana dan prasarana yang cukup lengkap untuk memfasilitasi para warga dan wisatawan. Pada tahun 2018 lalu, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) melalui Direktorat Jenderal Kebudayaan telah melakukan penyusunan buku sejarah toponim daerah, dan salah satu kota yang terpilih untuk dibuatkan buku toponimnya adalah Kota Magelang. Menurut Triana Wulandari yang saat itu menjabat sebagai Direktur Sejarah Direktorat Kebudayaan Kemendikbud, program penulisan buku sejarah toponim ini pernah dijalankan sebelumnya, namun kemudian sempat berhenti dan sekarang akan dihidupkan kembali. Adapun menurut beliau daerah yang sudah pernah ditulis sejarah toponim antara lain Bandung, Jakarta, Solo, dan Palu.

Menurut cerita rakyat, Kota Bandung berawal dari Legenda Sangkuriang yang berkisah mengenai terbentuknya danau Bandung dan Gunung Tangkuban Perahu. Air dari danau Bandung menurut legenda, mulai mengering karena mengalir melalui sebuah gua yang bernama Sanghyang Tikoro. Situ Aksan merupakan suatu daerah terakhir dari sisa-sisa Danau Bandung yang telah kering. Pada tahun 1970-an masih menjadi danau tempat pariwisata, namun saat ini sudah menjadi daerah perumahan untuk permukiman.

Tempat-tempat bersejarah di Kota Bandung masih bisa dijumpai pada masa sekarang, ada banyak tempat yang bisa dikunjungi dan mengetahui latar belakang mengenai tempat bersejarah tersebut. Sesuai dengan hasil observasi terhadap Komunitas Dongeng Bengkimut, penulis mendiskusikan tempat-tempat bersejarah yang bisa dimasukkan kedalam buku digital ilustrasi. Maka diputuskan tempat bersejarah yang dipilih di Kota Bandung adalah Kilometer 0, Gedung Sate, Gedung Balaikota Bandung, Museum Geologi, Gedung Merdeka, Isola, Kebun Binatang Bandung, Taman Lalu Lintas, Gereja Katredal, Gereja Bethel, Masjid Raya Agung, PUSDAI, dan Jembatan Pasupati.

Dengan terpilih tempat-tempat bersejarah di Bandung tersebut, baik Komunitas Dongeng Bengkimut dan penulis berharap buku digital tersebut dapat tersampaikan dengan baik untuk anak-anak usia 4-7 tahun di Kota Bandung.

Menurut Triana Wulandari, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud), bahwa pada saat ini, masih banyak anak-anak di kota-kota di Indonesia yang tidak tahu sejarah kota tempat tinggalnya sendiri. Selain itu, beliau juga pernah menginstruksikan kepada guru-guru sejarah di sekolah agar mengenalkan kepada anak didik mengenai sejarah kota sendiri. Beliau menginstruksikan agar anak-anak ini dikenali dulu sejarah daerahnya sendiri. Saat itu, Kemendikbud memiliki program *workshop* guru-guru sejarah dan telah berjalan selama 7 tahun di 34 provinsi di Indonesia. Dalam *workshop* tersebut, Kemendikbud mengundang pakar-pakar sejarah untuk memberikan pengetahuan kepada para guru¹.

Penulis kemudian mengobservasi perpustakaan Pustakalana di Bandung, dimana perpustakaan tersebut adalah perpustakaan yang bukunya banyak didominasi oleh buku-buku untuk anak-anak, namun ternyata tidak ada buku sejarah tentang Kota Bandung untuk anak-anak melainkan banyaknya buku yang menceritakan tentang ikon-ikon di luar negeri.

Kelompok Dongeng Bengkimut adalah sekelompok orang yang memiliki kesukaan serta semangat untuk mendongeng dan memahami keasyikan dari kegiatan tersebut bagi segala usia. Masing-masing anggotanya memiliki latar belakang profesi serta keseharian yang berbeda-beda; ibu rumah tangga, guru, praktisi Pendidikan, pustakawan hingga dosen. Berbekal kesukaan dan semangat yang sama akan dongeng itulah upaya membawa tradisi dongeng kembali dalam keseharian dimulai. Dari hasil wawancara dengan Claudine (*founder* Bengkimut) pendengar dongeng adalah usia PAUD dan SD, dan anak-anak yang mengikuti kegiatan Dongeng Bengkimut dari usia 4 tahun

¹ 2018, Buku Sejarah Toponim Bakal Ulas Kota Magelang, <https://www.suamamerdeka.com/jawa->

[tengah/pr-0457016/buku-sejarah-toponim-bakal-ulas-kota-magelang](https://www.suamamerdeka.com/jawa-tengah/pr-0457016/buku-sejarah-toponim-bakal-ulas-kota-magelang), diakses pada April 2021.

hingga 7 tahun yang harus dibimbing oleh orang tua atau pendamping. Kelompok Dongeng Bengkimut memiliki berbagai kegiatan yang melibatkan dongeng dan ditujukan untuk anak-anak, antara lain : Dongeng Kriya, Klub Otak-Atik, Kunjungan Dongeng, Workshop, dan Festival Bandung Mendongeng. Media yang digunakan dalam mendongeng sangat bervariasi, biasanya Bengkimut mendongeng dengan lisan atau menggunakan alat bantu. Secara lisan jika mendongeng berdua atau dalam kelompok, maksimal dari kelompoknya adalah 5 orang. Jika menggunakan alat bantu, menggunakan buku cerita bergambar akan tetapi bukan komik. Dongeng Bengkimut jugakadang kala membuat kostum sesuai seperti karakter yang ada di dalam dongeng dengan memanfaatkan barang-barang sederhana yang mudah didapat. Tujuannya agar orang tua atau pendamping anak-anak yang mengikuti Dongeng Bengkimut bisa mengulang dongengnya.

Dongeng yang Bengkimut sajikan sangat bervariasi, dari cerita rakyat, fabel, fantasi hingga dongeng yang di buat sendiri oleh Bengkimut. Semua dikurasi agar sang anak dan audiens bisa memahami yang tersampaikan dengan baik. Jumlah audiens bervariasi, tergantung kegiatannya itu sendiri. Untuk Dongeng Kriya sendiri maksimal 20 anak karena ada kegiatan berkarya yang memerlukan pendamping. Untuk kegiatan media dongeng secara *online* (karena pandemi) dilakukan mendongeng secara *online*, tetapi tidak terlalu maksimal karena adanya banyak keterbatasan dan prosesnya. Adapun penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif pada perancangan ini, data yang digunakan pada perancangan diperoleh dari Bengkimut yang mayoritas berbentuk kata baik tercetak maupun digital dan juga data yang didapat dari observasi dan analisis yang harus dicari untuk mencapai kebutuhan yang penulis dapatkan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Media pada anak terbagi ke dalam beberapa jenis. Sastra atau bacaan anak secara umum meliputi: "(1) Media Cerita; (2) Media Cerita Bergambar; (3) Media Buku Digital; dan

(4) Buku Ilustrasi. Secara etimologis kata "media" berasal dari bahasa Latin, yaitu "medius" yang berarti tengah, perantara atau pengantar. Istilah kata media, umumnya merujuk pada sesuatu yang digunakan sebagai wadah, alat, atau sarana untuk berkomunikasi. Namun, secara umum, media dapat diartikan sebagai alat penghantar atau alat perantara yang memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan atau informasi dari suatu sumber kepada penerima pesan. (Dagun, 2006: 634).

Sastra yaitu ungkapan ekspresi manusia yang dapat berupa karya tulisan maupun karya lisan yang dibuat berdasarkan pemikiran, pendapat, pengalaman, dan atau perasaan dalam bentuk yang imajinatif atau cerminan dari kenyataan yang dibalut dalam kemasan estetis melalui media bahasa. Pengertian sastra di atas didukung oleh Sumardjo & Saini (1997: 3) yang berpendapat bahwa sastra merupakan ungkapan pribadi manusia yang dapat berupa pengalaman, pemikiran, perasaan, ide, semangat, keyakinan yang disajikan ke dalam suatu bentuk gambaran konkret yang membangkitkan pesona dengan menggunakan media bahasa.

Sementara itu, sastra anak dapat dikategorikan sebagai sastra yang berbicara tentang apa saja yang berkaitan mengenai masalah kehidupan sehingga mampu memberikan informasi dan pemahaman yang lebih baik kepada anak. Buku anak adalah buku yang memosisikan sudut pandang anak sebagai pusat penceritaan dan sekaligus juga menawarkan sebuah kebenaran yang signifikan yang diekspresikan ke dalam unsur-unsur yang layak dan bahasa yang mengesankan. Dalam sastra, dikenal istilah genre. Genre sendiri merupakan suatu tipe kesastraan yang memiliki suatu karakteristik umum tertentu, sehingga dapat dikelompokkan berdasarkan kesamaannya, misalnya berdasarkan *style*, bentuk, atau isi.

Pada dasarnya, tujuan dari karya sastra anak adalah untuk memberikan informasi kepada anak. Informasi yang disampaikan terkait dengan ideologi penulis. Selain memberikan informasi, sastra anak juga

berfungsi untuk memberikan hiburan dan manfaat kepada anak.

Defisini anak merupakan seorang yang dilahirkan dari perkawinan antara seorang perempuan dengan seorang laki-laki. Perkembangan anak dapat diartikan sebagai proses di mana sang anak mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Perkembangan ini mengacu pada urutan perubahan beberapa hal yaitu fisik, bahasa, emosi, dan pemikiran, semua ini terjadi pada anak sejak mereka lahir hingga awal masa dewasa. Selama proses ini, anak berkembang dari yang awalnya bergantung pada orangtua, menjadi pribadi yang mandiri. Jenis- jenis perkembangan anak; (a) perkembangan kognitif, (b) perkembangan fisik, (c) perkembangan bahasa (d) perkembangan sosio-emosional.

Dalam merancang suatu buku, tidak dapat dilepaskan dari editorialnya. Pada buku yang berjudul “Jurnalistik Masa Kini” yang dikutip dari Lyle Spencer pada “*Editorial Writing*” menyebutkan bahwa: “Teks editorial / tajuk rencana adalah suatu pernyataan terkait fakta dan opini secara logis, singkat, menarik ditinjau dari segipenulisan serta memiliki tujuan untuk mempengaruhi pendapat/memberikan interpretasi pada sebuah berita yang hangat sehingga akan banyak pembaca surat kabar yang menyimak pentingnya arti berita yang diuraikan tersebut”. Jenis-jenis teks editotial (a) *interpretative editorial*, (b) *explonatory editorial* (c) *controversial editorial*.

3. METODE PENELITIAN

Pada perancangan ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan informasi adalah Metode Kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data yang didapat dan disajikan dalam perancangan ini merupakan data yang tersedia dari berbagai macam sumber literatur baik yang berbentuk cetak maupun elektronik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan media yang akan dirancang, berikut merupakan sumber data maupun referensi media yang dibutuhkan dalam

penulisan media ilustrasi.

a. Sumber Data

Sumber data yang didapat mengenai sejarah Kota Bandung untuk anak-anak yang akan dirancang adalah sebagai berikut :

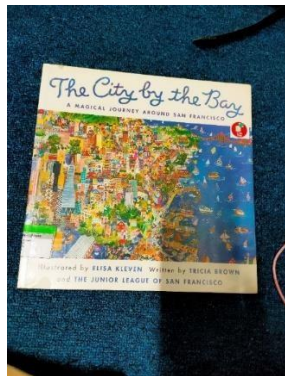
1. Buku Toponim Kota Bandung
Dalam buku-buku yang tercantum tersebut berisikan data mengenai nama-namatempat yang ada di Kota Bandung, sejarah Kota Bandung, masa-masa kolonial Hindia Belanda, sampai jumlah penduduk di Kota Bandung pada saat itu.



Gambar 1. Referensi Konten Buku

2. Buku *The City by The Bary*
Buku Ilustrasi mengenai cerita

tentang kehidupan di San Fransisco, buku ini memiliki warna yang menarik untuk dibaca oleh anak-anak.



Gambar 2. Referensi Media Sejenis

4.1 Data Khalayak Sasaran

Berdasarkan data pada perancangan media yang akan dibuat dalam perancangan media buku digital ilustrasi Sejarah Kota Bandung untuk anak-anak. Pengertian segmentasi pemasaran yang lainnya adalah mempersatukan seluruh konsumen yang tertarget secara luas, menjadi lebih heterogen. Tujuannya tidak lain untuk meningkatkan efektifitas pemasaran sekaligus pemanfaatan sumber daya produksi.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka segmentasi dalam perancangan ini adalah suatu kegiatan mengelompokkan pasar (audiens) sebagai upaya penyederhanaan tujuan agar penyampaian informasi dapat tersampaikan dengan baik dan tepat. Segmentasi terbagi menjadi tiga yaitu segmentasi demografis, geografis, psikologis. Adapun segmentasi dari BENGKIMUT adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi Demografis: anak-anak usia 4-7 tahun

Segmentasi Geografis: Masyarakat Indonesia di Kota Bandung

2. Segmentasi Psikologis: Anak-anak yang memiliki ketertarikan dengan membaca buku cerita, namun tidak memiliki banyak pengetahuan mengenai tentang sejarah di Kota Bandung.

4.2 Analisa SWOT

Media yang akan digunakan dalam perancangan ini memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis media yang telah didapatkan sebagai berikut :

1. Strength

Kekuatan dari media yang akan dibuat antara lain :

- a. Sebagai wadah komunitas mendongeng, BENGKIMUT konsisten menjalankan komunitas tetap berjalan dan aktif (tidak inaktif).
- b. Era digital sehingga orang-orang sudah banyak menggunakan media sosial maupun aplikasi digital untuk kegunaan sehari-hari.
- c. Karena *workshop* dan *event* yang sering dilakukan, membuat komunitas mendongeng BENGKIMUT terpercaya bagi orang tua.

2. Weakness

- a. Jadwal yang kurang teratur karena mendongeng secara *online* (karena pandemi)
- b. Kurangnya promosi secara *online* (*feeds* Instagram, dsb)
- c. Logo Bengkimut yang terkesan jadul dan jarang mengalami perubahan/peningkatan

3. Oppoturnities

Peluang dari media yang akan dibuat antara lain :

- a. Bengkimut bermarkas di perpustakaan Pustakalana, ini bisa jadi peluang agar karena anak-anak suka membaca
- b. Para anggota staff dari Bengkimut sangat ramah, sehingga tidak perlu sungkan untuk mengetahui tentang Bengkimut itu sendiri.

4. Threat

Era digital yang sudah banyak seperti *game*, menonton Youtube dan lain-lain yang lebih menarik daripada membaca buku fisik maupun buku digital

4.3 Analisa 5W+1H

Adapun analisis 5W+1H dalam perancangan media buku ilustrasi ini, antara lain adalah:

1. What

Apa yang melatar belakangi perancangan? Perancangan media buku ilustrasi ini dilatar belakangi oleh fenomena anak-anak yang kurang mengetahui tentang Kota nya sendiri, dan terkhusus di Kota Bandung. Pesan yang akan disampaikan berupa pengetahuan secara garis besar dan menghibur untuk anak-anak yang membacanya.

2. Where

Dimana pesan akan disampaikan dan lokasi penyebaran angket? Pesan mengenai Cerita Kota Bandung mengenai tentang sejarah dan sebagainya melalui media pendekatan visual sebagaimana data yang diperoleh dari kuisisioner yang telah di sebarkan kepada orang tua dari anak-anak yang mengikuti dongeng BENGKIMUT, dengan kesimpulan 96,3% dari 100% yang

memilih buku cerita bergambar dengan ilustrasi.

3 Who

Siapa target audiens pada perancangan ini? Target dalam perancangan adalah anak-anak dengan rentang usia 4-7 tahun, sesuai dengan data usia yang diperoleh dari sebagian besar pengikut maupun anggota dongeng BENGKIMUT.

4 Why

Mengapa memilih target audiens tersebut? Besarnya minat dari anak-anak dengan karakteristik tersebut untuk membaca tentang buku ilustrasi Kota Bandung, berdasarkan data yang diperoleh dari kuisisioner ibu-ibu dari anak yang mengikuti dongeng BENGKIMUT memilih bahwa cerita tentang kota Bandung itu sangat penting.

5 When

Kapan perancangan media buku ilustrasi tersebut dilakukan? Penelitian, analisis data serta wawancara telah dilakukan sejak Desember 2020.

6 How

Bagaimana perancangan dilakukan? Perancangan dilakukannya media pendukung berupa buku ilustrasi yang menceritakan asal usul Kota Bandung, nama-nama tempat di Kota Bandung dan sebagainya.

4.4 Strategi Komunikasi

Sugiyama dan Andree (2011:79) berpendapat bahwa AISAS adalah model yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang

kemajuan teknologi internet. AISAS merupakan singkatan dari *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share*.

1. *Attention* (perhatian)

Promosi melalui poster di media sosial seperti memasang promosi event media buku digital ilustrasi dengan gaya visual menarik yang berisi mengenai visual desain bangunan-bangunan bersejarah di Kota Bandung.

2. *Interest* (keinginan)

Muncul keinginan untuk mengetahui isi dari media utama, memiliki botol minum dan buku catatan.

3. *Search* (menelusuri)

Target audiens mulai tertarik dengan isi media utama yang berisi ajakan untuk melihat buku digital ilustrasi tersebut.

4. *Action* (tindakan)

Ditampilkan melalui promosi yang menarik, tawaran untuk menarik konsumen membayar sebuah acara mengikuti acara tersebut.

5. *Share* (berbagi)

Kemudian target akan membagikan pengalaman ataupun kegiatan yang sudah dilakukan seperti membagikan foto dimedia sosial.

4.5 Perancangan

Strategi perancangan terdiri dari dua kata yaitu strategi dan perancangan, yang masing-masing mempunyai pengertian tersendiri. Strategi adalah yang ditetapkan untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan perancangan adalah suatu aktivitas pembuatan usulan-usulan yang merubah sesuatu yang telah ada menjadi sesuatu yang lebih baik. Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa strategi perancangan adalah cara yang diterapkan untuk membuat sesuatu yang lebih baik untuk mencapai tujuan.

Strategi perancangan yang dilakukan untuk membuat buku digital ilustrasi dengan tema identitas visual bangunan-bangunan bersejarah di Kota Bandung yang efektif dan jelas;

1. Membuat buku ilustrasi dengan media utama berupa digital ilustrasi serta gaya gambar ilustratif.
2. Membuat media pendukung berupa poster, *twibbon*, *sticker*, botol minum dan juga buku catatan.

4.6 Strategi Pesan

Strategi pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima atau komunikan (Sastropetro, 1991:87) dalam perancangan media buku digital ilustrasi ini dibutuhkan strategi pesan agar penyampaian yang dilakukan dapat diterima oleh penonton atau penerima

Pendekatan visual :

1. Daya tarik secara visual melalui gaya visual menarik dan disesuaikan
2. Buku Digital ilustrasi berisi informasi mengenai beberapa tempat-tempat sejarah maupun

4.7 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah ide yang dituangkan untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan, sangat erat kaitannya dengan konsep visual yang akan dibangun dalam perancangan media.

4.8 Strategi Visual

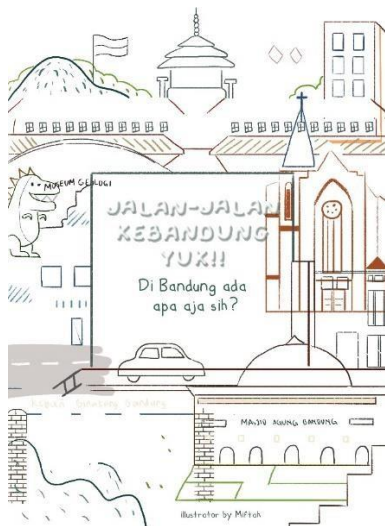
Visual yang digunakan pada perancangan ini yaitu berdasarkan visual pada bangunan-bangunan bersejarah di Kota Bandung, bentuk-bentuk dari bangunan tersebut yang digambarkan atau di visualisasikan melalui ilustrasi seperti warna khas dari bangunan tersebut yang tujuannya agar mudah dicerna dengan jelas dengan target audiens.

4.9 Konsep Visual

Perancangan ini menggunakan jenis;

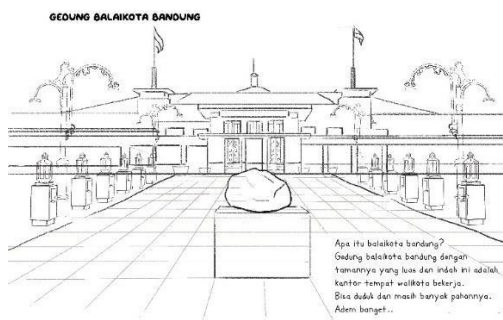
1. *Picture Windows Layout*, Tampilan gambar yang besar menjadi ciri utama tata letak ini, dan di ikuti dengan

headline, keterangan gambar hanya memiliki porsi yang kecil.



Gambar 3. Konsep Visual Layout Cover Buku

2. *Circus Layout*, Komposisi gambar visualnya, bahkan kadang-kadang teks dan susunannya tidak beraturan. Susunan yang “tidak beraturan” dalam penempatan gambar/tulisan tapi tertata dengan baik, tampilan biasanya berupa banyak gambar produk dalam satu halaman.

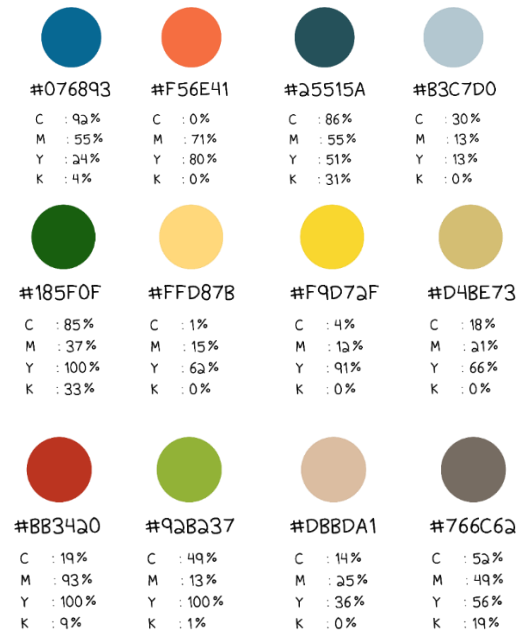


Gambar 4. Konsep Visual Layout Isi Buku

4.10 Konsep Warna

Memilih warna adalah proses penting dalam desain, dari pemilihan warna mampu memberikan emosi dan kenangan yang kuat. Warna juga memberikan dampak yang besar karena warna bisa menjadi bahasa non-verbal yang dapat menyampaikan suatu pesan kepada seseorang. Memenuhi kebutuhan anak

akan rasa aman memerlukan warna yang tidak menakutkan dan menegangkan, Sedangkan aman dalam warna adalah warna tidak menyilaukan sehingga tidak menyebabkan mata cepat lelah, sakit kepala dan tegang (Birren, 1961).



Gambar 5. Color Palette Buku

4.11 Konsep Tipografi

Menurut Ilene Strizver (pendiri Type Studio) menyatakan bahwa kebanyakan anak-anak belajar membaca dari huruf ke huruf, terutama anak yang baru belajar membaca. Teks yang diberikan kepada anak-anak harus terlihat menarik dan mudah di baca dengan format termudah. Saat memilih tipografi untuk anak-anak harus yang terlihat sederhana dan mudah dibaca, dengan *counter* (bentuk dalam karakter) bulat dengan sudut tumpul, tidak lancip maupun kotak. Berdasarkan hasil dari kuisisioner, *font* yang dipilih adalah dengan gaya tulisan seperti *handwriting* sehingga cocok dengan ilustrasi tersebut. *Typeface* yang digunakan adalah Quirky Spring (untuk headline) dan Kiddish (isi teks).

QUIRKY SPRING

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

kiddish KIDDISH

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gambar 6. Font yang Digunakan pada Buku

4.12 Konsep Karya

Buku ilustrasi digital memperkenalkan identitas visual yang terdapat tempat-tempat bersejarah di Kota Bandung yang memakai desain ilustratif dengan gaya yang sesuai dan dimengerti oleh target audiens usia 4-7 tahun melalui media buku digital yang dapat memperkenalkan kembali tempat bersejarah di Kota Bandung kepada anak-anak. Buku digital Ilustrasi ini diberi judul “Jalan-jalan ke Bandung, Yuk!”.

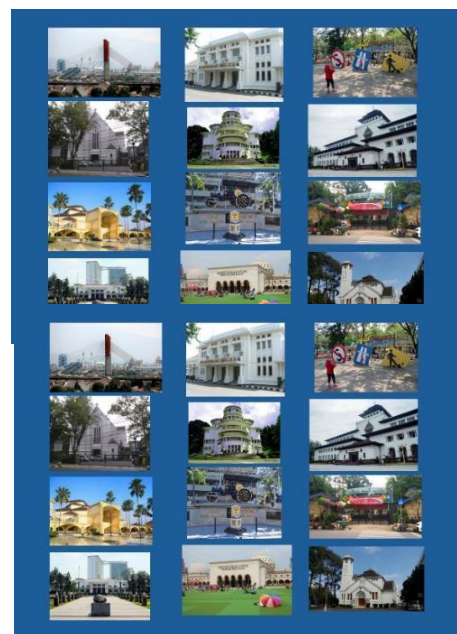
4.13 Visualisasi Karya

Teknis pelaksanaan pada perancangan ini dimulai dari tahap pembuatan beberapa media alternatif yang ditentukan berdasarkan hasil kuisisioner yang kemudian diseleksi. Sehingga didapatkan media yang paling cocok untuk perancangan ini yaitu buku digital ilustrasi. Pada tahap ini dimulai dengan referensi visual, referensi dan pembuatan sketsa perancangan untuk memudahkan pembuatan bentuk, visual, tata letak objek yang akan diterapkan pada buku digital ilustrasi.

4.14 Moodboard

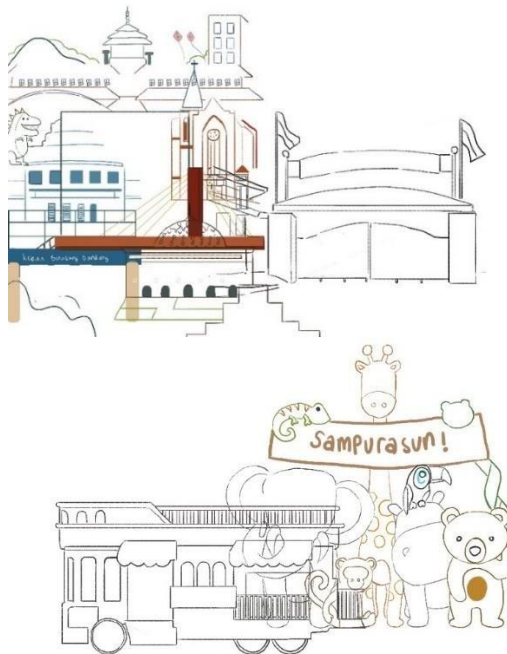
Moodboard berisi tentang *breakdown* konsep karya yang terdiri dari objek visual

seperti foto, ilustrasi, gambar, warna, bentuk, referensi gaya ilustrasi dan referensi media.



Gambar 7. Moodboard

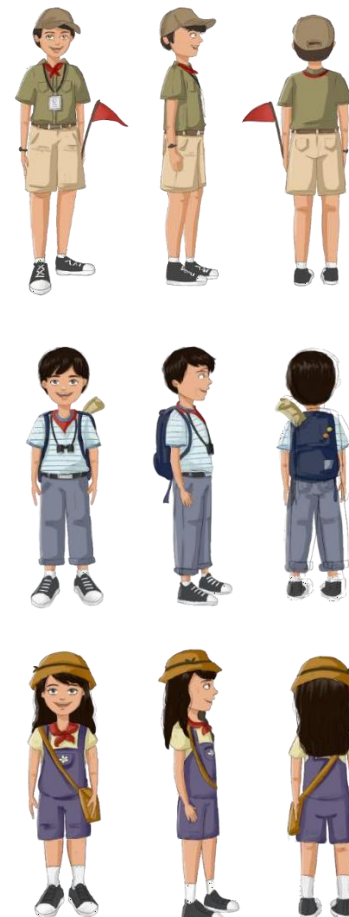
Berikut ini beberapa sketsa pembuatan buku digital ilustrasi tempat sejarah Kota Bandung



Gambar 8. Sketsa

4.15 Karakter

Karakter adalah ciri khas yang dimiliki oleh suatu benda atau individu. Ciri khas tersebut asli dan mengakar pada kepribadian benda atau individu tersebut, dan merupakan mesin yang mendorong bagaimana seseorang bertindak, bersikap, berujar, dan merespon Sesuatu. Karakter didalam buku digital ilustrasi Kota Bandung ini terdapat *Tourguide*, Anak PAUD laki-laki, dan anak PAUD perempuan.



Gambar 9. Karakter dalam Buku

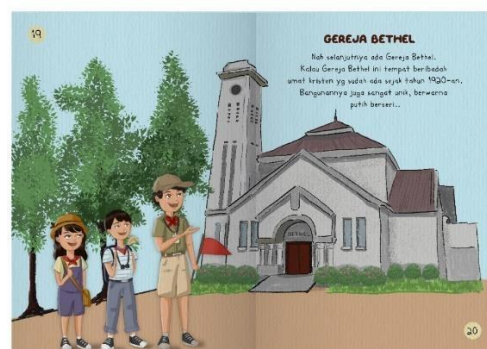
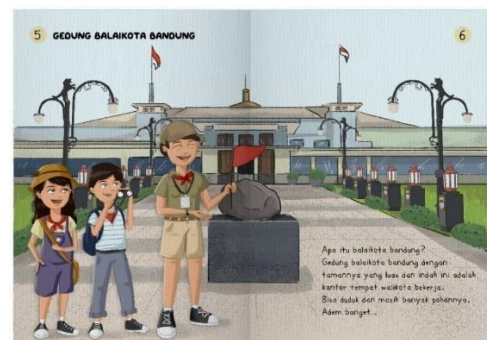
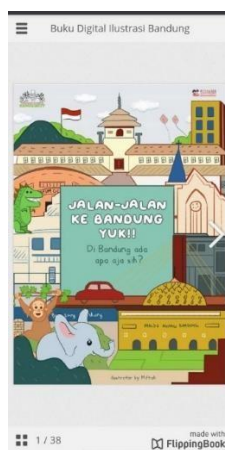
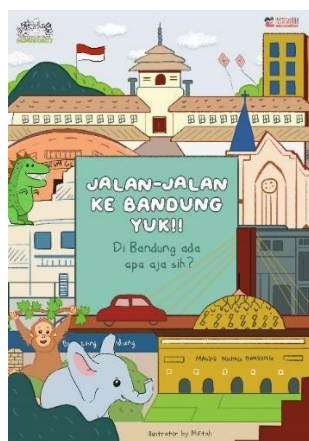
4.16 Strategi Media

Pemilihan media yang berdasarkan kebutuhantarget audiens. Adapun media yang digunakan dibagi menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung.

1. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah buku ilustrasi digital yang berisikan beberapa tempat bersejarah di Kota Bandung. Buku ini dibuat berdasarkan kebutuhan klien yaitu Komunitas Dongeng BENGKIMUT yang memiliki program membaca dongeng dan cerita-cerita kepada anak-anak yang khususnya di Kota Bandung berusia 4-7 tahun.

Buku digital Ilustrasi ini dirancang memiliki judul “Jalan-jalan Ke Bandung Yuk!!” yang sekaligus untuk mengajak anak-anak yang membaca untuk melihat isi buku tersebut dimana ada tempat bersejarah di Bandung. Tempat-tempat bersejarah tersebut ada 13 tempat, yaitu (1) Nol Kilometer, (2) Gedung Sate, (3) Gedung Balaikota Bandung, (4) Museum Geologi, (5) Gedung Merdeka, (6) Isola, (7) Kebun Binatang Bandung, (8) Taman Lalu Lintas, (9) Gereja Katredal, (10) Gereja Bethel, (11) Masjid Raya Agung, (12) PUSDAI, (13) Jembatan Pasupati.



Gambar 10. Media Utama

2. Media Pendukung

Strategi media yang diperlukan agar pesan yang kita sampaikan kepada masyarakat khususnya target audiens dapat tersampaikan dan diterima dengan baik. Perancangan buku digital ilustrasi ini dalam melakukan promosi menggunakan beberapa media pendukung yaitu diantaranya :

a. Poster Instagram

Poster Instagram adalah media pendukung yang dipakai sebagai implikasi dari *point Attention*, poster akan di unggah di Instagram dengan memberitahukan bahwa ada sebuah *event* yang diadakan oleh BENGKIMUT, yaitu event berupa membaca buku digital ilustrasi.



Gambar 11. Media Pendukung Poster Instagram

b. Stiker Instagram

Sebagai promosi dari isi buku dan aksesoris di foto. Bisa diakses saat akan memulai acara dari *event* yang diadakan BENGKIMUT “Jalan-jalan ke Bandung, yuk!”.



Gambar 12. Media Pendukung Stiker Instagram

c. Twibbon

Audiens memakai twibbon kemudian menyebarkannya melalui Instagram, maupun *story* Instagram. Digunakan saat sudah memulai acara tersebut.



Gambar 13. Media Pendukung Twibbon

d. Tumbler

Menarik perhatian dengan membagikan sebuah hadiah untuk pemenang yang mengikuti acara dari *event* “Jalan-jalan ke Bandung, yuk!”.



Gambar 14. Media Pendukung Tumbler

e. *Notebook*

Menarik perhatian dengan membagikan sebuah hadiah untuk pemenang yang mengikuti acara dari event “Jalan-jalan ke Bandung, yuk!”.



Gambar 15. Media Pendukung Notebook

dongeng BENGKIMUT dan menambah salah satu buku tentang tempat bersejarah di Kota Bandung untuk anak-anak usia 4-7 tahun.

6 REFERENSI

Birren, Faber. 1961. *Color Psychology and Color Therapy*. University Books, Inc. New York.

Dagun, S.M. 2006. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN). Jakarta

Sastropoetro, Santoso R.A. 1991. *Pendapat Publik, Pendapat Umum dan Khalayak Dalam Komunikasi Sosial*. Remaja Rosda Karya. Bandung.

Sugiyama, K, & Andre, T. 2011. *The Dentsu Way*. McGrawHill. New York.

Sumardjo, Jakob dan Saini. 1997. *Apresiasi Kesusastraan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

2018, *Buku Sejarah Toponim Bakal Ulas Kota Magelang*,
<https://www.suamerdeka.com/jawa-tengah/pr-0457016/buku-sejarah-toponim-bakal-ulas-kota-magelang>, diakses pada April 2021.

5 KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah didapatkan maka dibutuhkannya sebuah perancangan media buku digital ilustrasi. Perangan media buku digital ini dirancang karena kurangnya media yang dimiliki oleh BENGKIMUT. Media ini digunakan untuk memperkenalkan kembali tempat-tempat bersejarah di Kota Bandung. penulis merancang media ini berupa digital ilustrasi.

Pemilihan media buku digital ilustrasi ini bertujuan untuk memperkenalkan kembali tempat-tempat bersejarah di Kota Bandung kepada anak-anak yang mengikuti komunitas