

p-ISSN 2745-5807

e-ISSN 2747-0288

WARNARUPA

Journal of Visual Communication Design

WARNARUPA

| Vol. 6

| No. 1

| Page 1 - 119

| Oktober 2025



Published By
PARINKRAF

Universitas Muhammadiyah Tangerang

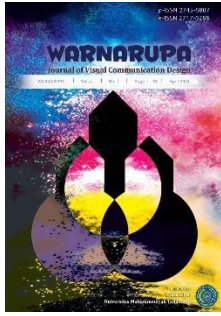


WARNARUPA

(Journal of Visual Communication Design)

Daftar Isi (Table Of Content)

Perancangan Desain <i>Board Game</i> “Ngarab Yuks” Sebagai Sarana Edukasi Kosakata Bahasa Arab Di Mdt At-Taqwa Buaran Indah Tangerang	1 - 23
Aliyah ¹ , Heri Wijayanto ² , Fachrizal Dolly Parlindungan ³	
Perancangan Buku Ilustrasi Promosi Calon Siswa Sekolah St. Antonius Dari Padua Di Kawasan Bsd	24 - 43
Heri Wijayanto ¹ , Moh. Ali Wisudawan Prakarsa ² , Dino Jalula ³	
Redesain Kemasan Produk <i>Brand Arutala Coffee</i> Sebagai Media Pendukung Promosi Penjualan	44 - 65
Widya Oktary Setiawardhani ¹ , Arief Sulistiyo ² , Chantika Wulandari ³	
Perancangan Ulang Identitas Visual Pada UMKM Moerti Donat Sebagai Strategi Penguatan Visual <i>Branding</i>	66 - 92
Zulfah Hasanah ¹ , Heri Wijayanto ² , Dicky Ardiyanto ³	
<i>Redesign User Interface Website PT Washteria Laundry Systems</i> Indonesia Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	93 - 114
Zulfah Hasanah ¹ , Widya Oktary Setiawardhani ² , Khalish Bahy Is’ad ³	



WARNARUPA

Journal of Visual Communication Design
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/WARNARUPA>

PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI PROMOSI CALON SISWA SEKOLAH ST. ANTONIUS DARI PADUA DI KAWASAN BSD

Dino Jalula¹, Heri Wijayanto², Moh. Ali Wisudawan Prakarsa³

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif Universitas Muhammadiyah Tangerang

dinojalula@gmail.com¹, heriwijayanto91@gmail.com², aliwisudawan@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan merancang buku ilustrasi sebagai media promosi untuk meningkatkan ketertarikan calon siswa Sekolah St. Antonius dari Padua di kawasan BSD. Masalah yang diidentifikasi adalah minimnya media promosi visual yang menarik, kurangnya narasi emosional untuk anak-anak, dan desain yang kurang sesuai dengan preferensi audiens. Pendekatan Design Thinking digunakan dengan tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan lima orang tua dan lima siswa TK-SD serta observasi media promosi kompetitor. Hasil menunjukkan bahwa buku ilustrasi bergaya semi-kartun dengan narasi ramah anak efektif meningkatkan ketertarikan. Buku ini terdiri dari 24 halaman termasuk cover, ukuran 15x15 cm, hardcover laminating doff, isi layflat laminating doff, dan e-book. Media pendukung meliputi pin, kaos, pamflet, x banner, poster, gantungan kunci, stiker, mug, dan totebag. Pengujian kuesioner menunjukkan kepuasan rata-rata 4,35 dari 5. Kesimpulannya, media promosi visual yang dirancang dengan narasi emosional dan estetika menarik efektif meningkatkan daya tarik sekolah.

Kata Kunci: buku ilustrasi, promosi sekolah, desain komunikasi visual, Design Thinking, media visual

ABSTRACT

This research aims to design an illustrated book as a promotional medium to enhance the interest of prospective students at St. Antonius School from Padua in the BSD area. Identified problems include the lack of engaging visual promotional media, insufficient emotional narrative for children, and designs misaligned with audience preferences. The Design Thinking approach was employed, consisting of Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test stages. Data were collected through interviews with five parents and five TK-SD students, alongside observations of competitor promotional media. Results indicate that a semi-cartoon illustrated book with a child-friendly

narrative significantly boosts interest. The book comprises 24 pages including the cover, sized 15x15 cm, with a hard cover laminated in matte, layflat matte lamination for the interior, and an e-book. Supporting media include pins, t-shirts, pamphlets, x banners, posters, keychains, stickers, mugs, and tote bags. Questionnaire testing revealed an average satisfaction score of 4.35 out of 5. In conclusion, well-designed visual promotional media with emotional narratives and appealing aesthetics effectively enhance the school's appeal.

Keywords: illustrated book, school promotion, visual communication design, Design Thinking, visual media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara institusi pendidikan, seperti Sekolah St. Antonius dari Padua di kawasan BSD, mempromosikan diri untuk menarik calon siswa baru. Di era digital ini, persaingan antar-sekolah swasta di wilayah urban seperti BSD semakin ketat, dengan banyak sekolah berlomba menawarkan program unggulan untuk menarik perhatian orang tua dan anak-anak. Namun, berdasarkan observasi awal, media promosi Sekolah St. Antonius dari Padua, seperti sosmed dan situs *web*, cenderung statis dan kurang menarik bagi anak-anak usia TK-SD (4-12 tahun). Media tersebut lebih berfokus pada penyampaian informasi tekstual tanpa narasi visual yang ramah anak, sehingga sulit menonjolkan keunggulan sekolah, seperti program STEM, seni, dan pendidikan keagamaan berbasis nilai-nilai Kristen.

Masalah ini diperparah oleh kurangnya desain yang sesuai dengan preferensi estetika audiens target. Anak-anak usia dini cenderung tertarik pada visual ceria dengan warna cerah, karakter ekspresif, dan narasi yang mudah dipahami. Sementara itu, orang tua mencari media yang informatif, profesional, dan mampu meyakinkan mereka tentang kualitas pendidikan. Observasi terhadap media promosi sekolah kompetitor di kawasan BSD menunjukkan bahwa banyak sekolah lain menggunakan pendekatan visual yang lebih dinamis, seperti video animasi atau buku cerita interaktif, yang lebih efektif menarik perhatian anak-anak dan orang tua. Hal ini menyebabkan Sekolah St. Antonius dari Padua BSD kesulitan bersaing dalam menarik pendaftar baru. Selain itu, pentingnya narasi emosional dalam media promosi pendidikan tidak dapat diabaikan.

Tugas akhir ini merupakan bagian dari kurikulum Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Muhammadiyah Tangerang, yang bertujuan menghasilkan karya desain yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan industri. Sekolah St. Antonius dari Padua, sebagai klien, menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah pendaftar siswa baru ditengah persaingan ketat dengan sekolah lain di kawasan BSD. Berdasarkan wawancara awal dengan pihak sekolah, ditemukan bahwa media promosi yang ada kurang mampu menarik perhatian audiens target, terutama anak-anak usia 4-12 tahun dan orang tua mereka, karena desainnya yang kurang inovatif dan minim narasi emosional. Pihak sekolah menyatakan kebutuhan akan media promosi yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu membangun koneksi emosional dengan audiens, sekaligus menonjolkan keunggulan seperti program STEM, seni, dan pendidikan keagamaan. Untuk menjawab tantangan ini, tugas akhir ini merancang buku ilustrasi sebagai media promosi utama, dengan spesifikasi 24 halaman termasuk cover, ukuran 15x15 cm, hard cover laminating doff, isi *layflat* laminating doff, dan *e-book* yang dapat di akses di <https://heyzine.com/flip-book>. Buku ini didukung oleh media pendukung seperti

pin, kaos, *pamflet*, *xbanner*, poster, gantungan kunci, *stiker*, mug, dan *totebag* untuk memperkuat branding sekolah dan karakter ambassador. Pendekatan ini dipilih karena buku ilustrasi mampu menggabungkan narasi visual dan teks yang menarik, sesuai untuk menyampaikan pesan kepada anak-anak dan orang tua. Format e-book juga memungkinkan akses yang lebih luas di era digital, sejalan dengan tren promosi modern. Pendekatan Design Thinking digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan desain sesuai dengan kebutuhan audiens melalui tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Dengan demikian, tugas akhir ini tidak hanya memenuhi syarat akademik tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi Sekolah St. Antonius dari Padua dalam meningkatkan daya tarik dan jumlah pendaftar siswa baru.

Sekolah St. Antonius dari Padua BSD menghadapi sejumlah tantangan dalam mengomunikasikan keunggulan programnya secara visual dan emosional kepada calon siswa dan orang tua. Beberapa masalah utama yang diidentifikasi adalah: Kurangnya media promosi visual yang menarik dan komunikatif, karena media sosial dan situs *web* sekolah masih menggunakan pendekatan desain yang statis dan monoton, sehingga tidak cukup mampu menarik perhatian audiens secara emosional. Minimnya pemanfaatan ilustrasi naratif sebagai strategi promosi, padahal pendekatan visual seperti ini terbukti efektif dalam menciptakan koneksi emosional dan memudahkan pemahaman terhadap nilai-nilai dan kegiatan sekolah. Desain media promosi yang pasif dan kurang interaktif, dengan dominasi teks dan gambar biasa tanpa elemen visual dinamis yang menggugah keterlibatan audiens. Tidak adanya tim khusus yang menangani strategi pemasaran visual sekolah, sehingga proses perancangan materi promosi menjadi kurang terarah dan tidak profesional. Pemanfaatan platform digital yang belum optimal, di mana konten yang disajikan belum dimaksimalkan untuk menarik dan mempertahankan perhatian pengguna media sosial maupun pengunjung situs web. Desain promosi yang tidak mengakomodasi selera visual generasi muda dan orang tua masa kini, terutama karena masih didominasi oleh pendekatan konservatif dari tenaga pendidik dan staf yang berusia di atas 40 tahun.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Desain

Desain secara umum dapat diartikan sebagai sebuah proses dari perencanaan, menciptakan, menggabungkan beberapa elemen secara estetika, fungsi, dan konteks untuk dapat menghasilkan sebuah solusi yang memenuhi segala kebutuhan dari para pengguna sebagai penyelesaian masalah pada hal tertentu. Pada intinya, desain merupakan cara untuk mengatur elemen-elemen seperti warna, bentuk, tekstur, dan ruang dalam suatu struktur yang memiliki tujuan estetika, fungsional, atau bahkan komunikatif. Desain diterapkan untuk membuat struktur, ekosistem, antarmuka, produk, layanan, fitur, dan proses. Ada banyak macam desain dalam kehidupan sehari-hari. Setiap jenis pengertian desain memiliki keterampilan dan teknik tertentu.

Salah satu aspek utama dari desain adalah kreativitas. Desainer sering kali dihadapkan pada tantangan untuk memecahkan masalah atau menciptakan sesuatu yang baru dan inovatif. Kreativitas memungkinkan mereka untuk melihat masalah dari berbagai sudut pandang dan menemukan solusi yang unik dan efektif. Namun, kreativitas juga harus diimbangi dengan pemahaman yang kuat akan prinsip-prinsip desain yang telah mapan. Desain juga memiliki dampak sosial dan budaya yang

signifikan. Desain tidak hanya mencerminkan nilai-nilai masyarakat di suatu waktu, tetapi juga dapat membentuknya. Desain yang baik memiliki kemampuan untuk menginspirasi, mempengaruhi perilaku, dan bahkan merangsang perubahan sosial. Oleh karena itu, desainer juga memiliki tanggung jawab etis untuk mempertimbangkan keterlibatan dari karya mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, desain bukan hanya sekadar proses penciptaan visual atau fungsional, tetapi juga merupakan alat yang kuat untuk membangun dunia yang lebih baik dan lebih berarti.

Unsur Desain

Ada sembilan macam unsur desain, di antaranya titik, garis, bidang, gelap terang, tekstur, ilustrasi, tipografi, warna, dan ruang. Namun di dalam blog nya beliau hanya menjelaskan enam dari sembilan unsur desain.

Prinsip Desain

Dalam desain terdapat delapan prinsip utama, diantaranya ada kejelasan, ruang, kesatuan, proporsi, keseimbangan, penekanan, irama, dan kesederhanaan.

Pengertian Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah proses kreatif dalam merancang elemen visual seperti grafis, ilustrasi, dan tata letak untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Tujuannya adalah memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui penggunaan elemen visual yang efektif. DKV digunakan dalam berbagai konteks, termasuk desain grafis untuk media cetak dan digital, serta untuk membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan keterlibatan audiens terhadap pesan atau produk yang disampaikan. Desain komunikasi visual merupakan ilmu bagaimana merancang sebuah karya visual yang mengedepankan proses komunikasi terhadap target audience. Sebagai ilmu terapan, Desain komunikasi visual bukan hanya ilmu terapan dari ilmu seni rupa, akan tetapi sebagai ilmu yang juga menerapkan ilmu komunikasi, karena karya desain komunikasi visual adalah karya visual bukan hanya mementingkan aspek kreatifitas tapi juga yang harus bisa berkomunikasi secara efektif terhadap target audience.

Desain Komunikasi Visual menurut Sumbo Tinarbuko dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah dalam komunikasi atau komunikasi visual. Keberadaannya diabdikan untuk menghasilkan desain yang paling baru di antara desain yang terbaru. Melihat dari pemaparan di atas, Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi melalui berbagai media, yang dapat berupa gambar, tatanan huruf, warna, dan lain-lain. DKV menggabungkan elemen-elemen desain, teknologi, dan komunikasi untuk menciptakan pesan yang efektif secara visual. Dalam hal ini desain komunikasi visual dibutuhkan untuk sebagai teori dasar perancangan yang nanti nya akan dibuat, supaya rancangan yang dibuat sesuai dan mempunyai perwujudan yang pas untuk di kenal di daerah tempat sebuah rancangan dibuat.

Tipografi

Pemilihan font dalam buku ilustrasi anak harus memperhatikan keterbacaan, bentuk huruf yang bersahabat, serta kemampuan menarik perhatian anak-anak. Berdasarkan studi dari (Hill, 2020) dalam *Designing for Children*, disarankan untuk menggunakan font yang membulat dan memiliki jarak antar huruf yang cukup, karena lebih mudah dibaca dan dikenali oleh anak-anak usia dini. Tipografi memegang peran penting karena mampu memengaruhi persepsi, emosi, dan daya tarik suatu pesan. Pemilihan jenis huruf, ukuran, jarak antarthuruf, dan tata letak yang tepat dapat memperkuat karakter serta identitas visual sebuah karya. Penelitian oleh (Walker, 2005) juga menunjukkan bahwa font sans-serif dengan bentuk sederhana meningkatkan keterbacaan hingga 20% pada pembaca muda.

Dapat disimpulkan bahwa pemilihan tipografi yang tepat, seperti font membulat dengan jarak antarthuruf cukup atau font sans-serif sederhana, berperan penting dalam meningkatkan keterbacaan, khususnya bagi anak-anak dan pembaca muda.



Gambar 2. 1 Font
(Sumber: *dafont.com*)

Warna

Warna merupakan elemen visual yang terbentuk dari pantulan cahaya dengan panjang gelombang tertentu yang ditangkap oleh mata, lalu diinterpretasikan oleh otak sebagai sensasi visual. Dalam desain komunikasi, warna memegang peran penting karena mampu menyampaikan makna, membangkitkan emosi, serta memengaruhi persepsi audiens tanpa memerlukan kata-kata. Pemilihan warna yang tepat dapat memperkuat identitas visual, mengarahkan fokus, dan membangun suasana sesuai tujuan komunikasi. Warna cerah seperti biru dan kuning efektif menarik perhatian anak-anak, menciptakan suasana ceria (Heller & Landers, 2014). Pemilihan warna yang tepat dapat memperkuat identitas visual, mengarahkan fokus, dan membangun suasana sesuai tujuan komunikasi. Selain fungsi estetis, warna juga memiliki nilai simbolis dan psikologis yang berbeda di setiap budaya, sehingga penggunaannya perlu mempertimbangkan konteks, target audiens, dan pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 2. 2 Warna
(Sumber: dafont.com)

Ilustrasi

Ilustrasi adalah karya visual yang dibuat untuk membantu menjelaskan, memperkuat, atau memperindah sebuah teks, cerita, maupun pesan yang ingin disampaikan. Dalam konteks desain komunikasi, ilustrasi memegang peranan penting karena mampu mengubah informasi yang bersifat abstrak menjadi visual yang lebih mudah dipahami sekaligus menarik perhatian. McCloud (1993) menyatakan bahwa ilustrasi bergaya semi-kartun dapat membangun koneksi emosional dengan audiens muda melalui karakter yang ekspresif (McCloud, 1993). Selain sebagai pendukung pesan, ilustrasi juga memiliki nilai estetis yang mampu membangun suasana, memperkuat identitas visual, dan memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi pembaca. Menurut Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain, ilustrasi adalah gambar yang bertujuan memperjelas cerita, naskah, atau teks secara visual. Ilustrasi yang baik harus merepresentasikan teks atau ide dengan komposisi dan proporsi yang tepat, serta menghadirkan karakter visual yang khas. Berdasarkan uraian McCloud (1993) dan Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain, dapat disimpulkan bahwa ilustrasi memiliki peran ganda, yaitu memperjelas cerita atau teks secara visual sekaligus membangun hubungan emosional dengan audiens. Gaya ilustrasi yang ekspresif, seperti kartun, mampu menarik perhatian dan menciptakan kedekatan, terutama bagi audiens. Untuk mencapai efektivitas tersebut, ilustrasi perlu disusun dengan komposisi dan proporsi yang tepat serta memiliki karakter visual yang khas, sehingga pesan tersampaikan dengan jelas dan tetap menarik secara estetis.

Layout

Layout adalah tata letak elemen visual dalam suatu desain yang berfungsi untuk mengatur hubungan visual antar elemen agar informasi dapat tersampaikan secara jelas dan menarik. Dalam konteks buku ilustrasi, layout menjadi kunci dalam menentukan keseimbangan antara ilustrasi dan teks. Menurut White Penggunaan ruang kosong dalam layout desain meningkatkan kenyamanan visual dan mempermudah pemahaman informasi oleh audiens (White, 2011:15). Layout merupakan elemen penting dalam desain yang mengatur posisi visual agar informasi tersampaikan dengan jelas dan menarik. Dalam buku ilustrasi, layout berfungsi menjaga keseimbangan antara teks dan gambar. White (2011:15) menekankan pentingnya ruang kosong dalam layout untuk meningkatkan

kenyamanan visual dan membantu audiens memahami informasi dengan lebih baik. Menurut (Ambrose & Harris, 2011), layout adalah penataan elemen grafis dalam ruang yang bertujuan untuk menciptakan struktur visual yang komunikatif dan estetis. Tata letak yang baik mampu mengarahkan perhatian pembaca serta meningkatkan pemahaman terhadap isi. Layout berperan penting dalam menciptakan desain yang komunikatif dan nyaman dilihat. Menurut Ambrose & Harris (2011), layout menyusun elemen grafis secara terstruktur untuk menghasilkan tampilan yang estetis dan mudah dipahami. Sementara itu, White (2011:15) menekankan pentingnya ruang kosong dalam layout untuk meningkatkan kenyamanan visual dan membantu audiens memahami informasi dengan lebih baik.

METODOLOGI

Metode Perancangan

Perancangan buku ilustrasi bertujuan untuk memahami minat dan bakat siswa serta potensi dari sekolah tersebut untuk tetap bersaing di tingkat kejuaraan yang ingin diikuti. Dalam hal ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif yang nantinya akan mendukung hasil akhir agar sesuai dengan kriteria buku yang akan dibuat dengan cara mengumpulkan data-data yang ada. Penelitian Deskriptif atau kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu populasi, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis.

Metode Pengumpulan Data

Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data yang umumnya dengan cara terjun langsung ke lapangan, diantaranya :

1. Kepustakaan: Kepustakaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan acuan atau referensi untuk menjadi sumber pustaka dan studi dari media-media tentang perancangan yang dibuat.

2. Observasi: Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) observasi berarti memiliki arti peninjauan secara cermat, dari hasil observasi yang dilakukan sebagai proses awal dari Perancangan Buku Ilustrasi Promosi Calon Siswa Sekolah St. Antonius dari Padua di Kawasan BSD upaya mengembangkan minat dan bakat siswa di Sekolah St. Antonius dari Padua BSD. Maka dalam pengamatan secara langsung ini penulis mendapatkan beberapa hasil yang diperlukan dalam perancangan brand identity tersebut berupa: Situasi Saat Latihan, Karakter Setiap Guru, Karakter Setiap Siswa, Penggunaan E-book Untuk Buku.

3. Wawancara: Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wawancara adalah proses meminta keterangan atau pendapat seseorang mengenai suatu hal. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, penulis menggunakan pendekatan 5W+1H sebagai bahan dasar pertanyaan yang diajukan kepada narasumber.

Metode Analisis Data

Wawancara adalah proses menyelidiki, merangkum, dan menafsirkan data untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan yang relevan. Berdasarkan hasil pencarian data yang dilakukan, penulis menggunakan metode analisis data S.W.O.T (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) sebagai bahan dasar perancangan buku ilustrasi.

Metode Perancangan Desain

Dalam metode perancangan desain ini penulis menggunakan metode yang cocok untuk perancangan buku ilustrasi ini, metode yang diambil adalah metode perancangan Design Thinking. Design Thinking merupakan dimana seorang desainer melakukan analisa permasalahan, menuang ide-ide, lalu bereksperimen dengan ide yang didapat oleh desainer, hingga proses uji coba dan sampai ke final. Dalam prosesnya, Design Thinking terdiri dari lima tahap: Empathize (Empathize), Definisi (Define), Ideasi (Ideate), Prototipe (Prototype), Uji (Test).

Bahan dan Peralatan

Bahan dan peralatan yang dibutuhkan dalam desain perancangan buku ilustrasi sebagai media promosi mencakup:

Bahan

Dalam penyiapan bahan penulis referensi dari kumpulan gambar, pewarnaan, dan elemen visual lainnya yang digunakan untuk menjadi acuan dasar konsep perancangan buku ilustrasi sekolah. Dalam hal ini ada beberapa media referensi untuk dijadikan bahan untuk pengumpulan data diantaranya seperti buku dan internet, dengan terkumpulnya data- data untuk merancang buku ilustrasi sekolah akan menghasilkan satu opsi yang dapat membantu dalam perancangan ini. Dimana data sudah menjadi ide untuk dapat memperluas dalam proses menciptakan buku ilustrasi dari Sekolah St. Antonius dari Padua BSD.

Peralatan

Perangkat Lunak Desain: Dalam pembuatan ilustrasi penulis akan menggunakan software Infinite Painter dalam membuat model ilustrasi dari buku “Petualangan Seru di Sekolah Kami”.

Laptop: Untuk melakukan proses digital penulis menggunakan perangkat laptop untuk melakukan pengolahan visual grafis serta melakukan layout.

Referensi Visual: Dalam referensi visual penulis menggunakan referensi dari media online untuk mengumpulkan ide dan inspirasi dalam merancang karakter buku.

Printer: Printer dibutuhkan untuk mencetak model buku jika dibutuhkan untuk referensi atau presentasi.

Peralatan Penyimpanan: Untuk menyimpan file proyek dan aset desain penulis hanya memanfaatkan flashdisk untuk media penyimpanan data.

Urutan Pelaksanaan

Pada proses pelaksanaan di sini, penulis mengumpulkan beberapa referensi desain untuk bisa dikembangkan dalam perancangan identitas merek yang akan dibuat mulai dari awal pembuatan hingga nantinya dapat di proses menjadi final artwork. Pada proses pelaksanaan akan diatur timeline pengerjaan dapat mempermudah proses pengerjaan penulis dan penyesuaian deadline target yang telah ditentukan. Selanjutnya, langkah dilanjutkan dengan mempersiapkan beberapa referensi buku dan media pendukungnya agar desain yang ingin dibuat nantinya bisa diterapkan di beberapa media yang digunakan.

Alur Proses Kreatif

Proses kreatif merupakan susunan rancangan, disini penulis melakukan tahapan pembuatan buku ilustrasi dimulai dari pencarian referensi, pembuatan ide awal sketsa karakter, lalu perancangan layout lalu proses cetak. Adapun urutan proses kreatif yang penulis berikan antara lain seperti berikut:

Timeline

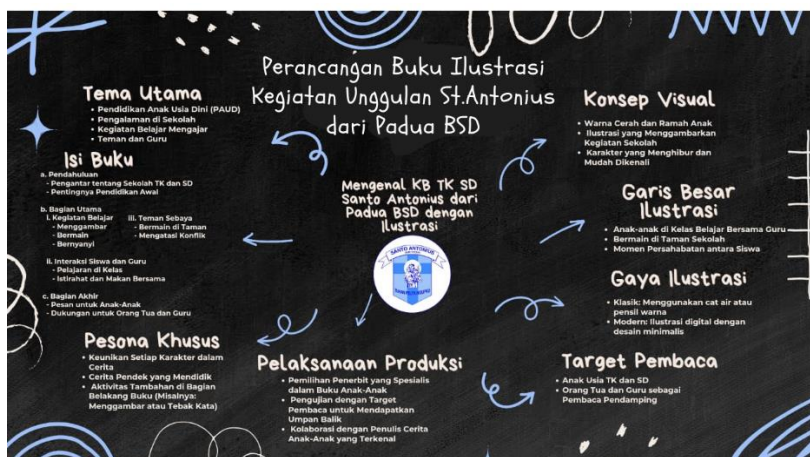
Selama proses perancangan buku ilustrasi, mengatur timeline pengerjaan sangat penting untuk memudahkan penulis dalam menyesuaikan tenggat waktu yang telah ditentukan. Mulai dari pencarian referensi karakter yang sesuai hingga media pendukung yang diperlukan, semua ini bertujuan agar desain yang dibuat dapat diterapkan dengan baik.

KONSEP PERANCANGAN

Mind Mapping

Berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sekolah merupakan salah satu institusi yang cukup serius dan memiliki pengaruh besar, baik dalam dunia pendidikan, sosial, maupun keagamaan. Berikut ini adalah hasil mind mapping perancangan buku ilustrasi Sekolah St. Antonius dari Padua BSD.

Mind Mapping



(Sumber : Data Pribadi)

Sketsa Kasar

Sketsa merupakan gambaran kasar atau gambar awal yang biasanya dibuat untuk menyusun ide atau konsep sebelum masuk ke dalam pembuatan karya utama, dalam hal ini penulis menggunakan software adobe illustrator dalam pembuatannya.

Sketsa Kasar



(Sumber : Data Pribadi)

Sketsa Final

Sketsa final merujuk pada tahap selanjutnya dari sketsa kasar, sketsa final biasanya menggambarkan bentuk akhir dari konsep yang sudah di buat.

Sketsa Final



(Sumber : Data Pribadi)

Media Utama

Media utama sebuah buku ilustrasi dari hasil cetak printer.

Media Utama Buku Ilustrasi



(Sumber : Data Pribadi)

Media Pendukung

Media pendukung terdiri dari poster perancangan, poster A3, x banner, id card, lanyard, baju kaos, tas jinjing, kipas tangan, sticker pack, topi, dan media sosial. Media-media berperan penting dalam memperkenalkan buku ilustrasi utama Sekolah St. Antonius dari Padua BSD kepada target audiens.

Media Pendukung



(Sumber : Data Pribadi)

Gambar Pin



(Sumber: Pribadi)

Gambar Kaos



(Sumber: Pribadi)

Gambar Pamflet



(Sumber: Pribadi)

Gambar X-Banner



(Sumber: Pribadi)

Gambar Poster



(Sumber: Pribadi)

Gambar Gantungan Kunci Hand made



(Sumber: Pribadi)

Gambar Stiker



(Sumber: Pribadi)

Gambar Mug



(Sumber: Pribadi)

Gambar Totebag



(Sumber: Pribadi)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan merancang buku ilustrasi sebanyak 24 halaman termasuk cover, dengan ukuran 15x15 cm, hard cover laminasi doff, isi layflat laminasi doff, serta e-book yang diunggah pada platform <https://heyzine.com>, sebagai media promosi utama untuk meningkatkan ketertarikan calon siswa TK-SD dan orang tua terhadap Sekolah St. Antonius dari Padua di kawasan BSD. Dengan menerapkan pendekatan Design Thinking, yang mencakup tahapan Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test, penelitian ini berhasil menghasilkan media visual yang sesuai dengan kebutuhan audiens dan tujuan promosi sekolah. Langkah awal dalam pendekatan Design Thinking adalah memahami kebutuhan audiens melalui wawancara dan observasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa nilai cukup tinggi. Proses pengujian dilakukan dengan kuesioner kepada 10 responden, terdiri dari 5 orang tua dan 5 siswa TK-SD, yang menghasilkan skor kepuasan rata-rata 4,38 dari 5. Umpan balik menunjukkan bahwa buku ilustrasi berhasil meningkatkan ketertarikan anak-anak terhadap sekolah dan memberikan informasi yang jelas bagi orang tua. Revisi dilakukan untuk meningkatkan saturasi warna dan detail karakter berdasarkan saran responden, sehingga desain menjadi lebih menarik secara visual. Media ini berhasil menjawab permasalahan yang diidentifikasi pada awal penelitian, yaitu minimnya media promosi visual yang menarik, kurangnya narasi emosional, dan desain yang tidak sesuai dengan preferensi audiens. Dengan demikian, buku ilustrasi dan media pendukung tidak hanya memenuhi kebutuhan promosi sekolah, tetapi juga meningkatkan daya tarik Sekolah St. Antonius dari Padua di tengah persaingan dengan sekolah lain di kawasan BSD, seperti IPEKA dan Stella Maris. Penelitian ini juga memberikan kontribusi akademik dengan memperkaya wawasan tentang penerapan desain komunikasi visual dalam promosi pendidikan. Pendekatan Design Thinking terbukti efektif dalam menciptakan solusi desain yang berpusat pada kebutuhan audiens. Secara praktis, media ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendaftar siswa baru, sebagaimana dibuktikan oleh umpan balik positif dari audiens. Dengan strategi pemasaran yang relevan dan konsisten, Sekolah St. Antonius dari Padua dapat memperkuat posisinya sebagai institusi pendidikan yang unggul di kawasan BSD.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan umpan balik dari audiens, beberapa rekomendasi disusun untuk memaksimalkan efektivitas media promosi Sekolah St. Antonius dari Padua di masa depan. Pertama, sekolah perlu melakukan riset pasar secara berkala untuk memahami preferensi dan perilaku audiens, khususnya orang tua dan anak-anak di kawasan BSD. Riset ini dapat dilakukan melalui wawancara, kuesioner, atau analisis tren pendidikan lokal, sehingga konten promosi dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik audiens. Dengan mempersonalisasi narasi visual, seperti menambahkan cerita lokal atau kegiatan baru sekolah, media promosi dapat lebih resonan dengan audiens target. Selain itu, sekolah disarankan untuk memanfaatkan saluran digital secara lebih intensif. Mengingat tren digital yang terus berkembang, e-book dapat dikembangkan dengan fitur interaktif, seperti animasi pendek tentang kegiatan Anto dan Nia, narasi suara, atau kuis edukasi sederhana, untuk meningkatkan keterlibatan anak-anak. Sekolah juga dapat menggunakan platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok, untuk membagikan cuplikan buku ilustrasi dalam format video pendek atau carousel gambar, dengan menargetkan iklan berbayar kepada orang tua berusia 27-50 tahun di kawasan BSD. Kolaborasi dengan influencer pendidikan atau komunitas lokal, seperti kelompok orang tua atau organisasi kegiatan anak, dapat memperluas jangkauan promosi dan membangun kepercayaan terhadap brand sekolah. Untuk memastikan keberlanjutan strategi promosi, sekolah perlu melatih guru dan staf untuk menggunakan buku ilustrasi dan media pendukung dalam presentasi selama acara open house atau kunjungan calon siswa. Pelatihan ini dapat mencakup cara menyampaikan narasi emosional tentang kegiatan unggulan, sehingga menciptakan koneksi yang lebih kuat dengan audiens. Selain itu, evaluasi dampak media promosi disarankan dilakukan dalam jangka waktu 6 sampai 12 bulan pasca-distribusi, menggunakan metode kuantitatif (kuesioner) dan kualitatif (wawancara) untuk mengukur peningkatan jumlah pendaftar siswa baru dan mengidentifikasi area perbaikan. Sekolah juga dapat mempertimbangkan pengembangan merchandise baru, seperti buku catatan atau botol minum dengan desain karakter Anto dan Nia, untuk meningkatkan daya tarik bagi anak-anak dan memperkuat identitas visual sekolah. Terakhir, sekolah perlu terus mengikuti tren desain visual dan pendidikan untuk menjaga relevansi media promosi. Pembaruan konten buku ilustrasi setiap 2 atau 3 tahun, dengan menambahkan ilustrasi kegiatan baru atau fasilitas sekolah yang ditingkatkan, akan memastikan media tetap menarik dan sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan menerapkan rekomendasi ini, Sekolah St. Antonius dari Padua dapat mengoptimalkan strategi pemasaran visualnya, memperkuat engagement dengan audiens, dan mencapai tujuan promosi jangka panjang. Mengatasi kurangnya koordinasi antar dosen yang dapat menyebabkan kebingungan dan inkonsistensi dalam penerapan pedoman tugas akhir. Hal ini mencakup kebutuhan akan sinkronisasi jadwal bimbingan, keselarasan interpretasi terhadap pedoman yang telah ditetapkan, serta komunikasi yang efektif untuk memastikan pedoman disampaikan secara seragam kepada mahasiswa. Ketidaksiharian dalam panduan yang diberikan oleh masing-masing dosen dapat memicu salah paham, memperlambat progres penulisan atau perancangan, dan mengurangi kualitas output akademik. Oleh karena itu, disarankan untuk mengadakan rapat koordinasi berkala antar dosen pembimbing guna menyamakan persepsi dan memperbarui pedoman sesuai perkembangan kebutuhan kurikulum.

DAFTAR PUSTAKA

- Bennett, A. (2006). *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*. Princeton Architectural Press.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. HarperBusiness.

- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research (2 ed.)*. SAGE Publications.
- Eisner, W. (2008). *Comics and sequential art: Principles and practices from the legendary cartoonist*. WW Norton & Company.
- Heller, S., & Landers, R. (2014). *Infographics Designers' Sketchbooks*. Princeton Architectural Press.
- Hill, K. (2020). *Designing for Kids: Creating for Playing, Learning, and Growing*. Rockport Publishers.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design: 125 ways to enhance usability, influence perception, increase appeal, make better design decisions, and teach through design*. Rockport Publishers.
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. Princeton Architectural Press.
- McCloud, S. (1993). *Understanding Comics: The Invisible Art*. HarperCollins.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books.
- Nugroho, B. (2023). Perancangan Buku Pop Up Ilustrasi Bergambar sebagai Media Pengenalan Seni Pertunjukan di Jawa Timur untuk Anak Usia Dini. *Citradirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Intermedia*.
- Sari, M., Hamid, A., Ngadimin, & Wahyuni, A. (2025). Pengaruh Pembelajaran Menggunakan Mind Mapping terhadap Penguasaan Konsep dan Kreativitas Siswa dalam Belajar Fisika. *TEACHING: Jurnal Inovasi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*.
- Sari, N., & Wulan, R. (2021). Optimalisasi Buku Ilustrasi untuk Promosi Wisata Edukasi di Indonesia. *Jurnal Seni Rupa Dan Desain*.
- Tanaya, A., Dewi, S., & Nugroho, A. (2022). Menguraikan Konsep dan Mengembangkan Ide: Pendekatan dalam Pembelajaran Kreatif. *Jurnal Pendidikan Dan Inovasi*.
- Walker, S. (2005). *Typography and Language in Everyday Life: Prescriptions and Practices*. Routledge.
- White, A. W. (2011). *The elements of graphic design: space, unity, page architecture, and type*. Skyhorse Publishing, Inc.