

**PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI DONOR  
DARAH UNTUK MAHASISWA DI KOTA BANDUNG**

**DESIGNING ILLUSTRATION BOOK AS BLOOD DONATION DISSEMINATION  
MEDIA FOR COLLEGER IN BANDUNG**

Sarah Hanifah<sup>1</sup>, Riky A. Siswanto, S.Ds., MDes<sup>2</sup>, Jiwa Utama, S.Ds., M.Ds<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

<sup>1</sup>Sarahanifah.xii.ia.2@gmail.com

---

**ABSTRAK**

Donor darah adalah proses pengambilan darah dari seseorang secara sukarela untuk disimpan di bank darah yang kemudian digunakan pada transfusi darah. Transfusi darah ini sangat dibutuhkan untuk berbagai kondisi, namun perbandingan antara permintaan darah dengan ketersediaan darah di Indonesia masih belum seimbang. Hal ini terjadi karena kurangnya kesadaran masyarakat untuk berdonor darah. Di kota Bandung walaupun sudah dapat memenuhi stok darahnya, namun masih dibutuhkan sosialisasi kepada masyarakat khususnya mahasiswa karena masih kurangnya pengetahuan mereka seputar kegiatan donor darah. Tujuan dari perancangan ini yaitu memberi sosialisasi kepada mahasiswa kota Bandung (penduduk asli maupun pendatang) seputar kegiatan donor darah untuk menambah pengetahuan mereka mengenai manfaat donor darah dan hal lainnya serta tidak ada lagi kesalah pahaman tentang donor darah sehingga semakin banyak yang minat untuk melakukan donor.

**Kata kunci : Buku, Ilustrasi, Sosialisasi, Donor darah**

---

**ABSTRACT**

*Blood donation is the process of taking blood from a person voluntarily to be kept in blood banks which then used in blood transfusions. Blood transfusion is needed for a variety of conditions, but the comparison between the demand for blood with blood availability in Indonesia is still not balanced. This happens due to lack of public awareness for donating blood. In Bandung, despite it has fulfill its blood necessary, but requires dissemination to the public, especially students because they lack knowledge about blood donation. The objective of this scheme is to give the student socialization to Bandung (natives and immigrants) about blood donation activities to increase their knowledge about the benefits of blood donation and other things and there are no more misunderstandings about blood donation so that more and more interest to the donor.*

## **1. Pendahuluan**

Darah merupakan salah satu komponen penting dalam tubuh manusia. Kekurangan darah berarti menghambat kerja organ di dalam tubuh. Ada banyak musibah seperti kecelakaan lalu lintas dan penyakit-penyakit yang mengakibatkan seseorang mengalami kekurangan darah, sehingga membutuhkan transfusi atau bantuan darah. Maka dari itu idealnya setiap rumah sakit harus memiliki stok darah yang mencukupi untuk berjaga-jaga apabila ada pasien yang membutuhkan.

Persediaan kantong darah di Indonesia masih kurang setiap tahunnya (Tempo, 2015). Selama satu tahun, kebutuhan darah di Indonesia mencapai 4,8 juta kantong darah. Dari jumlah itu, PMI hanya mampu memenuhi 3 juta kantong per tahun. Apalagi pada saat bulan Ramadhan, stok darah menurun drastis dikarenakan mayoritas masyarakat Indonesia sedang menjalankan ibadah puasa yang menjadikan mereka tidak dapat mendonorkan darahnya. Data donasi di seluruh Indonesia menunjukkan setiap bulan puasa terjadi penurunan stok darah di PMI sebesar 50-60 persen.

Kurangnya unit darah ini tentu akan memperlambat proses pengobatan serta memperburuk kondisi penyakit pasien bahkan lebih buruknya lagi dapat menyebabkan kematian pada pasien yang mengalami kekurangan darah. Hal ini terjadi karena kurangnya kesadaran masyarakat untuk mendonor secara sukarela serta masih banyak masyarakat yang belum memahami manfaat dan keuntungan dari donor darah apabila dilakukan secara rutin.

Dari sekian banyak kota di Indonesia, Kota Bandung merupakan salah satu kota yang sudah dapat men-*cover* kebutuhan stok darah hariannya. Bapak Priyo Handoko selaku Kepala Sub Bagian Informasi Komunikasi PMI Kota Bandung menyatakan, lebihnya stok darah tersebut dikarenakan minimnya kasus Demam Berdarah Dengue (DBD) hingga Februari 2015. Namun stoknya tetap harus diantisipasi karena kebutuhan darah sewaktu-waktu dapat berubah. Sosialisasi mengenai donor darah harus giat dilakukan dan sangat dibutuhkan untuk terus meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat untuk melakukan donor darah.

---

## **2. Dasar Teori**

### **2.1. Buku**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia buku adalah lembar kertas yg berjilid, berisi tulisan atau kosong. Buku juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu dan berisi tulisan atau gambar. (Soedewi, 2006:9)

Seiring dengan perkembangan dalam dunia informatika, kini dikenal pula istilah e-book atau buku elektronik, yang mengandalkan computer sebagai medianya. (Soedewi, 2006:9)

Struktur atau anatomi buku terdiri dari :

1. Badan buku, yaitu bagian dalambuku yang ditutup oleh sampul
2. Halaman-halaman berisi teks atau gambar. Cara mengatur teks dan gambar ini disebut *layout* (tata letak). Jumlah halaman selalu kelipatan dari empat untuk kepraktisan melipat dan mengiris kertas.

3. Kulit buku (*cover*). Sedangkan untuk buku yang lebih mewah, kulit buku ini masih ditutup lagi oleh *book jacket* (sampul) dan dikemas lagi dalam *book case* (kotak buku).
4. *Endpapers*, yaitu bagian buku yang sekedar berfungsi sebagai hiasan. Gambar pada *endpapers* ini biasanya bercorak dekoratif, yang mengingatkan kita pada isi buku yang akan dibaca.

## 2.2. Ilustrasi

Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Sebuah ilustrasi mampu membantu pembaca untuk menggambarkan apa yang tertulis dalam suatu artikel maupun cerita. Seorang ilustrator yang baik mampu berperan sebagai seorang visualiser atas sebuah naskah (Adi Kusrianto, 2007:140).

Penggunaan ilustrasi sebagai daya tarik dalam kampanye merupakan salah satu strategi kreatif yang dapat dipilih kreator. Hal ini tentu dengan berbagai aspek pertimbangan seperti segmentasi dan target *audiencenya*. Fungsi ilustrasi dalam kampanye antara lain dapat merebut atensi *audience*, mengidentifikasi subyek, *center of interest*, memudahkan dalam memahami informasi yang disampaikan, membangkitkan minat untuk menyimak isi kampanye, dan memberikan kesinambungan keseluruhan kampanye

Ilustrasi dalam sebuah kampanye haruslah menarik secara visual dan memberikan perhatian terhadap komunikan. Sehingga fungsi dari ilustrasi bukan saja sekedar hiasan tetapi lebih dari itu. Penggunaan ilustrasi sebagai daya tarik dalam kampanye penting apalagi ilustrasi yang berhubungan dengan *headline* dan *bodycopy*.

̄

## 2.3. Tipografi

Teks merupakan bagian penting dari desain grafis. Tak melulu seputar gambar, desain grafis pun juga mencakup ruang lingkup teks serta komposisinya. Menurut Rustan (2001:16) tipografi dimaknai sebagai “Segala disiplin yang berkenaan dengan huruf”. Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf. Oleh karena itu, “menyusun” meliputi merancang bentuk huruf hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki (Adi Kusrianto, 2007:190)

Dalam sebuah rancangan tipografi, penggunaan jumlah jenis huruf yang diterapkan harus dipertimbangkan sesuai dengan kebutuhan desain. J. Ben Lierman pada buku *Types of Typeface* (1967), ia mengatakan ada dua hal yang akan menentukan kesuksesan desain terkait dengan penggunaan tipografi, yaitu :

### 1. Legibility

*Legibility* adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu karakter atau huruf tanpa harus bersusah payah.

### 2. Readability

*Readability* adalah penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungannya dengan huruf yang lain, sehingga terlihat jelas.

Dari kedua prinsip pokok desain tipografi tersebut mempunyai tujuan utama, yaitu untuk memastikan agar informasi yang ingin disampaikan melalui suatu karya desain dapat tersampaikan dengan tepat kepada *audience*.

## 2.4. Layout

*Layout* adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut sebagai manajemen bentuk dan bidang (Gavin Amborse & Paul Harris, 2005)

Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dan dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Penerapan komposisi elemen-elemen *layout* tersebut haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip *layout* berikut :

1. Sequence, yaitu urutan perhatian dalam *layout* atau aliran pandangan mata saat melihat *layout*.
2. Emphasis, yaitu penekanan di bagian-bagian tertentu pada *layout*.
3. Balance, yaitu menciptakan keseimbangan pada semua elemen *layout*.
4. Unity, yaitu menciptakan kesatuan pada keseluruhan desain *layout*. (Lia Anggraini dan Kirana Nathalia, 2014:74)

## 3. Pembahasan

### 3.1. Analisis Data

Berdasarkan data-data yang didapat melalui observasi, wawancara, dan studi literatur, penulis menganalisa data tersebut dan mendeskripsikannya. Di Kota Bandung anak muda usia mahasiswa sudah mulai sadar dan mau ikut berpartisipasi untuk donor darah. Namun banyaknya partisipan tersebut ternyata tidak dibekali dengan pengetahuan yang cukup mengenai berbagai hal seputar donor darah sehingga seringkali terjadi kesalah pahaman mengenai kegiatan donor darah. Hal tersebut terjadi karena kurangnya sosialisasi serta media yang mengangkat topik mengenai donor darah.

Penulis merancang buku ilustrasi sebagai media sosialisasi donor darah dengan pendekatan visual untuk mahasiswa dengan tujuan agar donor darah yang sebelumnya mempunyai *image* yang membosankan dan tidak menarik, menjadi layak dan menarik untuk menjadi bacaan anak muda. Analisis dan penafsiran ini menghasilkan keyword : Buku, ilustrasi, sosialisasi, donor darah, anak muda, berbagi, kebahagiaan, tolong-menolong, kesehatan, partisipasi.

### 3.2. Segmentasi

Berdasarkan observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan penulis kepada target sasaran, didapatkan data khalayak sasaran sebagai berikut :

#### a. Demografis

Usia : 18 – 23 tahun  
Jenis kelamin : Pria dan Wanita  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Kelas sosial : Menengah

#### b. Geografis

Umum : Indonesia  
Khusus : Kota Bandung

#### c. Psikografis

- Suka mencoba hal-hal baru
- Mengikuti tren yang ada di lingkungannya
- Berteman secara berkelompok
- Butuh pengakuan, suka mencari eksistensi
- Aktif

#### d. Perilaku Konsumen

- Tertarik pada visual media yang bagus dan modern
- Senang mendapat produk gratis
- Senang berbagi atau merekomendasikan hal yang dianggap baik

### 3.3. Konsep Pesan

Dalam perancangan media sosialisasi donor darah untuk mahasiswa di Kota Bandung ini, pesan utama yang akan diangkat yaitu donor darah tidak hanya baik untuk orang lain, namun justru juga sangat baik bagi kita yang mendonorkannya dilihat dari segi kesehatan, sosial dan efek psikologinya. Oleh karena itu seseorang yang telah mencoba melakukan donor darah pasti akan memiliki perasaan bahagia karena dapat membantu orang lain dan tubuhnya pun menjadi sehat pula. Di samping itu juga terdapat keuntungan lainnya yang membuat pendonor tidak akan menyesal telah melakukan donor darah.

### 3.4. Konsep Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara menyajikan informasi dengan bantuan ilustrasi dan *freestyle*-layout yang disesuaikan dengan khalayak sasaran untuk memudahkan dalam mencerna informasi. Ilustrasi yang dipakai yaitu ilustrasi *freehand* dengan pengayaan doodle yang berdasarkan observasi penulis banyak digemari oleh kalangan remaja. Kemudian diselipkan pula *quotes* berupa *artwork* tipografi yang juga sedang banyak digandrungi usia remaja. Selain itu keunggulan dari buku *Let's Share a Bag of Happiness* ini adalah terdapat QR Code yang berisi softcopy dalam format jpg di tiap lembar buku. Hal ini akan memudahkan *audience* apabila ingin *sharing* isi buku per-konten di *social media*. Buku ini pun tak hanya dapat diunduh per-konten, tapi juga dapat diunduh secara keseluruhan dalam bentuk pdf sehingga dapat disebar luaskan.

Konsep kreatif tersebut dirancang melalui analisa AISAS yaitu sebagai berikut :

Analisa AISAS	Penjelasan
Attention (perhatian)	Buku ini diharapkan dapat menarik perhatian kalangan muda dan mengubah image donor darah yang notabene nya menyeramkan, menjadi hal yang menyenangkan dan dekat dengan masyarakat.
Interest (minat)	Khalayak muda tertarik dengan tipografi dan visual ilustrasi yang menjadikan suatu konten pengetahuan menjadi menarik dan mudah dipahami.
Search (hasrat)	Generasi muda Bandung pada dasarnya memiliki jiwa sosial dan rasa ingin tahu yang cukup tinggi
Action (tindakan)	Khalayak sasaran menjadi lebih semangat dan mau untuk

	donor darah.
Share (berbagi)	Khalayak sasaran berbagi pengetahuannya mengenai donor darah baik secara lisan maupun tulisan. Baik dengan <i>sharing</i> buku maupun <i>sharing</i> pada <i>social media</i> .

### 3.5. Konsep Visual

#### a. Desain Karakter

Desain karakter pada perancangan ilustrasi dibuat berdasarkan referensi gaya dan tampilan anak muda usia mahasiswa masa kini.

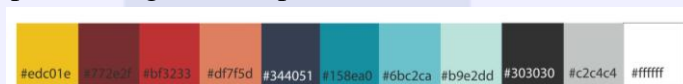


**Gambar 3.1. Desain karakter**

*Sumber : Dokumentasi Penulis*

#### b. Warna

Warna yang digunakan adalah dominan warna merah beserta warna turunannya dan biru beserta warna turunannya. Warna merah dipakai untuk melambangkan kegiatan donor darah sendiri. Lalu warna biru *tosca* beserta warna turunannya dipakai untuk membuat skema warna pada buku menjadi lebih menenangkan dan memberikan kesan aman sesuai dengan tujuan dari buku. Warna kuning dipakai untuk membuat suasana menjadi atraktif, dinamis, dan menghilangkan kesan menakutkan pada kegiatan donor darah. Kemudian warna hitam, abu-abu, dan putih dipakai sebagai warna penetral.



**Gambar 3.2. Skema warna**

*Sumber : Dokumentasi Penulis*

### 4. Hasil Perancangan

Perancangan yang dibuat yaitu berupa buku ilustrasi yang dapat diakses dalam bentuk cetak, yang akan dibagikan secara gratis oleh PMI Bandung, dan juga dalam bentuk digital yang dapat diunduh dalam bentuk PDF dengan cara scan QR Code yang ada di dalam buku serta media promosi.





**Gambar 4.1. Mock up hasil perancangan**

*Sumber : Dokumentasi Penulis*



**Gambar 4.2. Konten buku “Let’s Share a Bag of Happiness”**

*Sumber : Dokumentasi Penulis*

## 5. Kesimpulan

Dari sekian banyak kota di Indonesia, Kota Bandung merupakan salah satu kota yang sudah dapat men-cover kebutuhan stok darah hariannya. Namun dari hasil wawancara mendalam kepada target, terdapat fakta bahwa sebagian besar anak muda di kota Bandung sudah cukup banyak yang melakukan donor darah, namun ternyata mereka hanya sekadar berpartisipasi tanpa memahami secara benar perihal seputar donor darah, sehingga ada beberapa kesalahan pemahaman mengenai kegiatan donor darah. Sebagian lainnya juga banyak yang sebenarnya ingin melakukan donor darah namun ia belum paham tata cara ataupun kemana ia harus mendonor. Melihat permasalahan ini, dibutuhkan sosialisasi secara menyeluruh tentang kegiatan donor darah.

Dari permasalahan serta solusi tersebut, penulis membuat perancangan buku sosialisasi dengan judul “Let’s Share a Bag of Happiness” yang nantinya disediakan gratis oleh PMI kota Bandung. Tujuannya agar anak muda usia mahasiswa, sebagai generasi awal pendonor darah, mempunyai perbekalan pengetahuan mengenai donor darah agar bisa menjadi kontributor donor darah yang berwawasan. Buku tersebut dirancang dengan menyesuaikan selera desain anak muda mulai dari segi ilustrasi, tipografi, warna dan layout. Sehingga

materi tentang donor darah yang sebelumnya mempunyai *image* yang membosankan dan tidak menarik, menjadi layak dan menarik untuk menjadi bacaan anak muda. Media utama tersebut didukung dengan adanya akses digital, jadi buku tersebut tak hanya tersedia dalam bentuk cetak, namun juga dapat dibaca melalui gadget mereka masing-masing, karena buku tersebut telah terintegrasi dengan QR code yang membuat isi buku tersebut dapat lebih fleksibel untuk dinikmati. Sistem buku seperti ini dibuat untuk menyesuaikan gaya hidup anak muda yang sangat akrab dengan dunia digital.

### Daftar Pustaka

- [1] Angraini, Lia dan Kirana Nathalia. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- [2] Febriansyah, Ahmad. 2015. “Kegiatan PMI pada Bagian Unit Donor Darah”. Markas PMI Kota Depok
- [3] Handoko, Priyo. 2015. “Kegiatan PMI pada Bagian Unit Donor Darah”. Markas PMI Kota Bandung
- [4] Hartanto, Deddi Duto. (2001). *Penggunaan Ilustrasi Sebagai Daya Tarik Pada Iklan Media Cetak*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- [5] Kemenkes, Pusdatin. (2013) *Situasi Donor Darah di Indonesia*. Jakarta: Kemenkes RI
- [6] Lestiyasari, dr. Mira. 2015. “Seputar Kesehatan dari Kegiatan Donor Darah”. Mutiara Depok
- [7] Rachman, Fitriana Sidikah. dan dr. Robby Nur Aditya. (2013). *Question and Answers Donor Darah*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [8] Sarwono, Jonathan, dan Hary Lubis. (2007). *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [9] Satanayong, Yongky. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta Barat: Arte Intermedia.

### Sumber Lain :

- [1] Ahmad Muhlisin (2014). Inilah Makanan Terbaik untuk Meningkatkan Hemoglobin. Dari : <http://www.carakhasiatmanfaat.com/artikel/inilah-makanan-terbaik-untuk-meningkatkan-hemoglobin.html>, 6 Mei 2015
- [2] Anonim (2014). Donor darah dan penyakit jantung. Dari : <http://www.ekahospital.com/the-correlation-between-blood-donation-and-the-risks-of-coronary-heart-disease>. 10 Juni 2015
- [3] Bloodforlife (2009). Syarat donor darah. Dari: <https://bloodforlife.wordpress.com/syarat-donor-darah/>, 30 April 2015
- [4] PMI Kota Surakarta (2014). Donor Darah Sukarela. Dari: <http://www.pmisolo.or.id/donor-darah/>, 3 Mei 2015
- [5] Unoviana Kartika (2013). Makanan sumber zat besi. Dari : <http://manfaatnyasehat.com/sumber-zat-besi/>, 8 Juni 2015
- [6] Women’s Health (2013). 9 Makanan Sumber Zat Besi Terbaik. Dari : <http://health.kompas.com/read/2013/08/20/1005154/9.Makanan.Sumber.Zat.Besi.Terbaik>, 5 Mei 2015