



Perancangan Narasi Visual Pada Buku Cerita "*I Love You Mom*" Melalui Pendekatan Storytelling Dan Desain Editorial

Neville^{1*}, Julius Andi Nugroho²

^{1*2} Prgram Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara, Jakarta Barat,
Indonesia

Alamat : Jl. Letjen S. Parman No.1, Tomang, Kec. Grogol Petamburan, Kota Jakarta Barat

Email : neville.625230121@stu.untar.ac.id¹, juliusn@fsrd.untar.ac.id²

Korespondensi penulis : neville.625230121@stu.untar.ac.id

Abstract. *This study aims to design visual narratives in the picture book I Love You Mom through storytelling and editorial design approaches as a visual communication medium capable of building emotional engagement between mothers and children. The picture book was designed for the Momn Jo brand, targeting mothers with children aged 0–5 years. The research method used was a descriptive qualitative approach through literature studies and visual reference observation. The design results indicate that the integration of a child's narrative perspective, emotional storytelling approach, interactive journal pages, and editorial design principles including flat illustration style, emotional color palette, handwritten typography, and flexible layout successfully created an emotionally resonant, communicative, and meaningful reading experience. The picture book I Love You Mom was successfully designed as a visual communication medium that is not merely read but felt, strengthening the emotional bond between mother and child.*

Abtract: *visual narrative, emotional storytelling, editorial design, picture book, visual communication*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk merancang narasi visual pada buku cerita I Love You Mom melalui pendekatan storytelling dan desain editorial sebagai media komunikasi visual yang mampu membangun keterlibatan emosional antara ibu dan anak. Buku cerita ini dirancang untuk brand Mom n Jo dengan target audiens ibu yang memiliki anak usia 0–5 tahun. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi pustaka dan observasi referensi visual. Hasil perancangan menunjukkan bahwa integrasi antara narasi dari sudut pandang anak, pendekatan emotional storytelling, elemen interaktif berupa halaman jurnal, serta penerapan prinsip desain editorial yang mencakup ilustrasi flat, palet warna emosional, tipografi handwritten, dan tata letak yang fleksibel mampu menghadirkan pengalaman membaca yang emosional, komunikatif, dan bermakna. Buku cerita I Love You Mom berhasil dirancang sebagai media komunikasi visual yang tidak sekadar dibaca, tetapi dirasakan, sehingga mampu mempererat hubungan emosional antara ibu dan anak.

Kata Kunci: narasi visual, storytelling emosional, desain editorial, buku cerita, komunikasi visual

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri kreatif mendorong lahirnya berbagai media komunikasi visual yang semakin beragam dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan komunikasi yang lebih personal dan emosional, berbagai brand mulai memanfaatkan media berbasis cerita untuk membangun kedekatan dengan konsumennya. Salah satu media yang masih relevan digunakan adalah buku cerita, karena mampu menggabungkan unsur verbal dan visual dalam membangun

pengalaman membaca yang bermakna. Menurut Serafini dan Reid (2022), buku cerita merupakan media multimodal yang memungkinkan pembaca memahami pesan melalui kombinasi teks, gambar, dan elemen visual lainnya yang saling melengkapi.

Sebagai media komunikasi visual, buku cerita tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi dan penyampaian nilai. Dalam proses perancangannya, buku cerita memerlukan integrasi berbagai elemen desain seperti ilustrasi, tipografi, warna, dan tata letak agar pesan dapat tersampaikan secara efektif. Ambrose dan Harris (2021) menjelaskan bahwa desain editorial berperan dalam mengatur hubungan antara elemen visual dan verbal sehingga mampu menciptakan alur informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh pembaca. Oleh karena itu, kualitas sebuah buku cerita tidak hanya ditentukan oleh isi narasinya, tetapi juga oleh bagaimana elemen-elemen visual dirancang untuk memperkuat pengalaman membaca. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam perancangan buku cerita adalah storytelling. Storytelling merupakan metode penyampaian pesan melalui alur cerita yang mampu membangun keterlibatan emosional audiens terhadap suatu pesan (Miller, 2022).

Dalam konteks komunikasi visual, storytelling tidak hanya berfokus pada isi cerita, tetapi juga pada bagaimana cerita tersebut divisualisasikan agar mampu menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi pembaca. Menurut Male (2022), narasi visual merupakan proses penyampaian cerita melalui hubungan antara unsur verbal dan visual yang bekerja secara terpadu dalam membangun makna. Integrasi antara storytelling dan narasi visual menjadi aspek penting dalam menghasilkan media komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun hubungan emosional dengan audiens.

Mom n Jo merupakan brand yang bergerak di bidang perawatan ibu dan anak yang berfokus pada pelayanan kesehatan, edukasi, dan kesejahteraan keluarga. Sebagai bagian dari pengembangan media komunikasinya, Mom n Jo merancang sebuah buku cerita berjudul *I Love You Mom*. Buku ini mengangkat kisah nyata perjalanan Founder Mom n Jo, Fifi Lim, bersama anaknya sejak masa kehamilan hingga usia lima tahun. Berbeda dengan buku parenting pada umumnya yang berisi panduan pengasuhan, buku ini menggunakan sudut pandang anak sebagai narator utama yang menceritakan perasaan, pengalaman, dan kasih sayangnya kepada sang ibu. Pendekatan tersebut dipilih untuk

menghadirkan pengalaman membaca yang lebih personal sekaligus memberikan perspektif yang berbeda mengenai hubungan emosional antara ibu dan anak.

Penelitian mengenai storytelling dan narasi visual telah banyak diterapkan pada berbagai media komunikasi visual. Penelitian oleh Owen dan Roberts (2024) menunjukkan bahwa pendekatan visual storytelling mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan melalui integrasi elemen visual dan naratif. Selain itu, penelitian Pantaleo (2023) menjelaskan bahwa hubungan antara teks dan visual memiliki peran penting dalam membangun pemaknaan serta pengalaman pembaca terhadap sebuah cerita. Sementara itu, penelitian Serafini dan Reid (2022) menegaskan bahwa desain pada media buku cerita berkontribusi dalam membentuk keterlibatan pembaca terhadap isi cerita yang disampaikan. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus membahas integrasi storytelling, narasi visual, dan desain editorial dalam perancangan buku cerita yang mengangkat pengalaman emosional antara ibu dan anak masih relatif terbatas. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai perancangan narasi visual pada buku cerita *I Love You Mom* melalui pendekatan storytelling dan desain editorial perlu dilakukan untuk memahami bagaimana integrasi unsur verbal dan visual dapat membangun pengalaman membaca yang emosional dan bermakna. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam bidang storytelling, narasi visual, dan desain editorial pada media buku cerita.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Buku Cerita sebagai Media Komunikasi Visual

Buku cerita merupakan media komunikasi visual multimodal yang mengintegrasikan teks dan gambar secara sinergis dalam membangun makna bagi pembaca (Yefymenko, 2024). Sebagai media desain, buku cerita mengandalkan sinergi antara elemen visual dan tekstual, di mana setiap keputusan desain berperan dalam membangun pengalaman membaca yang bermakna. Ilustrasi, warna, tipografi, dan tata letak bekerja secara simultan sebagai sistem komunikasi visual yang efektif (Kelly & Kachorsky, 2021).

2.2 Storytelling dan Visual Storytelling

Storytelling merupakan pendekatan komunikasi yang menyampaikan pesan melalui narasi terstruktur guna membangun keterlibatan emosional audiens. Belova (2021) menjelaskan bahwa storytelling multimodal yang memanfaatkan berbagai sistem semiotik mampu membangun narasi yang lebih kaya dibandingkan pendekatan monomodal. Dalam konteks visual storytelling, Subiantoro dan Malizal (2024) menegaskan bahwa pendekatan emotional storytelling dalam media visual terbukti mampu meningkatkan keterlibatan afektif audiens, karena narasi yang dikemas secara emosional lebih mudah diingat dan direspons oleh pembaca. Hong et al. (2022) menambahkan bahwa storytelling visual juga berperan strategis dalam komunikasi brand karena mampu mempengaruhi sikap dan respons emosional audiens.

2.3 Narasi Visual

Narasi visual merupakan sistem komunikasi multimodal yang mengintegrasikan elemen verbal dan visual dalam satu kesatuan untuk membangun makna secara menyeluruh bagi audiens (Yefymenko, 2024). Moya-Guijarro dan Ventola (2024) menegaskan bahwa teks dan ilustrasi dalam buku cerita bersifat saling bergantung dalam menciptakan makna yang lebih luas dari masing-masing elemen secara individual. Jan ík Petrová et al. (2025) menemukan bahwa ilustrasi berkontribusi signifikan dalam pemaknaan cerita, terutama pada pembaca usia dini yang lebih mengandalkan stimulus visual. Sementara itu, Richardson et al. (2020) menyatakan bahwa keterlibatan audiens terhadap media naratif ditentukan oleh kemampuan media menghadirkan pengalaman naratif yang menyatu secara personal.

2.4 Desain Editorial

Desain editorial merupakan sistem visual yang mengatur hubungan antara tipografi, tata letak, ilustrasi, dan hierarki visual dalam media publikasi. Álvarez-Sandi et al. (2022) menjelaskan bahwa prinsip desain editorial berperan penting dalam menentukan bagaimana pesan dalam media cetak dipahami dan diinterpretasikan oleh pembaca. Dalam buku cerita, tipografi handwritten membangun atmosfer personal dan hangat; palet warna yang disesuaikan per fase emosi cerita memandu pembaca secara intuitif (Song, 2024); tata letak yang fleksibel namun terstruktur memastikan alur baca yang runtut; serta hierarki visual membimbing perhatian pembaca terhadap elemen yang paling bermakna dalam setiap halaman. Alhamad et al. (2024) menambahkan bahwa

integrasi elemen interaktif dalam media buku mampu meningkatkan keterlibatan pembaca dalam memahami isi cerita secara lebih intensif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memahami serta menggambarkan cara menggabungkan narasi visual, cerita, dan desain editorial dalam membuat buku cerita berjudul I Love You Mom. Pendekatan ini dipilih karena menekankan pemahaman yang dalam tentang fenomena dan proses desain, bukan hanya berdasarkan generalisasi statistik. Objek penelitian ini adalah perancangan buku cerita berjudul I Love You Mom, yang memfokuskan pada tiga hal utama, yaitu narasi visual, cerita yang disampaikan, dan desain tata letak buku. Ketiga aspek tersebut dianalisis secara bersama-sama agar tercipta sebuah buku cerita yang mampu menyampaikan perasaan hubungan antara ibu dan anak secara efektif kepada pembaca.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengamati dan membaca buku referensi. Observasi dilakukan dengan memperhatikan berbagai buku cerita yang memiliki tema serupa, agar dapat mengenali cara penggunaan ilustrasi, warna, jenis huruf, susunan tata letak, serta teknik bercerita secara visual yang digunakan. Sementara itu, studi pustaka dilakukan dengan mencari dan membaca berbagai jurnal, buku, dan artikel ilmiah yang membahas topik seperti narasi visual, storytelling, desain editorial, ilustrasi buku cerita, dan komunikasi visual, sebagai dasar teori dalam proses merancang.

Data yang didapat selanjutnya dianalisis dengan metode analisis kualitatif deskriptif. Analisis dilakukan dengan cara mengenali, memahami, dan menyimpulkan hasil dari pengamatan serta referensi studi yang dilakukan secara teratur. Hasil dari analisis tersebut digunakan untuk menyusun konsep desain yang sesuai dengan tujuan pembuatan buku cerita I Love You Mom.

Proses perancangan dilakukan dalam beberapa tahapan yang terorganisir, yaitu melakukan riset dan mengumpulkan data, membuat konsep, merancang secara visual, serta menyelesaikan dan memproduksi hasilnya. Penelitian dilakukan dengan cara mengamati dan membaca buku referensi untuk mendapatkan informasi yang tepat. Selanjutnya, dalam tahap pengembangan konsep, ditentukan alur cerita, gaya ilustrasi, palet warna, jenis font, serta tata letak yang sesuai dengan tujuan perancangan. Tahap perancangan visual mencakup pembuatan ilustrasi dan pengaturan elemen desain sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan. Tahap terakhir adalah finalisasi dan produksi,

yaitu memperbaiki semua elemen visual dan teks sampai menjadi buku cerita yang lengkap, mudah dipahami, dan siap diterbitkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Konsep Perancangan

Buku cerita *I Love You Mom* dirancang berdasarkan sebuah gagasan yang jarang diangkat dalam media buku cerita, yaitu menyuarakan pengalaman emosional seorang anak sejak dalam kandungan hingga usia balita melalui sudut pandang anak itu sendiri. Konsep ini lahir dari kesadaran bahwa di tengah realitas parenting yang penuh tekanan dan tuntutan kesempurnaan, yang sesungguhnya dibutuhkan bukanlah panduan teknis, melainkan ruang untuk merasakan, merenung, dan terhubung kembali dengan perjalanan emosional antara ibu dan anak. Buku ini tidak hadir sebagai arahan, melainkan sebagai pengalaman yang mengajak ibu untuk melihat kembali setiap momen kecil yang telah ia berikan kepada anaknya dari perspektif yang belum pernah ia dengar sebelumnya.

Konsep perancangan buku ini berpijak pada pendekatan emotional storytelling, di mana narasi dibangun bukan melalui alur yang dramatis, melainkan melalui momen-momen sederhana yang sarat makna emosional. Subiantoro dan Malizal (2024) menjelaskan bahwa pendekatan emotional storytelling dalam media visual terbukti mampu membangun keterlibatan audiens secara mendalam, karena narasi yang menyentuh secara emosional lebih mudah diingat dan direspons oleh pembaca. Dalam konteks ini, *I Love You Mom* dirancang sebagai media yang tidak hanya dibaca, tetapi dirasakan, sehingga setiap elemen visual dan verbal yang hadir dalam buku ini bertujuan untuk membangun keterhubungan emosional antara ibu sebagai pembaca dan pengalaman yang disampaikan melalui narasi anak.

Target audiens utama buku cerita *I Love You Mom* adalah ibu dengan anak usia 0–5 tahun, khususnya mereka yang sedang menjalani fase awal parenting yang penuh dengan ketidakpastian dan kelelahan emosional. Buku ini juga relevan bagi brand *Mom n Jo* sebagai media storytelling yang memperkuat nilai-nilai yang diusung, yaitu kehadiran, kehangatan, dan hubungan emosional yang bermakna antara ibu dan anak. Hong et al. (2022) menjelaskan bahwa storytelling yang dikemas melalui media visual mampu mempengaruhi sikap dan respons emosional audiens terhadap brand, sehingga narasi yang kuat dalam buku ini diharapkan mampu memperkuat kedekatan antara brand

Mom n Jo dan konsumennya.

4.2 Pengembangan Narasi Visual

4.2.1 Struktur Narasi dan Alur Cerita

Narasi dalam buku cerita I Love You Mom dibangun menggunakan alur kronologis yang mengikuti perjalanan tumbuh kembang anak dari fase dalam kandungan hingga usia balita. Struktur narasi ini dibagi menjadi tiga fase utama yang mengalir secara organik: fase prakelahiran yang menggambarkan kehadiran anak dalam kandungan, fase kelahiran dan adaptasi awal yang menggambarkan pengalaman pertama anak di dunia luar, serta fase tumbuh kembang yang menggambarkan perkembangan anak sebagai individu yang mulai mengenal dan memahami dunia di sekitarnya.

Keunikan struktur narasi buku ini terletak pada sudut pandang penceritaan yang menggunakan suara hati anak sebagai narator utama. Anak menyampaikan apa yang ia rasakan namun belum mampu ia ucapkan, sehingga ibu sebagai pembaca diajak untuk melihat setiap momen dari perspektif yang belum pernah ia dengar sebelumnya. Yefymenko (2024) menjelaskan bahwa sinergi antara teks dan gambar dalam buku cerita memungkinkan terbentuknya makna yang tidak dapat dicapai oleh masing-masing elemen secara terpisah. Dalam buku ini, sudut pandang naratif tersebut diperkuat oleh ilustrasi yang menampilkan ekspresi dan gestur anak secara detail, sehingga perasaan yang tidak terucapkan dapat tersampaikan secara visual kepada pembaca.

Alur cerita dirancang untuk membangun intensitas emosional secara bertahap, dimulai dari ketenangan dan keintiman fase kandungan, meningkat menuju kecemasan dan keajaiban fase kelahiran, kemudian berkembang menjadi kehangatan dan rasa syukur pada fase tumbuh kembang. Richardson et al. (2020) menjelaskan bahwa keterlibatan audiens terhadap media naratif ditentukan oleh kemampuan media tersebut dalam menghadirkan pengalaman naratif yang menyatu dan melibatkan respons personal pembaca. Struktur alur yang bertahap ini dirancang untuk memastikan bahwa pembaca dapat terbawa secara emosional sepanjang perjalanan cerita hingga halaman terakhir.

4.2.2 Pendekatan Storytelling

Pendekatan storytelling yang diterapkan dalam buku cerita I Love You Mom menggunakan strategi narasi orang pertama dari sudut pandang anak, yang menjadikan setiap kalimat dalam buku ini terasa personal dan intim bagi pembacanya. Penggunaan kata-kata seperti "*Dear Mom, before I knew anything... you were already there*" dan "*I*

kept looking for you" menciptakan kesan seolah pembaca sedang mendengar langsung ungkapan perasaan dari anaknya sendiri. Belova (2021) menjelaskan bahwa storytelling multimodal yang memanfaatkan berbagai sistem semiotik secara bersamaan mampu membangun narasi yang lebih kaya dan kompleks dibandingkan narasi yang hanya mengandalkan satu mode komunikasi.

Selain narasi verbal, pendekatan storytelling dalam buku ini juga dibangun melalui elemen visual yang memperkuat emosi setiap momen cerita. Ilustrasi dirancang untuk menjadi pencerita visual yang mandiri, di mana pembaca dapat memahami emosi dan situasi hanya melalui gambar tanpa bergantung sepenuhnya pada teks. Moya-Guijarro dan Ventola (2024) menjelaskan bahwa teks dan ilustrasi dalam buku cerita bekerja secara saling bergantung untuk menciptakan makna yang lebih luas dari sekadar elemen individual. Pendekatan ini memungkinkan buku cerita *I Love You Mom* untuk menyampaikan lapisan emosi yang lebih dalam melalui integrasi narasi verbal dan visual secara harmonis.

4.2.3 Halaman Interaktif sebagai Elemen Naratif

Salah satu elemen naratif yang menjadi keunikan buku cerita *I Love You Mom* adalah kehadiran halaman interaktif berupa ruang jurnal yang disisipkan di antara halaman cerita. Halaman-halaman ini menampilkan pertanyaan reflektif yang ditujukan kepada ibu sebagai pembaca, seperti "When you first knew I was there... What did you feel at that moment?" dan "What little things made you smile the most?". Kehadiran halaman jurnal ini mengubah fungsi buku dari sekadar media baca menjadi media refleksi personal yang mengajak ibu untuk aktif terlibat dalam narasi cerita.

Pendekatan ini memperkuat dimensi storytelling buku karena menempatkan ibu bukan hanya sebagai pembaca pasif, melainkan sebagai bagian dari narasi itu sendiri. Alhamad et al. (2024) menunjukkan bahwa media buku yang mengintegrasikan elemen interaktif mampu meningkatkan keterlibatan pembaca dalam memahami isi cerita secara lebih intensif. Dengan demikian, halaman jurnal dalam buku ini tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap estetis, tetapi sebagai strategi naratif yang memperdalam pengalaman emosional pembaca dan mempererat hubungan antara isi cerita dengan pengalaman personal ibu sebagai pembacanya.

4.3 Penerapan Desain Editorial

4.3.1 Ilustrasi dan Gaya Visual

Gaya ilustrasi yang diterapkan dalam buku cerita I Love You Mom menggunakan pendekatan flat illustration dengan sentuhan yang lembut dan hangat, menampilkan karakter ibu dan anak dengan proporsi yang disederhanakan namun tetap ekspresif. Gaya visual ini dipilih secara strategis untuk menciptakan kesan yang ramah, mudah dipahami, dan dekat secara emosional dengan target audiens. Ekspresi wajah karakter dirancang dengan sangat detail untuk memastikan bahwa emosi yang ingin disampaikan dalam setiap halaman dapat terbaca secara intuitif oleh pembaca tanpa memerlukan teks penjelas tambahan.

Jančík Petrová et al. (2025) menemukan bahwa ilustrasi dalam buku cerita berkontribusi signifikan dalam proses pemaknaan, terutama pada pembaca yang lebih mengandalkan stimulus visual dibandingkan teks. Hal ini sejalan dengan pendekatan ilustrasi dalam buku I Love You Mom, di mana setiap halaman dirancang agar ilustrasinya mampu berdiri sendiri sebagai pencerita visual yang utuh. Kelly dan Kachorsky (2021) menambahkan bahwa interaksi antara elemen verbal dan visual berperan penting dalam membentuk pemahaman pembaca terhadap kompleksitas narasi, sehingga keseimbangan antara teks yang singkat dan ilustrasi yang kaya detail menjadi kunci dalam perancangan visual buku ini.

4.3.2 Palet Warna

Penggunaan warna dalam buku cerita I Love You Mom dirancang secara intentional untuk mencerminkan perubahan suasana emosional di setiap fase cerita. Setiap segmen narasi menghadirkan palet warna yang berbeda namun tetap harmonis secara keseluruhan. Fase kandungan didominasi oleh warna hijau dan kuning yang lembut, menciptakan kesan alami, tenang, dan penuh harapan. Fase kelahiran menggunakan warna biru dan abu-abu yang mencerminkan perasaan baru, asing, dan sedikit mengharukan. Fase tumbuh kembang hadir dengan warna merah muda, ungu, dan kuning yang hangat, merepresentasikan keceriaan, kehangatan, dan pertumbuhan.

Song (2024) menjelaskan bahwa penggunaan warna yang tepat dalam ilustrasi buku cerita terbukti memberikan dampak positif tidak hanya pada aspek kognitif, tetapi juga pada keterlibatan emosional pembaca terhadap isi cerita. Penerapan palet warna yang berubah sesuai alur emosi cerita dalam buku I Love You Mom merupakan strategi visual

yang disengaja untuk memandu pembaca dalam merasakan pergeseran suasana secara intuitif, sehingga pengalaman membaca menjadi lebih imersif dan emosional. Gambar 4.15 Palet Warna Fase Kandungan (Hijau & Kuning) Gambar 4.16 Palet Warna Fase Kelahiran (Biru & Abu-abu).

4.3.3 Tipografi

Tipografi dalam buku cerita *I Love You Mom* memainkan peran penting dalam memperkuat nuansa emosional setiap halaman. Buku ini menggunakan jenis huruf yang bersifat handwritten dan organik sebagai pilihan utama, menciptakan kesan personal, hangat, dan seolah ditulis langsung dari hati. Variasi ukuran tipografi digunakan secara strategis untuk membangun hierarki informasi sekaligus penekanan emosional, di mana kata-kata yang mengandung muatan emosi kuat ditampilkan dengan ukuran yang lebih besar dan menonjol seperti "*Everywhere.*", "*You waited.*", dan "*I Love You Mom*".

Álvarez-Sandi et al. (2022) menjelaskan bahwa pemilihan tipografi dalam desain editorial harus mempertimbangkan keterbacaan, hierarki informasi, dan kesesuaian dengan karakter konten. Dalam buku *I Love You Mom*, prinsip ini diterapkan dengan memastikan bahwa setiap pilihan tipografi tidak hanya memenuhi aspek keterbacaan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan atmosfer emosional yang ingin dihadirkan dalam setiap halaman cerita.

4.3.4 Tata Letak

Tata letak dalam buku cerita *I Love You Mom* dirancang untuk menciptakan alur baca yang intuitif dan mendukung ritme emosional narasi. Setiap halaman menggunakan komposisi yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan naratif dan emosional konten yang ditampilkan. Halaman dengan konten emosional yang kuat umumnya menggunakan ilustrasi penuh tanpa batas tepi, menciptakan kesan imersif yang membawa pembaca masuk ke dalam momen yang digambarkan. Sementara itu, halaman yang mengandung teks narasi menggunakan komposisi yang lebih seimbang antara area ilustrasi dan area teks, memastikan keduanya dapat dibaca dan dinikmati secara bersamaan.

Álvarez-Sandi et al. (2022) menegaskan bahwa prinsip desain editorial seperti tipografi, tata letak, dan hierarki visual memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana pesan dalam media cetak dipahami dan diinterpretasikan oleh pembaca. Penerapan tata letak yang fleksibel namun terstruktur dalam buku *I Love You Mom* memastikan bahwa setiap elemen visual dan verbal memiliki ruang yang tepat untuk

menyampaikan pesan secara efektif, sehingga pembaca dapat mengikuti alur narasi secara runtut dan emosional dari halaman pertama hingga terakhir.

4.4 Hasil Perancangan

Buku cerita *I Love You Mom* merupakan hasil perancangan yang mengintegrasikan pendekatan narasi visual, storytelling emosional, dan desain editorial secara terpadu dalam satu media yang utuh dan bermakna. Buku ini terdiri dari 32 halaman cerita yang disertai dengan halaman jurnal interaktif, membentuk total keseluruhan konten yang mengalir dari fase kandungan hingga fase tumbuh kembang anak usia balita. Setiap halaman dirancang sebagai satu kesatuan visual yang tidak hanya indah secara estetis, tetapi juga kuat secara komunikatif dalam menyampaikan pesan emosional kepada pembacanya.

Hasil perancangan ini menunjukkan bahwa integrasi antara narasi visual yang terstruktur, pendekatan storytelling dari sudut pandang anak, elemen interaktif berupa halaman jurnal, serta penerapan prinsip desain editorial yang konsisten mampu menghadirkan pengalaman membaca yang melampaui fungsi konvensional buku cerita. Buku *I Love You Mom* tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan atau edukasi, tetapi sebagai medium untuk membangun keterhubungan emosional yang mendalam antara ibu dan anak melalui setiap halaman yang dibaca bersama. Titin et al. (2023) memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa pendekatan visual storytelling yang dirancang secara kohesif terbukti efektif dalam membangun keterlibatan emosional audiens terhadap pesan yang disampaikan, yang dalam konteks penelitian ini terwujud melalui perancangan buku cerita *I Love You Mom* sebagai media komunikasi visual yang emosional, komunikatif, dan bermakna.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang narasi visual pada buku cerita *I Love You Mom* melalui pendekatan storytelling dan desain editorial sebagai media komunikasi visual yang mampu membangun keterlibatan emosional antara ibu dan anak. Berdasarkan hasil perancangan dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

- a. Pertama, perancangan narasi visual buku cerita *I Love You Mom* berhasil mengintegrasikan sudut pandang penceritaan yang unik, yaitu suara hati anak sejak dalam kandungan hingga usia balita yang dibacakan oleh ibunya sendiri. Pendekatan naratif ini terbukti mampu menghadirkan perspektif yang jarang diangkat dalam media buku cerita, sehingga memberikan pengalaman membaca yang lebih personal, intim, dan emosional bagi audiens.
- b. Kedua, pendekatan emotional storytelling yang diterapkan dalam buku cerita ini berhasil membangun narasi yang mengalir secara kronologis melalui tiga fase utama, yaitu fase pra-kelahiran, fase kelahiran, dan fase tumbuh kembang. Setiap fase dirancang dengan intensitas emosional yang meningkat secara bertahap, sehingga pembaca dapat terbawa secara emosional sepanjang perjalanan cerita. Kehadiran halaman jurnal interaktif sebagai elemen naratif tambahan juga berhasil mengubah fungsi buku dari media baca pasif menjadi media refleksi personal yang melibatkan pembaca secara aktif dalam narasi cerita.
- c. Ketiga, penerapan prinsip desain editorial yang mencakup ilustrasi, palet warna, tipografi, dan tata letak dalam buku cerita *I Love You Mom* terbukti berperan penting dalam memperkuat penyampaian narasi visual secara efektif. Penggunaan gaya ilustrasi yang lembut dan ekspresif, palet warna yang berubah sesuai fase emosional cerita, tipografi handwritten yang hangat dan personal, serta tata letak yang fleksibel namun terstruktur, secara bersama-sama membentuk pengalaman membaca yang tidak hanya estetis tetapi juga komunikatif dan bermakna.

Secara keseluruhan, buku cerita *I Love You Mom* berhasil dirancang sebagai media komunikasi visual yang mengintegrasikan narasi visual, pendekatan storytelling, dan desain editorial secara terpadu untuk menyampaikan pesan emosional tentang hubungan ibu dan anak kepada audiens secara efektif dan bermakna.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diidentifikasi, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan penelitian dan perancangan selanjutnya. Pertama, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan proses evaluasi langsung kepada target audiens, misalnya melalui uji coba pembacaan buku kepada ibu dengan anak usia 0–5 tahun, guna memperoleh data empiris tentang efektivitas narasi visual dan desain editorial yang diterapkan dalam membangun

keterlibatan emosional pembaca. Kedua, perancangan buku cerita dengan pendekatan serupa dapat dikembangkan lebih lanjut dengan mengeksplorasi tema-tema hubungan emosional lainnya yang relevan bagi target audiens, seperti hubungan ayah dan anak, atau pengalaman tumbuh kembang anak dari perspektif yang berbeda, sehingga memperluas jangkauan dampak media komunikasi visual berbasis storytelling emosional. Ketiga, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengintegrasikan metode pengumpulan data yang lebih beragam, termasuk wawancara dengan ilustrator, desainer editorial, dan pakar komunikasi visual, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang prinsip-prinsip perancangan buku cerita yang efektif secara visual maupun emosional.

Keempat, bagi brand Mom n Jo sebagai pemilik buku cerita *I Love You Mom*, disarankan untuk mengembangkan buku ini sebagai bagian dari ekosistem media storytelling yang lebih luas, misalnya dengan menghadirkan versi digital interaktif atau konten pendukung yang dapat memperkuat pengalaman emosional pembaca dan memperluas jangkauan audiens secara lebih efektif.

DAFTAR REFERENSI

- Alhamad, K., Manches, A., & McGeown, S. (2024). Augmented reality books: Indepth insights into children's reading engagement. *Frontiers in Psychology*, 15, 1423163. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1423163>
- Álvarez-Sandi, L., Quindós, T., & González-Miranda, E. (2022). Visual guidelines of editorial design for a dictionary of graphic design and typography. *VISUAL REVIEW: International Visual Culture Review*, 12(2), 1–16. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v12.3725>
- Belova, A. (2021). Google doodles as multimodal storytelling. *Cognition, Communication, Discourse*, 23, 13–29. <https://doi.org/10.26565/22182926-2021-23-01>
- Frontiers in Communication. (2025). Visual storytelling and cultural connection in GCC social media advertising. *Frontiers in Communication*, 10, 1584156. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1584156>
- Hong, J., Yang, J., Wooldridge, B. R., & Bhappu, A. D. (2022). Sharing consumers' brand storytelling: Influence of consumers' storytelling on brand attitude via emotions and cognitions. *Journal of Product & Brand Management*, 31(2), 265–278.

<https://doi.org/10.1108/JPBM-07-2019-2485>

- Huang, et al. (2023). Investigating the role of visual storytelling in enhancing audience engagement in digital journalism. *MEDAAD Journal*. <https://peninsula-press.ae/Journals/index.php/MEDAAD/article/view/43>
- Jančík Petrová, Z., Vašíková, J., & Žáková, I. (2025). "I'm just looking at the pictures and...": The role of illustrations in books from the perspective of preschool children. *Journal of Research in Childhood Education*. <https://doi.org/10.1080/02568543.2025.2461563>
- Karampournioti, E., & Wiedmann, K. P. (2022). Storytelling in online shopping: The impacts on explicit and implicit user experience, brand perception and behavioral intentions. *Journal of Research in Interactive Marketing*. <https://doi.org/10.1080/10496491.2024.2403760>
- Kelly, L. B., & Kachorsky, D. (2021). Text complexity and picturebooks: Learning from multimodal analysis and children's discussion. *Reading & Writing Quarterly*, 38(1), 33–50. <https://doi.org/10.1080/10573569.2021.1907636>
- Moya-Guijarro, A. J., & Ventola, E. (2024). A multimodal analysis of charactercharacter interaction in LGBT picture books and its educational implications. *System*, 124, 103274. <https://doi.org/10.1016/j.system.2024.103274>
- Richardson, D. C., Griffin, N. K., Zaki, L., Stephenson, A., Yan, J., Curry, T., Noble, R., Hogan, J., Skipper, J. I., & Devlin, J. T. (2020). Engagement in video and audio narratives: Contrasting self-report and physiological measures. *Scientific Reports*, 10, 11298. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-68253-2>
- Song, S. (2024). Evaluating the extent to which the colors used in the illustrations in children's picture books have a positive effect on the intellectual development of young children. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, <https://doi.org/10.62051/ijcsit.v4n3.16> 4(3), 157–159.
- Subiantoro & Malizal. (2024). Visual voices: Emotional storytelling and engagement in social media health campaigns. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(1), <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i1.2024.4576> 4387–4392.
- Titin, E., Widjajani, S., Puspitasari, I., Ariningsih, E. P., & Margiyanti, U. E. (2023). Consumers of Indonesian Wardah Cosmetics are the focus of an analysis of visual storytelling marketing. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*,

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10279748> 6(11), 5307–5321.

Yefymenko, V. (2024). Multimodal text-image synergy in representing interpersonal relations in picture books. *Cognition, Communication, Discourse*, 28. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2024-28-07>