

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

Perancangan media promosi ini dibuat untuk mempromosikan suatu produk dan menarik perhatian masyarakat agar membeli produk-produk tersebut. Dengan banyaknya persaingan yang bergerak di bidang yang sama, maka diperlukan adanya suatu perancangan desain grafis pada media promosi yang berguna untuk mempromosikan dan mengenalkan produk sweater kepada masyarakat luas sehingga masyarakat tertarik dan berminat untuk membeli.

3.1 Strategi Perancangan

Tujuan membuat strategi perancangan pada media promosi produk sweater rajut diperlukan metode desain dan panduan media agar diperoleh hasil yang optimal atau maksimal

a. Strategi Komunikasi

• Tujuan komunikasi

Dalam pembuatan perancangan media promosi sweater rajut Binong Jati ini, tujuan komunikasi sangatlah penting agar media yang disampaikan dapat langsung menuju sasaran.

Tujuan dari komunikasi ini yaitu:

- Memperkenalkan serta menginformasikan keberadaan sweater rajut Binong Jati kepada target sasaran yang dituju.
- Mengkomunikasikan informasi kepada target sasaran mengenai manfaat serta kelebihan dari sweater rajut Binong Jati dan membujuk target sasaran untuk memilih sweater rajut Binong Jati.
- Menggunakan kata-kata yang jelas dan padat.

b. Pesan Utama

Dalam strategi perancangan media promosi sweater rajut Binong Jati, pesan informasi yang akan disampaikan kepada target sasaran yaitu Sweater rajut Binong Jati adalah suatu produk sweater yang memiliki keunikan dari desain dan motifnya. dan memiliki banyak manfaat saat berpergian, liburan keluarga, sehingga dapat membuat para konsumen lainnya tertarik.

c. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi adalah ungkapan, baik itu dengan cara verbal maupun visual. Yang akan digunakan dalam memperkenalkan sweater rajut Binong Jati yaitu meliputi :

- **Pendekatan secara Verbal**

Konsep pendekatan kreatif dilakukan dalam pembuatan *tag line* yaitu : “ Sweater Rajut Paling Bergaya “

- **Pendekatan secara Visual**

Dalam suatu promosi, menggunakan ilustrasi yang digunakan mudah dipahami. Hal ini bertujuan agar audiens yang dituju paham akan pesan yang disampaikan, dengan memunculkan sweater rajut Binong Jati dari segi motif dan desain yang unik dengan memakai model wanita untuk menarik dan membuat konsumen tertarik untuk membeli dan memakai sweater ini.

d. Strategi Kreatif

Agar promosi mencapai tujuan yang diharapkan maka promosi yang dilakukan harus efektif dan kreatif yakni, bagaimana menciptakan suasana dan situasi yang tepat atau sesuai dengan produk dan jasa yang ditawarkan untuk menarik khalayak sasaran, dan tentu saja berbeda dengan promosi yang lainnya. Hal ini perlu dilakukan karena jika promosi yang dilakukan kurang kreatif maka dikhawatirkan tidak akan menembus kerumunan promosi kompetitif dan tidak dapat menarik perhatian orang banyak

1. Strategi Verbal

Pendekatan verbal adalah ungkapan baik itu dengan cara lisan maupun visual, yang akan digunakan dalam memperkenalkan Sweater rajut Binong Jati yaitu meliputi :

- **Pembuatan *Tag Line* Visual**

Konsep pendekatan kreatif dalam pembuatan *tag line* visual promosi yaitu “Sweater rajut Paling bergaya”.

2. Pencarian Gagasan Visual

Pencarian gagasan visual berawal dari pemahaman *tag line* visual dan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak. Berawal dari pesan apa yang harus disampaikan yaitu : mengingat kawasan Binong Jati jadi merupakan kawasan sentra rajut satu-satunya yang ada di Binong disamping kualitasnya yang cukup bersaing.

e. Strategi media

Untuk media yang akan dipakai untuk mempromosikan sweater rajut Binong Jati ini adalah media-media promosi yang efektif dan kreatif dalam mempromosikan sebuah produk sweater rajut dengan maksud agar promosi ini bisa sampai langsung kepada target sasaran atau khalayak.

- **Pemilihan Media**

Didasarkan pada permasalahan yang menjadi pemikiran penulis, maka untuk pemilihan suatu media diharapkan bisa menjadi solusi dan menjawab permasalahan yang muncul. Berikut ini adalah pemilihan media.

1. Media Utama

- ***Billboard***

Media ini digunakan karena ukurannya besar dan memiliki kemampuan untuk tampil secara jelas, mewah dan prestise. Media ini akan ditempatkan di jalan-jalan tertentu di kota Bandung,

2. Media promosi pendukung

- **Poster**

Poster merupakan media lini atas yang juga termasuk media luar ruang. Poster dapat ditempatkan atau dipasang di tempat-tempat umum. Dengan demikian, informasi dapat cepat tersampaikan kepada *target audience*

- **X-Banner**

X-Banner ini adalah inovasi lain yang sering dipakai sebagai media promosi perusahaan yang banyak dilihat di pusat perbelanjaan atau pertokoan.

- **Brosur**

Brosur merupakan media lini atas yang juga termasuk media didalam ruangan dan luar ruang. Brosur dibagikan ke tiap perorangan untuk menginformasikan keberadaan sentra rajut Binong Jati. Dengan demikian, informasi dapat cepat tersampaikan kepada *target audience dan lebih cepat mengetahui.*

- **Leaflet**

Brosur atau *pamflet* adalah semacam *booklet* (buku kecil) yang terdiri dari bagian belakang dan depan. Mungkin hanya terdiri dari satu lembar yang dicetak di kedua permukaannya. Tapi bias juga dilipat di bagian tengahnya sehinggamenjadi tiga halaman. Jika dilipat menjadi dua, pamphlet itu memiliki nama tersendiri yaitu *leaflet*.

- **Spanduk**

Spanduk sebagai media yang cukup besar juga memiliki multi fungsi dalam penempatannya, fungsi utamanya itu mempromosikan sebuah informasi

Sweater rajut Binong Jati.

- ***Flyer***

Flyer merupakan media yang efektif dalam memberikan informasi secara luas karena bisa dibawa ke manapun dan dibagikan kepada *target audience*. *Flyer* memiliki ukuran yang lebih kecil, sehingga lebih cocok untuk dijadikan media yang lebih kepada perorangan secara langsung sehingga bisa lebih spesifik penyampaian informasinya.

- **Media Koran**

Pemasangan media ini dikarenakan target sasaran sweater rajut Binong Jati yang pada umumnya anak muda yang banyak mengikuti fashion. Mengingat segmentasinya dewasa. Penempatan media ini akan ditempatkan di koran lokal seperti : Tribun, dikarenakan koran ini cukup familiar oleh masyarakat Bandung dan sekitarnya.

3. Media Pendukung lain

- **Media Gimmick**

Media ini digunakan karena biayanya lebih ringan serta media ini langsung diterima oleh target sasaran. Gimmick disini merupakan pengaplikasian dari sweater rajut Binong Jati yang berisikan pesan. Diaplikasikan melalui media-media yang memiliki kegunaan seperti : pin, stiker, paper bag, hangtag

f. Strategi Distribusi

Dalam hal pendistribusian produsen selalu berkompeten agar produk yang dipesan konsumen selalu tepat waktu dan sesuai dengan target yang telah disepakati kedua belah pihak (cepat dan tepat sasaran).

3.2 Konsep Visual

Konsep visual itu sendiri mengacu pada target sasaran itu sendiri yang merupakan kalangan remaja yang berjiwa muda enerjik, riang, gembira sehingga pengaplikasian gagasan ide yang dituangkan ke dalam bentuk ilustrasi yang lebih mengedepankan keceriaan, kebersamaan, dan kehangatan hal layak remaja.

Format Desain

a. Tata Letak

Tata letak ilustrasi yang digunakan dalam media promosi ini, lebih mengutamakan visual yang menonjolkan sisi simetris di karenakan tata letak seperti ini lebih cepat seimbang dan stabil, dan akan lebih cepat terkomunikasikan gagasan visualnya.

b. Tifografi

Tifografi adalah seni memilih, menyusun, dan mengatur tata letak huruf. Disesuaikan dengan konsep promosi yaitu sederhana dengan kesan formal elegan dan mempunyai kesan santai, menarik dan keterjelasan. jenis huruf yang akan digunakan untuk judul dan *tag line* visual menggunakan *mistral*, *mv boli*, *eras bold*, *Kristen ITC*, *Raavi*, *Eras Bold ITC* dan *English Essay*.

Font : Raavi

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
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

Font : Mistral

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
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

Font : Kristen ITC

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
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

Font : MV Boli

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
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

Font : Eras Bold ITC

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
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

Font : English Essay

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
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

Font : Mistral

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
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

SWEATER *rejet*

Font : Eras Bold ITC

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
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

SENTRA

Font : English Essay

Q C B D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z
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

Binong

c. Ilustrasi

Ilustrasi pada media promosi menggunakan teknik fotografi dengan menggunakan beberapa model dengan baju yang berbeda, keceriaan yang penuh suka cita tergambarkan seutuhnya sesuai dengan pencarian konsep visual yang sisi keceriaan, kebersamaan, dan kehangatan hal layak remaja.



(gambar 3.1 ilustrasi sumber : Dokumentasi pribadi)

d. Warna

Warna yang akan diterapkan pada perancangan media promosi sweater rajut Binong Jati menonjolkan hanya warna cerah pemilihan warna dari sweater itu sendiri yang bervariasi serta pemilihan warna font yang memperkuat ilustrasi sehingga memperkuat dari isi pesan ilustrasi yang akan disampaikan pada hal layak umum.

Berikut ini adalah keterangan warna-warna yang terdapat pada media promosi.

	<i>Putih</i>		<i>C 90 M 100 Y 35 K 40</i>
	<i>Hitam</i>		<i>C 12 M 2 Y 0 K 0</i>
	<i>C 13 M 43 Y 0 K 0</i>		
	<i>C 36 M 56 Y 7 K 0</i>		
	<i>C 38 M 99 Y 0 K 0</i>		
	<i>C 1 M 19 Y 100 K 0</i>		
	<i>C 10 M 31 Y 95 K 0</i>		
	<i>C 20 M 100 Y 100 K 14</i>		
	<i>C 30 M 100 Y 83 K 41</i>		
	<i>C 78 M 89 Y 0 K 0</i>		

Keterangan:
Warna yang dipilih adalah warna-warna yang digunakan dalam media Promosi dan Gimmick