

BAB III

Strategi Perancangan Dan Konsep Visual.

3.1 Strategi perancangan.

Sesuai dengan tujuan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya yang diantaranya untuk menumbuhkan *brand awareness*, mengenalkan industri produk *fingerboard* lokal, dan mewadahi para pemain *fingerboard*, maka strategi perancangan yang dilakukan adalah membuat sebuah *event* yang didalamnya berisikan kegiatan kompetisi dan promosi produk dari Fingerplant. Pada kegiatan kompetisi tersebut diharapkan dapat menjaring dan mewadahi banyak pemain *fingerboard* yang berkumpul pada *event* tersebut, secara tidak langsung dengan berkumpulnya para pemain *fingerboard* tersebut, maka produk Fingerplant dapat dengan mudah diperkenalkan kepada banyak orang baik itu para pemain *fingerboard*, maupun pengunjung yang datang pada *event* tersebut.

Untuk menyampaikan informasi mengenai *event* tersebut, maka perlu dibuat sebuah perancangan media promosi yang tepat agar dapat menjaring banyak khalayak, khususnya para pemain *fingerboard*, isi dari media promosi tersebut berupa sebuah informasi yang menjelaskan secara rinci mengenai *event* yang akan dilakukan, baik itu berupa judul *event*, waktu dan tempat berlangsungnya *event*, dan elemen visual yang berguna untuk menarik perhatian banyak khalayak. Maka beberapa strategi perancangan perlu dilakukan dalam membuat media promosi, strategi perancangan tersebut meliputi :

3.1.1 Strategi Komunikasi.

Komunikasi itu sendiri pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Strategi komunikasi disini yaitu menyampaikan informasi akan sebuah *event* / kegiatan kompetisi dengan bahasa yang singkat, menarik, jelas, dan mudah dimengerti. Bahasa tersebut bisa berupa slogan atau *tagline* yang disesuaikan dengan tema atau konsep kegiatan kompetisi *fingerboard* yang akan diusung, tema atau konsep yang akan diusung yaitu bersenang – senang dalam sebuah *event* / kegiatan kompetisi *fingerboard*, dan *fingerboard* itu sendiri dimainkan oleh jari tangan, maka diambil kata kunci (*keyword*) yaitu kesenangan, jari, dan *fingerboard*, maksud dan arti dari ketiga *keyword* tersebut ialah, kesenangan yang dihasilkan oleh jari tangan dalam bermain *fingerboard*, dan dituangkan dalam sebuah *event* / kegiatan kompetisi yang akan diadakan oleh Fingerplant. Dari kata kunci (*keyword*) dan pengertiannya tersebut, maka diambil sebuah *tagline* berbahasa Inggris yaitu *FINGER FOR FUN COMPETITION* yang memiliki arti bergembira dengan jari dengan mengikuti kompetisi *fingerboard*, pemilihan *tagline* berupa bahasa asing didasari atas kebiasaan pangsa pasar yang dipilih yang cenderung menggunakan bahasa asing yang simpel dan mudah dimengerti, dan juga tercantumnya

informasi yang lebih jelas dan detail mengenai kegiatan kompetisi tersebut, seperti lokasi dan waktu berlangsung kegiatan. Selain melalui tata bahasa atau slogan, strategi komunikasi juga dapat dilakukan melalui sebuah simbol, logo, atau gambar yang menarik dan juga disesuaikan dengan tema dan konsep acara.

3.1.2 Strategi Kreatif.

Strategi kreatif yang dilakukan ialah mengolah gagasan utama yang masih berbentuk kata-kata verbal yang berupa *tagline* menjadi visual yang berguna untuk lebih banyak menarik perhatian khalayak, pembuatan visual tersebut diantaranya membuat ilustrasi visual, tipografi dan elemen penunjang lainnya. Gaya visual yang akan digunakan ialah mengacu pada target khalayak yang telah ditentukan.

3.1.3 Strategi Media.

Pemilihan media bertujuan agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerimanya. Pemilihan media yang tepat sangat berpengaruh dari analisa terhadap target khalayak penerima, karena kebutuhan terhadap media ini diharapkan menjadi solusi yang tepat untuk memecahkan masalah yang selama ini ada.

Adapun media yang dipilih yaitu:

3.1.3.1 Media Utama

Media utama disini lebih ditekankan untuk menginformasikan *event* yang akan berlangsung nanti media tersebut diantaranya:

a. *Flyer*

Flyer yang berbentuk kertas berukuran kecil dipilih karena memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan kompetisi secara detail mulai dari logo utama promosi, *tagline* dan slogan, serta informasi yang lebih detail yang disusun dan dicantumkan dalam sebuah *flyer* yang disebar dengan cara dibagikan kepada orang-orang yang berada di ruang publik.

b. Pamflet

Pamflet merupakan bentuk lain dari *flyer* yang digunakan sebagai media untuk menginformasikan *event* / kegiatan kompetisi yang akan dilaksanakan, karena memiliki ukuran yg lebih besar ,biasanya dua kali lipat dari ukuran *flyer* maka pamflet akan lebih jelas dilihat dan penyebarannya yaitu dengan cara ditempel di ruang diberbagai tempat yang berpotensi menarik banyak perhatian.

3.1.3.2 Media pendukung.

Selain menggunakan *flyer dan* pamflet sebagai media utama, dipilih juga beberapa media pendukung untuk melengkapi keperluan *branding dan promosi* pada saat *event* berlangsung dan juga di beberapa Media pendukung tersebut berfungsi sebagai Peningat dari merek Fingerplant, adapun media tersebut terdiri dari:

a. *Sticker* (gambar tempel)

Merupakan media yang terjangkau dan mudah diaplikasikan dimana saja dan juga berfungsi sebagai media reminding dan bersifat tahan lama.

b. *Souvenir Poster*

Yaitu poster berupa gambar logo utama acara yang dijadikan sebuah *souvenir* yang nantinya dibagikan secara Cuma-Cuma, poster ini juga memiliki nilai tambah yaitu sebagai *reminding* dari merek Fingerplant tersebut, selain itu pada sisi belakang poster, dibuat sebagai media informasi yang didalamnya terdapat produk knowledge dari produk-produk yang Fingerplant jual.

c. X-Banner Company Profile.

X-banner ini berisikan uraian profil dari merek Fingerplant, hal itu bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada pengunjung *event* akan merek Fingerplant.

d. Spanduk Acara.

Spanduk berguna sebagai penanda tempat pada saat acara berlangsung.

e. Backdrop.

Backdrop memiliki fungsi tidak jauh dari spanduk yaitu sebagai penanda tempat pada saat acara berlangsung, dan juga sebagai *background* pada saat pengumuman pemenang dan pembagian hadiah.

3.1.4 Strategi Distribusi

Yang menjadi prioritas pendistribusian ialah media utama berupa *flyer* dan pamflet yang menjadi media untuk menginformasikan sebuah kegiatan kompetisi yang akan dilaksanakan, media tersebut disebarakan dua minggu sebelum acara berlangsung di beberapa tempat sekitaran kota Bandung yang banyak berkumpul para pemain *fingerboard*, dengan tujuan menarik khalayak agar datang pada *event* yang akan dilaksanakan tersebut, selain itu media pendukung dipasang

dan disebar pada saat *event* berlangsung karena memiliki fungsi sebagai media untuk mempromosikan merek Fingerplant itu sendiri.

3.1.4.1 Jadwal Penyebaran media

Media	Bulan/tempat		
	Minggu ke 1 4 s/d 10 juni 2012	Minggu ke 2 11 s/d 16 juni 2012	Hari H 17 juni 2012
<i>Flyer</i>	Dibagikan kepada orang-orang, disekitaran pusat kota.		
Pamflet		Ditempel di berbagai tempat, yg banyak pemain <i>fingerboard</i> berkumpul.	
<i>sticker</i>			Dibagikan pada saat <i>event</i> berlangsung
<i>souvenir</i>			Dibagikan pada saat <i>event</i> berlangsung
X-Banner			Dibagikan pada saat <i>event</i> berlangsung
Spanduk			Dibagikan pada saat <i>event</i> berlangsung
<i>backdrop</i>			Dibagikan pada saat <i>event</i> berlangsung

Tabel 3.1 Jadwal dan tempat penyebaran media.

3.2 Konsep Visual

Konsep visual yang akan diusung yaitu bergaya ilustrasi *vector* dan dipadu dengan komposisi typografi slogan dan komposisi warna serta bertemakan keceriaan dan kegembiraan.

3.2.1 Ilustrasi

Ilustrasi yang dibuat yaitu ilustrasi dengan gaya kartun, ilustrasi tersebut berupa tangan yang sedang memainkan *fingerboard*. Ilustrasi kartun dipilih didasari karena target khalayak yang dipilih selain itu ilustrasi kartun dipilih karena lebih fleksibel untuk diterima semua kalangan umur.

3.2.1.1 Pembuatan ilustrasi Visual.

Pendekatan kreatif untuk menentukan logo visual yang akan dibuat adalah melalui analisa target khalayak yang menerima informasi ini. Target khalayak yang dipilih yaitu anak dengan umur 10 tahun sampai dewasa dengan umur 25 tahun, maka didapatkan gaya visual kartun yang sederhana dengan menampilkan sebuah ilustrasi berupa tangan yang sedang memainkan *fingerboard* dengan gaya kartun yang menampilkan kesan keceriaan dan kegembiraan, selain itu juga gaya visual kartun merupakan gaya visual mudah diterima pada kisaran umur tersebut karena memiliki karakter yang lebih fleksibel dibandingkan gaya visual lainnya.



Gambar 3.9 Karakter logo promosi.

3.2.1.2 Pemilihan Tipografi Tagline.

Tipografi merupakan unsur yang penting dalam perancangan sebuah desain, tipografi berfungsi sebagai pesan verbal yang disajikan dalam bentuk visual yang dirancang semenarik mungkin dan disesuaikan dengan pangsa pasar serta tema yang diangkat. Jenis huruf yang digunakan pada perancangan media promosi ini menggunakan jenis huruf Brush Script MT yang memiliki karakter yang sesuai dengan ilustrasi yang telah dibuat, serta sesuai dengan pangsa pasar yang telah ditentukan,

ABCDEFGHI
 JKL MNOPQ
 RSTUVWXYZ
 abcdefghi
 jklmnopq
 rstuvwxyz
 123456789
 !@#\$%&*()
 Brush Script Mt

Gambar 3.10 Jenis huruf yang digunakan.

3.2.1.3 Referensi Gaya Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang digunakan ialah gaya ilustrasi kartun dengan teknik *vector* semi realis, gaya kartun yang sederhana diambil karena dapat disesuaikan dengan tema acara yang diambil, yaitu kegembiraan dan keceriaan, selain itu juga gaya kartun akan lebih mudah untuk diaplikasikan kedalam media promosi yang akan digunakan nantinya.



Gambar 3.11 Referensi ilustrasi

Sumber www.screensuckstyle.com & www.bloomwebdesign.net

(tgl 3 Januari 2011 pukul 22:45)

3.2.1.1 Referensi Konsep Ilustrasi.

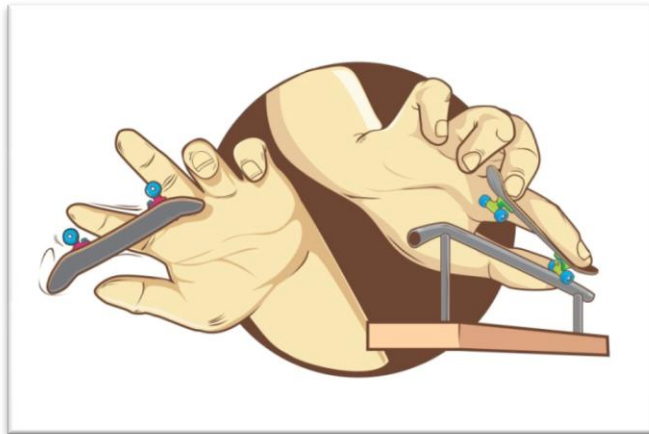
Konsep visual yang dipakai yaitu ilustrasi berupa gambar kartun dari sebuah tangan manusia yang sedang memainkan *fingerboard*, maka dipilihlah foto orang yang sedang memainkan *fingerboard*, sebagai studi karakter untuk mempelajari *gesture* tangan manusia yang sedang memainkan *fingerboard*.



Gambar 3.12 Referensi foto

3.2.1.2 Hasil Pembuatan Ilustrasi Untuk Logo Promosi.

Setelah melakukan studi karakter dan studi *gesture* dari tangan manusia yang sedang memainkan *fingerboard*, maka dibuatlah bentuk ilustrasi bergaya kartun dari tangan manusia yang sedang memainkan *fingerboard* tersebut, ilustrasi tersebut menampilkan tangan dan bentuk dari *fingerboard* yang sedang dimainkan.



Gambar 3.13 Logo ilustrasi.

3.2.2 Tipografi

Tipografi digunakan untuk menyampaikan informasi verbal kedalam bentuk visual, informasi yang diterapkan ialah tulisan dari tagline yang digunakan dan juga sebagai aksen pendukung dari ilustrasi yang telah dibuat. Jenis huruf *Brush script MT* ini mewakili karakter keceriaan tetapi tidak terlalu berkesan ke kanak-kanakan dan juga tetap bisa terbaca dan masih bisa disesuaikan untuk pangsa pasar orang dewasa.



Gambar 3.14 Typografi untuk Logotype

Pada isi konten poster menggunakan jenis huruf *sans serif* yaitu Century Gothic, yang memiliki karakteristik

sederhana dan mudah dibaca. Pemilihan jenis huruf *sans serif* bertujuan agar informasi yang disampaikan mudah dibaca.



Gambar 3.14 Tipografi untuk informasi detail pada *flyer* dan pamflet

3.2.3 Warna

Warna merupakan unsur yang tidak kalah penting dalam pembuatan sebuah desain, kombinasi warna yang tepat dapat menambah nilai estetika yang tinggi pada sebuah desain dan juga dapat menentukan target audiens, sehingga dapat menentukan diperuntukan untuk siapa desain yang kita buat, pada perancangan media promosi ini, warna yang digunakan yaitu warna-warna yang memiliki karakter keceriaan dan memberikan kesan semangat yang tinggi. Warna yang akan digunakan yaitu coklat, merah, kuning, dan biru. Dan beberapa warna turunannya.

Warna tersebut digunakan untuk logotype, warna untuk logo promosi dan juga warna untuk *background*.

warna <i>logotype</i>	warna logo promosi	background
 C:100 M:0 Y:0 K:0	 C:2 M:7 Y:35 K:0	 C:15 M:100 Y:100 K:9
 C:0 M:0 Y:100 K:0	 C:2 M:22 Y:53 K:12	 C:33 M:81 Y:100 K:42
 C:0 M:0 Y:0 K:100	 C:38 M:76 Y:100 K:50	 C:2 M:7 Y:35 K:0

Gambar 3.14 Warna yang digunakan.