

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2019). Dalam artian bahwa khalayak sasaran menjadi target utama dalam perancangan media informasi di Jakabaring Sport City. Maka khalayak sasaran dalam perancangan ini secara rinci adalah:

a. Demografis

- Usia: 17 – 45 tahun

Dalam jenjang usia 17 – 45 tahun, cenderung mudah untuk menerima informasi secara singkat, dan informasi yang dibuat dapat membantu menghimbau kepada anak atau adiknya mengenai aturan – aturan sekitar kawasan Jakabaring Sport City.

- Status Ekonomi: Semua Golongan

Dalam kegiatan olahraga dan menjaga lingkungan kawasan Jakabaring Sport City merupakan hal yang harus diperhatikan oleh semua golongan kebawah maupun keatas.

- Pekerjaan: Semua

Meliputi setiap jenis pekerjaan yang dilakukan masyarakat, umumnya masyarakat yang berkunjung ke Jakabaring Sport City dengan status pekerjaan yang bermacam – macam.

- Kewarganegaraan: Semua

Masyarakat dengan kewarganegaraan Indonesia serta warganegara asing tak luput sebagai khalayak sasaran.

b. Geografis

Secara geografis perancangan media informasi ini ditujukan untuk masyarakat kota Palembang yang tinggal disekitar daerah Jakabaring Sport City, umumnya diperuntukan untuk turis lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke Jakabaring Sport City.

c. Psikografis

- Diarahkan kepada orang yang apatis terhadap lingkungan sekitar
- Ditunjukkan kepada orang yang gemar berolahraga
- Orang – orang yang gemar berwisata dengan nuansa olahraga

III.2. Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan cara yang dilakukan secara bertahap dan dipikirkan dengan matang untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Strategi sendiri memiliki arti untuk merencanakan sesuatu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, sedangkan perancangan adalah suatu metode pembuatan atau membuat ulang hasil yang sudah ada sebelumnya.

Adanya permasalahan mengenai media informasi, dimana masyarakat yang mengunjungi Jakabaring Sport City tidak mengetahui tujuan maupun letak setiap fasilitas yang ingin dikunjungi, dan belum adanya aturan – aturan maupun himbauan disetiap sudut kawasan Jakabaring Sport City, maka perlu dilakukan perancangan mengenai media informasi yang menuntun masyarakat kearah tujuan yang benar dan menghimbau masyarakat untuk mengikuti aturan – aturan yang telah ditentukan oleh PT Jakabaring Sport City. Perancangan media informasi diperlukan elemen visual yang mengidentitaskan Jakabaring Sport City itu sendiri sehingga media informasi yang telah dirancang mempresentasikan kawasan Jakabaring Sport City, serta pengunjung dengan mudah dapat mengenali dan mengingat media informasi yang telah dirancang.

Mengenai hal ini strategi perancangan dibuat bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat yang berkunjung ke kawasan Jakabaring Sport City, agar

mengetahui aturan – aturan serta letak dari setiap fasilitas – fasilitas yang tersedia di Jakabaring Sport City. Berikut ini merupakan tahapan strategi perancangan dalam membuat media informasi Jakabaring Sport City:

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Pengertian komunikasi menurut (Djenamar. SH, 1986, h2) adalah seni dalam menyampaikan gagasan, informasi, yang dilakukan seseorang terhadap orang lain. Oleh karena itu tujuan komunikasi dalam perancangan media informasi sangat memiliki peranan penting. Tujuan komunikasi ini adalah untuk menginformasikan kepada masyarakat yang berkunjung ke Jakabaring Sport City, mengenai letak berbagai fasilitas olahraga maupun non-olahraga seperti wahana rekreasi lainnya, serta memberitahu masyarakat supaya tetap menjaga fasilitas dan lingkungan sekitar, agar kawasan Jakabaring Sport City selalu siap ditunjuk menjadi tuan rumah pentas olahraga nasional dan internasional.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Untuk dapat informasi yang dibuat sampai kepada masyarakat, maka perlu adanya pendekatan komunikasi dengan baik dan efektif. Pendekatan komunikasi pun dibuat berdasarkan khalayak sasaran yang telah ditentukan, agar komunikasi yang disampaikan tepat pada sasaran yang diinginkan.

a. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang dilakukan melalui ikon yang menyesuaikan dengan fasilitas keolahragaan maupun non-olahraga lainnya, elemen visual yang diambil pun berdasarkan karakter ciri khas Jakabaring Sport City, sehingga memiliki kesatuan dengan *key visual* yang akan dirancang.

b. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan untuk memberikan suatu informasi berupa lisan atau tulisan yang sesuai dengan nama objek, diarahkan kepada khalayak sasaran yang telah ditentukan. Menyampaikan informasi nama objek dan pesan menggunakan bahasa Indonesia serta Inggris terkait Jakabaring Sport City sudah beberapa kali menggelar pentas olahraga internasional.

III.2.3. Mandatory

Mandatory adalah lembaga atau organisasi yang menjadi tumpuan untuk media informasi ini tersebar didaerah yang telah ditentukan. *Mandatory* didalam perancangan media informasi Jakabaring Sport City adalah PT Jakabaring Sport City, merupakan organisasi yang ditunjuk oleh pemerintah kota Palembang untuk mengolah Jakabaring Sport City secara independen. Dibutuhkan kerjasama dengan pihak PT Jakabaring Sport City sehingga perancangan ini dapat menjadi solusi permasalahan di Jakabaring Sport City.



Gambar III.41. Logo PT.Jakabaring Sport City

Sumber: <https://jakabaringsportcity.id/wp-content/uploads/2018/03/LOGoo-JSC-01-1.png>
(27/3/2019)

III.2.4. Materi Pesan

Inti pesan yang ingin disampaikan pada masyarakat yang berkunjung Jakabaring Sport City merupakan identitas tempat dari setiap fasilitas Jakabaring Sport City, sekaligus menginformasikan kepada masyarakat mengenai petunjuk menuju tempat fasilitas olahraga maupun non-olahraga di Jakabaring Sport City, serta memberitahu kepada masyarakat mengenai aturan – aturan dan himbauan di kawasan Jakabaring Sport City.

III.2.5. Gaya Bahasa

Dengan materi pesan yang telah ditentukan maka, diperlukan gaya bahasa agar pesan yang disampaikan jelas dan diterima baik oleh penerima pesan tersebut. Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan ini adalah deskriptif, dengan gaya bahasa deksriptif hanya menjelaskan informasi secara formal dan rinci yang berkaitan langsung dengan visual yang telah ditentukan.

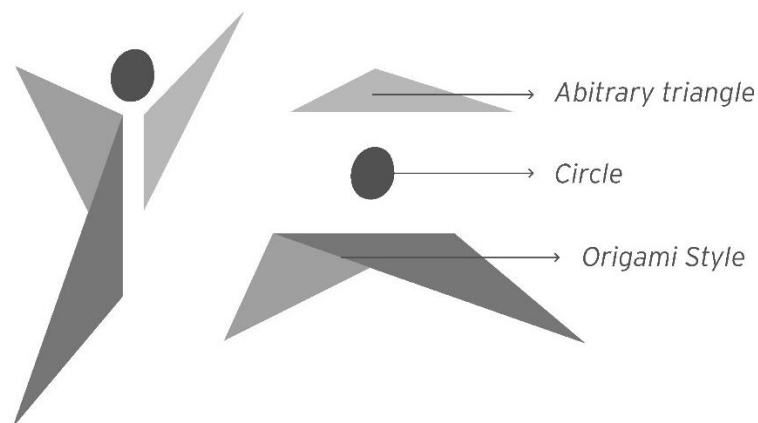
III.2.6. Strategi Kreatif

Menurut (James R. Evans, 1994) “Kreatif adalah skill untuk menemukan hubungan baru, melihat subjek dari sudut pandang yang berbeda, dan mengkombinasikan beberapa konsep yang sudah biasa dimasyarakat dirubah menjadi suatu konsep yang berbeda”. Maka dalam strategi kreatif yang dilakukan merancang suatu media informasi yang berkaitan dengan kawasan Jakabaring Sport City, seperti identitas visual dari PT Jakabaring Sport City dan kebudayaan dari kota Palembang.

Strategi kreatif yang diterapkan pada *sign system* Jakabaring Sport City menggunakan logo dari Jakabaring Sport City itu sendiri sebagai *key visual* dari berbagai jenis *sign system* yang dirancang. Berikut beberapa elemen visual dari logo Jakabaring Sport City, yang akan dibentuk menjadi beberapa jenis *sign system* :

- Logo Jakabaring Sport City

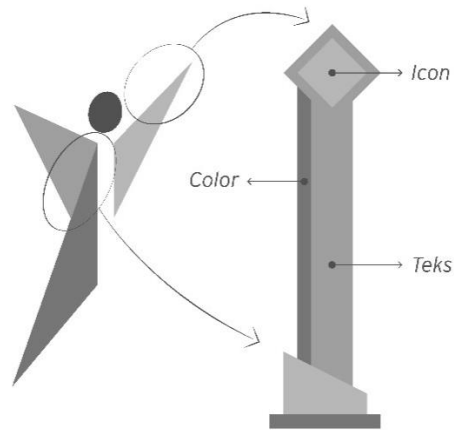
Pada logo ini terdapat berbagai elemen visual yang bisa diambil dan menjadi *key visual* pada rancangan *sign system* Jakabaring Sport City, seperti bentuk, warna, dan gaya origami yang terlihat di logo tersebut.



Gambar III.42. Elemen Visual Logo Jakabaring Sport City
Sumber: Pribadi (3/6/2019)

- *Identification Sign*

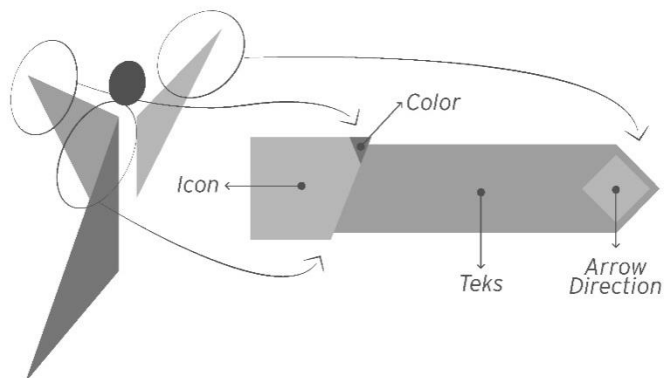
Ketika telah ditentukan *key visual* maka bentuk dari *identification sign* dapat dirancang menyerupai dari elemen visual logo Jakabaring Sport City, agar memiliki kesamaan antara satu sama lain.



Gambar III.43. Strategi Kreatif *Identification Sign*
Sumber: Pribadi (3/6/2019)

- *Direction Sign*

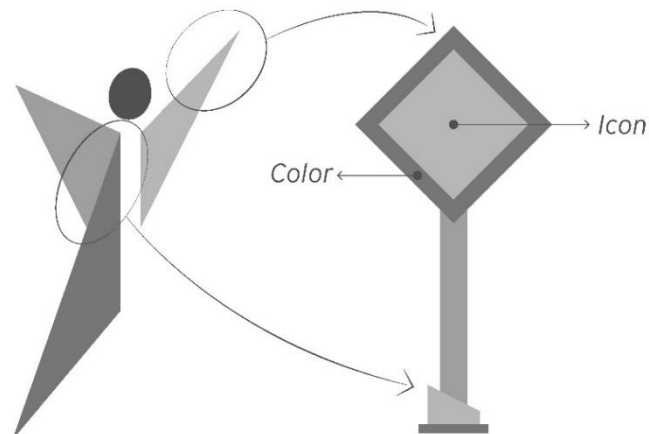
Bentuk yang dirancang menyerupai *identification sign*, tetapi dibagian bawah lebih memiliki ruang yang besar diperuntukan ikon lebih besar memiliki ukuran yang besar dan mudah dilihat oleh khalayak sasaran.



Gambar III.44. Strategi Kreatif *Direction Sign*
Sumber: Pribadi (3/6/2019)

- *Regulatory Sign*

Bentuk yang dirancang tidak terlalu berbeda dari *identification sign* dan *direction sign* hanya saja bentuk yang diambil bagian atas diperuntukan ikon larangan maupun himbauan.



Gambar III.45. Strategi Kreatif *Regulatory Sign*
Sumber: Pribadi (3/6/2019)

III.2.7. Strategi Media

Strategi media yang digunakan dalam perancangan informasi Jakabaring Sport City merupakan media informasi yang sudah tersedia sebelumnya dan menambahkan beberapa media yang belum tersedia, serta merubah tampilan media informasi di kawasan Jakabaring Sport City.

III.2.7.1 Media Utama

Media utama sebagai media informasi yang menjelaskan letak, arah, maupun aturan – aturan mengenai kawasan Jakabaring Sport City adalah *sign system*. Menurut (Sumbo Tinarbuko: 2012, h.12) *sign system* dalam konteks desain komunikasi visual merupakan rangkaian representasi visual yang memiliki tujuan sebagai media interaksi manusia dalam ruang publik. *Sign system* sendiri sangat terikat dengan ikon, indeks, dan simbol yang berkaitan langsung dengan lingkungan sekitar. Beberapa bagian dari *sign system* itu sendiri, yaitu :

a. Tanda Pengenal (*Identification Sign*)

Penanda yang memiliki fungsi untuk mengidentifikasi kawasan, ruangan, gedung, dan sarana prasarana umum lainnya. Pada dasarnya *identification sign* berkaitan dengan *direction sign*, sebagai tanda “sudah sampai” pada titik yang dituju. Berikut beberapa fasilitas yang terdapat dikawasan Jakabaring Sport City yang membutuhkan *identification sign*:

1. Stadio Gelora Sriwijaya
2. Athletic Stadium
3. Aquatic Stadium
4. Bowling Center
5. Beach Volley Ball Jakabaring
6. Shooting Range
7. Wall Climbing Center
8. Pentaque
9. Roller Skate
10. Skateboard
11. Baseball and Softball
12. Lapangan Tenis Bukit Asam
13. Rowing/Canoe
14. Ranau Sport Hall
15. Dempo Sport Hall
16. Panahan
17. Ski Air
18. Management Office PT.JSC
19. Danau Jakabaring
20. Masjid
21. Medical Center
22. Dining Hall
23. Wisma Atlet
24. Toilet
25. Parkir
26. Titik kumpul

b. Tanda Petunjuk Arah (*Direction Sign*)

Penanda ini terletak jauh dari tujuan salah satu dari *identification sign*, yang berfungsi sebagai mengarahkan orang ke berbagai tujuan dalam kawasan Jakabaring Sport City. Berikut beberapa fasilitas di Jakabaring Sport City yang membutuhkan *direction sign*:

1. Stadion Gelora Sriwijaya
2. Athletic Stadium
3. Aquatic Stadium
4. Bowling Center
5. Beach Volley Ball Jakabaring
6. Shooting Range
7. Wall Climbing Center
8. Pentaque
9. Roller Skate
10. Skateboard
11. Baseball and Softball
12. Lapangan Tennis Bukit Asam
13. Rowing/Canoe
14. Ranau Sport Hall
15. Dempo Sport Hall
16. Panahan
17. Ski Air
18. Management Office PT.JSC
19. Danau Jakabaring
20. Masjid
21. Medical Center
22. Dining Hall
23. Wisma Atlet

c. Tanda Larangan dan Himbauan (*Regulatory Sign*)

Penanda yang berfungsi untuk menghimbau kepada penerima informasi mengenai apa saja yang harus tidak dilakukan dan anjuran yang seharusnya diperhatikan.

Berikut beberapa tanda larangan yang akan dirancang di kawasan Jakabaring Sport City, yaitu:

1. Dilarang merokok
2. Dilarang buang sampah sembarangan
3. Dilarang menginjak tanaman
4. Dilarang mencoret

Berikut beberapa tanda himbauan yang akan dirancang di kawasan Jakabaring Sport City, yaitu:

1. Buanglah sampah pada tempatnya
2. Kunci ganda kendaraan
3. Area merokok

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung adalah media pelengkap dari media utama, yang bertujuan untuk menjadi media pengingat atau memberi nilai tambahan ke media utama dan lebih menarik. Berikut beberapa media pendukung yang akan dirancang:

1. Peta Kreatif (*Infotainment Map*)

Peta kreatif merupakan sebuah informasi yang menjelaskan lokasi dengan unsur visual yang menarik, serta dirancang dengan sesederhana mungkin sehingga memudahkan masyarakat yang berkunjung mencari lokasi yang dituju, dan memberitahu keberadaannya.

2. Brosur

Brosur merupakan media yang berisikan beberapa informasi yang dapat dengan mudah dibagikan kepada masyarakat sekitar. Isi didalam brosur tersebut menjelaskan semua fasilitas Jakabaring Sport City secara rinci serta menjelaskan semua informasi mengenai Jakabaring Sport City.

3. *Sticker*

Sticker dibuat sebagai media pengingat di masyarakat, sticker pun dapat menjadi media yang mempromosikan kawasan Jakabaring Sport City. Bentuk dari sticker ini sesuai dengan ikon olahraga yang telah dirancang, dengan tambah *outline* sebagai kontras dengan berbagai *background*.

4. *T-Shirt*

T-shirt sebagai media promosi Jakabaring Sport City, tentunya *t-shirt* yang dirancang semenarik mungkin sehingga masyarakat pun tertarik untuk memakai *t-shirt* tersebut, dengan bahan yang nyaman untuk dipakai sehari – hari.

5. Topi

Topi sebagai pelindung kepala dari panasnya matahari atau sebagai trend masyarakat, topi dipilih dengan berbasan sangat berguna dipakai masyarakat ditengah teriknya matahari, dan sebagai media promosi berjalan.

6. Botol Minuman

Jakabaring Sport City merupakan tempat pusat olahraga yang memiliki berbagai fasilitas didalamnya, sehingga botol minuman diperlukan bagi masyarakat yang gemar berolahraga.

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi yang dilakukan adalah menjelaskan kepada pihak PT Jakabaring Sport City mengenai masalah – masalah media informasi yang terdapat di Jakabaring Sport City secara rinci, serta memberikan perancangan ini sebagai solusi dari masalah – masalah media informasi di Jakabaring Sport City. Ketika perancangan media informasi ini sepenuhnya sudah selesai, maka dalam jangka waktu minimal satu bulan dapat aplikasikan disetiap titik yang telah ditentukan.

Tabel III.2. Waktu Penyebaran Media

Sumber: Pribadi

JADWAL PENYEBARAN MEDIA 2019					
No	Media	Sep	Okt	Nov	Des
1	<i>Identification Sign</i>				
2	<i>Direction Sign</i>				
3	<i>Regulatory Sign</i>				
4	<i>Infotainment Map</i>				
5	Brosur				
6	<i>Sticker</i>				
7	<i>T-Shirt</i>				
8	Topi				
9	Botol Minuman				

Tabel III.3. Lokasi Penyebaran Media
Sumber: Pribadi

No	Media	Tempat	Distribusi	Alasan
1	<i>Identification Sign</i>	Setiap fasilitas	Ketika semua proses perancangan dan produksi selesai	Sebagai tanda sudah sampai
2	<i>Direction Sign</i>	Titik cabang jalan	Ketika semua proses perancangan dan produksi selesai	Penunjuk jalan menuju setiap fasilitas
3	<i>Regulatory Sign</i>	Titik pelanggaran Dan himbauan	Ketika semua proses perancangan dan produksi selesai	Melarang dan menghimbau masyarakat
4	<i>Infotainment Map</i>	Gerbang masuk	Ketika semua proses perancangan dan produksi selesai	Sebagai media informasi peta kawasan JSC
5	Brosur	Gerbang masuk	Dibagikan untuk masyarakat yang ingin mengetahui setiap fasilitas	Sebagai media informasi fasilitas
6	<i>Sticker</i>	Gerbang masuk	Dibagikan ketika membayar biaya masuk	Sebagai cinderamata
7	<i>T-Shirt</i>	Setiap fasilitas	Diperjual belikan untuk masyarakat yang tertarik	Sebagai cinderamata
8	Topi	Setiap fasilitas	Diperjual belikan untuk masyarakat yang tertarik	Sebagai cinderamata
9	Botol Minuman	Setiap fasilitas	Diperjual belikan untuk masyarakat yang tertarik	Sebagai cinderamata

III.3. Konsep Visual

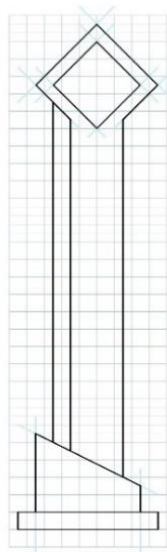
Konsep visual yang diambil berdasarkan dengan *key visual* yang telah ditentukan, sehingga dapat diolah kembali menjadi suatu *sign system* yang utuh dengan elemen – elemen visual yang berkaitan dengan Jakabaring Sport City.

III.3.1. Format Desain

Dalam format desain mengenai perancangan *sign system* Jakabaring Sport City dibuat secara sederhana dan dapat diterima oleh khalayak sasaran sesuai dengan tujuan awal dari perancangan ini. Dalam penyampaian pesan, maka format desain yang diambil merupakan *landscape* dan *portrait* menyesuaikan dengan tingkat keterbacaan maupun keterlihatan ikon yang dibuat.

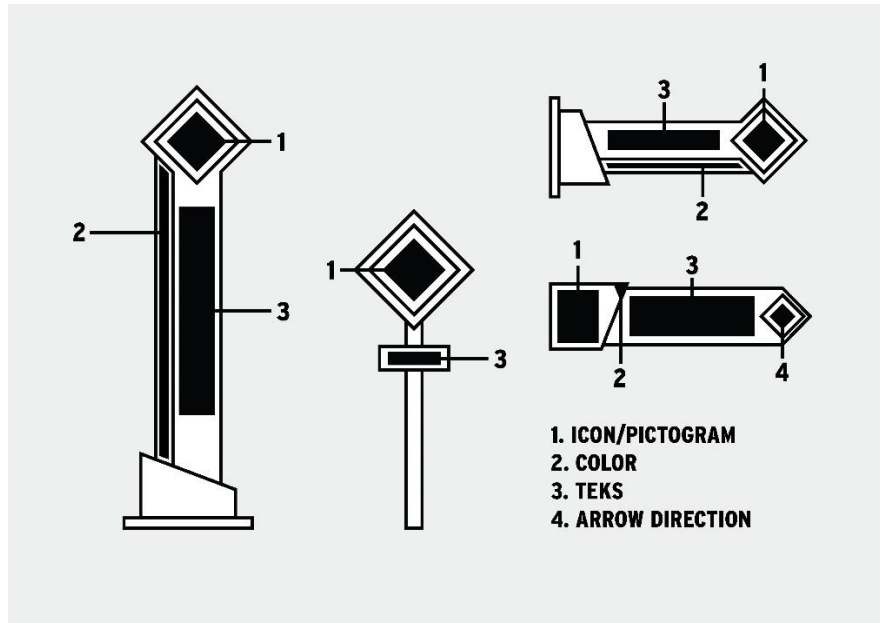
III.3.2. Tata Letak (*Layout*)

Layout atau tata letak merupakan bagian yang menyatukan dari seluruh elemen visual seperti, garis, bentuk, gambar, huruf, dan sebagainya. Pada dasarnya *layout* mengatur semua penempatan semua elemen visual yang ada, agar komposisi yang diletak sesuai dengan jalur pengelihatan atau *eye tracking* dari khalayak sasaran. Selain itu *layout* dapat menambah ketertarikan dalam melihat atau membaca pesan yang ingin disampaikan. Berdasarkan *layout* yang dibuat dalam perancangan ini mempresentasikan bentuk yang diambil dari *key visual* yang telah ditentukan.



Gambar III.46. *Grid System*
Sumber: Pribadi (27/3/2019)

Untuk merancang *layout*, diperlukannya *grid system* sebagai metode untuk menciptakan komposisi yang rapi, agar setiap elemen visual yang dibentuk terlihat nyaman dan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran.



Gambar III.47. *Layout*
Sumber: Pribadi (27/3/2019)

III.3.3. Tipografi

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari mengenai huruf sesuai dengan kaidah keterbacaan, *kerning*, spasi, ukuran, *leading*, dan sebagainya. Dalam merancang sebuah informasi tidak dipungkiri lagi adanya suatu huruf atau tipografi didalamnya, pada dasarnya tipografi adalah suatu bentuk dalam berkomunikasi, sehingga apa yang ingin disampaikan dapat dimengerti oleh penerima pesan secara tertulis. Tipografi yang digunakan dalam perancangan *sign system* ini ialah jenis *font* Interstate, dengan gaya Interstate Black dan Interstate Regular. *Font* Interstate termasuk dalam *sans-serif* yang dimaksud sebagai *font* yang tidak memiliki buntut atau tambahan diakhir *stroke*.

Interstate Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.?!

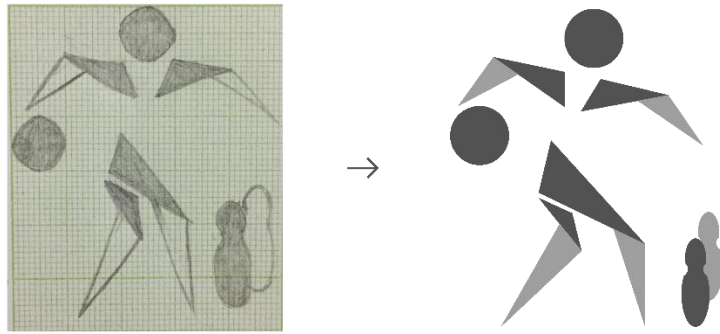
Interstate Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.?!

Gambar III.48. Tipografi
Sumber: Pribadi (27/3/2019)

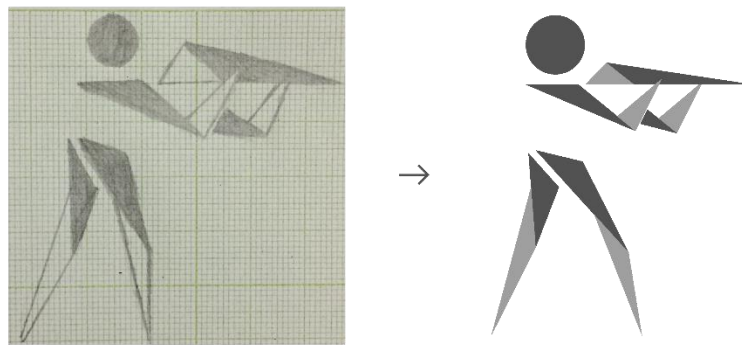
Interstate merupakan font yang dirancang oleh Tobias Frere Jones, yang diberi lisensi oleh perusahaan *Font Bureau* yang fokus dibidang tipografi majalah dan koran. *Font Interstate* juga digunakan oleh *Federal Highway Administration* (FHWA) sebagai standar font *sign system* di Amerika Serikat, hal tersebut menjadi salah satu alasan perancangan ini menggunakan *font Interstate*, selain itu bagian *font Interstate* memiliki *cap height* yang menyamai dengan *key visual* dari perancangan *sign system* Jakabaring Sport City.

III.3.4. Ilustrasi

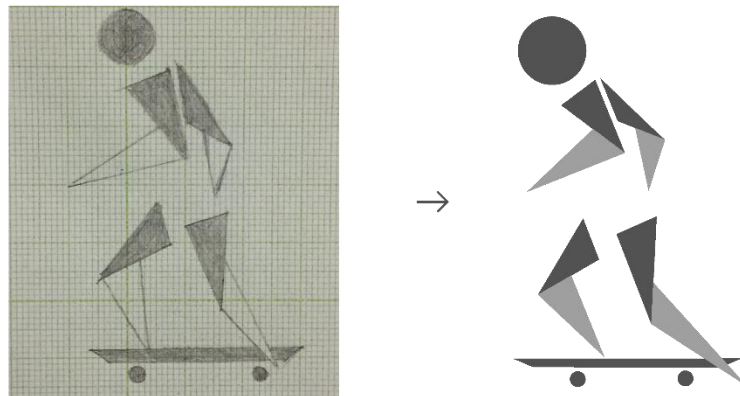
Ilustrasi didalam perancangan *sign system* ini merupakan suatu sketsa ikon atau piktogram yang menjadi simbol dari setiap fasilitas maupun himbauan dan larangan di Jakabaring Sport City. Berdasarkan *key visual* yang telah ditentukan, maka bentuk dari simbol setiap *sign system* memiliki kesatuan antar logo dari Jakabaring Sport City.



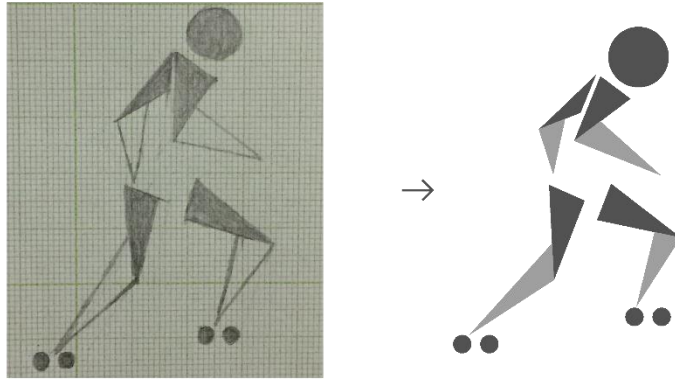
Gambar III.49. Ikon Bowling
Sumber: Pribadi (27/3/2019)



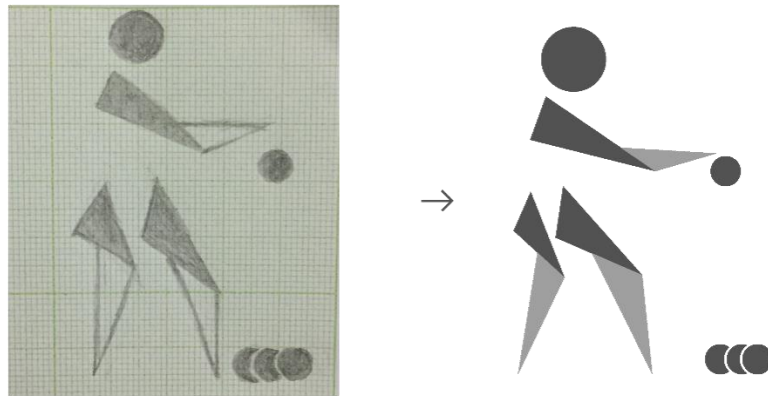
Gambar III.50. Ikon Shooting
Sumber: Pribadi (27/3/2019)



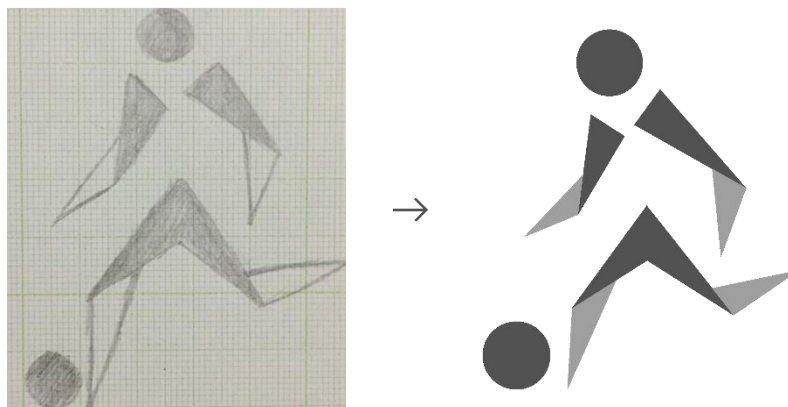
Gambar III.51. Ikon Skateboard
Sumber: Pribadi (27/3/2019)



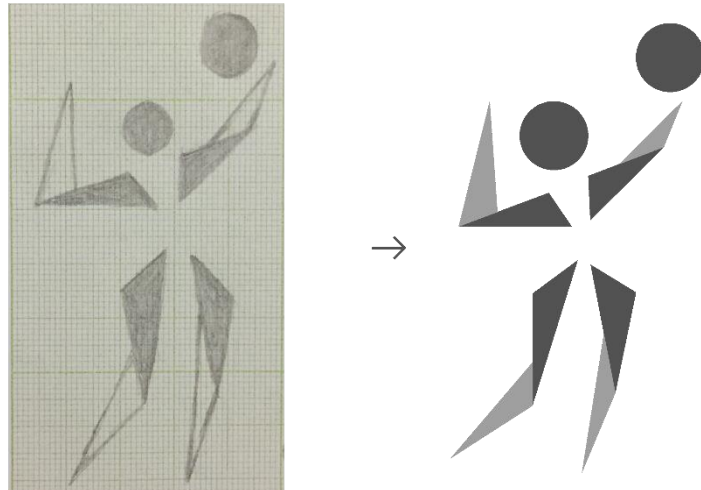
Gambar III.52. Ikon Sepatu Roda
 Sumber: Pribadi (27/3/2019)



Gambar III.53. Ikon Pentaque
 Sumber: Pribadi (27/3/2019)



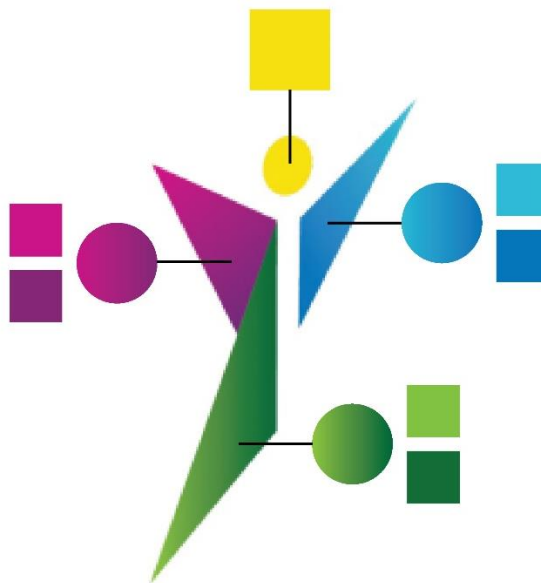
Gambar III.54. Ikon Sepak Bola
 Sumber: Pribadi (27/3/2019)



Gambar III.55. Ikon Voli
 Sumber: Pribadi (27/3/2019)

III.3.5. Warna

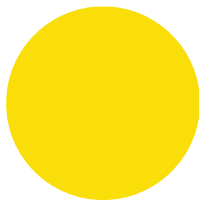
Warna dalam perancangan *sign system* bisa mengidentifikasi suatu jenis *sign* dengan *sign* lainnya, dalam warna perancangan ini diadaptasi dari warna logo Jakabaring Sport City, terdapat 7 warna diantaranya 3 gradasi warna.



Gambar III.56. Warna Logo PT. Jakabaring Sport City
 Sumber: Pribadi (27/3/2019)

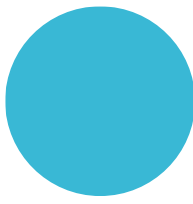
Diantara warna tersebut yang diterapkan pada perancangan *sign system* Jakabaring Sport City hanya 3 warna saja dan 1 warna merah bata. Berikut daftar *sign* beserta dengan warnanya:

Identification Sign



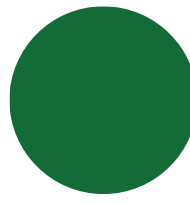
C : 5% R : 244
M : 12% G : 215
Y : 75% B : 96
K : 0% #F4D760

Direction Sign

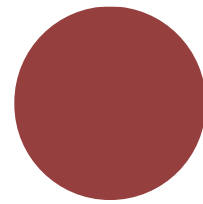


C : 62% R : 59
M : 0% G : 198
Y : 0% B : 244
K : 0% #3BC6F4

Regulatory Sign



C : 88% R : 19
M : 33% G : 108
Y : 100% B : 56
K : 24% #136C38



C : 29% R : 149
M : 82% G : 64
Y : 73% B : 62
K : 23% #95403E

CMYK biasa digunakan untuk percetakan, karena tinta dipercetakan terdiri dari warna *Cyan*, *Magenta*, *Yellow*, dan *Black*, hal tersebut agar menghindari *hue error*, atau tingkat kecerahan yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan.

Sedangkan RGB menghasilkan kecerahan warna yang lebih terang dari CMYK, karena RGB terdiri dari warna *Red*, *Green*, dan *Blue*, oleh karna itu RGB sering digunakan dalam mempresentasikan warna didalam monitor diperuntukan seorang desain grafis.