

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Khalayak Sasaran

Pengertian khalayak disini adalah masyarakat yang terorganisir datang ke suatu tempat pada tempat dan waktu tertentu, datang ke tempat yang diinginkan, serta tujuan yang sama, yaitu untuk memperoleh hiburan. Khalayak sasaran merupakan faktor penentu keberhasilan komunikasi. Khalayak sasaran sederhananya dapat diartikan sebagai masyarakat yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa dari berbagai media. Menentukan khalayak sasaran bertujuan untuk menentukan target yang tepat agar pesan atau informasi sampai dengan tepat.

1. Demografis

- Jenis kelamin laki-laki dan perempuan
- Sekolah - Kuliah
- Semua Kalanga
- Masyarakat remaja 12-19 tahun. Pada masa ini remaja memiliki sifat aktif mencari kesenangan dan hobi bermain. Mulai mahir dalam keterampilan dasar, serta merasakan kemampuan keterampilannya. Mulai timbulnya stabilitas dan meningkat dalam hal psikis. Stabil dalam artian mengambil keputusan dalam memilih sekolah, pakaian, pertemanan dengan sesama ataupun pertemanan lawan jenis. Sudah dapat menunjukkan kematapan serta tidak gampang berubah pikiran.

2. Geografis

- Secara geografis khalayak sasaran seluruh wilayah Indonesia mulai dari daerah kota, hingga pinggiran kota.

3. Psikografis

- Psikografis dari sasaran perancangan ini adalah Masyarakat yang bersifat religius, formal, sopan-santun yang baik, senang beribadah, tutur kata baik, jujur, percaya, amanah, dermawan, rendah hati *low profile*, jauh dari sifat-sifat buruk, dan lain-lain, serta penggemar kesenian budaya dan musik

Pada uraian diatas dalam memilih khalayak sasaran secara demografis, geografis, dan psikologis dengan alasan pada usia-usia tersebut masyarakat sedang mengalami sifat aktif dalam sehariannya. Senang mencari pengalaman bermain atau hobi yang diinginkan. Dengan khalayak sasaran geografis seluruh wilayah Indonesia, dengan maksud agar semua wilayah mendapat informasi yang baik merata ke seluruh Indonesia. Semua kalangan masyarakat dapat merasakan informasi tersebut untuk menambah wawasan dan juga dapat diajarkan atau memberikan informasi tersebut ke kalangan masyarakat lainnya.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan metode yang dirancang secara baik sehingga rancangan tersebut akan berjalan dengan baik, lancar dan tepat tujuan. Strategi perancangan ini untuk mencapai suatu tujuan atau solusi untuk menyelesaikan suatu masalah.

Dalam hal ini yaitu menciptakan suatu solusi dalam bentuk media yang baik dan menarik tentang Kesenian Musik Marawis. Perancangan kali ini akan bersifat informasi menarik dengan membuat perancangan penyampaian informasi secara visual mampu membuat lebih mudah untuk dipahami untuk kalangan masyarakat luas. Perancangan kali ini diharapkan bisa membantu memberikan informasi tentang Kesenian Musik Marawis dengan baik dan menarik.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Memberikan informasi tentang kesenian musik Marawis, dengan cara pendekatan komunikasi yang baik dan unik sesuai perkembangan zaman saat ini, agar dapat mudah diterima masyarakat luas.

Dengan membuat media informasi inilah masyarakat luas diperkenalkan dengan kesenian musik Marawis menjadi lebih menarik dan mudah untuk dipahami. Diharapkan masyarakat dapat menerima dan bisa mengapresiasi kesenian islam, salah satunya kesenian musik Marawis agar masyarakat mengetahui lebih dalam tentang kesenian Marawis beserta manfaat Marawis didalamnya.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Penyampain informasi membutuhkan strategi komunikasi, agar pendekatan komunikasinya berjalan dengan baik, dapat dengan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran. Terdapat dua jenis pendekatan komunikasi yaitu komunikasi visual dan komunikasi verbal, yang kedua dibutuhkan untuk menyampaikan suatu informasi. Pendekatan komunikasi ini diharapkan menjadi ketertarikannya khalayak sasaran untuk melihat dan membaca.

1. Pendekatan Visual

Pendekatan visual pada informasi kali ini akan menggunakan gambar ilustrasi dengan gaya vektor dengan mengikuti zaman, namun tetap disesuaikan dengan gaya penulis. Dengan begitu, informasi tersebut akan dapat dipahami dengan baik oleh khalayak sasaran.



Gambar III.1 contoh ilustrasi pendekatan visual

Sumber:<https://i1.wp.com/vidiyan.staff.telkomuniversity.ac.id/files/2018/03/5.jpg?resize=500%2C500> (Diakses pada 28/5/18)

2. Pendekatan Verbal

Pendekatan komunikasi verbal yang digunakan adalah bahasa Indonesia, karena khalayak sasaran utama yaitu masyarakat Indonesia. Bahasa yang digunakan tidak terlalu baku tetapi, menggunakan bahasa sehari-hari yang baik

akan lebih mudah dimengerti dan informasi akan dengan baik tersampaikan oleh khalayak sasaran.

III.2.3 Mandatory

Menurut Anugrah, Gramedia adalah Toko Buku terbesar di Indonesia. Cabang perusahaan dari Kompas Gramedia ini menyediakan jaringan toko buku di Indonesia dan Malaysia. Berdiri pada tanggal 2 Februari 1970, diawali dengan toko buku berukuran kecil di daerah Jakarta Barat. Tidak hanya menyediakan buku, toko ini juga menyediakan peralatan alat tulis, perlengkapan kantor, alat olahraga, dan peralatan atau keperluan lainnya.



Gambar III.2 Logo Gramedia

Sumber:<https://www.gramedia.com> (Diakses pada 30/818)

Gramedia juga bekerja sama dengan penerbit-penerbit buku di dalam maupun luar negeri. Sebagai salah satu penerbit buku populer di Indonesia, menjadi salah satu alasan dipilihnya sebagai *mandatory* penerbit buku ilustrasi Band Tabok Marawis, bertujuan untuk buku ini dapat bermanfaat untuk masyarakat. Dengan tesebarnya buku ini di toko-toko buku, agar masyarakat dapat lebih mengenal kesenian musik Marawis.

III.2.4 Materi Pesan

Isi dalam suatu informasi merupakan hal yang sangat penting diperhatikan. Pesan informasi yang akurat dan menarik yang disampaikan akan memengaruhi minat pembaca untuk melihatnya. Materi pesan yang terdapat dalam media buku kali ini berisikan sebagai berikut:

- Sejarah Marawis
- Manfaat Marawis
- Alat-alat Marawis
- Cara memainkan alat Marawis
- Jumlah pemain Marawis
- Lirik shalawat

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan kali ini menggunakan gaya bahasa resmi bahasa Indonesia. Tidak terlalu baku untuk menimbulkan kesan-kesan tertentu kepada masyarakat untuk melahirkan keindahan. Menggunakan gaya bahasa yang tepat agar tersampainya pesan kepada khalayak sasaran.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam media informasi berisikan kesenian musik Marawis yang digunakan adalah dengan penyampaian informasi dengan menggunakan ilustrasi gambar yang dibuat dengan menarik dan juga terdapat sedikit teks agar lebih detail. Dengan begitu diharapkan khalayak sasaran dapat memahaminya dengan mudah.

Membuat suatu *headline* yaitu "Band Tabok Marawis". Dengan *headline* diharapkan masyarakat khalayak sasaran merasakan penasaran dengan *headline* tersebut untuk memikat minat baca informasi tersebut. *Headline* tersebut diambil dari cara memainkan alat Marawis yang hampir semua alat dimainkan dengan cara ditabuh atau "ditabok", yang nantinya akan menjadi suatu ciri khas dari kesenian musik Marawis.

III.2.7 Strategi Media

Dalam sebuah perancangan dibutuhkan strategi media. Untuk menyampaikan suatu komunikasi atau informasi membutuhkan strategi media agar tercapainya tujuan. Strategi media disini yaitu menentukan media utama dan media pendukung.

1. Media Utama

Strategi media yang digunakan untuk media utama adalah buku ilustrasi yang berisikan kesenian musik Marawis. Buku (seperi dikutip W.J.S Peorwadarminta, Kamus Bahasa Indonesia, 2003) dapat didefinisikan sebagai bendel kertas, lembar kertas yang berjilid, bendel kertas yang bertuliskan ilmu tertentu.

Buku ilustrasi merupakan buku yang didalamnya terdapat gambar yang mendukung imajinasi dalam cerita. Didalam buku ilustrasi ini memiliki banyak kombinasi, yaitu berupa teks dengan gambar. Dari kedua gabungan tersebut, yang membuat isi dari buku terlihat lebih hidup adalah ilustrasi yang ada didalam buku tersebut. Istilah berasal dari bahasa latin yaitu "*illustrate*" yang artinya menerangkan sesuatu. Ilustrasi (seperi dikutip W.J.S Peorwadarminta, Kamus Bahasa Indonesia, 2003) adalah lukisan gambar atau foto yang bermaksud untuk membantu memperkuat daya imajinasi atau memperjelas pesan yang disampaikan.

Buku ilustrasi merupakan buku yang menyajikan hasil visualisasi dari gabungan teks dengan gambar, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya. Informasi yang akan disampaikan berupa gambar ilustrasi yang menarik bisa menarik khalayak sasaran untuk melihat dan membaca. Buku ilustrasi dipilih sebagai media utama karena dengan dibuatnya buku ini, masyarakat dapat menerima informasi dengan mudah dipahami dengan tampilan ilustrasi gambar dengan penjelasan. Pada umumnya masyarakat menyukai informasi dengan tampilan berupa gambar-gambar. Isi atau materi penyampaiannya dibuat dengan sederhana agar informasi mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

2. Media Pendukung

Untuk menunjang media utama dibutuhkan media pendukung. Media-media yang sangat dekat dengan media utama sebagai pengingat untuk khalayak sasaran. Sehingga khalayak sasaran bisa selalu ingat dengan *gimmick* yang telah diberikan.

- Flyer

Flyer adalah lembaran yang dicetak tunggal atau tidak dilipat yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap sebuah acara, pelayanan, produk, ataupun ide. Flyer yang sering disebut dengan selebaran, yang pada umumnya hanya dicetak pada satu sisi bagian kertas yang dirancang khusus sebagai media promosi yang praktis dan dapat dibaca dengan cepat.

Media yang bisa menjadi media penunjang untuk dapat memberikan detail informasi dan bersifat personal, sehingga penyebarannya bisa memberikan informasi secara merata kepada konsumen.

- X- Banner

Banner merupakan media promosi yang dicetak print digital berbentuk Potrait atau Vertikal. Banner adalah bentuk penyederhanaan dari Baliho. Banner dimanfaatkan sebagai sarana berbagi informasi, media iklan, ataupun media *brand awareness*. Selain itu, banner juga dapat dipakai berulang-ulang sehingga lebih ekonomis jika dibandingkan media promosi lainnya.

X banner ditempatkan dekat dengan lokasi peluncuran buku ilustrasi dipajang, dengan adanya x-banner bisa menarik perhatian konsumen untuk melihat.

- Kaos

Pengertian Pakaian (kaos) adalah kebutuhan pokok manusia. Manusia membutuhkan pakaian yang digunakan untuk menutup dan melindungi dirinya. Seiring dengan perkembangan kehidupan manusia, pakaian menjadi bagian dari simbol status, jabatan, ataupun kedudukan seseorang. Media ini tak hanya untuk memenuhi kebutuhan dan berguna untuk manusia tetapi juga menjadikan media pendukung sebagai pengingat produk untuk konsumen.

- Totebag
Totebag merupakan tas yang termasuk dalam kategori tas jinjing. Secara praktis dapat dikatakan, bahwa totebag dapat digunakan untuk membawa barang keperluan sehari-hari. Digunakan untuk beragam keperluan, totebag berbahan material kain yang kokoh seperti kanvas, nilon dan lainnya. Totebag banyak digunakan oleh masyarakat disetiap kalangan untuk keperluan sehari-hari karena mudah dibawa dan sangat bermanfaat.

- Stiker
Stiker adalah salah satu media promosi yang cukup terjangkau. Agar lebih murah, sebaiknya Anda mencetaknya dalam jumlah yang amat banyak. Stiker bisa menjadi sarana memperkenalkan perusahaan Anda dengan konsumen. Di acara tertentu, contohnya seperti pameran/pemberian secara cuma-cuma ini bisa membuat konsumen senang dan tidak menutup kemungkinan akan tertarik untuk datang membeli produk Anda di lain kesempatan. Media stiker ini media yang dapat diaplikasikan dimana saja, sebagai media pengingat paling mudah untuk dijadikan media pendukung.

- Gantungan Kunci
Aksesoris adalah benda-benda hiasan tambahan yang mendukung atau memperindah suatu benda. Bentuk aksesoris memiliki beraneka ragam dan banyak di antaranya terkait dengan memiliki peran. Gantungan kunci salah satu aksesoris yang akan dijadikan media pendukung yang tepat untuk dijadikan sebagai pengingat suatu produk, dan dapat bermanfaat untuk konsumen juga sebagai hiasan.

- Media sosial Konten Instagram
Instagram merupakan aplikasi *mobile smartphone* dimana pengguna dapat mengambil foto, meng-*edit* lalu mem-*posting* foto atau video ke halaman utama Instagram. Media sosial dengan paling banyak

dikunjungi masyarakat saat ini, menjadi salah satu media pendukung untuk membantu memberikan informasi tentang Marawis khususnya media sosial.

- *Notebook*

Notebook sebagai media tulis yang sangat berguna untuk masyarakat yang berkerja, sekolah, ibu rumah tangga pun juga. Note book ini berfungsi sebagai alat untuk menyimpan berbagai catatan atau tulisan supaya tidak hilang dan lupa.

- Mug/Gelas

Alat yang selalu digunakan untuk minum dirumah setiap hari. Masyarakat akan selalu ingat dengan mug yang didapatkan dari buku Band Tabok Marawis. Menarik minat masyarakat lainnya untuk membeli bukunya dan menggunakannya.

- Flag chain

Flag chain adalah media iklan berbentuk bendera dengan ukuran kecil yang dibuat dari bahan plastic / paper yang di sablon, sehingga daya tahan warna sangat lama. *Flag chain* sangat cocok untuk media promosi yang biasanya dipasang untuk hiasan toko atau kios-kios sehingga sangat cocok untuk lounching produk baru.

III. Strategi Distribusi

Untuk memudahkan penyebaran distribusi media memerlukan strategi distribusi yang tepat. Dengan strategi mendistribusikan melalui toko buku yang sudah terkenal di masyarakat Indonesia yaitu seperti Gramedia, Gunung Agung. Strategi tersebut menjadi target strategi distribusi yang tepat, sesuai dengan keberadaan toko buku tersebut yang sudah dikenal masyarakat sebagai toko buku baik dan lengkap.

Distribusi Media	Agustus 2018	September 2018	Oktober 2018
Media utama			
Buku ilustrasi			
Tahap Informasi			
Flyer			
X Banner			
Media Pendukung			
Kaos			
Totebag			
Stiker			
Gantungan Kunci			
Pembatas Halaman			
Notebook			
Mug/Gelas			

Tabel III.1 Tabel Distribusi Waktu
Dokumen Pribadi
(3/6/18)

Pendistribusian dilakukan dengan cara memasukkan atau menyebarkan buku tersebut ke toko buku ternama yang sudah ditargetkan. Dengan cara ini masyarakat akan mudah mendapatkan buku ini ditempat toko buku favorit masyarakat.

Distribusi Media	Agustus 2018	September 2018	Oktober 2018
Buku Ilustrasi			
Gimmick			
Kaos			
Totebag			
Stiker			
Gantungan Kunci			
Pembatas Halaman			
Notebook			
Mug/Gelas			

Tabel III.2 Tabel Distribusi Cara
Dokumen Pribadi
(3/6/18)

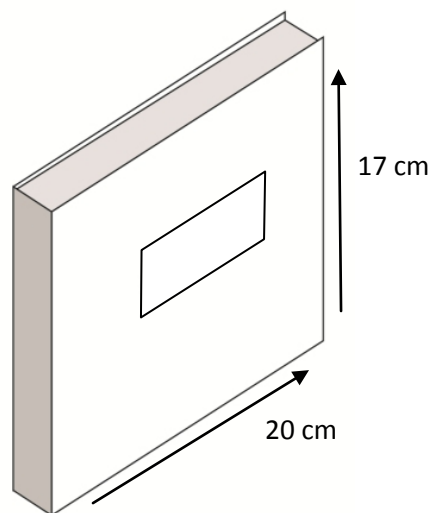
Masyarakat bisa mendapatkan buku tersebut ditoko yang sudah disebar ke toko buku. Tak hanya hanya mendapatkan bukunya masyarakat juga mendapatkan beberapa gimmick hadiah dari buku ini, yang berlaku pada saat promosi buku ini berlangsung. dengan promosi dan gimmick tersebut ditujukan agar banyak peminat untuk membeli dan mendapatkan buku ini.

III.3 Konsep Visual

Dalam menyampaikan media informasi yang baik dan menarik, konsep visual sangat mempengaruhi peran penting untuk sebuah karya. Buku ilustrasi Band Tabok Marawis ini mengambil sebuah konsep visual dengan menggunakan gaya gambar sendiri dengan menggunakan metode gambar digital. Diawali dengan sketsa lalu ke proses digital menggunakan *software* Adobe Illustrator CS 6.

III.3.1 Format Desain

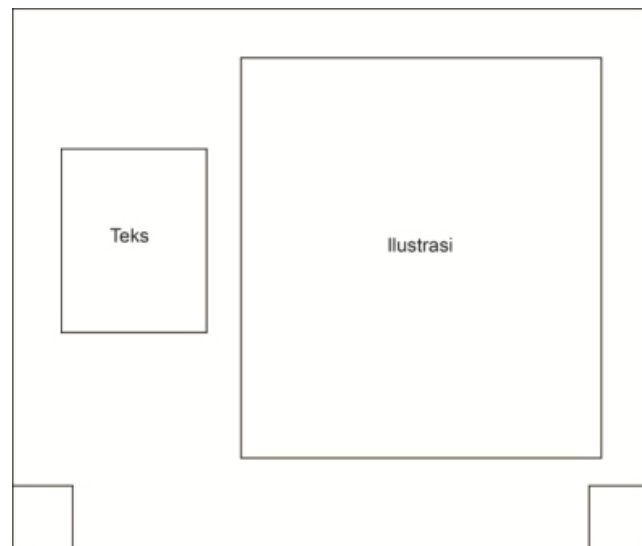
Format desain ini akan membuat buku ilustrasi sebagai media utama, buku ilustrasi berisikan kesenian musik Marawis ini dibuat dengan ukuran 20cm x 17cm dengan format *landscape* atau persegi panjang. Format ukuran ini supaya memudahkan untuk dibaca dengan nyaman, serta mudah untuk dibawa kemana saja.



Gambar III.3 Contoh Sampul
Dokumen Pribadi
(3/6/18)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout adalah menyusun elemen-elemen desain yang menjadi sebuah kesatuan yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk suatu susunan artistik. Tujuan dari *layout* adalah menampilkan susunan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif yang dapat memudahkan pembaca dalam menerima informasi. *Layout* sederhana dibuat dengan menarik agar nyaman untuk dibaca ataupun dilihat visualnya. Tata letak yang baik berfungsi menjadikan kenyamanan untuk pembaca, gambar dan isi yang ada menjadi lebih komunikatif. Gambar visual dibuat lebih dominan dibanding dengan teks, dengan baca arah yang sederhana agar pembaca dapat menangkap pesan yang disampaikan.



Gambar III.4 Tata Letak / *Layout*
Dokumen Pribadi
(3/6/18)

III.3.3 Tipografi

Menurut Roy Brewer (1971) dalam buku "Pengantar Tipografi", Tipografi memiliki arti yang luas, diantaranya penataan dan struktur halaman. Dalam arti yang sederhana untuk mencakup pemilihan, pengaturan, dan hal-hal yang berkaitan dengan pengaturan huruf, tidak termasuk ilustrasi dan elemen lainnya.

Huruf yang digunakan merupakan huruf yang bisa dibaca dengan mudah oleh khalayak sasaran. *Header* menggunakan huruf Sans-Serif dan *body* akan menggunakan Sans-Serif.

Cold Crush
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar III.5 Font 1
Dokumen Pribadi
(3/6/18)

Font *Cold Crush* adalah font gratis lisensi dari *blbk.ink* yang didapat dari *websitenya*, font tersebut juga membuka donasi. *Cold Crush* termasuk dalam huruf sans serif. Font ini digunakan sebagai *headline* pada buku ini karena cocok terlihat padat dan jelas.



MARAWIS

Gambar III.6 Font *Headline*
Dokumen Pribadi
(3/6/18)

Setelah itu font *Calibri* yang disediakan berlisensi gratis untuk digunakan. Font ini digunakan sebagai *subhead/* teks di buku ini. Font-font diatas digunakan agar sangat dengan mudah dibaca oleh khalayak sasaran, *simple*, tidak terlalu serius dan mengikuti tren zaman.

CALIBRI
ABCDEFGHIJKLMNQRSTU-
VWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar III.7 Font 2
Dokumen Pribadi
(3/6/18)

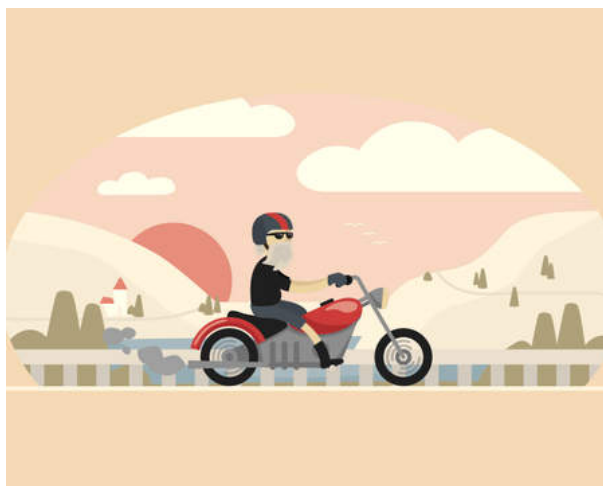
Namun kesenian ini tidak populer di negara Kuwait, sehingga sedikit sekali orang memahami bahwa kesenian ini berasal dari Kuwait.

Gambar III.8 Font Sub/teks
Dokumen Pribadi
(3/6/18)

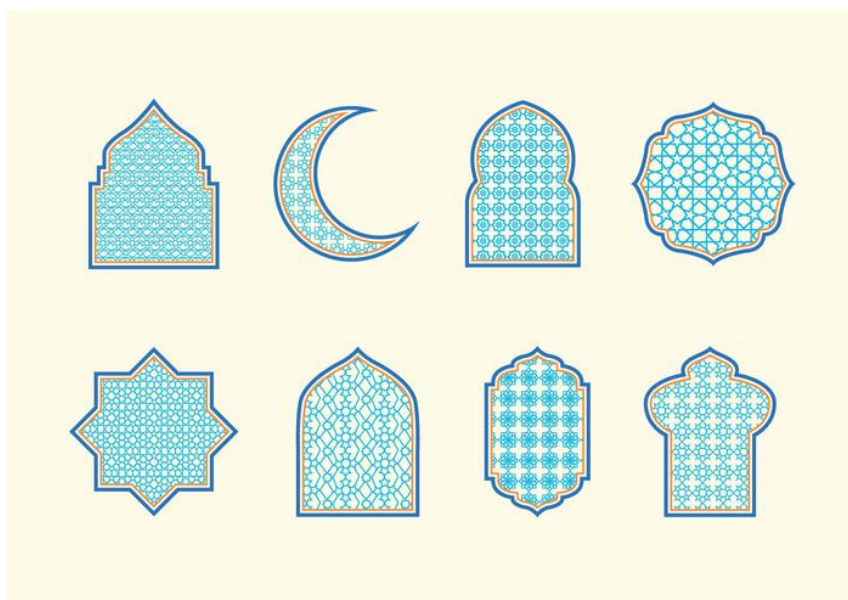
III. 3.4 Ilustrasi

Gaya ilustrasi digunakan yaitu dengan gaya ilustrasi desain vektor. Di setiap bagian isi memunculkan teks lalu diperjelas lagi dengan gambar ilustrasi, dengan begitu dapat membuat pembaca bisa lebih memahami informasi yang disampaikan.

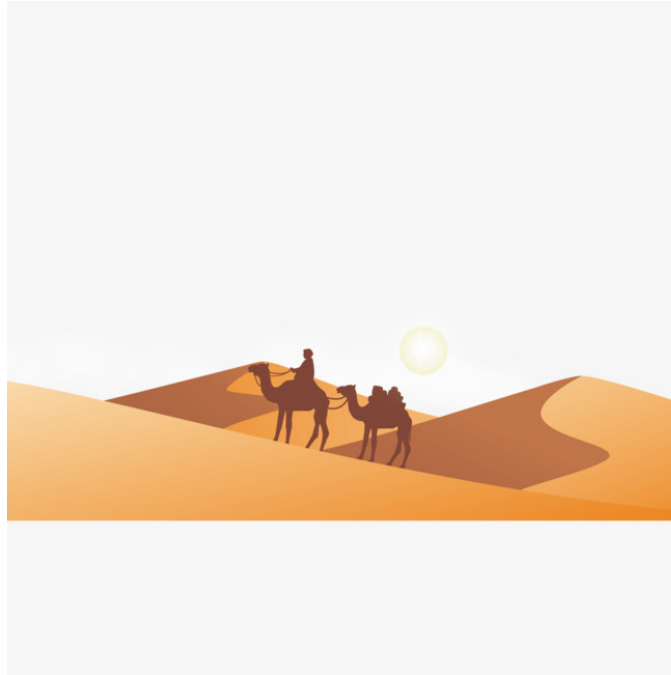
Semua yang ada didalam buku ini menyampaikan pesan dengan gambar/ilustrasi yang sesuai dengan pesan dan sesuai dengan tema/objeknya. Contohnya Marawis yang berasal dari wilayah timur tengah, Marawis yang salah satunya yaitu kesenian Islam.



Gambar III.9 contoh Gaya Ilustrasi
Dokumen Pribadi
(3/6/18)



Gambar III.10 contoh Gaya Ornamen Islami
Dokumen Pribadi
(30/8/18)



Gambar III.11 contoh Gaya Ilustrasi Padang Pasir
Dokumen Pribadi
(30/8/18)

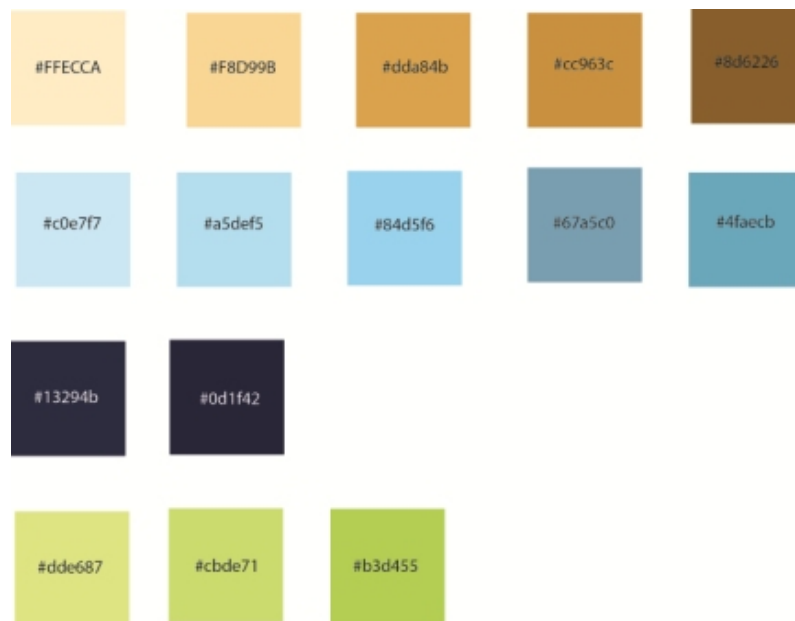
III.3.5 Warna

Sadjiman (2010:3) berpendapat bahwa setiap warna-warna yang itu memiliki karakteristik. Dapat dijelaskan bahwa hal tersebut menjadi ciri-ciri yang dimiliki suatu warna. Karakteristik warna harus dapat di pikirkan dalam mengaplikasikan warna agar tercapai tujuan yang diinginkan oleh desainer.

Menggunakan warna-warna segar dengan dominan biru dan diambil dari ilustrasi bernuasa timur tengah atau padang pasir dengan dominan warna coklat krem. maka didapatkan sebuah konsep warna-warna lembut yaitu warna semi-pastel dengan fokus kepada warna dingin seperti biru dan krem.



Gambar III.12 Referensi Warna
Dokumen Pribadi
(3/6/18)



Gambar III.13 Warna
Dokumen Pribadi
(3/6/18)

Konsep warna ini diambil dari beberapa suasana daerah timur tengah yang didominasi gurun pasir, dengan kesejukan islami dengan warna-warna cerah juga adem dan tentram. Warna ini adalah kategori CMYK. warna CMYK ini sering

digunakan untuk mencetak *offset* seperti mencetak brosur, banner, baliho, spanduk, dan lainnya. Warna yang dihasilkan warna CMYK merupakan warna yang memang digunakan untuk percetakan dibandingkan warna RGB karena warna tersebut digunakan untuk media digital.