

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Menentukan khalayak sasaran bertujuan untuk menentukan target audiens yang tepat dalam menginformasikan pesan yang ingin disampaikan. Target audiens untuk sasaran informasi Pondok Pesantren Nurul Hidayah meliputi:

A. Demografis

Demografis adalah pada dasarnya pembagian kelompok dengan dibedakan melalui usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi, dan pendidikan. Target khalayak sasaran secara demografis yakni:

Usia	: 14-20 tahun
Jenis Kelamin	: Pria dan Wanita
Pendidikan	: SMP-SMA
Status Ekonomi	: Ekonomi menengah kebawah sampai menengah keatas.

B. Geografis

Geografis merupakan pembagian bagian-bagian geografi secara wilayah, kota, desa, dan negara. Target khalayak sasaran secara geografis adalah masyarakat yang tinggal di Cirebon dan sekitarnya

C. Psikografis

Psikografis ialah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen, dilihat dari mengukur gaya hidup, opini, dan minat. Target khalayak sasaran secara psikografis meliputi masyarakat di usia 14-20. Masa remaja akhir dipilih karena menurut Anna Freud dalam bukunya Hurrlock (1994), menguraikan secara singkat ciri-ciri remaja yang menonjol dalam masa- masa remaja akhir sebagai berikut :

- A. Berkemauan dan keinginan mengetahui berbagai hal dengan jalan mencoba segala hal
- B. Memperlihatkan perubahan sikap kearah yang positif untuk menentukan tata nilai baik atau buruk.

D. Consumer Journey

Agar tersampainya ide dan pesan yang ditujukan kepada target audiens melalui penggunaan media yang akan dipakai, maka diperlukan analisis yang baik agar mendapat perhatian dan sasarannya tepat. Tabel *Consumer Journey* sebagai berikut:

Tabel III.1 *Contoh Consumer Journey*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (Desember 2018)

No	Waktu	Kegiatan	Tempat
1	04.00 – 04.15	Bangun pagi	Kamar
2	04.15 – 04.30	Mandi	Kamar mandi
3	04.30 – 04.45	Shalat Subuh	Masjid
4	04.45 – 05.30	Mengaji	Masjid
5	05.30 – 06.00	Persiapan Sekolah	Kamar
6	06.00 – 07.00	Sarapan pagi	Ruang makan
7	08.00 – 13.00	Sekolah	Sekolah

E. Consumer Insight

Berikut ini adalah Insight dari target audiens:

- Tertarik mempelajari ilmu agama
- Suka melakukan hal-hal baik.
- Ingin kegiatan sehari-harinya lebih bermanfaat
- Lebih tertarik untuk bersosialisasi

III.2. Strategi Perancangan

Menurut Cuningham seperti yang dikutip oleh Thesa Kurnia (2015) perancangan adalah menyeleksi dan menghubungkan pengetahuan, fakta, imajinasi dan asumsi untuk masa yang akan datang dengan tujuan memvisualisasikan dan memformulasikan hasil yang diinginkan, urutan kegiatan yang diperlukan dan perilaku dalam batas-batas yang dapat diterima dan digunakan dalam penyelesaiannya. Strategi pembuatan media informasi ini dimulai dengan strategi atau arahan dengan menentukan gagasan, metode dan rencana solusi yang efektif. Dari beberapa masalah yang ada di Pondok Pesantren Nurul Hidayah, maka yang akan dilakukan adalah membuat *sign system* yang belum ada di Pondok Pesantren tersebut dan juga akan dibuat *infotainment map* sebagai pelengkapannya

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Ingin memberikan informasi yang jelas dan efektif mengenai petunjuk arah, papan nama, dan aturan-aturan yang berlaku di Pondok Pesantren Nurul Hidayah dengan jelas dan tepat.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Menurut Mr. William Albi komunikasi merupakan sebuah proses sosial. Proses sosial yang dimaksud adalah sebuah proses pemberian pesan/lambang/symbol yang mana mau tidak mau akan menumbuhkan pengaruh kepada semua proses dan berakibat pada bentuk perilaku manusia dan adat kebiasaan. Dalam perancangan *sign system* di Pondok Pesantren Nurul Hidayah ini adalah menggunakan simbol-simbol, kata-kata, dan gambar yang mudah dimengerti. Agar komunikasi yang

akan dilakukan tepat sasaran diperlukan strategi komunikasi melalui pendekatan *verbal* dan pendekatan *visual*.

A. Pendekatan *Verbal*

Pendekatan *verbal* dalam perancangan ini menggunakan bahasa Indonesia sederhana dan ringan yang biasa digunakan sehari-hari.

B. Pendekatan *Visual*

Pendekatan *visual* yang akan ditampilkan adalah ilustrasi yang telah melalui proses komputerisasi/digital.

III.2.3 *Mandatory*

Dalam proses pembuatan perancangan ini diperlukan *Mandatory* dari pihak terkait. *Mandatory* yakni pihak yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan dari pembuatan media ini. *Mandatory* yang bertanggung jawab dalam perancangan *Sign System* di Pondok Pesantren Nurul Hidayah ialah Yayasan Pendidikan Nurul Hidayah

III.2.4 Materi Pesan

Pesan merupakan suatu proses komunikasi yang merupakan suatu pemikiran dan perasaan melalui lambang-lambang, bahasa, dan lainnya disampaikan untuk oranglain. Materi pesan yang ingin disampaikan berupa informasi tentang lokasi dan aturan-aturan yang harus ditaati oleh khalayak sasaran.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan suatu bentuk kalimat yang memiliki makna dengan menggunakan kata-kata ketika berbicara maupun menulis, supaya mempengaruhi serta meyakinkan orang yang membaca dan menyimak. Gaya bahasa adalah bentuk retorik, yakni penggunaan kata-kata dalam berbicara maupun menulis untuk mempengaruhi dan meyakinkan pembaca atau penyimak (Guntur Tarigan, 2009). Bahasa yang digunakan pada ialah deskriptif, bahasa tersebut dipilih agar para audiens mengerti maksud yang disampaikan dan mudah dimengerti.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi merupakan langkah untuk menentukan arah yang akan dituju agar tercapainya misi sebagai dorongan yang dapat membantu suatu perusahaan dalam menentukannya produk, jasa, dan masa depan pasarnya. (Morrisey, 1995). Sedangkan Kreatif merupakan langkah untuk berkreasi dalam menyelesaikan kasus-kasus dengan mendapatkan ide-ide baru sehingga dapat memiliki fungsi dan kegunaan yang menyeluruh untuk bisa berkembang. (Widyatun, 1999).

Strategi kreatif yang akan dilakukan adalah membuat *sign system* untuk Pondok Pesantren Nurul Hidayah Cirebon yang meliputi informasi papan tanda indentifikasi (*identification*) petunjuk arah lokasi (*direction*), kemudian papan penunjuk aturan (*regulation*) Desain yang dibuat untuk Sign System ini menyesuaikan dengan identitas logo Pondok Pesantren Nurul Hidayah

III.2.7 Strategi Media

Strategi merupakan langkah untuk menentukan arah yang akan dituju agar tercapainya misi sebagai dorongan yang dapat membantu suatu perusahaan dalam menentukannya produk, jasa, dan masa depan pasarnya. Sedangkan media adalah segala alat fisik yang dapat menyajikan pesan yang merangsang yang sesuai untuk belajar, misalnya: media cetak, media elektronik (film, video) (Brigg, 1996).

A. Media Utama

Media utama yang digunakan berupa *sign system* atau dalam bahasa Indonesia disebut sistem tanda. *Sign System* merupakan media interaksi manusia dengan lingkungan dengan rangkaian representasi visual dan simbol grafik, serta dapat sebagai petunjuk bagi mereka yang membutuhkan dengan memiliki fungsi yang jelas dan efisien .

Sign System yang akan dibuat meliputi:

1. Tanda Petunjuk Arah lokasi (*Direction*)

Tanda petunjuk arah adalah tanda-tanda yang mencakup arah panah yang mampu mengarahkan objek sasaran menuju suatu tempat, seperti ruangan, jalan ataupun fasilitas lainnya.

2. Tanda Larangan dan Peringatan (*Regulation*)

Tanda ini bertujuan untuk menginformasikan mengenai apa saja yang tidak boleh dikerjakan atau dilarang. Selain, itu tanda ini juga menghimbau agar audiens berhati-hati.

3. Tanda pengenalan/ nama tempat (*identification*)

Tanda pengenalan adalah tanda yang digunakan untuk membedakan antara suatu objek dengan objek lainnya, seperti identitas kantor, gedung, asrama, dan sebagainya.

B. Media Pendukung

Selain media utama sebagai sarana informasi terdapat juga media pendukung untuk menunjang media utama. Media pendukung meliputi:

A. Infotainment Map

Infotainment Map adalah peta kreatif yang menunjukkan lokasi objek yang akan dikunjungi. *Infotainment Map* berisi peta lokasi Pondok Pesantren Nurul Hidayah yang menerangkan nama objek yang ada, agar mempermudah pengunjung seperti orang tua santri atau calon santri baru untuk mengetahui lokasi objek yang akan dikunjungi.

B. X-Banner

X-banner dicetak untuk mendukung informasi akan tetapi informasi yang dimuat pada media ini tidak lebih untuk audiens yang lebih tertarik pada media utama

C. Brosur/Flyer

Dalam penggunaannya brosur memiliki manfaat namun dengan ukuran yang sangat kecil layaknya sebuah *brosur* pada umumnya. Hal ini untuk memudahkan audiens karena mudah dibawa

D. Pin

Media Pin digunakan, sebagai media sosialisasi kepada masyarakat sekitar ataupun para santri dan udah dibawa.

E. Gantungan Kunci

Media Gantungan Kunci digunakan sebagai media sosialisasi kepada masyarakat sekitar ataupun para santri.

F. Mug

Media Mug digunakan, sebagai media sosialisasi kepada masyarakat sekitar ataupun para santri.

G. Kalender

Kalender adalah bagian-bagian yang selalu berulang dalam satu tahun, dan bermanfaat bagi masyarakat atau individu. Kalender merupakan satu sistem yang membagi suatu tahun menjadi bagian-bagian berulang.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi adalah kegiatan untuk memasarkan dengan maksud melancarkan, memudahkan, serta menyampaikan suatu barang atau jasa dari produsen ke konsumen, hingga kegunaannya sesuai dengan yang diperlukannya. Saluran distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan) (Tjiptono, 2008). Strategi distribusi merupakan penyampaian barang atau jasa melalui suatu proses perencanaan untuk menjangkau sasarannya. Distribusi awal peluncuran media utama, yaitu sign system kemudian dilanjutkan dengan media-media pendukung yang dapat melengkapi penyampaian pesan pada media utama.

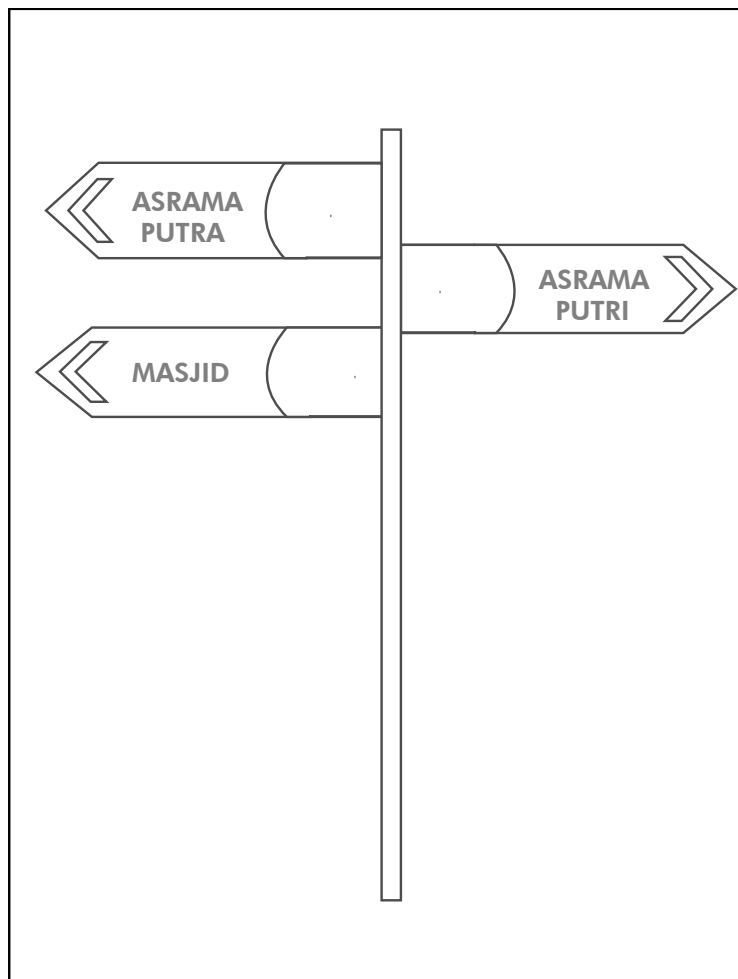
Tabel III. 2 Contoh Penyebaran Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Media	Tahapan											
	Januari				Februari				Maret			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Map												
X-Banner												
Brosur												
Sticker												
Pin & Gantungan Kunci												
Kalender												
Mug												

III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

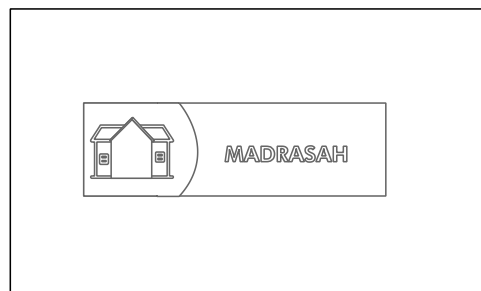
Format desain yang digunakan untuk media informasi *sign system* menggunakan *flat design*, Gaya *flat design* digunakan agar pengunjung bisa mengidentifikasi ikon dari fasilitas yang ada di Pondok Pesantren Nurul Hidayah. Yang visualisasinya disesuaikan dengan segmentasi informasi yang *simple*, efektif, dan informatif.



Gambar III.1 Format Desain Tiang Direksi
Sumber: Data Pribadi (2018)



Gambar III.2 Format Desain Regulasi
Sumber: Data Pribadi (2018)



Gambar III.3 Format Desain Regulasi
Sumber: Data Pribadi (2018)

III.3.2. *Layout*

Layout adalah tata letak dari suatu elemen desain yang di tempatkan dalam sebuah bidang menggunakan sebuah media yang sebelumnya sudah di konsep terlebih dahulu (novifairuzzuhria.blogspot.com, 2013).

Tujuan utama *Layout* pada perancangan media informasi di Pondok Pesantren Nurul Hidayah adalah menampilkan elemen visual yaitu gambar dan teks agar menjadi lebih komunikatif sehingga memudahkan pembaca dalam menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap media *layout* yang disusun selalu mengacu pada konsep awal yaitu penempatan unsur-unsur grafis yang disusun sedemikian rupa untuk mendapat kesan yang menarik juga informatif.

III.3.3. **Tipografi**

Tipografi adalah representasi visual dari bentuk komunikasi verbal yang merupakan properti visual yang utama dan juga efektif (Sihombing, 2001: h.58). Font yang digunakan antara lain:

Futura

Font Futura adalah salah satu Font Sans-Serif dengan gaya geometris yang dirancang dan dikembangkan oleh Paul Renner pada tahun 1927.

FUTURA

**A B C D E F G H I J K L M N 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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
; : " ' < , > . ? / [] { } ~ ` ! @ 3 \$ % ^
& * () _ - = +**

Gambar III.4 Jenis Font Futura Bold
Sumber: Data Pribadi (2018)

FUTURA BK BT BOOK

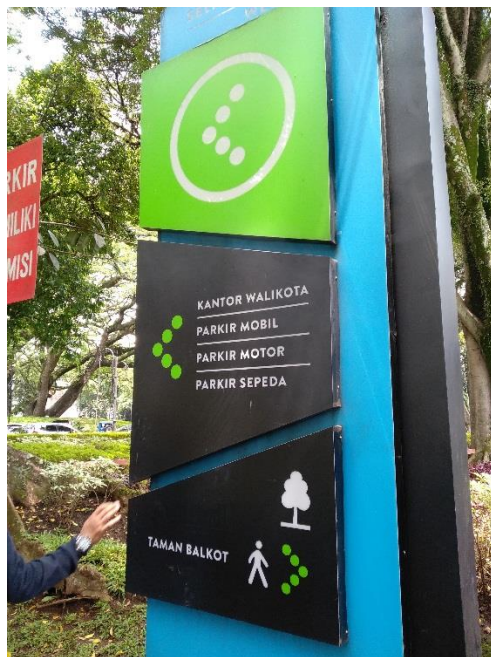
**A B C D E F G H I J K L M N P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
; : " ' < , > . ? / [] { } ~ ` ! @ 3 \$ % ^ & * () _ - = +**

Gambar III.5 Jenis Font Futura BT Book
Sumber: Data Pribadi (2018)

III.3.4. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar yang memiliki fungsi serta sifat yang menerangkan suatu kejadian atau aktifitas. Pengertian ilustrasi awal mulanya berasal dari bahasa Latin "*Illustrare*" yang artinya menerangkan atau menjelaskan. Pengertian ilustrasi adalah suatu gambar yang mempunyai fungsi dan sifat untuk menerangkan sebuah peristiwa. Bahasa Belanda menyebut ilustrasi dengan sebutan "*Ilustratie*" yang artinya sebagai hiasan dengan sebuah gambar atau pembuatan sesuatu yang jelas (gopengertian.blogspot.com, 2017).

A. Referensi Ilustrasi *Sign System*



Gambar III.6 Papan penunjuk arah
Sumber: Data Pribadi (2018)

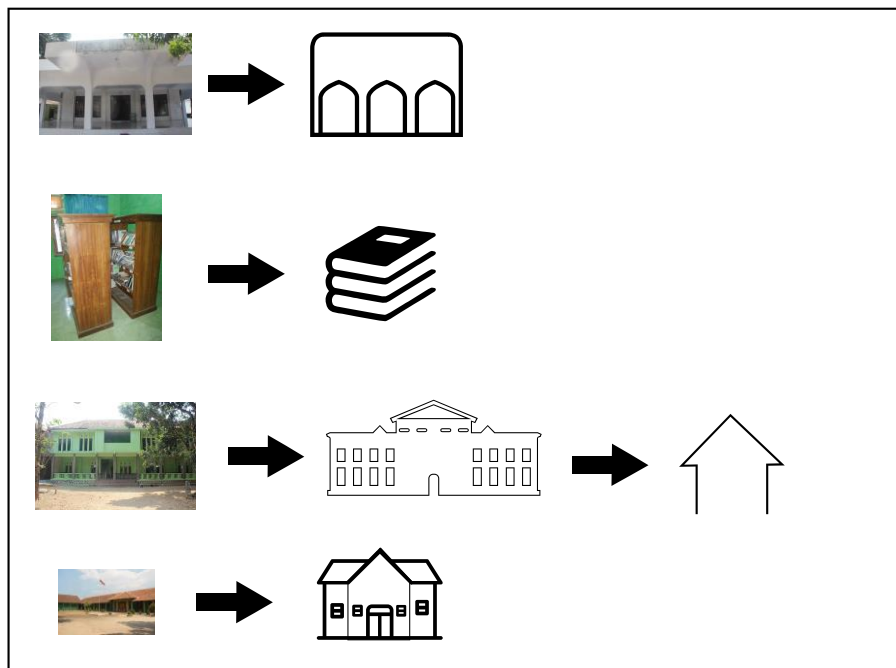


Gambar III.7 Contoh Map dan Regulasi
Sumber: Data Pribadi (2018)



Gambar III.8 Contoh Ikon Regulasi
Sumber: Data Pribadi (2018)

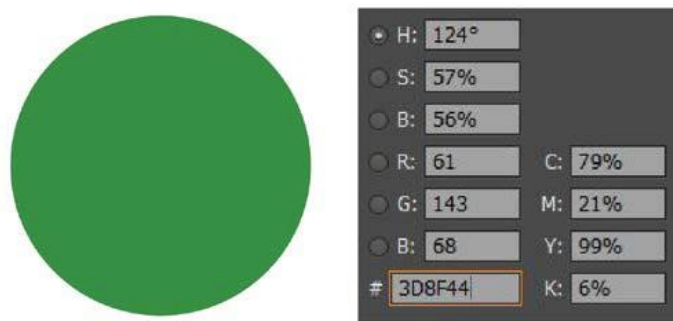
B. Contoh pengayaan visual ikon



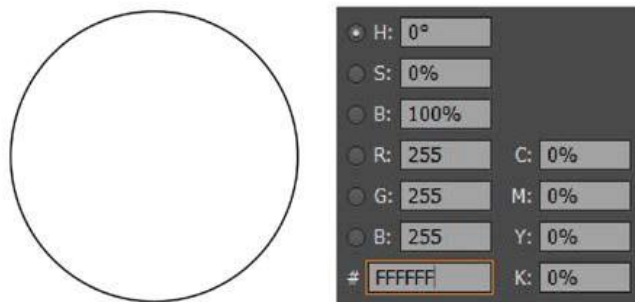
Gambar III.9 Contoh ikon
Sumber: Data Pribadi (2018)

III.3.5 Warna

Warna merupakan pelengkap sebuah gambar yang mewakili suasana hati pembuatnya dalam berkomunikasi. Warna juga unsur yang tajam untuk kepekaan penglihatan sehingga mempengaruhi mood orang yang melihatnya (Kusrianto,2007, h.46). Warna yang digunakan untuk perancangan *sign system* adalah warna dasar dari logo Pondok Pesantren Nurul Hidayah Berikut adalah warna yang digunakan: Anggraeni dan Nathalia (2015) menjelaskan “warna hijau merupakan warna yang menggambarkan alam dan sumber kehidupan” (h.38). Warna ini digunakan untuk direksi dan identifikasi.

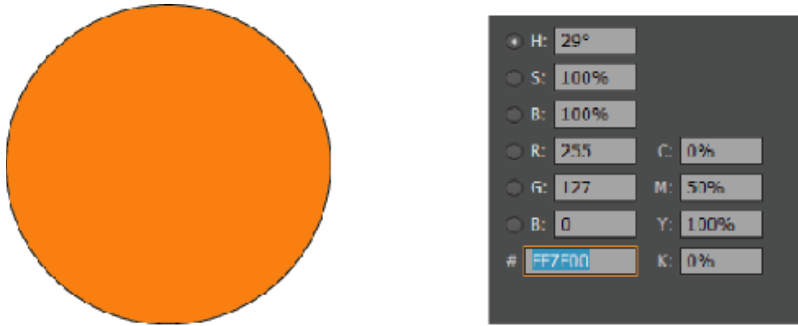


Gambar III.6 Contoh Warna Hijau
Sumber: Data Pribadi (2018)



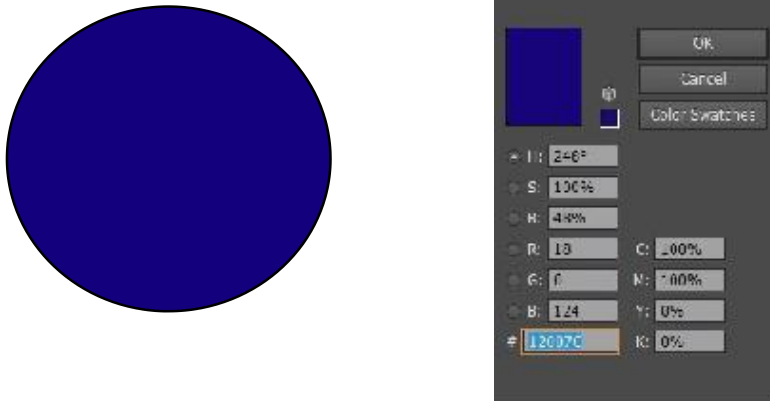
Gambar III.7 Contoh Warna Putih
Sumber: Data Pribadi (2018)

Warna putih melambangkan kesucian, kebersihan, dan netral. Warna putih ini digunakan untuk ikon dan teks, agar bisa teridentifikasi.



Gambar III.8 Contoh Warna Oranye
Sumber: Data Pribadi (2018)

Warna oranye memberi kesan hangat dan bersemangat, optimisme, percaya diri dan ahli dalam bersosialisasi



Gambar III.9 Contoh Warna Biru
Sumber: Data Pribadi (2018)

Warna biru memberikan kesan dinamis, spiritual, tenang, dan lembut