# BAB III
# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

## III.1 Khalayak Sasaran

Dalam perancangan sebuah karya tentunya memiliki sasaran kepada siapa karya ini akan di arahkan, dan faktor - faktor untuk mencapai khalayak sasaran meliputi:

1. Demografis

| | | |
|---|---|---|
| Target | : | Kalangan Remaja sampai Dewasa |
| Gender | : | Semua gender (dominan laki-laki) |
| Usia | : | Pada masa remaja akhir yaitu 17 (awal) sampai 25 tahun (akhir).<br>Karena pada usia tersebut kemampuan berpikir remaja lebih cepat berkembang dan pada masa tersebut adalah masa dimana terjadinya proses pematangan baik itu pematangan fisik, maupun psikologis. |
| Profesi | : | Pelajar, Mahasiswa, dan yang sudah bekerja. |
| Kelas sosial | : | Kalangan menengah sampai kalangan atas. |
| Target primer | : | Kalangan remaja penggemar musik *metal* |
| Target Sekunder | : | Kalangan remaja penggemar musik yang memiliki ketertarikan pada musik *metal* |

2. Psikografis

Remaja yang memiliki kebiasaan mendengarkan musik *metal*

Remaja yang menggunakan gaya pakaian seperti penggemar *metal*

Remaja yang tertarik dengan perkembangan gaya fesyen

Remaja yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi

3. Geografis

Untuk seluruh wilayah Indonesia terlebih di kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, Padang, dan kota-kota lainnya. Dengan adanya komunitas Bandung

*Death Metal* (BDM), selain itu banyak acara dan konser *metal* yang bisa dibilang besar digelar di Bandung, seperti Bandung Berisik dan *Metal Head Solidarity*, dalam hal ini dapat disimpulkan jika masyarakat Bandung memiliki ketertarikan pada musik dan masyarakat Bandung dapat dijadikan sebagai khalayak sasaran. Jakarta juga menjadi tempat yang dijadikan sasaran, karena di kota Jakarta tentu memiliki komunitas penggemar musik *metal* yang banyak, selain itu Jakarta adalah tempat dimana sering diselenggarakannya konser musik *metal* dengan band – band internasional. Namun jika memungkinkan geografis sasaran akan meluas ke luar wilayah Indonesia.

### III.2 Strategi Perancangan

Dengan merancang media informasi edukatif yang berisi pengetahuan mengenai gaya fesyen musik *metal*, serta penjelasan pakaian dan aksesoris yang digunakan pada fesyennya.

Strategi perancangan mengenai gaya fesyen musik *metal* tentu memerlukan beberapa metode, seperti menentukan cara penyampaian informasi agar lebih efektif, serta menentukan gaya visual menarik yang digunakan meliputi ilustrasi dan penggunaan tipografi, untuk kalangan remaja.

#### III.2.1 Pendekatan Komunikasi

a. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang digunakan pada perancangan media informasi ini adalah dengan menggunakan ilustrasi, *layout* dan foto. Ilustrasi yang digunakan pada media informasi ini berupa *vector flat* desain, hal ini bertujuan untuk menambah daya tarik kepada khalayak sasaran, selain itu *layout* akan di tata lebih teratur dengan didukung warna-warna yang sesuai dengan tema perancangan ini. Foto digunakan untuk memberikan gambaran fesyen dari masing-masing *subgenre* pada musik *metal*.

b. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan adalah 2 bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan Inggris, namun tentu lebih dominan menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dalam informasi yang tersedia dalam buku ini, karena bahasa Indonesia akan lebih mudah di mengerti dan dipahami oleh pembaca. Bahasa Inggris digunakan pada tulisan yang tidak dapat diartikan, seperti *thrash metal*, *power metal*, dan lain sebagainnya.

### III.2.2 Strategi Kreatif

Perancangan informasi musik *metal* ini bertujuan untuk memberikan informasi melalui media untuk kalangan remaja, dalam hal ini pengolahan visual ditekankan pada perancangan gaya visual, ilustrasi, pemilihan jenis tipografi, pemilihan warna serta tata letak.

Merancangan tampilan semenarik mungkin agar pembaca tidak bosan, dengan ilustrasi berupa *vector* yang dirancang menjadi ilustrasi infografis fesyen pada musik *metal* yang informatif dan menarik, ditambah elemen – elemen visual seperti kotak, lingkaran pada bagian tertentu untuk penjelasan pada fesyennya, dan merancang *layout* yang tertata dengan baik agar pembaca merasa nyaman saat membaca buku rancangan ini. Selain itu dilengkapi dengan foto-foto fesyen musiknya sesuai dengan apa yang di bahas pada halaman tertentu.

### III.2.3 Strategi Media

Media adalah salah satu hal terpenting dalam penyampaian sebuah informasi, yaitu sebagai alat penghubung untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran. Maka diperlukan media yang sesuai agar informasi mudah dipahami dengan baik. Media yang akan digunakan dalam perancangan media informasi ini berupa media primer dan media sekunder, media primer adalah media utama yang berisi informasi yang lengkap untuk disampaikan, dan media skunder adalah media pelengkap yang menunjang dari media utama.

Media Primer (Media Utama)

Buku Informasi

Media utama yang digunakan dalam perancangan mengenai gaya fesyen musik *metal* ini buku informasi. Buku merupakan media cetak yang memiliki daya tarik dan dapat menampung banyak informasi, selain mudah dibawa dan bisa dibaca dimana saja, buku juga dapat di jadikan koleksi. Dengan dirancangnya buku yang menampilkan informasi, foto dan ilustrasi dan ini, diharapkan akan menambah ketertarikan masyarakat banyak untuk membaca buku, karena pada dasarnya gambar pada sebuah buku ini dapat mudah untuk difahami.

Media Sekunder (Media Pendukung)

Media pendukung merupakan media pelengkap atau tambahan bagi media utama untuk membantu menginformasikan, agar menjadi rangsangan khalayak sasaran untuk memiliki buku mengenai fesyen *metal*.

*1. Poster*

*Poster* adalah media informasi yang dapat menampung banyak informasi yang singkat dan mudah di pahami. *Poster* diperlukan untuk mempromosikan media buku karena media *poster* ini sangat mudah untuk disebarkan dan efektif untuk ditempatkan dimana saja, seperti di dinding, kaca jendela, dan lain – lain, sehingga dapat dilihat oleh orang banyak.

*2. T-shirt*

*T-shirt* di desain berwarna hitam sesuai dengan warna identitas kelompok pada musik *metal. T-shirt* bisa menjadi media promosi gratis untuk mempromosikan buku ini tanpa harus membayar biaya promosi, dan dapat disebarkan secara meluas oleh pemakai. *T shirt* digunakan di saat promosi penerbitan buku oleh para sales buku ini/ karyawan tempat penerbitan.

*3. X Banner*

*X banner* dapat dijadikan media pendukung yang sangat efektif untuk buku informasi ini. Selama proses promosi, *X banner* dapat diletakan diruang lingkup promosi sehingga buku dapat di promosian dengan baik.

*4. Flyer*

*Flyer* dapat memberikan informasi yang lebih jelas kepada khalayak mengenaik buku media ini. *Flyer* akan disebarkan dan dibagikan di sejumlah komunitas, *event-event* musik dan pusat – pusat yang di kunjungi orang banyak yang ada di kota-kota besar di Indonesia.

5. Brosur

Brosur dapat disebar di daerah yang ramai di bandung yang di dominasi oleh kalangan remaja seperti mall, braga, dan di sejumlah komunias, *event – event* pada musik *metal*.

6. Pembatas buku

Pembatas buku diberikan sebagai *gimmick* yang dapat dipakai untuk pembatas buku informasi ini sebagai pendanda.

*7. Patch/Emblem*

*Patch* atau *Emblem* dirancang sebagai *gimmick* di saat mempromosikan media buku. *Patch* dapat dijadikan atribut yang bisa dijahit pada pakaian seperti rompi yang biasa digunakan oleh musisi atau penggemar *metal*.

8. Stiker

Setiap fesyen pakaian biasa mempromosikan pakaiannya melalui stiker, seperti toko pakaian distro dan sebagainya. Stiker yang dijadikan sebagai *gimmick* pada setiap pembelian buku ini, dapat menjadi daya tarik yang cukup efektif bagi khalayak sasaran.

*9. Mini X Banner*

*Mini X Banner* dapat dijadikan media promosi untuk buku informasi ini. Selain itu *Mini X banner* juga bisa di tempatkan dimana saja. Selama proses promosi, *Mini X Banner* dapat diletakkan di sebelah buku informasi yang di promosikan.

10. *Pick* Gitar

*Pick* dapat menjadi media promosi yang cukup menarik dalam perancangan ini, *pick* gitar dijadikan *gimmick* disetiap pembelian buku ini.

11. *Paper Bag*

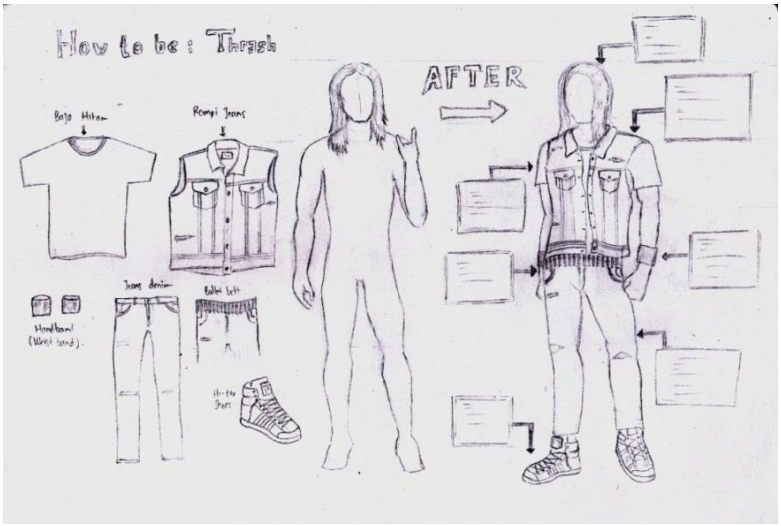
*Paper bag* dapat mewakili promosi ini sebagai pembungkus dari setiap pembelian buku gaya *fashion* pada musik *metal* ini.

### III.2.4 Strategi Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan menyalurkan suatu produk kepada khalayak sasaran. Dalam perancangan ini distribusi akan disebarkan ke toko buku di kota-kota besar seperti kota Bandung, Jakarta, Surabaya, dan Yogyakarta. Alasan dipilihnya distribusi di kota-kota besar karena masyarakat modern sebagian besar tinggal disana dan juga sesuai dengan khalayak sasaran.

## III.3 Konsep Visual

Dalam perancangan terdapat beberapa ilustrasi gambar yang memberikan daya tarik dalam membaca buku fesyen musik *metal* ini. Memiliki banyak visual ilustrasi dan infografis sehingga buku ini terlihat menarik dan mudah dimengerti. Ilustrasi pada buku menggunakan sketsa manual dan foto. Gaya visual yang diambil dalam buku bergambar ini adalah *vector* dengan elemen grafis beserta ilustrasi yang bersangkutan dengan musik *metal* beserta elemen-elemen pada musik *metal*.




Gambar III.1 Sketsa Perancangan

Sumber: Dokumen Pribadi (2015)



Gambar III.2 Referensi Visual Karakter pada Perancangan

Sumber: https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/86/32/b6/8632b66308f48d07b38bd91aff93605b.jpg (14 Juni 2015)

Perancangan visual awal menggunakan pensil dan kemudian di *trace* pada aplikasi *illustrator*, gaya gambar yang dibuat mengambil referensi dari komik *marvel* yang menggambarkan karakter dengan badan yang ideal, namun lebih sederhana karena perancangan karakter menggunakan gaya *flat design*.



Gambar III.3 Hasil Perancangan Karakter

Sumber: Dokumen Pribadi (2015)

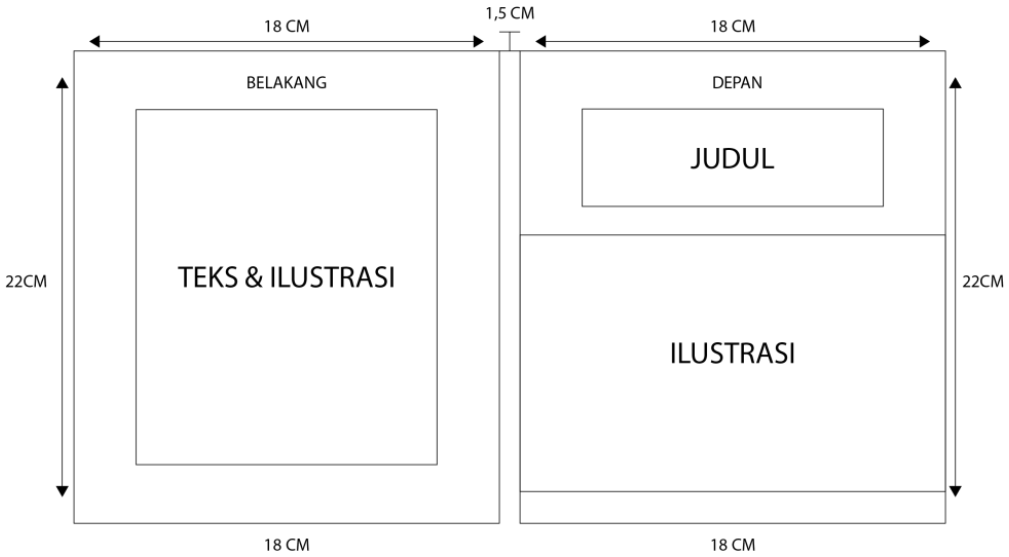
Selain dari pada itu perancangan ini juga juga didukung dengan pendekatan warna, penggunaan huruf pada buku dan tata letak (*layout*) yang disesuaikan agar mudah difahami. Warna yang digunakan dalam buku ini tentunya menggunakan warna khas dari karakter musik metal yaitu gelap, tapi untuk beberapa ilustrasi juga mengambil ciri khas warna dari masing-masing *subgenre* pada *genre metal*, seperti warna hitam untuk *black metal*, perah pekat untuk *power metal*, dan biru tua untuk *nu metal*.

### III.3.1 Format Desain

Buku mengenai gaya fesyen pada musik *metal* ini berukuran 18x22cm, dengan ukuran yang tidak terlalu besar dan dirasa paling pas untuk ukuran buku yang berisi ilustrasi, sehingga tidak terlalu banyak *space* kosong. Isi dalam buku ini adalah sejarah dari perkembangan musik metal secara singkat dam informasi karakter dari beberapa *subgenre* musik *metal*.

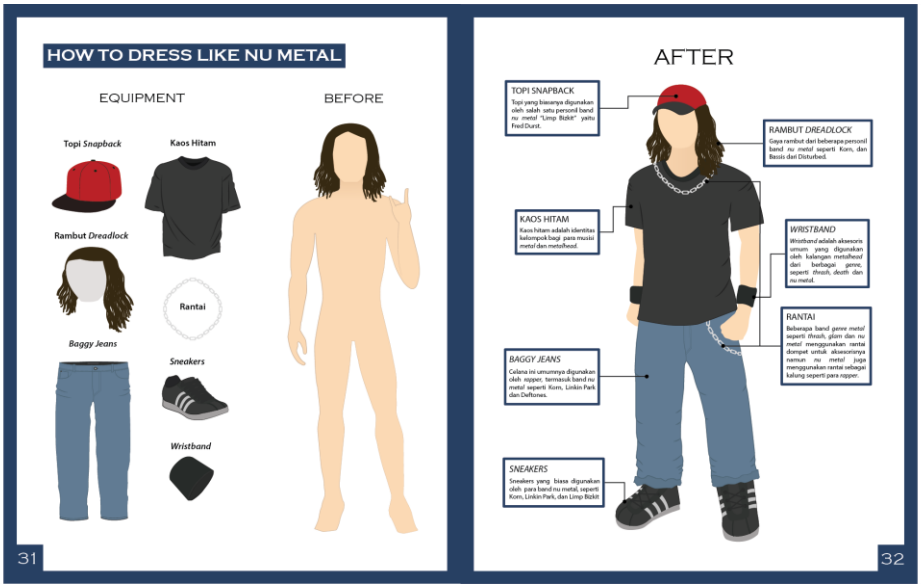
### III.3.2 Tata Letak (*layout)*

Layout yang digunakan dalam buku informasi gaya fesyen pada musik *metal* ini dibuat sedemikian ekspresif. Penataan sebaik mungkin dalam perancangan ini untuk menghasilkan komposisi desain yang menarik komunikatif dan menyenangkan pembaca (Rustan, 2010, h57), namun tetap menggunakan standar *layout* sebuah buku informasi, terutama dalam hal penempatan teks dan tingkat keterbacaan.




Gambar III.4 Tata Letak pada Sampul Buku Informasi Fesyen *Metal*

Sumber: Dokumen Pribadi (2015)

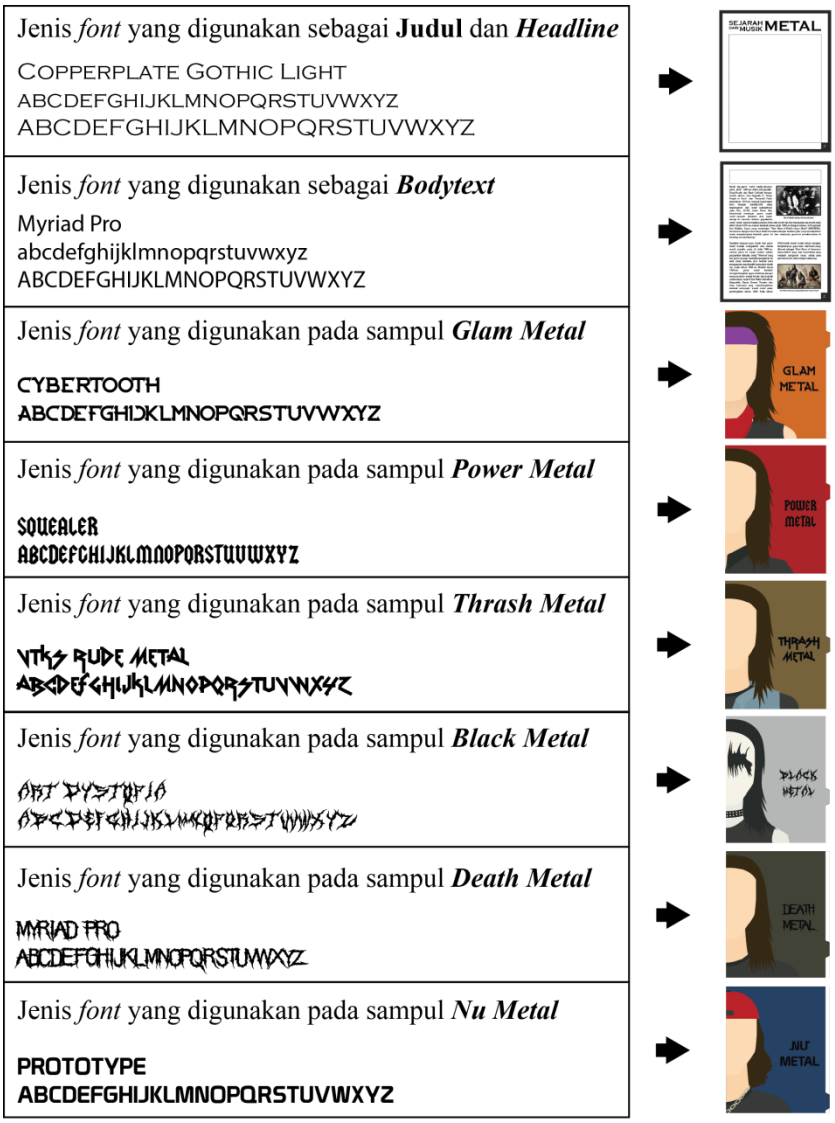



Gambar III.5 Hasil Perancangan Tata Letak pada Halaman *genre nu metal*

Sumber: Dokumen Pribadi (2015)

### III.3.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan adalah tipografi yang dipilih sesuai tema yang sudah ditentukan. Oleh karena itu penggunaan font yang digunakan adalah *Copperplate Gothic Light*, dan font *Myriad Pro* untuk isi teksnya. Selain itu, ada beberapa font yang mewakili masing-masing *subgenre* pada perancangan ini seperti, *Cybertooth* untuk *glam metal*, *Squealer* untuk *power metal*, *Art Dystopia* untuk *black metal*, *VTKS Rude Metal* untuk *thrash metal*, *The Grim Raiders* untuk *death metalI* dan *Prototype* untuk *nu metal*.

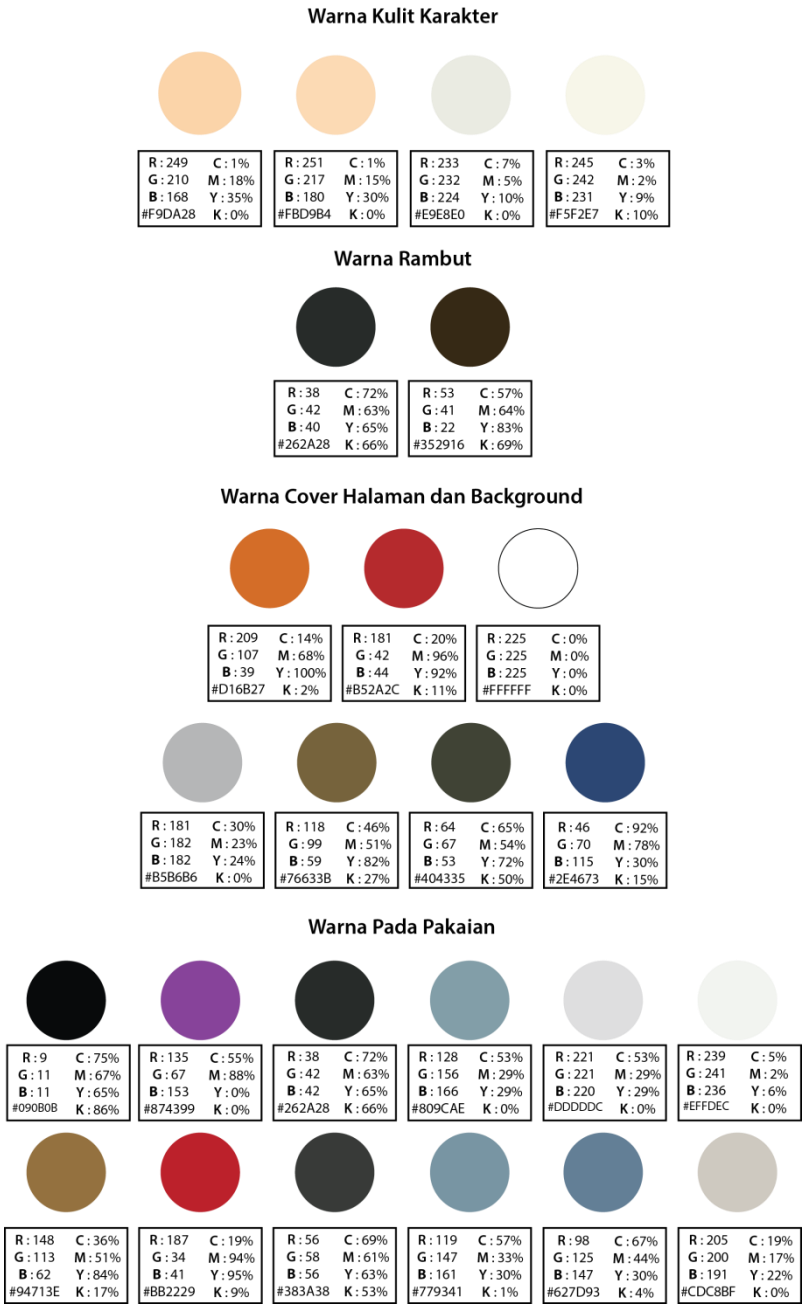



Gambar III.6 Jenis *font* yang digunakan pada buku

Sumber: Dokumen Pribadi (2015)

### III.3.4 Warna

Salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian pembaca adalah warna. (Rustan, 2010, h;70) Pemilihan warna pada buku ini menggunakan sedikit warna cerah, *doff* dan gelap karena disesuaikan dengan tema musik *metal*. Warna *background* setiap halaman yaitu putih, agar bacaan dan gambar pakaian tidak buram ataupun terlalu kontras.




Gambar III.7 Warna pada sampul dan isi dari buku

Sumber: Dokumen Pribadi (2015)