BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Dalam strategi perancangan ada penyampaian pesan-pesan yang disampaikan melalui strategi komunikasi. Dalam merancang suatu strategi komunikasi harus memahami produk, jasa atau informasi yang akan dikomunikasikan dan memahami proses kerja perancangan dan produksi, menguasai ketajaman sasaran sehingga dapat disimpulkan bentuk pendekatan yang mudah dipahami dan komunikatif, serta yang terpenting adalah pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat menimbulkan kesan agar penerima informasi dapat melakukan tindakan. Dalam strategi perancangan gambar diletakan secara berurutan dimana urutan gambar berupa petunjuk apabila terjadi bencana gempa bumi sehingga dapat memudahkan dalam membaca suatu informasi.

3.1.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu perancangan atau rencana untuk mencapai suatu tujuan, maka strategi komunikasi yang dilakukan dalam mengkomunikasikan perancangan ini adalah dengan menggunakan srategi komunikasi yang bersifat informatif, efektif dan efisien yang dapat memberikan informasi mengenai antisipasi gempa bumi kepada masyarakat.

3.1.2 Tema Dasar Komunikasi

Pesan utama komunikasi merupakan salah satu unsur penting yang merupakan penjabaran dari strategi komunikasi. Pesan utama komunikasi bertindak sebagai landasan utama dalam perancangan media. Pesan utama yang akan disampaikan dari

perancangan ini adalah “Menginformasikan antisipasi bencana alam gempa bumi.”

3.1.3 Materi Pesan

Dalam usaha perancangan media informasi mengenai antisipasi gempa bumi. Materi pesan yang akan disampaikan dari perancangan ini adalah “antisipasi bencana alam gempa bumi.” Hal apa saja yang harus dilakukan saat dan setelah gempa terjadi, kemudian apa yang harus dilakukan jika beada di dalam ruangan maupun jika di luar ruangan.

3.1.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif harus dapat menerjemahkan pesan yang ingin disampaikan ke dalam bahasa visual melalui sebuah media penghubung. Strategi kreatif sangat penting dalam perancangan media-media, karena pesan yang ingin disampaikan jelas dengan memanfaatkan elemen grafis yang sama sebagai benang merah pada setiap media yang dibuat. Adapun benang merah pada setiap informasi ini adalah menggunakan jenis huruf yang sesuai dengan gempa bumi, warna background disesuaikan dengan warna coklat yang menyerupai warna tanah.

Agar informasi yang dilakukan mendapatkan tanggapan yang positif dan dapat diterima dengan baik oleh para penerima informasi, yaitu dengan cara pembuatan tagline dan pencarian gagasan visual.

1. Pembuatan Tagline

Konsep pendekatan kreatif dalam pembuatan tagline visual yaitu dengan menganalisis target sasaran yang dilihat dari segmentasi demografi, geografi dan psikografi kemudian

menghasilkan kata atau kalimat yang akan dijadikan tagline. Dalam kasus ini didapat tagline “WASPADAI GEMPA BUMI”, tagline tersebut dianalisis dari target sasaran salah satunya dari segmentasi psikografi yang dapat memunculkan emosional seseorang, sehingga muncul kata “WASPADAI” secara psikologis yang berarti berhati-hati atau hambatan, karena fenomena yang ada di masyarakat tentang gempa bumi memberikan trauma bagi masyarakat.

2. Pencarian Gagasan Visual

Pencarian gagasan visual berawal dari pemahaman tagline visual dan pesan yang ingin disampaikan pada khalayak, gagasan visual berawal dari pemahaman pesan apa yang harus disampaikan, dapat menjelaskan dan menegaskan lalu mencari apa yang harus disampaikan dengan bahasa visual kemudian ditemukan gagasan visual. Pencarian gagasan visual disesuaikan dengan target sasaran dan tema, dalam perancangan ini tema yang diangkat yaitu antisipasi bencana alam gempa bumi maka pengambilan gagasan visualnya dapat dilihat dari keadaan setelah terjadi gempa, adanya retakan pada tanah, retakan pada dinding, kerusakan bangunan yang roboh sehingga visualisasi tersebut dapat memunculkan gagasan visual.

3.2 Konsep Visual

Konsep visual dalam perancangan media informasi diusahakan tidak hanya menampilkan informasi mengenai antisipasi bencana gempa bumi saja tetapi juga disartai konsep penggunaan media secara efektif dan efisien. Harmonisasi gaya, kesan, layout, warna, format desain dan sebagainya dimaksudkan untuk memperkuat komunikasi pesan yang ingin disampaikan.

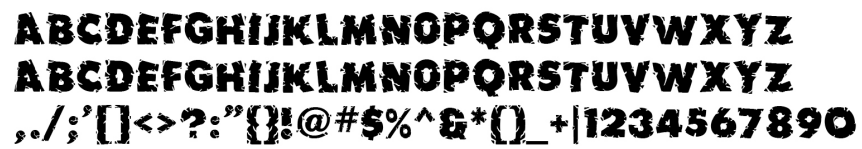
3.2.1 Format Desain

Penataan letak unsur-unsur grafis, text dan gambar yang menjadi kesatuan baru yang ditampilkan pada media informasi ini dan dalam perancangan media informasi ini untuk tagline digunakan dengan bahasa yang mudah dipahami, seperti “WASPADAI GEMPA BUMI” dan “ KAPANPUN DAN DIMANAPUN BISA TERJADI.”

3.2.2 Tipografi

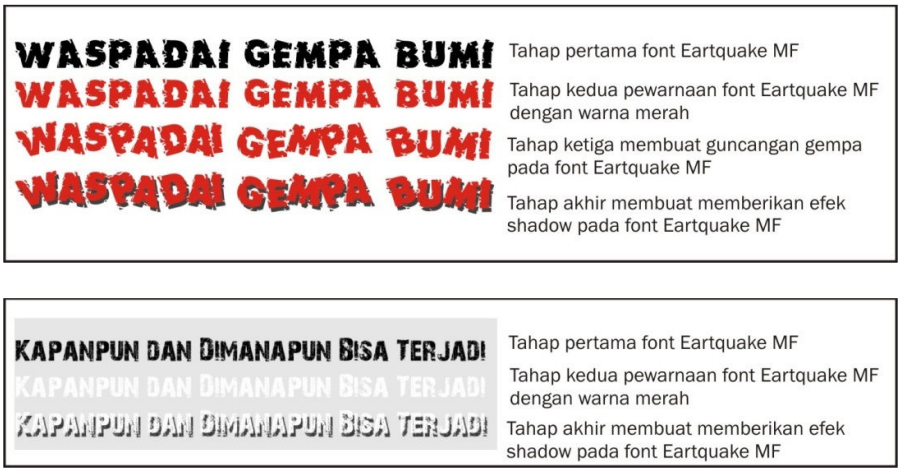
Jenis huruf yang digunakan dalam media informasi ini adalah huruf yang memiliki karakter kuat, jelas dan huruf yang mempunyai tingkat keterbacaan yang baik agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat dilihat dengan jelas dan sampai pada sasaran. Adapun jenis huruf yang digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah Earthquake MF, Calibri dan Comic Sans MS.

Earthquake MF



Earthquake Mf digunakan dalam penempatan font pada tag line visual, pemilihan jenis huruf ini dikarenakan karakter huruf yang

mempunyai visualisasi retakan atau belahan seperti yang ada pada gempa bumi.



Gambar 3.1 Perancangan Font pada Tag line

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

,./;’[]<>?:”{}!@#$%^&*()_+|1234567890

Calibri digunakan dalam penempatan font pada isi atau text, pemilihan jenis huruf ini dikarenakan mempunyai tingkat keterbacaan yang jelas dan padat.

Comic Sans MS.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

,./;'[]<>?:"{}!@#$%^&*()_+|1234567890

Comic Sans MS digunakan dalam penempatan font pada balon text, pemilihan jenis huruf ini dikarenakan mempunyai tingkat keterbacaan yang jelas dan mempunyai karakter huruf yang santai.

3.2.3 Ilustrasi

Ilustrasi berguna untuk menjelaskan isi dari media informasi tersebut, ilustrasi juga sebagai pesan yang mewakili tulisan. Adapun ilustrasi yang digunakan dalam media informasi ini adalah sebagai berikut:

- Ilustrasi seseorang yang sedang menunduk di bawah meja, maksud dari visual tersebut adalah menggambarkan cara perlindungan dengan berlindung di bawah meja yang kokoh.



Gambar 3.2 Ilustrasi orang yang sedang menunduk dibawah meja

- Ilustrasi seseorang yang sedang menunduk dengan memegang kepala, maksud dari visual tersebut adalah menggambarkan cara perlindungan dengan berlindung dengan memegang kepala.



Gambar 3.3 Ilustrasi orang yang sedang menunduk dan memegang kepala

- Ilustrasi seseorang yang sedang berlari menjauhi jendela, maksud dari visual tersebut adalah menggambar cara perlindungan dengan menjauhi benda-benda yang mudah roboh atau benda-benda yang mengantung.



Gambar 3.4 Ilustrasi orang yang sedang berlari

- Ilustrasi seseorang yang sedang berpijak, maksud dari visual tersebut adalah menggambarkan cara perlindungan dengan memperhatikan tempat berpijak dan hindari apabila ada retakan.



Gambar 3.5 Ilustrasi orang yang sedang berpijak

- Ilustrasi reruntuhan batu, maksud dari visual tersebut adalah menggambarkan cara perlindungan dengan mewaspadai reruntuhan batuan dari atas akibat gempa bumi.



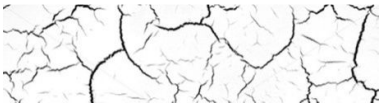
Gambar 3.6 Ilustrasi reruntuhan batu

- Ilustrasi seseorang yang sedang menjauhi mobil, maksud dari visual tersebut adalah menggambarkan cara perlindungan dengan berlari ketempat yang lebih aman.



Gambar 3.7 Ilustrasi orang yang sedang menjauhi mobil

- Ilustrasi retakan, maksud dari visual tersebut adalah menambah kesan gempa bumi dengan retakan.



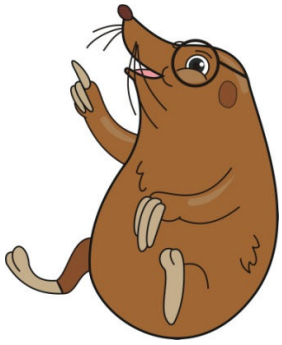
Gambar 3.8 Ilustrasi retakan tanah

- Ilustrasi pemandangan alam, maksud dari visual tersebut adalah memberikan kesan alam karena gempa bumi merupakan bencana alam.



Gambar 3.9 Ilustrasi alam

- Ilustrasi seekor tikus tanah yang sedang menunjuk, maksud dari visual tersebut adalah menggambarkan seekor tikus tanah yang memberikan "tips apabila terjadi gempa bumi". Tikus tanah diambil sebagai simbol dari gempa bumi karena tikus ini berasal dari dalam tanah.



Gambar 3.10 Ilustrasi seekor tikus tanah

- Ilustrasi garis lengkung yang mencerminkan atau mengaplikasikan gelomang seismik yang sering ada pada gempa bumi, gelombang yang dapat merambat dan menyebabkan retakan pada permukaan bumi.

Gambar 3.11 Ilustrasi garis lengkung

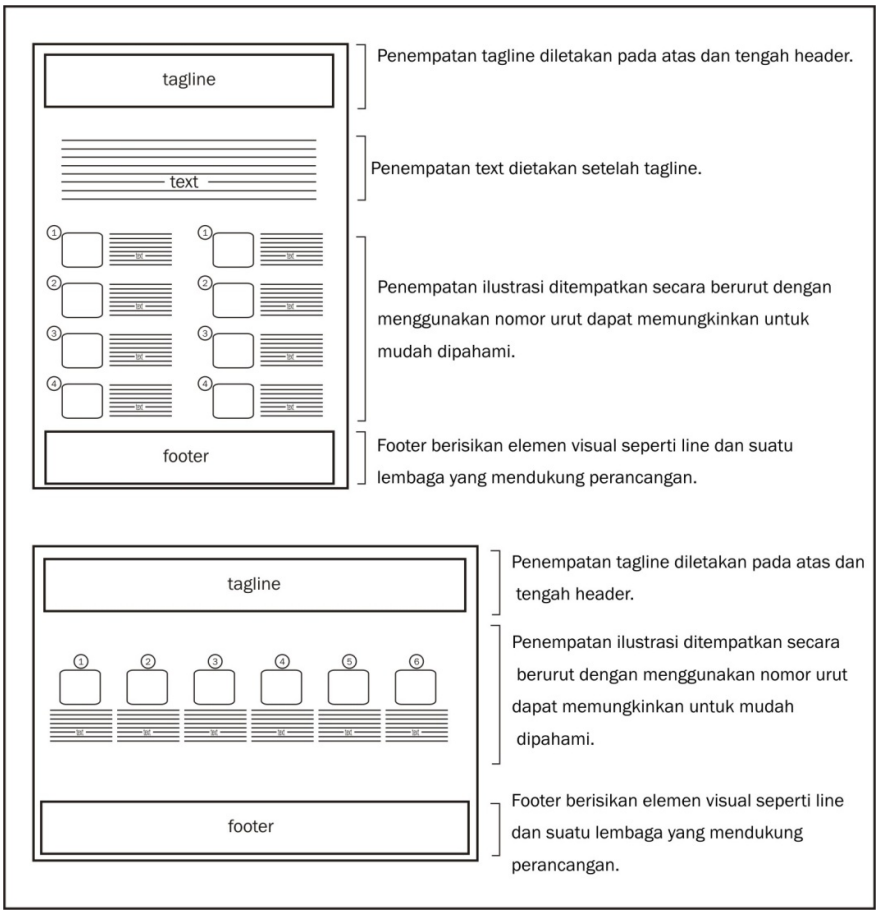
3.2.4 Warna

Warna yang akan diterapkan pada perancangan media Informasi antisipasi bencana alam gempa bumi warna coklat tua banyak dipakai karena warna ini memiliki keterkaitan dengan gempa bumi, warna ini diambil dari warna tanah. Sedangkan warna lainnya diambil dari turunan warna coklat tua. Selain itu warna kuning pada media digunakan sebagai point-point antisipasi gempa bumi, warna kuning bisa mewakili kesan kehangatan, semangat, keseimbangan dan merupakan simbol kehati-hatian. Warna merah di gunakan pada tag line, warna merah ini mewakili kesan kekuatan dan kesungguh-sungguhan dan warna merah juga sebagai menjadi warna pokok pandangan mata.



3.2.5 Tata Letak

Tata letak yang digunakan pada setiap media informasi yaitu *landscape* dan *potrait*. Untuk penempatan tagline diletakan pada atas dan tengah, penempatan text dietakan setelah tagline, ilustrasi ditempatkan secara berurut dengan menggunakan nomor urut dapat memungkinkan untuk mudah dipahami serta footer berisikan elemen visual seperti line dan lembaga yang mendukung perancangan.



Gambar 3.12 Tata letak

3.3 Strategi Media

Strategi media sangat penting untuk menyampaikan suatu pesan kepada khalayak agar dapat mengetahui informasi tersebut maka dibutuhkan sebuah media. Pemilihan media bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat dirasakan oleh target sasaran atau khalayak. Pemilihan media berdasarkan pada permasalahan yang menjadi pemikiran dan diharapkan dapat menjadi solusi.

3.3.1 Pemilihan Media

Didasarkan pada permasalahan yang menjadi pemikiran penulis, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Berikut ini pemilihan media :

1. **Media Utama Antisipasi Gempa Bumi**

   - **Poster**

     Sebagai media utama antisipasi gempa di dalam poster tersebut akan di jelaskan informasi yang berorientasi pada tagline ”WASPADAI GEMPA BUMI”. Poster dalam penyampaiannya jelas, tidak terlalu singkat karena media ini dapat dilihat dan di mengerti secara tenang atau santai. Penempatan media poster dapat ditempatkan disekitar yang sering dilalui masyarakat.

2. **Media Pendukung Antisipasi Gempa Bumi**

   - **Brosur**

     Media Brosur dapat memuat informasi atau penjelasan tentang suatu produk. Media cukup efektif karena Informasi dalam brosur ditulis dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu singkat. Brosur juga didesain agar menarik perhatian, dan dicetak di atas kertas yang baik. Media brosur ini dapat di bagikan secara Cuma-Cuma.

   - **Baliho**

     Media baligho salah satu media dalam menyampaikan sebuah pesan dalam bentuk visual dan lebih mengingat

tentang antisipasi gempa bumi. Media baligho cukup efektif karena dapat di tempel di tempat-tempat yang strategis.

- **X-Banner**

  X-Banner ini adalah terobosan baru yang sering dipakai sebagai media informasi yang banyak di lihat di tempat umum seperti kecamatan, lelurahan dan lain sebagainya.

- **Spanduk**

  Media spanduk menempatannya hampir sama dengan baligho yaitu salah satu media dalam menyampaikan sebuah pesan dalam bentuk visual dan lebih mengingat tentang antisipasi bencana alam. Media baligho cukup efektif karena dapat di tempel di tempat-tempat yang strategis.

- **Flayer**

  Media Flayer merupakan media yang efektif karena ongkos produksinya yang cukup terjangkau dan Informasi disampaikan dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu yang singkat. Media ini dapat sebarkan secara Cuma-Cuma.

- **Billboard**

  Media Billboard Mempunyai fungsi untuk memberikan suatu informasi yang singkat, padat dan jelas kepada target market. Media iini dapat dilihat dengan jelas yang ditempatkan di pinggir jalan.

- **Umbul-umbul**

  Media umbul-umbul merupakan media luar ruang yang terpasang di lokasi yang di pinggir jalan raya atau tempat/bangunan strtegis hal ini efektif bagi yang melintas.

- **Barikade**

  Media barikade sering terlihat di tengah jalan, media sangat efektif bagi pengendara yang melintas dapat melihat sejenak media ini. Penempatan media dapat di tempatkan jalan yang sering di lewati oleh masyarakat yang berkendara.

- **Kaos**

  Kaos ini sebagai media pendukung dan dipakai oleh masyarakat Kabupaten Bandung (Pangalegan) yang di bagikan secara cuma-cuma oleh Dinas Pemerintahan Kab.Bandung.

- **Stiker**

  Media Sticker merupakan media yang efektif karena ongkos produksinya yang cukup terjangkau dan Informasi disampaikan dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu yang singkat. Media ini dapat sebarkan secara cuma-cuma.

3.3.2 Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Berdasarkan target khalayak yang berdomisili di daerah kabupaten maka penyebaran media didasarkan pada kemampuan daya jangkaunya yang luas dan efektif serta membangkitkan *awareness* atau kesadaran. Sehingga dalam pemilihan medianya langsung berhubungan dengan kehidupan target khalayak.

3.3.3 Jadwal Penyebaran Media

Jadwal penyebaran media dilakukan selama 3 bulan. Penyebaran dilaksanakan pada akhir bulan Desember 2010 dan berakhir pada bulan Maret 2011, kemudian akan ditinjau atau diulang bila diperlukan. Penyebaran media ini dilaksanakan pada peringatan hari bencana alam gempa bumi, misalnya pada hari yang bertepatan dengan bencana gempa di aceh yang ada pada akhir desember.

Media	Desember				Januari				Februari				Maret			
Poster			■	■	■				■				■			
Billboard						■				■				■		
Spanduk				■			■				■				■	
Umbul-umbul								■				■				■
X Banner				■		■				■				■		
Brosur				■			■				■				■	
Flayer					■				■				■			
Barikade				■		■				■				■		
Calender								■				■			■	
Stiker							■				■			■		
Kaos					■				■				■			
Pin & Jam						■				■				■		

Tabel 3.1 Jadwal Penyebaran Media

Media-media tersebut akan di tempatkan di tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat seperti tempat umum atau tempat sosial diantaranya kecamatan, kelurahan dan lain sebagainya, dan untuk media brosur, flayer, kalender, stiker, kaos, pin dan jam dapat disebarkan kepada masyarakat melalui Dinas Pemerintahan Kabupaten Bandung.