BAB III

KONSEP PERANCANGAN VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Permasalahan yang ditemukan di Taman Budaya Jawa Barat adalah kurangnya promosi yang dilakukan dalam meningkatkan pertunjukan pagelaran seni di sarana panggung Taman Budaya Jawa Barat kepada sanggar seni yang ada di Jawa Barat. Dalam hal pemecahan masalah yang ada di Taman Budaya Jawa Barat dengan melakukan promosi penyebaran media yang dilakukan dengan penempelan media di berbagai pusat kesenian dan mengunjungi tempat-tempat yang mempunyai sanggar khas kesenian tradisional Jawa Barat.

Penyampaian informasi dalam bentuk media promosi di harapkan menjadi salah satu cara supaya meningkatkan penggunaan sarana yang ada yaitu panggung teater di Taman Budaya Jawa Barat.

3.2 Strategi Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi kepada target sasaran supaya bisa dipahami dan jelas apa maksud dari media yang dibuat. Dengan melakukan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.

Agar pesan yang disampaikan dari media dapat dipahami oleh target sasaran maka dilakukan suatu pendekatan dengan cara melakukan strategi melihat membaca dan memahami oleh target sasaran melalui media - media promosi dengan visualisasi dan teks yang mudah di pahami.

3.3 Tujuan Komunikasi

Didalam perancangan media promosi yang berupa poster dilakukan suatu rancangan agar target sasaran berminat untuk memakai fasilitas yang ada di Taman Budaya Jawa Barat dengan cara membuat suatu poster yang menarik minat dan mempengaruhi target sasaran.

Tujuan perancangan media promosi Taman Budaya Jawa Barat adalah:

a. Meningkatkan penggunaan sarana pagelaran seni di Taman Budaya Jawa Barat.
b. Menjaga pelestarian kesenian Jawa Barat agar tidak tergeser dengan zaman modern.
c. Sebagai pusat kebudayaan Jawa Barat dan pelestarian seni dan budaya.

3.4 Pesan Utama

Taman Budaya Jawa Barat kurang dapat dikenali dalam hal pertunjukan seni sehingga dibutuhkan media promosi.

3.5 Materi Pesan

Tujuan dari pembuatan media promosi ini adalah untuk lembaga masyarakat atau sanggar kesenian tradisional materi yang disampaikan yaitu memperkenalkan keunggulan dan kelebihan yang dimiliki Taman Budaya Jawa Barat.

3.6 Strategi Kreatif

Media yang di gunakan adalah media promosi yang berupa poster di dalamnya terdapat potongan-potongan foto yang di tumpuk menjadi satu. Diantaranya Wayang Kulit, Tarian Kukupu, Batik Cirebon Nagasaba, Wayang Golek siCepot, Suling, Bonang, Gamban, Angklung, Goong, Tari Ranggeuyan Kemang Hareupan, Pintu, dan Pilar Teater Taman Budaya. sehingga muncul kesan baru yaitu di dalam satu tempat terdapat seribu lebih budaya yang ada di Taman Budaya, berbagai macam budaya akan menampilkan kesenian mereka di pementasan Taman Budaya. Sebagai pusat kebudayaan yang ada di Jawa Barat maka Taman Budaya di anggap penting untuk tetap dijaga kegunaanya sebagai pusatnya kebudayaan Jawa Barat.

3.7 Pendekatan Kreatif

Dalam perancangan media poster sebagai media promosi menggunakan gambar khas yang ada di gerbang masuk Taman Budaya dan disatukan bersama gambar yang lain.

a. Penggabungan gambar menjadi satu namun juga tetap bisa dimengerti.
b. Pemakaian huruf penunjang poster yang juga disesuaikan dengan konsep awal pembuatan poster

3.8 Strategi Media

Strategi yang digunakan dalam perancangan media promosi Taman Budaya digunakan media poster dengan segmentasi kelompok masyarakat yang mempunyai sanggar kesenian tradisional. Poster di berisi tentang informasi yang dapat di peroleh dari Taman Budaya. Hal ini digunakan teori media untuk perancangan yang menggunakan media primer dan sekunder.

3.8.1 Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan informasi ini adalah:

a. Poster

Poster dibuat untuk mecari perhatian dari target sasaran dan berisi gambar – gambar dan huruf yang berukuran besar dan bahasa yang di gunakan dalam poster singkat dan mudah dimengerti.

3.8.2 Media Pendukung

a. X-Banner

X-Banner bisa di bilang poster yang berukuran besar dari poster pada umumnya. Yang membedakan adalah tampilan display menggunakan frontlite atau tiang penyangga.

b. Brosur

Adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai ruang lingkup Taman Budaya Jawa Barat.

Tujuannya memakai media brosur adalah dapat mencakup informasi lebih banyak.

c. Mug

Adalah media promosi yang penggunaannya dapat bermanfaat kepada orang yang menerimanya.
Dengan kata lain sarana media mug dapat berpromosi sampai cukup lama.

d. Billboard

Adalah media promosi *outdor* yang berukuran besar dan biasanya ditempatkan di pusat keramayan kota.
Agar target sasaran lebih banyak yang melihat pada saat perjalanan walaupun dia sibuk.

e. Buku Agenda

Adalah kumpulan atau beberapa kertas berupa tulisan untuk menyimpan data-data penting dalam mencatat suatu kegiatan penting.

f. Balon Udara

Media promosi dengan memanfaatkan ruang lingkup ketinggian untuk menyamapikan promosi mencangkup lebih luas.

g. Gantungan Kunci

Aksesoris yang di gunakan untuk hiasan pada benda benda yang sering di gantung.

h. Jam

Penyebaran informasi dengan menggunakan pemanfaatan waktu sebab orang lebih sering melihat waktu atau jam.

i. Leaflet

Selembaran kecil kertas yang berukuran A5 dan berisi informasi atau harga yang di gunakan.

j. Pembatas Buku

Selembaran untuk menandai suatu lipatan halaman pada buku dan lebih mudah menyimpanya.

k. Topi

Alat untuk menutupi bagian atas kepalla dari teriknya panas matahari.

l. Kalender

Media promosi dengan pemanfaatan promosi dalam jangka waktu lama dan lebih praktis dan awet jika di pajang di atas meja.

m. Kantong Kertas

Memanfaatkan jasa konsumen untuk melakukan promosi karena termasuk promosi berjalan.

n. Pin

Sarana promosi yang murah meriah dan biasanya dibagikan cuma - cuma dalam jumlah yang banyak.

o. Payung

Medai promosi berjalan yang memanfaatkan target sasaran untuk mempromosikan perusahaan.

p. Spanduk

Media promosi yang berukuran besar dan biasanya berada di atas pengguna jalan raya.

q. Stiker

Penempataan promosi yang memanfaatkan dinding sebab media ini simple.

r. Umbul-Umbul

Promosi besar-besaran yang biasa di tempatkan dipinggir jalan dengan jarak yang cukup dekat.

s. T-shirt

Pemanfaatan target sasaran promosi untuk berpromosi berjalan.

3.9 Jadwal Penyebaran Media

Penyebaran media dibagikan sebagai berikut:

- Tahap pertama : Tgl. 20 September 2010 sampai 18 Oktober 2010, media yang digunakan adalah media Poster, X-banner, Billboard, Brosur, Spanduk, Leaflet, Balon Udara, Umbul – Umbul, Stiker

- Tahap kedua : Tgl. 18 Oktober 2010 sampai 31 Oktober 2010, media yang digunakan adalah media. Poster, X-banner, Billboard, Brosur, Spanduk, Balon udara, Umbul – Umbul, Stiker, T-shirt, Kalender, Topi.

Media	Tahap Pertama : Tgl. 20 Sep s/d 18 Okt 2010		Tahap Kedua : Tgl.18 Okt s/d 31 Okt 2010	
Poster				
X-Banner				
Brosur				
Bilboard				
Spanduk				
Leaflet				
Balon Udara				
Pin				
Umbul - Umbul				
Stiker				
T-Shirt				
Kantong Kertas				
Kalender				
Jam				
Buku Agenda				
Gantungan Kunci				
Mug				
Bembatas Buku				
Payung				
Topi				

Media	Tempat	Jadwal penyebaran
Poster	Dipasang dikantor kebudayaan & pariwisata	Saat promosi berlangsung selama satu bulan
X-Banner	Dipasang didalam kantor	Saat promosi berlangsung selama satu bulan
Brosur	Dibagikan dijalan umum	Saat promosi berlangsung selama satu bulan
Bilboard	Dipasang dijalan-jalan protokol	Saat promosi berlangsung selama satu bulan
Spanduk	Dipasang di pinggir jalan sebelum pintu masuk.	Saat promosi berlangsung selama satu bulan
Leaflet	Dibagikan di jalan umum	Setelah satu minggu promosi
Balon Udara	Dipasang di menara teater	Selama tiga minggu promosi
Pin	Dibagikan dijalan umum	Dua minnggu saat promosi
Umbul - Umbul	Dipasang dijalan-jalan protokol	Saat promosi berlangsung selama satu bulan
Stiker	Dibagikan diarea kampus	Saat promosi berlangsung selama satu bulan
T-Shirt	Dipakai petugas penyebar media	Saat promosi berlangsung selama satu bulan
Kantong Kertas	Diberikan saat membeli souvenir	Setelah satu minggu promosi

Kalender	Dijual dipenjual souvenir	Selama tiga minggu promosi
Jam	Dijual dipenjual souvenir	Selama dua minggu promosi
Buku Agenda	Dijual dipenjual souvenir	Selama satu minggu promosi
Gantungan Kunci	Dibagi saat mengunjungi	Selama dua minggu promosi
Mug	Dijual dipenjual souvenir	Selama satu minggu promosi
Bembatas Buku	Dijual dipenjual souvenir	Selama tiga minggu promosi
Payung	Dijual dipenjual souvenir	Selama tiga minggu promosi
Topi	Dipakai petugas penyebar media	Selama tiga minggu promosi

3.10 Konsep Visual

Merupakan gabungan dari berbagai macam kesenian dari berbagai daerah di Jawa Barat. visualisasi menggunakan teknik "kolase" yaitu menggabungkan atau menempelkan beberapa gambar / foto kedalam satu objek yang kemudian akan menciptakan kesan visual yang baru.

3.11 Format Desain

Format desain yang digunakan adalah bentuk (*potret*).

3.12 Tipografi

Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan dan kemenarikan yang baik, selain itu bentuk tipografi juga harus sesuai dengan pesan yang disampaikan.

