BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL IM3 SEBAGAI PRODUK KARTU PERDANA INDOSAT TBK

3.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dalam pembuatan konsep perancangan IM3 sebagai produk kartu perdana Indosat Tbk ini, digunakan agar pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen dapat dimengerti dengan baik.

Strategi komunikasi yang dilakukan dalam strategi perancangan IM3 sebagai kartu perdana Indosat Tbk yaitu bersifat promosi yang akan dilakukan dengan media yang sudah di siapkan juga dari segi tempat yang ada secara visual dengan menggunakan media yang informatif dan media pendukung yang dipilih.

Strategi komunikasi yang dilakukan, yaitu:

1. Mengandung unsur ceria seperti tertawa dan tersenyum sehingga konsumen bisa lebih menikmati dan tidak bosan dengan visual yang akan di tampilkan.

2. Menggunakan kata-kata yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen sehingga lebih mengerti untuk semua kalangan.

3. Menggunakan warna yang identik biru, yang menandakan bahwa biru itu sejuk dan damai.

3.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan media promosi ini adalah untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal akan produk yang ditawarkan oleh PT. Indosat Tbk kepada konsumen dan kemudian konsumen menjadi senang lalu membeli produk IM3.

3.1.2 Pesan Utama

Agar produk lebih efektif dan mudah dimengerti dalam rangka mempengaruhi konsumen untuk tertarik dan membeli kemudian mereka menjadi puas.

3.1.3 Materi Pesan

Materi yang disampaikan berupa mempromosikan produk yang akan dipasarkan dengan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan akan menarik perhatian konsumen yang menjelaskan informasi mengenai spesikasi harga dan produk

3.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan dilakukan adalah dengan membuat media untuk mempromosikan produk IM3 kepada konsumen yang akan ditempatkan di fasilitas umum dan juga barang berupa *souvenir*.

3.2.1 Pendekatan Kreatif

Secara psikis konsumen lebih menginginkan akses yang mudah dipahami dan sederhana namun tidak meninggalkan unsur yang dapat menarik perhatian, maka akan dicoba melakukan pendekatan melalui alat atau sarana penyampaian yang cenderung mudah dipahami

dan menarik yaitu dengan membuat media promosi yang sesuai dengan target segmentasi konsumen secara tepat dan akurat.

3.3 Strategi Media

Strategi media yang akan dilakukan adalah dengan cara berpromosi dengan media informasi yang sering di buat pada umumnya, tentunya dengan media yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh konsumen seperti poster, brosur, *flyer*, dan lain - lain.

3.3.1 Pemilihan Media

Pemilihan media akan dioptimalkan sesuai dengan kebutuhan dan juga efektifitas, baik waktu pembuatan maupun visual yang ditampilkan agar dapat mudah dipahami oleh konsumen.

3.3.2 Media Utama

- Poster
  Media poster berfungsi untuk iklan yang sangat gampang untuk media promosi, karena konsumen bisa melihat iklan tersebut di tempat sarana umum juga di tempat-tempat seperti pembelanjaan dan tempat lainnya.

3.3.3 Media Informasi Pendukung

- Umbul-Umbul
  Media umbul-umbul ini berfungsi untuk iklan yang sangat gampang untuk media promosi, karena biasanya ditempatkan dipinggir jalan, baik yang dilalui kendaraan atau pejalan kaki.

- *Flyer*

  Media *flyer* ini berfungsi untuk iklan yang sangat gampang untuk media promosi, karena di setiap lembar berisikan informasi tarif dan visual yang akan di lihat oleh konsumen.

- *X – Banner*

  Media *X-Banner* adalah terobosan baru yang sering dipakai sebagai media informasi yang paling mudah, karena media ini bisa di pindah - pindahkan, oleh karena itu media ini bisa menginformasikan tarif secara *flexible.*

- Spanduk

  Media spanduk ini akan ditempatkan di setiap jalan yang banyak dilewati oleh kendaraan pada sisi jalur umum kendaraan.

- *Neon Box*

  Media *neon box* ini akan di tempatkan di setiap jalan atau jalur yang dilewati kendaraan, juga di tambahkan lampu di dalam neon box tersebut, sehingga pada malam hari bisa terlihat.

- *Billboard*

  Media *billboard* ini akan di tempatkan di sisi jalan dengan ukuran yang sangat besar, dikarenakan agar para konsumen bisa melihat dengan jelas.

- *Web Banner*

Media *web banner* ini akan di informasikan melalui jaringan internet, sehingga para pengguna internet bisa melihat informasi dengan komputer atau laptop masing – masing.

- Iklan mobil

  Iklan mobil ini bertugas untuk keliling kota atau daerah menggunakan alat roda empat atau bus khusus untuk beriklan supaya konsumen bisa melihat langsung informasi yang di berikan dengan cara iklan berjalan.

- Stiker

  Media stiker ini sangat cocok untuk para konsumen, karena banyak peminat untuk menginformasikan dengan cara penempelan suatu *image* yang berupa informasi.

- *Neon Sign*

  Media *neon sign* ini akan ditempatkan di dinding atau tembok dengan permukaan rata, juga di tambahkan lampu di dalam box neon sign tersebut agar pada malam hari bisa terlihat dengan efek cahaya yang di tempatkan pada fasilitas umum, seperti jembatan tol, dan jembatan penyebrangan.

3.3.4 Media Pendukung Lainnya

- Media *Gimmick*

  Media ini digunakan karena biayanya lebih rendah serta media ini langsung ke target sasaran. Diaplikasikan melalui media - media yang memiliki kegunaan seperti: pin, kaos, gantungan kunci, topi, payung, jam dinding, mug, buku telepon, dan lain - lain.

3.4 Konsep Visual Informasi

3.4.1 Format Desain

Tata letak yang digunakan pada setiap media informasi yaitu *landscape* dan *potrait*. Untuk penempatan *image* informasi dari produk PT. Indosat Tbk yang di sesesuaikan dengan kebutuhan.

3.4.2 Tipografi

Dari produk IM3 yang segmentasinya fokus di remaja, akan lebih baiknya apabila segmentasi ini menjadi segmentasi umum. Maka dari itu dilihat permasalahan ini maka penulis menarik kesimpulan akan menggunakan jenis huruf keterbacaan jelas. Berikut bentuk jenis huruf yang dipilih yaitu ;

- Arial
  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
  1234567890,.?!@%&)
  (Jenis Huruf ini digunakan untuk tagline visual media promosi)
  *Alasan pengambilan *font* “Arial” dikarenakan tidak bersifat kaku dan mudah di baca oleh konsumen.

- Arial Rounded MT Bold
  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
  1234567890,.?!@%&)
  (Jenis Huruf ini digunakan untuk tagline visual media promosi)
  *Alasan pengambilan *font* “Arial Rounded MT Bold
  ” dikarenakan tidak bersifat kaku dan mudah di baca oleh konsumen.

- Amelia BT

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890.,?!@%&)

  (Jenis Huruf ini digunakan untuk angka tarif visual media promosi)

  *Alasan pengambilan *font* "Amelia BT" dikarenakan tidak bersifat kaku dan mudah di pahami oleh konsumen

3.4.3 Ilustrasi

1. model/ *image* yang di *tonjolkan* adalah jari, karena jari identik sebagai mesin penggerak ketika kita sedang melakukan SMS.
2. model/ *image* kedua adalah kacamata, karena penyesuain cahaya ketika di luar tempat/ *outdoor.*
3. model/ *image* ketiga adalah tempat duduk santai termasuk bantal.
4. model/ image keempat adalah *background* pantai**.**

Maksud dari ilustrasi tersebut, di uraikan sebagai berikut:

- Betapa santainya ber SMS dengan mudah dan nyaman sehingga visual berkonsep pantai.
- Pantai identik dengan hiburan, kenyamanan, ketenangan, kebahagiaan, dan lain - lain.
- Seolah olah *image* "jari" yang berada di sisi pantai tersebut sedang asyik menikmati kenyamanan dan ia pun berbicara "santai aja .. kan SMS gratisan"
- Visual jari seolah-olah tidak perlu repot dan takut akan seringnya ber SMS atau takut pulsa habis, karena IM3 yang mengiklankan informasi tentang gratis SMS.

- Visual yang tidak terlalu rumit, tapi konsumen tetap mengerti arti dari gambaran *image* jari tersebut.
- Sehingga keselurahan *editing image* dipadukan agar sesuai dengan tema dan konsep.

3.4.4 Warna

Warna memiliki daya tarik yang kuat dan menciptakan makna tersendiri, warna dapat dipengaruhi gaya, trend, dan pengalaman estetis. Warna juga dapat membangkitkan rasa takjub, bosan, atau pun semangat pada objek. Adapun warna yang digunakan dalam pembuatan semua media, yaitu :

- Biru 

  Alasan penggunaan warna tersebut adalah warna biru identik dengan awan, cerah, air, kedamaian, dan lain - lain. Juga bersifat anak muda yang gaul dan dinamis.

- Hijau 

  Alasan Pengunaan warna tersebut dikarenakan hijau identik dengan daun, maka dari itu warna hijau digunakan sebagai *image* media pohon kelapa