BAB III
KONSEP PERANCANGAN VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Permasalahan yang diangkat penulis tentang Tari Jaipong adalah mengenai kurangnnya minat remaja terhadap seni Tari Jaipong, hal ini dianalisa penulis disebabkan karena kurangnya media informasi mengenai Tari Jaipong di masyarakat.Sebagai solusi dari permasalahan tersebut penulis merancang sebuah media informasi berupa buku yang ditujukan untuk remaja.

Strategi pemecahan masalah yang dilakukan penulis dilakukan dengan dua tahapan :

1. Tahap pertama

   Menyampaikan informasi kepada remaja tentang jaipong dan pentingnya melestarikan seni tari yang berasal dari Jawa barat ini.
2. Tahap dua

   Memberikan pengetahuan kepada remaja tentang gerakan-gerakan yang ada dalam Tari Jaipong, yang dikemas secara menarik dan sesuai untuk remaja.

3.2 Strategi Komunikasi

Proses komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi yang telah diolah terlebih dulu sehingga mudah untuk dicerna oleh sasarannya. Dalam perancangan buku informasi tentang Tari Jaipong ini dilakukan dengan pendekatan yang telah diolah sehingga sesuai untuk remaja sebagai target sasaran informasinnya.

Penggunaan ilustrasi yang berupa fotografi, penggunaan warna serta bentuk huruf disesuaikan dengan segmentasi dari buku tersebut.

3.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan informasi yang berupa buku ini penulis merancang sebuah media yang dikemas agar menarik minat remaja untuk membaca media informasi ini. Adapun tujuan dari perancangan buku ini adalah :

1. Memberikan informasi kepada remaja tentang jaipong dan gerakan-gerakan yang ada didalamnnya.
2. Melestarikan kekayaan salah satu kekayaan budaya bangsa yaitu Tari Jaipong dengan menumbuhkan kebanggaan kepada remaja yang diawali dengan mengetahui terlebih dahulu tentang Tari Jaipong.

3.2.2 Pesan Utama

"Dengan Mengetahui Nama Gerakan Pada Tari Jaipong Secara Tidak Langsung Kita Sudah Melestarikan Kebudayaan Khas Jawa Barat Ini."

3.2.3 Materi Pesan

Tujuan perancangan media informasi ini adalah untuk remaja yang didalamnya berisi tentang Tari Jaipong dan gerakan-gerakan yang ada di dalam Tari Jaipong, yang merupakan pengantar pengetahuan tentang Tari Jaipong ini.

3.3 Strategi Kreatif

Media yang dirancang oleh penulis berupa media cetak (Buku) yang berisi tentang Tari Jaipong serta gerakan-gerakan yang ada didalamnya. Teknik fotografi digunakan sebagai elemen utama yang disuaikan dengan segmentasinnya, yaitu remaja.

3.3.1 Pendekatan Kreatif

Perancangan media informasi buku ini penulis menggunakan ilustrasi penari jaipong yang dieksekusi dengan menggunakan teknik fotografi, serta menggunakan elemen-elemen pendukung berupa ornamen yang berasal dari daerah jawa barat.

Pendekatan visual yang digunakan :

1. Proses pemotretan model penari jaipong yang merupakan elemen utama dalam buku ini.
2. Penggunaan elemen visual yang berasal dari daerah Jawa Barat yang sesuai dengan tema Tari Jaipong.
3. Pemilihan warna dan huruf yang sesuai untuk remaja.

3.4 Strategi Media

Strategi yang digunakan dalam perancangan media informasi mengenai Tari Jaipong ini menggunakan media utama dan media pendukung. Media utama merupakan media primer yang memuat materi utama pesan yang akan disampaikan kepada remaja, sedangkan media pendukung adalah media yang manunjang ataupun mempromosikan adannya media utama.

3.4.1 Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan informasi ini adalah buku. Alasan pemakaian media ini adalah karena buku memuat informasi lebih banyak dari media informasi yang lain serta madia ini telah dikenal oleh remaja.

3.4.2 Media Pendukung

1. Banner

   Banner merupakan media yang dapat ditempatkan di luar rungan (*outdoor*) atau didalam ruangan (*indoor*). Banner sendiri

mempunyai fungsi sebagi media penyampaian informasi yang isinya relative lebih singkat dan mencakup keseluruhan dari pesan atau informasi yang akan disampaikan.

2. Poster

   Poster merupakan media yang cukup efektif untuk menarik perhatian remaja.Selain karena biaya yang cukup murah, poster juga dapat ditempatkan dimana saja sehingga jangkauannya menjadi cukup luas.

3. Flyer

   Flyer merupakan suatu media yang dapat memberikan informasi lebih detail. Flayer sendiri hampir sama dengan brosur, namun dari segi ukuran flyer lebih kecil dibandingkan dengan brosur.

4. Gimmick

   Gimmick adalah media-media pendukung atau media sekunder. Media ini sangat membantu untuk menarik perhatian target sasaran melalui objek-objek khusus, seperti membuat item-item unik yang diberikan secara gratis seperti:

   a. Tiket pertunjukan Tari Jaipong.
   b. Kalender.

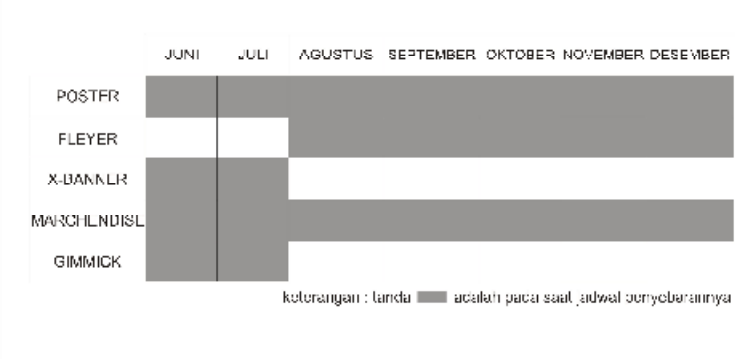
5. Marchandise adalah media sekunder yang dijual untuk mendukung proses promosi.Media ini sangat membantu untuk menarik perhatian target sasaran melalui objek-objek khusus, seperti membuat item-item unik diantaranya :

   a. Kaos
   b. Kipas
   c. Note Book (Buku catatan)
   d. Selendang (sampur)

3.4.3 Jadwal Penyebaran Media

Melihat pertimbangan-pertimbangan diatas maka penyebaran media dibagikan sebagai berikut:

- Tahap pertama : Tgl. 1 Juni 2011 sampai 31 Juli 2011, media yang digunakan adalah media Poster, Gimmick, X-banner, Marchendise.
- Tahap kedua : Tgl. 1 Agustus 2011 sampai 31 Desember 2011, media yang digunakan adalah Poster, Flyer, Marchendise.



Gambar 3.1 Jadwal penyebaran media

- *Keterengan : Karena pada bulan juni–juli remaja memasuki masa libur sekolah maka dari itu alasan media-media tersebut disebarkan, sedangkan pada bulan angustus–desember remaja memasuki taun ajaran baru, maka dari itu pemilihan media-media yang cocok disebarkan pada bulan tersebut.*

3.5 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah dengan menampilkan gerakan-gerakan dalam Tari Jaipong yang diilustrasikan dengan teknik fotografi yang ditunjang dengan penggunaan warna serta bentuk huruf yang disuaikan dengan remaja.

3.5.1 Format Desain

Format media informasi ini berbentuk landscape dengan ukuran A5 (21 cm x 14.8 cm). Alasan penggunaan format ini agar harga dari buku informasi ini bisa terjangkau oleh semua kalangan remaja.

3.5.2 Tipografi

Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan dan kemenarikan yang baik,selain itu bentuk tipografi juga harus menggambarkan karakter dari pesan yang disampaikan. Desain huruf tertentu dapat menciptakan kesan atau karakteristik sebuah objek.

Pada perancangan media informasi Tari Jaipong ini digunakan type huruf Arial rounded MT Bold sebagai judul buku, Century Schoolbook sebagai tipe huruf dari isi buku, Britanic bold sebagai sub judul buku dan calibri sebagai keterangan buku yang merupakan bagian dari buku.



Gambar 3.2 Jenis Huruf

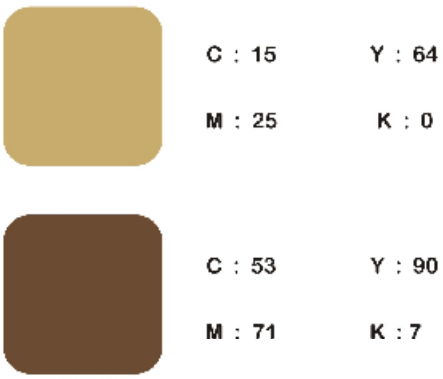
3.5.3 Layout

Layout merupakan penataan gambar dan teks dalam suatu media dalam hal ini buku, layout yang bagus akan memudahkan dan menarik konsumen untuk membaca materi dari buku tersebut. Sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada remaja bisa dipahami.

Penggunaan ilustrasi yang berupa foto merupakan yang paling dominan dalam buku ini, karena materi utamannya yang berupa pola gerak dari Tari Jaipong. Teks dalam buku ini digunakan untuk menjelaskan nama dari gerakan-gerakan Tari Jaipong.

3.5.4 Warna

Konsep warna yang digunakan dalam media informasi berupa warna-warna yang mengesankan kebudayaan, dalam hal ini penulis menggunakan warna coklat dan turunan warnanya sebagai cover dari buku sebagai media utama dan juga pada media-media pendukung yang lain.Untuk warna dari isi buku ini menggunakan warna putih sebagai warna dasar agar foto dari gerakan penari jaipong bisa lebih terlihat jelas.



Gambar 3.3 studi warna

This document was created with Win2PDF available at http://www.daneprairie.com.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.