BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL MEDIA PROMOSI KAIN ULOS BATAK TOBA

3.1. Strategi Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dalam konteks hubungan sosial. Agar informasi yang akan disampaikan melalui media promosi ini dapat mudah dicerna dan dimengerti oleh target sasaran, maka strategi yang akan dilakukan adalah membuat target sasaran atau *audience* melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media promosi dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat dan juga visualisasi yang menarik, dan juga dapat dimengerti oleh target sasaran.

3.1.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan media promosi ini adalah untuk mempengaruhi target/*audience* agar mereka dapat menjadi mengerti dan lebih mengenal lagi akan begitu pentingnya kain ulos bagi masyarakat batak toba.

3.1.2. Pesan Utama

Kain ulos batak toba masih banyak belum dimengerti oleh masyarakat, para anggota keluarga dengan kisaran usia remaja sampai dengan dewasa yang mempunyai kegiatan yang sangat padat di setiap harinya.

3.1.3. Materi Pesan

Materi yang disampaikan berupa mempromosikan produk yang akan dipromosikan dengan sedemikian rupa sehingga target/*audience* akan mudah untuk melihatnya dan akan menarik perhatian masyarakat.

3.2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan dilakukan adalah dengan membuat media untuk mempromosikannya. Media yang digunakan oleh penulis adalah berbagai macam media, yang bertujuan agar masyarakat lebih tertarik dan lebih mengenal lagi begitu pentingnya kain ulos batak toba. Penulis merancang media promosi kain ulos batak toba ini disesuaikan dengan ciri khas budaya dari Sumatera Utara (medan) dan unsur-unsur pada ciri khas ini seperti motif ukiran rumah batak, warna, dan yang sangat penting adalah pesan yang disampaikan dapat dimengerti.

3.2.1. Pendekatan Kreatif

Dalam merancang media promosi ini penulis menggunakan elemen-elemen ukiran dari rumah batak yang menjadi ciri khas budaya masyarakat batak yang kemudian disederhanakan secara visual.

3.3. Strategi Media

Dari sekian banyak media yang telah sering di buat pada umumnya, maka akan dibuatkan media yang hampir sama tentunya dengan media yang lebih menarik sehingga mudah untuk dimengerti.

3.3.1. Pemilihan Media

Pemilihan media akan dioptimalkan sesuai dengan kebutuhan dan juga efektifitas, baik waktu pembuatan maupun visual yang dilampilkan agar dapat mudah dimengerti oleh masyarakat.

a. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan promosi ini adalah: **Brosur**

Brosur merupakan media utama yang digunakan oleh penulis untuk memperkenalkan produk yang berisi pengertian, jenis-jenis kain ulos batak toba dan cara penggunaanya, kepada masyarakat yang masih belum mengerti tentang kain ulos batak toba tersebut.

Tujuannya memakai media brosur adalah dapat mencakup informasi lebih banyak.

b. Media Pendukung

- Spanduk adalah salah satu alat yang cukup banyak digunakan orang atau perusahaan untuk menginformasikan segala sesuatu tentang iklan atau produk yang akan dipromosikan dan mudah diakses.
- Mantel ban mobil yang pemasangannya dibelakang mobil digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikanya dan mudah dilihat masyarakat.
- *Flyer* biasa disebut dengan selebaran ini mudah diakses dan mudah sekali disebarluaskan karena memiliki ukuran yang kecil dan *simple* namun memuat pesan yang cukup pula.
- *Neon box* dipasang pada tempat yang disediakan atau digantung / dibuat pada bangunan tembok, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar,

disinari dan mudah juga untuk diakses sebagai identitas.

- Pembatas jalan merupakan media yang terbuat dari plat/ seng, berguna untuk membatasi jalan dan memudahkan masyarat untuk melihatnya karena ditempatkan di jalan umum.
- Stiker kaca angkutan merupakan media promosi yang mudah untuk dilihat oleh masyarakat karena angkutan sendiri berpindah ke satu tempat ketempat lain.
- Umbul-umbul merupakan media promosi untuk menginformasikan produk yang akan dipromosikan dan mudah diakses dan mudah dilihat masyarakat karena ditempatkan disepanjang jalan.

- *Baligho* berguna memperkuat citra atau identitas dari kain ulos batak toba itu sendiri dan mudah dilihat masyarakat karena ditempatkan ditempat umum.

- *Billboard* adalah berasal dari kata bill yang artinya poster. *Billboard* berguna memperkuat citra atau identitas dari kain ulos batak toba itu sendiri walaupun dengan mencakup pesan yang singkat tapi jelas dan bisa tersampaikan.

- Stiker/pelekat, tempelan adalah gambar pada kertas perekat yang dapat diletakkan pada benda lain (kertas, kaca, kin, dan sebagainya) merupakan media yang mudah sekali diakses juga membantu dalam hal pemasaran.

- Kalender merupakan media promosi yang sangat berguna sebab kemungkinan besar media ini selalu akan dilihat oleh masyarakat luas karena berhubungan dengan waktu.
- Poster adalah Sebuah kertas yang berukuran cukup besar yang ditempel didinding atau kaca jendela dan mudah diakses dimanapun oleh masyarakat luas.

3.3.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Dalam menyusun strategi penyebaran media promosi perlu dipertimbangkan apa saja hal-hal yang mendasari atas dipromosikannya kain ulos batak toba.

Promosi yang dilakukan cukup sulit dikarenakan adanya permasalahan yaitu orang-orang yang bergaya hidup *modern, simple, praktis,* namun dengan adanya promosi yang besar-besaran pula maka tidak menutup kemungkinan kain ulos batak toba bisa lebih dikenal lagi oleh masyarakat, khususnya masyarakat suku batak toba.

3.3.3. Jadwal Penyebaran Media

Penyebaran promosi akan dilakukan di setiap acara suku batak, diantaranya:

a. Saat acara pernikahan, karena pada saat acara dimana para undangan yang menghadiri tidak hanya orang tua saja, melainkan anak-anak sampai dengan orang dewasa.
b. Perkumpulan marga/boru, perkumpulan marga dilaksanakan 3 bulan sekali.
c. Arisan marga/boru, arisan marga/boru dilaksanakan sebulan sekali disetiap rumah keluarga yang bergantian disetiap bulanya.
d. Gedung GMKI, di gedung tersebut adalah tempat dimana para mahasiswa dan pelajar

muda/mudi batak berkumpul setiap satu atau 2 minggu sekali.

e. Pesta marga/boru, pesta yang sangat besar dimana marga/boru seluruh Indonesia berkumpul dalam satu gedung besar. Pesta ini dilaksanakan satu kali dalam satu tahun.
f. Hari raya besar seperti: Idul fitri, Natal dan Tahun Baru.

Setelah dilakukan penyebaran media dilakukan di daerah lokasi, maka akan dilakukan pula promosi kembali secara bertahap menuju daerah keramaian, pusat keramaian kota Bandung seperti di jalan Ir. H Juanda (Dago), Braga, jalan Merdeka, jalan Jakarta dan jalan Riau tepatnya di gereja HKBP, dengan tujuan mempromosikan kain ulos batak toba.

3.4 Konsep Visual

Dalam perancangan media promosi kain ulos batak toba yang bersegmentasi remaja, dewasa (pekerja kantor), konsep visual yang dipilih penulis adalah penggabungan antara kain ulos dengan tipografi motif ukiran rumah batak disesuaikan dengan karakter dari budaya asli suku batak.

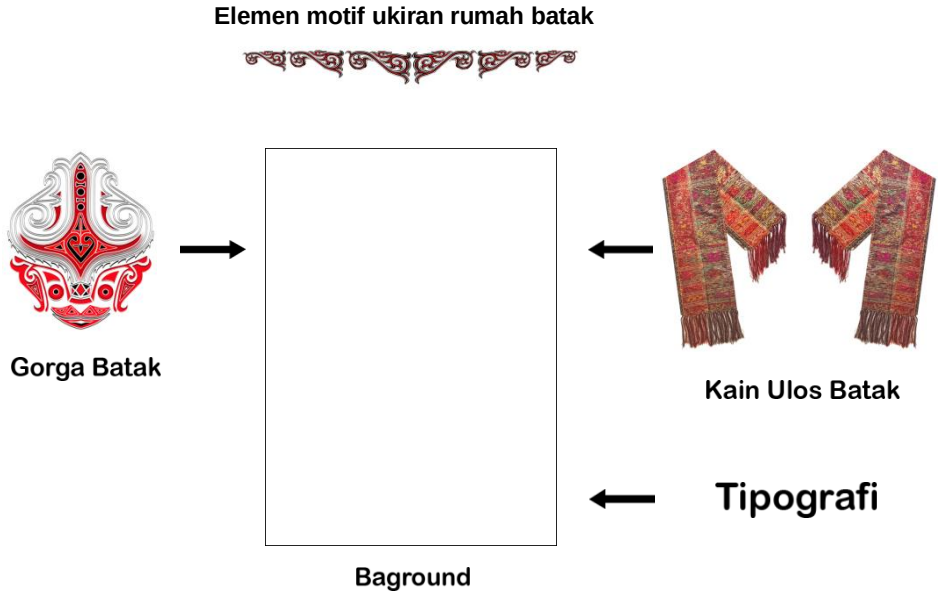
3.4.1 Format Desain

Format desain media promosi secara keseluruhan yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.4.1.1. Tata Letak

Tata letak yang digunakan dalam media promosi ini lebih menunjukkan produk dan teks sebagai promosi kain ulos

batak toba dan juga motif ukiran rumah batak/*gorga batak* sebagai titik pusat perhatianya. Hal ini dimaksudkan agar ketika target sasaran melihat media tersebut perhatiannya dapat langsung tertuju pada visual.



Gambar 3.1 Struktur tata letak media

Komposisi dan tata letak dalam sebuah desain sangat berpengaruh terhadap baik atau tidaknya sebuah desain itu dibuat.

3.4.1.2. Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf dan cara pengolahannya sehingga pesan dapat disampaikan. Berikut ini adalah beberapa huruf yang dipakai dalam perancangan media, baik media utama maupun media pendukung.

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 dalam suatu desain.

Pada perancangan media promosi kain ulos batak toba ini digunakan jenis tipografi yang dirancang penulis yang diambil dari motif ukiran rumah batak yang disebut *gorga batak.* Alasan penulis menggunakan tipografi tersebut karena jenis tipografi tersebut sesuai dengan budaya asli suku batak.

a. Motif Ukiran Rumah Batak *(gorga batak)*

Huruf ini dibuat dari ukiran rumah batak yang disebut *gorga batak. Gorga batak* merupakan salah satu ukiran asli dari rumah batak yang melambangkan salah satu identitas dari suku batak.



Gambar 3.1 Motif ukiran rumah batak setelah diseleksi

b. Monotype Corsiva

Huruf ini digunakan pada kalimat “Sangat Penting Untuk Kita” merupakan *tagline* promosi yang dipilih dengan maksud bahwa ulos adalah bagian dari warisan peninggalan nenek moyang dahulu yang senantiasa wajib untuk dilestarikan. Kata-katanya singkat, padat dan mudah diingat.



Gambar 3.2 *Tagline*

c. Arial

Huruf ini digunakan pada keterangan media promosi, jenis huruf arial memiliki struktur yang sederhana, mudah dibaca walaupun dalam ditempatkan pada ukuran kecil sekalipun, huruf ini memiliki ketebalan yang cukup jelas keterbacaanya.

3.4.2. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu bagian penting dalam merancang sesuatu, karena ilustrasi bisa menjadi unsur utama sekaligus unsur pelengkap dalam hal merancang. Ilustrasi yang diambil adalah sebagai berikut:

a. Motif rumah batak



Gambar 3.3 Motif rumah batak *(gorga batak)*

Motif yang sudah ada kemudian diseleksi kembali sesuai dengan kebutuhan merancang, seperti yang ada dibawah ini:







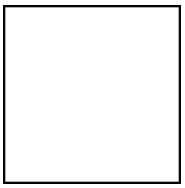
Gambar 3.4 Motif rumah batak *(gorga batak)* setelah diseleksi beberapa bagian

Motif ini menandakan bahwa pesan atau informasi yang hendak disampaikan sangat berhubungan erat dengan suku asli batak, juga berfungsi sebagai unsur pendukung dalam perancangan media.

3.4.3. Warna

Warna merupakan salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan. Pemilihan warna dalam konsep ini berdasarkan kepada kesan yang ingin disampaikan dan kepada siapa pesan ini ditujukan. Menurut Sidabutar, sumber yang penulis dapat dari hasil wawancara, warna berikut ini mempunyai arti tersendiri, yaitu: warna asli dari budaya suku batak yaitu:

1. Putih

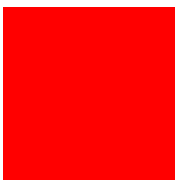


C: 0 Y: 0

M: 0 K: 0

Warna putih melambangkan manusia yang telah wafat dan tenang di alam kubur.

2. Merah

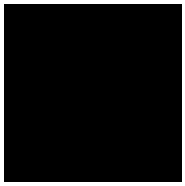


C: 0 Y: 99

M: 87 K: 0

Warna merah melambangkan manusia yang masih hidup.

3. Hitam



C: 63 Y: 51

M: 52 K: 100

Warna hitam melambangkan manusia yang masih hidup tetapi masih belum bisa menentukan arah dan tujuan.

4. Cokelat



C: 26 Y: 82

M: 72 K: 43

Warna cokelat adalah warna asli kayu yang melambangkan warna asli dari rumah batak.