BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

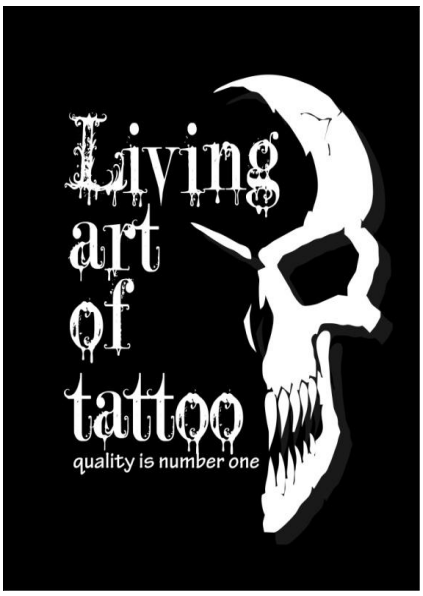
Strategi perancangan yang akan dilakukan dari beberapa pemecahan masalah dari studio tattoo ini adalah kurangnya informasi kepada target sasaran yaitu anak-anak muda. Jadi penulis mencoba membuat media promosi tentang studio tattoo.

3.2. Strategi Komunikasi

- Mempromosikan dan kepada konsumen tentang the revolution tatto studio. Agar konsumen mengenali dan mengetahui tthe revolution tattoo studio salah satunya melalui identitas visual poster.
- Mengutamakan kualitas dalam mempromosikan studio ini dan menggunakan kata "*quality is number one"* yang artinya kualitas nomor satu.
- "*living art of tatto"* artinya hidup seni tatto dari tatto bisa hidup, bisa dibilang itu moto studio tatto ini.

3.3. Strategi Kreatif

Menciptakan sebuah media promosi untuk menarik para konsumen dan membuat identitas pribadi atau khusus demi lebih dikenal oleh masyarakat luas.Sehingga masyarakat tertarik dengan promosi studio ini dan tertatik untuk mentatto ditempat ini.



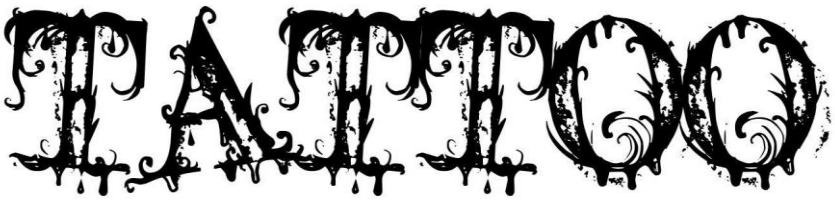
Gambar 3.1 Tengkorak

Dalam konsep penulis menggunakan referensi dari studio tersebut yang memunculkan kesan seram dan kuat melalui adanya tengkorak, tengkorak diambil dari keunggulan studio tersebut dalam mentatto gambar tengkorak.

Tulisan *"living art of tatto"* yang artinya hidup seni tatto dari seni tatto bisa hidup, dan juga *"qualiy is number one"* diambil dari referensi studio itu juga yang mengutamakan kaulitas dan kepuasan para pelangganya. Dan logo ini juga mempunyai beberapa alternatif akan tetapi maknanya sama

3.3.1 Jenis Huruf

Huruf yang digunakan :

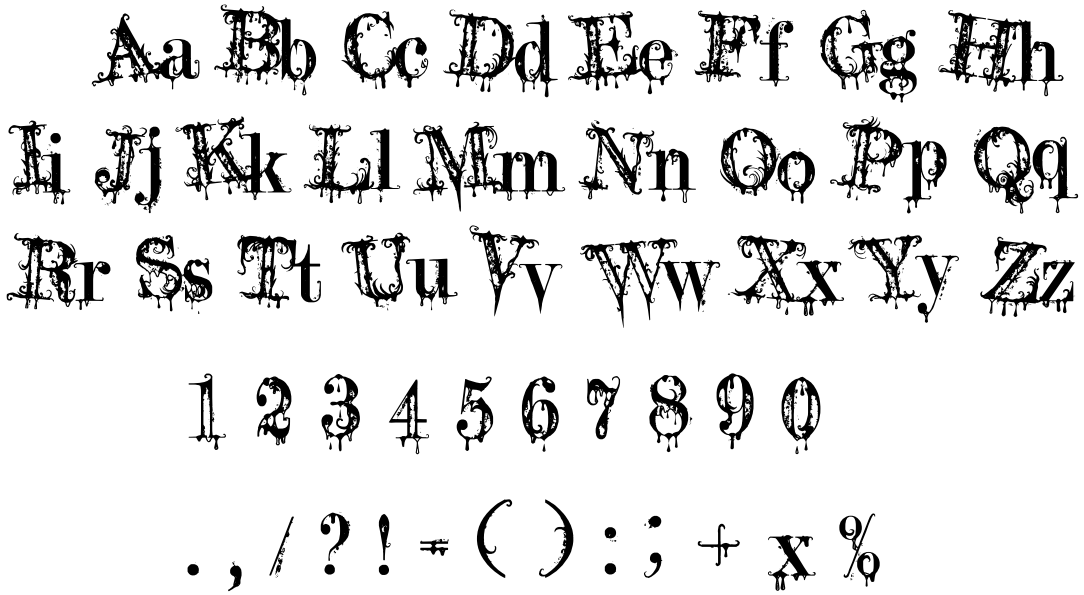


Gambar 3.2 Jenis Huruf

Huruf ini menciptakan kesan seram,kokoh dan kuat sehingga cocok untuk studio tatto ini yang mempunyai moto *"living art of tatto"*

- **A Lolita Scorned**

A Lolita Scorned merupakan jenis huru bertangkai. Alasan penggunaan hurup ini karena huruf ini cocok untuk tattoo yang berkesan seram. Media yang dirancang adalah media promosi yang menuntuk informasi yang jelas, sehingga tingkat keterbacaan pesan dapat diterima dengan baik maka dipilihlah hurup *A Lolita Scorned*. Contoh hurufnya:

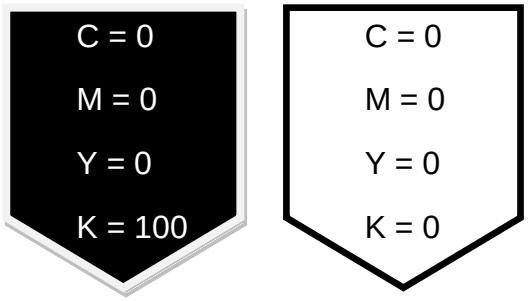


3.3.3. Warna

Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya karena warna memberikan suatu kesan tersendiri. Maka dalam hal ini peranan warna juga sangat menentukan.

Warna yang digunakan adalah warna CMYK. Warna ini mempunyai 2 warna dasar alasan menggunakan warna CMYK karena dalam media promosi ini teknis produksi banyak menggunakan percetakan. Warna CMYK warna yang cocok dan sering digunakan dalam percetakan

Warna yang dipakai adalah *hitam dan putih.* Dengan perincian warna seperti di bawah ini:



Gambar 3.3 Warna

Warna yang didominasi oleh hitam yang memberikan kesan

Hitam : merupakan simbol kehidupan dan kebangkitan juga Menunjukkan warna simbol kekuasaan dan ketangguhan.

Putih : menyimbolkan permulaan baru, dan kemurnian, memberikan perlindungan ,ketentraman

3.4 Strategi Media

- **Media Utama**

1 . Poster

Gambar dan huruf di atas media berukuran besar. ditempel pada dinding atau bidang datar dan dibuat menarik perhatian di sekitar jalan-jalan. Desainnya dibuat agar orang bisa mudah membaca informasi walaupun dalam posisi bergerak, mungkin sedang berkendara atau berjalan kaki.

- **Media Pendukung**

Media yang digunakan dalam mempromosikan barang atau produk yang akan didagangkan atau ditawarkan oleh suatu perusahaan atau pihak tertentu, media ini berperan sangat penting demi mendukung kelangsungan dan kelancaran dalam mempromosikan suatu produk tertentu seperti :

1. **Brosur**
2. **Kaos**
3. **X Banner**
4. **Mug**
5. **Asbak**
6. **Stiker**
7. **Katalog**
8. **Pin**
9. **Flyer**

3.5 Strategi Distribusi

No	Media	Strategi Komunikasi
1	**Brosur**	Brosur dibagikan kepada konsumen dan dilakukan setiap ada event atau festival tatto.
2	**Kaos**	Kaos dipakai oleh pegawai studio tatto demi menarik perhatian para konsumen.
3	**X Banner**	X banner dipasang di depan studio demi menarik dan masyarakat mengetahui studio the revolution tattoo studio dan dilakukan setiap ada gambar-gambar tatto baru sekitar 2 bulan sekali
4	**Mug**	Mug dibagikan kepada setiap konsumen yang akan ditatto pada setiap ada event,festival dan lain-lain.
5	**Asbak**	Dibagikan kepada setiap konsumen yang akan ditatto pada setiap ada event,festival dan lain-lain.
6	**Stiker**	Stiker dibagi-bagi secara gratis kepada setiap orang yang datang kestudio tatto the revolution tattoo studio.
7	**Katatalog**	Konsumen bisa melihata koleksi-koleksi gambar tatto lewat media katalo dan disimpang di studio tatto
8	**Pin**	Pin juga dibagikan kepada setiap konsumen yang akan ditatto pada setiap ada event,festival dan lain-lain.

Tabel 3.1 Strategi Distribusi