# BAB III
# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

## 3.1 Strategi Perancangan

Dalam Perancangan media informasi ini, penulis akan merancang sebuah cerita pendek dengan adanya sebab dan akibat. Penggunaan bahasa digunakan bahasa Indonesia yang tidak terlalu ilmiah ataupun yang sulit dipahami oleh para pedagang-pedagang kawasan pasar setempat.

Bentuk media yang digunakan pada media informasi ini adalah berbentuk buku cerita bergambar, agar target penerima ingin membaca dan mengetahui isi dari buku tersebut. Media tersebut berisi cerita singkat dari sebab akibat dari membuang sampah sembarangan.

### 3.1.1 Strategi Komunikasi

Adapun tujuan dari komunikasi ini adalah agar seluruh pedagang-pedagang kawasan pasar yang sering membuang sampah sembarangan dikarenakan tidak sengaja ataupun disengaja, dapat memahami arti dari pembuatan tempat sampah ini, sehingga pedagang bukan hanya hari itu saja membuang sampah ke tempat yang benar, tetapi harus bisa terus dan seterusnya agar lingkungan bersih dari sampah.

**a. Target Audiens**

Target audiens dari perancangan media informasi untuk pengelolaan sampah ini adalah untuk warga masyarakat umum di wilayah pasar induk .

- Demografi

Target utama yaitu masyarakat umum kawasan pasar induk caringin kota Bandung, dengan batasan usia 6-50 Tahun, Laki-laki dan Perempuan, dengan status kalangan bawah hingga kalangan atas, dan dari berbagai agama.

- Psikografi

Psikografi masyarakat kawasan pasar induk caringin kota Bandung yang padat akan penduduknya.

mayoritas penduduk di kawasan pasar induk ini adalah :

- Mayoritas penduduk disini merupakan daerah yang sangat padat akan penduduknya.
- Mayoritas penduduk di caringin ini kebanyakan pendatang
- Wilayah pasar induk ini merupakan daerah pasar tradisional sehingga beralasan untuk menghasilkan timbulan sampah yang banyak.

- Geografi

Masayarakat yang khususnya di kawasan Pasar Induk Caringin Kota Bandung.

**b. Strategi Verbal**

Untuk menjelaskan tentang hal yang berkaitan dengan ilustrasi tersebut akan disampaikan pula dengan tulisan serta warna yang semenarik mungkin agar menarik para pedagang dan pembeli membuang sampah ke tempat yang benar dan tepat. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia, pendekatan verbal dengan menggunakan tulisan bergaya bahasa anak-anak.

**c. Strategi Visual**

Pendekatan visual yang akan digunakan dalam perancangan buku ini untuk pedagang dan pembeli kawasan pasar caringin tetapi difokuskan lebih banyak untuk pedagang-pedagang kawasan pasar dengan melalui ilustrasi, informasi yang disampaikan melalui ekspresi pada tokoh karakter, contoh ilustrasi seperti dibawah ini :




**Gambar 3.1** Tempat sampah organik dan anorganik

( sumber : http://www.pantonanews.com)

### 3.1.2 Strategi Distribusi

Media utama yang berupa buku akan ditawarkan kepada pihak penerbit yang mempunyai potensi dalam menerbitkan buku-buku pengetahuan berupa cerita fiksi atau nonfiksi. Toko-toko buku seperti gramedia menjadi target utama dalam pendistribusian buku ini, serta kepada para pedagang-pedagang kawasan pasar induk caringin.

### 3.1.3 Strategi Kreatif

Agar pembuatan buku cerita berfungsi dan bermanfaat bagi pedagang kawasan pasar. Strategi kreatif yang dipakai adalah dengan membuat buku cerita bergambar, yang berisi cerita singkat tentang sebab akibat dari masalah membuang sampah yang bukan pada tempatnya.

## 3.2 Konsep Visual

### 3.2.1 Typografi

Huruf yang baik dan tepat adalah dapat mempengaruhi ketertarikan dan tingkat keterbacaan. Desain huruf tertentu menciptakan kesan dan karakter sebuah subjek dalam suatu iklan. Tifografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Tipografi yang akan digunakan dalam headline. Tifografi yang lebih memunculkan kesan ceria.




**Gambar 3.2** Tipografi ( sumber : pribadi )

### 3.2.2 Ilustrasi

Penggunaan ilustrasi berfungsi untuk menjelaskan, mempertegas, dan sekaligus sebagai bagian dari daya tarik visual. Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan sekaligus menghiasi cerita, tulisan, puisi, dan informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna.

Ilustrasi yang digunakan merupakan ilustrasi dengan tipe kartun yang sederhana, agar dapat membuat para pedagang tertarik dan mudah dimengerti dalam pembahasannya.



**Gambar 3.3** Tumpukan sampah

(Sumber:Kegilaanku.wordpress.com)




**Gambar 3.4** Ilustrasi tumpukan sampah

( sumber : pribadi)



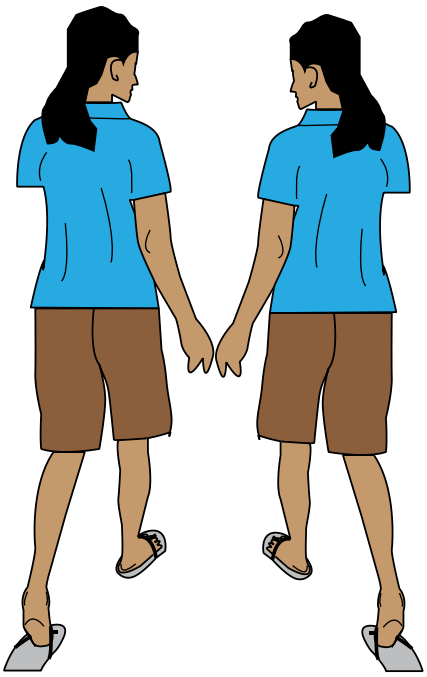
**Gambar 3.5** Kawasan pasar

(Sumber:rezaekaputra.wordpress.com)



**Gambar 3.6** Ilustrasi kawasan pasar

( sumber : pribadi)



**Gambar 3.7** karakter utama

(sumber:pribadi)

### 3.2.3 Warna

Warna memiliki daya tarik yang kuat dan menciptakan makna tersendiri. Warna juga dapat membangkitkan rasa takjub, bosan, ataupun semangat pada objek. Dengan mempertimbangkan keharmonisan warna-warna yang digunakan. Adapun warna-warna yang digunakan dalam Perancangan tempat sampah ini adalah:

- **Putih**

  Melambangkan kemurnian dan kepolosan, memberikan perlindungan, ketentraman, kenyamanan dan memudahkan refleksi

- **Biru**

  kesetiaan, ketenangan, sensitif dan bisa diandalkan. "Biru memiliki arti stabil karena itu adalah warna langit

- **Merah**

  Mewakili kesan kekuatan dan kesungguh-sungguhan dan warna merah juga sebagai menjadi warna pokok pandangan mata.

- **Hitam**

  Umumnya warna hitam diasosiasikan dengan sifat negatif tapi juga bisa menunjukkan sifat positif, seperti kokoh, tegas, formal, struktur yang kuat, dan dianggap sebagi warna

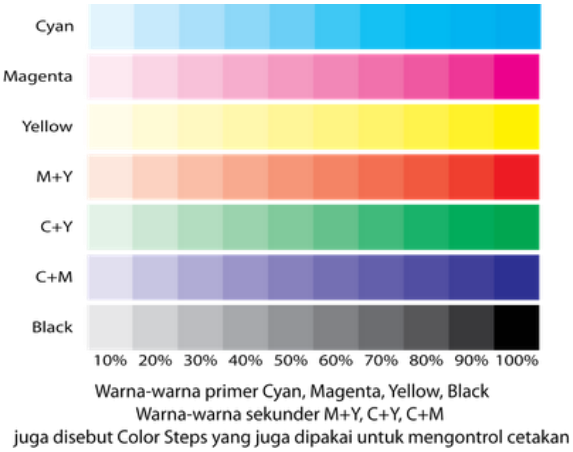
  yang netral.

- **Warna Kuning**

  Muda, gembira, imajinasiWarna kuning akan meningkatkan konsentrasi, itu sebabnya warna ini dipakai untuk kertas legal atau post it. Kuning juga merupakan warna persahabatan. Jadi Anda sudah bisa menebak jika si dia memberi mawar kuning saat Valentine.

- **Warna Hijau**

  Kesejukan, keberuntungan, dan kesehatan. Hijau melambangkan alam, kehidupan, dan simbol fertilitas. Para pengantin di abad 15 menggunakan gaun pengantin berwarna hijau. Selalu dikaitkan dengan warna alam yang menyegarkan, membangkitkan energi dan juga mampu memberi efek menenangkan, menyejukkan, menyeimbangkan emosi. Warna ini elegan, menyembuhkan, meinmbulkan perasaan empatiterhadap orang lain.




**Gambar 3.8** Warna gradasi CMYK

( sumber : pribadi )