BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana yang disertai penyususnan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu dengan cara menginformasikan informasi seputar bentuk desain vespa dan aktivitas penggunanya kepada masyarakat umum khususnya penggemar dan pengguna Vespa baru yang berisi serangkaian informasi seputar Vespa yang akhir ini peminatnya semakin tinggi dikalangan anak muda, dengan cara dibuatnya buku bergambar yang menarik melalui pendekatan yang bersifat fotografis yang mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah komunikasi visual dengan konsep perancangan yang kuat, agar mendapat reaksi positif dari target audiens.

Dengan mengetahui target audiens, akan mempermudah strategi komunikasi yang akan digunakan dengan mempelajari karakteristik, sifat dan kebiasaan sasaran. Berikut ini merupakan penggolongan target audiens, antara lain:

Demografis

- Gender : Pria dan Wanita
- Usia : 17 – 24 tahun
- Tingkat pendidikan : SMA – Perguruan Tinggi
- Kelas sosial : Menengah keatas

Geografis

- Kota Bandung dan sekitarnya.

Psikografis

- Masyarakat urban yang mengikuti dan tertarik mengenai hal hal yang berkaitan dengan Vespa.
- Menyukai hal hal baru dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.
- Masyarakat urban yang aktif dan energik.

3.1.1 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari sumber kepada pengkases informasi melalui sebuah media yang dapat menimbulkan sesuatu (Miftah, 2002: hal. 1). Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam perancangan media informasi seputar bentuk desain Vespa dan aktivitas penggunanya, ada beberapa pendekatan yang dilakukan untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat agar tertarik pada buku ini.

Pendekatan Visual

- Pendekatan visual dalam buku yang menggambarkan serta yang menjelaskan tentang hal hal yang berkaitan dengan informasi bentuk desain Vespa dan aktivitas penggunanya, di sertai dengan contoh contoh gambar ilustrasi dengan tujuan agar target lebih mengetahui tentang Vespa dan penggunanya.
- Bentuk komunikasi visual yang ditampilkan ialah dengan cara ilustrasi,karena dapat menyajikan informasi lebih menarik, karena pada dasarnya otak manusia lebih sulit mengingat informasi berupa teks dan lebih cepat mengingat informasi berbentuk visual serta warna.
- Pendekatan visual dalam buku ilustrasi ini didukung oleh unsur unsur visual yang bersifat fotografis.

Pendekatan Verbal

- Penyampaian informasi dalam media buku ini adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia digunakan sebagai penjelasan dan digunakan untuk melengkapi visual pada buku, agar materi pesan yang disampaikan cukup jelas dan mudah dimengerti oleh target sasaran, sehingga komunikasi yang disampaikan lebih efektif dan pesan diterima dengan baik.Pendekatan verbal melalui sisi psikologis berupa informasi yang berdampak kesadaran akan nilai nilai sosial dari pengguna Vespa dengan cara memberikan informasi dan realita yang terjadi dikehidupan sehari hari.

3.1.2 Strategi Kreatif

Agar informasi mencapai tujuan yang diharapkan, maka informasi harus kreatif dan memberikan informasi yang efektif, strategi kreatif yang akan dirancang dalam media informasi ini adalah dengan menampilkan ilustrasi yang menyangkut dengan Vespa dan penggunanya, sebagai isi buku.

- Dalam buku ilustrasi ini adalah berupa ilustrasi atau gambar gambar yang semi realis yang disertai dengan teks yang menjelaskan ilustrasi tersebut.
- Sampul buku dibuat dengan menggambarkan seorang pengguna Vespa yang sedang menaiki Vespa yang artinya bahwa pengendara Vespa itu bisa siapa saja dan dari kalangan mana saja.
- Isi ilustrasi akan menggambarkan pesan pesan sosial dan nilai nilai positif dari pengguna Vespa.
- Menginformasikan jargon-jargon pengguna Vespa yang memiliki pesan sosial sebagai strategi kreatif secara verbal.
- Pembuatan infografis sejarah Vespa dan perkembangan bentuk desain vespa sebagai strategi kreatif, agar informasi lebih mudah diterima.
- Informasi bentuk desain Vespa dan aktivitas pengguna Vespa akan di layout dengan kesan santai. Gaya visual akan menggunakan vector dengan penyederhanaan bentuk.
- Isi buku bergambar ini di sajikan berupa foto ilustrasi dan ilustrasi vektor. Selain dari pada itu hal tersebut juga didukung dengan penggunaan warna warna, penggunaan huruf pada buku dan tata letak yang disesuaikan.
- Menggunakan tipografi yang bernuasa santai dan formal, mengunakan warna warna pastel. Layout dibuat sesantai mungkin dan tidak kaku, sehingga pembaca buku tidak merasa terlalu serius seperti membaca buku buku pada umumnya.

3.1.3 Strategi Media

Media merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim pesan kepenerima pesan sehingga dapat merancang pikiran, perasaan dan perhatian *audience* (Miarso. 1989 dalam Susilana, Rudi. 2009. Hal. 6). Maka dari itu dibutuhkan perancangan media informasi yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan atau media yang mudah diakses masyarakat. Media informasi mengenai informasi desain bentuk vespa dan aktivitas penggunanya ini di bagi menjadi dua bagian yaitu media primer dan sekunder. Media primer adalah media utama yang berisi informasi lengkap untuk disampaikan, sedangkan media sekunder adalah sebagai media pelengkap yang menujang keberadaan media utama.

3.1.3.1 Media Primer (Media Utama)

Buku dipilih sebagai media utama karena buku merupakan media cetak yang memiliki daya tarik dan dapat menampung banyak informasi. Buku adalah sekumpulan kertas bertulisan yang dijadikan satu. Kertas-kertas bertulisan itu mempunyai tema bahasan yang sama dan disusun menurut kronologi tertentu, dari awal bahasan sampai kesimpulan dan bahasan tersebut. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, buku adalah lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong. Dengan dibuatnya buku yang menampilkan ilustrasi dan visual ini maka diharapkan akan menambah ketertarikan masyarakat banyak untuk membaca buku, karena pada dasarnya gambar pada sebuah buku ilustrasi ini dapat mudah di pahami.

3.1.3.2 Media Sekunder (Media Pendukung)

Media sekunder merupakan media pendukung dari media utama. Hal ini dilakukan agar memiliki banyak variasi dalam menyampaikan informasi. Media sekunder dibagi menjadi media *gimmick* dan *merchandise* (donasi), berikut adalah media pendukung yang akan digunakan dalam rancangan media informasi:

- Poster

  Poster adalah media Informasi yang dapat menampung banyak informasi yang singkat dan cepat dipahami. Poster ini diperlukan untuk mempromosikan

media buku karena media poster ini sangat mudah untuk disebarkan dan efektif untuk ditempatkan dimana saja, seperti dinding, kaca jendela dan lainnya, sehingga dengan mudah dapat dilihat oleh banyak orang.

- Flyer

  Flyer dapat memberikan informasi yang lebih jelas kepada khalayak, melihat ukurannya yang kecil dan mudah dibawa kemana mana, sebagai media pengingat dan memiliki efektifitas pesan yang cukup lama. Pada penempatannya, flyer akan disebarkan dan dibagikan disejumlah komunitas Vespa, event event Vespa.

- Pembatas Buku

  Pembatas buku bisa diberikan sebagai gimmick yang dapat dipakai oleh pembaca buku sekaligus pengingat membaca buku.

- Pin

  Pin diberikan sebagai gimmick, pemilihan pin ini dikarenakan mudah untuk dibawa kemana saja sehingga menjadi media pengingat yang baik. Serta para pengguna Vespa yang senang memakai atribut atribut di jaket dan tas, mudah ditempelkan dan secara tidak langsung menjadi media promosi berjalan.

- Stiker

  Stiker adalah media yang sangat mudah untuk diaplikasikan dan dekat dengan masyarakat, sticker ini dibagikan kepada perorangan agar mereka bisa ikut mempromosikan buku ini dengan cara menempelkan striker di kendaraan dan helm yang sering digunakan oleh pengguna Vespa. Stiker juga sebagai media pengantar pesan yang baik dan tahan dalam jangka waktu yang lama.

- T-shirt

  T-shirt adalah sebuah media yang bisa dipakai kemana saja dan bisa sangat efektif menjadi sebuah media promosi berjalan.

- Mini x banner

  Standing banner atau sebagian orang menyebutnya mini x banner, kini menjadi pajangan yang sering terlihat diberbagai tempat, media ini sangat cocok untuk menjadi sebuah media informasi, karena harganya terjangkau dan bisa menjadi pusat perhatian.

3.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan rencana dalam menyebarkan atau menyalurkan produk kepada target sasaran. Dalam perancangan ini, produk tersebut adalah buku ilustrasi mengenai informasi seputar perkembangan bentuk desain Vespa dan aktivitas pengguna Vespa. Pada awalnya media promosi akan disebar ke toko buku, bengkel bengkel Vespa, acara acara Vespa dan komunitas. Hal ini dilakukan untuk menarik animo target audiens terhadap buku ini. Setelah buku selesai produksi selanjutnya akan dipublikasikan ke toko buku di daerah kota Bandung dan sekitarnya beserta media pendukung. Selain toko buku, alasan dipilihnya bengkel bengkel Vespa karena bengkel Vespa sering dijadikan tempat kumpul oleh pengguna Vespa, khusunya pengguna Vespa muda.

Tabel 3.1 Jadwal Distribusi Media

(Dokumen pribadi 2015)

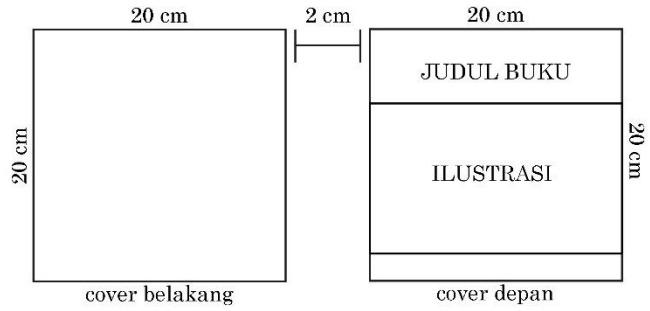
	agustus	september	oktober	november	desmber
poster					
flyer					
mini banner					
buku					
pembatas buku					
pin					
sticker					
keychain					
tshirt					
emblem					

3.2 Konsep Visual

Buku ini terdapat ilustrasi bergambar yang memberikan daya tarik dalam membaca buku ini. Memiliki banyak visual ilustrasi sehingga buku ini terlihat menarik dan mudah dimengerti. Selain itu tata letak atau layout pada buku ini terlihat bebas dan santai. Ilustrasi menggunakan vector. Gaya visual yang diambil dalam buku ini yaitu flat design dengan ilustrasi yang menggambarkan apa saja yang bersangkutan dengan Vespa. Penggambaran akan menggunakan ilustrasi flat design agar terlihat lebih menarik. Kemudian pendekatan visual dalam buku bergambar ini disajikan berupa foto ilustrasi dan ilustrasi vector. Selain itu hal tersebut juga didukung dengan pendekatan warna warna pastel, penggunaan huruf dan layout pada buku yang disesuaikan dengan vespa itu sendiri yang dibuat menarik serta dipahami. Warna yang digunakan dalam buku ini adalah warna warna pastel dengan tujuan yang ingin menggambarkan sesuatu hal yang santai.

3.2.1 Format Desain

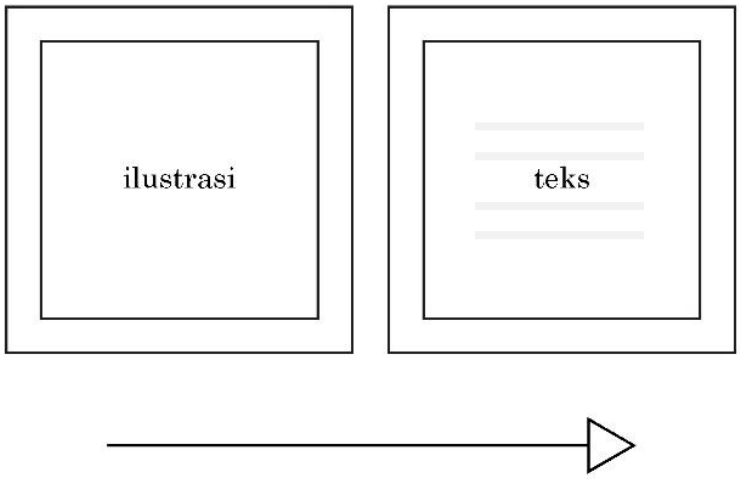
Buku mengenai perkembangan vespa dan aktivitas penggunanya ini berukuran 20x20 cm, dengan ukuran yang tidak terlalu besar karena pertimbangan efisiensi, unik dan dirasa paling pas untuk ukuran buku yang berisi ilustrasi. Isi buku ini berisi sejarah singkat tentang vespa masuk ke Indonesia dan aktivitas penggunanya yang berupa ilustrasi. Cover buku ini akan berbentuk hard cover dan menggunakan ilustrasi.



Gambar 3.1 layout buku
(Dokumen pribadi 2015)

3.2.2 layout

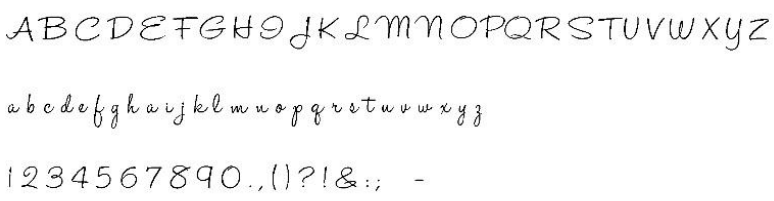
Layout meliputi urutan, penekanan, keseimbangan, kesatuan dan konsistensi, urutan tersebut menunjuk pada aliran membaca (Rustan, 2008). Layout yang digunakan pada buku ini disesuaikan dengan arah baca masyarakat Indonesia yaitu dari arah kiri ke kanan pada pola zigzag. Peletakan gambar sertatulisan dirancang dengan layout yang unik, jelas dan membuat pembaca tidak merasa jenuh dan dibingungkan dengan alurnya ketika membaca.



Gambar 3.2 Alurbaca
(Dokumen pribadi 2015)

3.2.3 Tipografi

Tipografi merupakan salah satu unsur desain yang berpengaruh dalam keseimbangan ruang (Rustan, 2008). Jenis tipografi yang digunakan pada buku ini adalah Tw Cent MT sebagai body teks, Halo Handlatter sebagai sub judul pada cover, Odessa LET Plain 1.0 digunakan sebagai judul dan Agency FB. Empat font ini dipilih karena jenis font ini menggambarkan kuat, tegas, casual serta tidak kaku dan berpatok pada suatu aturan. Penggunaan font Tw Cent MT sebagai body teks mempermudah dalam membaca teks dalam dan berkaitan dengan jumlah karakter yang di sesuaikan dengan kebutuhan kolom pada buku tersebut.



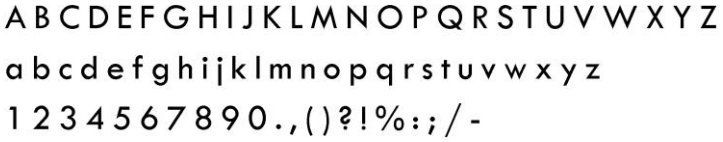
Gambar 3.3 Font Halo Handlatter

(Dokumen pribadi 2015)



Gambar 3.4 Font Odessa LET Plain 1.0

(Dokumen pribadi 2015)



Gambar 3.5 Font TW Cent MT

(Dokumen pribadi 2015)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h a i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , ( ) ? ! & : ; / -

Gambar 3.6 Font Agency FB

(Dokumen pribadi 2015)

3.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi meruapakan sebuah bagian desain yang berfungsi penghias dan untuk memperjelas teks (Rustan, 2008). Pada pembuatan buku ini dibuat dengan menggunakan ilustrasi vector dengan gaya flat desain. Flat design merupakan desain dengan pendekatan minimalis yang menekankan kegunaan, dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan, tekstur, berfokus pada tipografi, warna warna cerah dan ilustrasi dua dimensi. Penggunaan flat desain bertujuan agar penyampaian pesan lebih dipahami. Dalam flat design, elemen hias yang lain akan dipandang tidak perlu sehingga akan menghasilkan kesan minimalis. Gaya flat design akan membuat pembaca akan lebih tertarik.

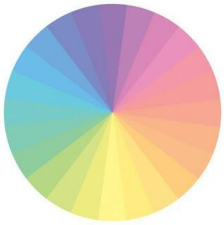


Gambar 3.7 Flat design

(Dokumen Pribadi 2015)

3.2.5 Warna

Warna merupakan unsure terpenting dalam sebuah design, setiap warna memiliki kekuatan dan arti tersendiri, warna juga mampu merangsang prilaku dan perasaan seseorang. Warna adalah unsur yang bisa menciptakan mood atau suasana ruang (Wulandari, 2007). Pemilihan warna harus sesuai dengan konsep dan pesan yang ingin disampaikan. Dalam perancangan media buku informasi ini akan mengguakan warna warna pastel, untuk memberikan kesan kekeluargaan yang terdapat pada pengguna vespa.



Gambar 3.8 Warna Pastel

(sumber: https://pbs.twimg.com/media/BP3YVpRCMAE6j8O.jpg:medium)