BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL BUKU INFORMASI *BEDOG* PASIR JAMBU

III.1 *Target Audiens* (target sasaran)

Segmentasi dari target sasaran yang dituju, dalam perancangan identitas visual ini meliputi beberapa faktor diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki
Usia : 25-30 tahun
Pekerjaan : Karyawan dan wirausahawan

b. Geografis

Wilayah : Khususnya untuk daerah kota Bandung dan sekitarnya pada umumnya
Iklim : Tropis

c. Psikografis

Kelas Sosial : Menengah ke atas.
Gaya Hidup : Aktif, sehat dan berakal sehat.
Kepribadian : Semangat, rasa kecintaan terhadap budaya, senang mempelajari sejarah, suka bersosialisasi.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dibuat mengenai media informasi *Bedog* Pasir Jambu ini adalah dengan merancang strategi media informasi yang tepat yang dapat memenuhi kebutuhan akan informasi ragam bentuk *Bedog* Pasir Jambu beserta sejarah dan filosofinya agar masyarakat khususnya kota Bandung lebih

mengenal dan ikut melestarikan kebudayaan daerahnya sendiri. Media informasi yang dipilih adalah buku.

Informasi yang ingin disampaikan berupa pengetahuan umum tentang *bedog* tradisional yang diproduksi di kecamatan Pasir Jambu, dari sejarah, ragam bentuk dan nama-nama bagian dari *bedog*. Beberapa informasi ditampilkan dengan tampilan visual berbagai bentuk *bedog* tradisional dan informasi utamanya yakni tentang penjelasan akan ragam bentuk dan makna *bedog* Pasir Jambu.

Perancangan ini dibagi menjadi tiga media, yakni media utama, media pendukung, dan media kreatif. Dimana bobot akan informasi diulas lebih mendalam di media utamanya. Media pendukung hanya sebagai pelengkap saja karena tujuan utamanya yaitu agar *target audience* yang dituju mendapatkan informasi dari media utamanya.

III.3 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan salah satu cara untuk menyampaikan pesan serta informasi dari suatu perusahaan atau produk kepada target sasarannya atau konsumen. Strategi komunikasi dalam perancangan identitas *bedog* Pasir Jambu ini adalah untuk menampilkan ragam jenis dan memberikan informasi tentang *bedog* Pasir Jambu. Pesan yang ingin disampaikan oleh *bedog* Pasir Jambu ini adalah ingin menginformasikan nilai-nilai sejarah, ragam jenis dan filosofi dari *bedog* Pasir Jambu.

Sebagai salah satu strategi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat yang dituju, digunakan metode 5W1H+E. *Bedog* Pasir Jambu ragam bentuk dan makna (*what*). Ditujukan kepada masyarakat dewasa khususnya kota Bandung dengan status sosial menengah keatas yang gemar membaca dan cinta terhadap budaya daerah (*who*). Agar masyarakat dapat memahami informasi lebih mendalam mengenai ragam bentuk dan makna *bedog* yang diproduksi di Pasir Jambu (*why*). Kota Bandung sebagai ibukota provinsi Jawa Barat dan pusat studi kebudayaan Sunda (*where*). Disebarkan di seluruh toko buku Gramedia wilayah

kota Bandung dan pada saat pameran kebudayaan daerah pada tanggal 26-28 Maret 2015 di kantor BPPMD provinsi Jawa Barat (*when*). Melalui beberapa pengaplikasian media, diutamakan pada media buku dan media pendukung lainnya (*how*). Menumbuhkan rasa cinta dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap budaya sehingga timbul keinginan untuk ikut serta dalam melestarikan salah satu senjata tradisional Indonesia (*effect*).

III.4.1 Pendekatan Visual

Tampilan visual yang akan dimunculkan kedalam buku *bedog* Pasir Jambu adalah ciri khas dari ragam jenis *bedog* Pasir Jambu dengan pengambilan gambar *angle* dan *background* yang tepat yang disajikan dengan gaya *digital imaging* agar pembaca merasa antusias terhadap buku ini.



Gambar III.1 Foto *bedog* Salam Nunggal

Sumber : Dokumentasi pribadi (2014)



Gambar III.2 *Flames* (kobaran api)

Sumber: http://www.bigbackground.com/flames (2 Desember 2014)



Gambar III.3 *Bedog* Salam Nunggal *digital imaging*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2014)

III.4.2 Pendekatan Verbal

Berdasarkan pembuatan buku *bedog* Pasir Jambu menggunakan pendekatan verbal dengan memakai bahasa Indonesia yang baku namun mudah dimengerti. Hal tersebut ditujukan agar penyampaian komunikasi serta pesan yang dituju dapat dimengerti oleh penerima pesan.

III.4.3 Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan sebuah buku dari *bedog* Pasir Jambu ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan informasi untuk mengenalkan lebih dalam kepada masyarakat luas khususnya masyarakat di kota Bandung. Tujuan komunikasi yang ingin disampaikan pada buku *bedog* Pasir Jambu adalah memberikan informasi tentang ragam bentuk dan makna *bedog* Pasir Jambu sebagai upaya dalam melestarikan senjata tradisional *bedog*.

III.5 Strategi Kreatif

III.5.1 Media Utama

Media utama sebagai media yang dapat memberi informasi kepada *target audience*, yang dipakai dalam perancangan media informasi *bedog* Pasir Jambu ini adalah berupa media buku, yang mana di dalamnya terdapat ragam bentuk *bedog* tradisional yang berasal dari Pasir Jambu beserta sejarah dan nama-nama bagiannya. Buku merupakan salah satu media yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan pengetahuan. Dengan konten-konten yang terdapat didalamnya, buku membuat pembaca ikut berinteraksi dalam mengikuti setiap informasinya. Dengan kata lain, buku memfokuskan permasalahan dan informasi yang tepat dan mudah untuk dipahami. Selain itu, buku penyebarannya sangat luas, dapat digunakan sebagai pedoman untuk dipelajari, dapat dibaca kapanpun, dimanapun, serta tahan lama untuk diwariskan pada generasi berikutnya.

III.5.2 Media Pendukung

Adapun beberapa media pendukung yang membantu menginformasikan media utama, seperti:

- *X-banner*

  Standing banner atau kebanyakan orang menyebutnya *x-banner* merupakan suatu media yang bersifat fleksibel. Media ini sangat cocok untuk menginformasikan peluncuran buku.

- *Flag Chain*

  Merupakan untaian bendera yang direntangkan di dekat langit-langit toko ataupun di atas area jalur pengunjung. Media ini sangat cocok untuk menginformasikan adanya buku yang dijual di area tersebut.

- Poster

  Poster adalah gambar pada selembar kertas yang berukuran besar yang ditempel di dinding atau permukaan lain. Poster merupakan alat untuk menginformasikan sesuatu, sebagai alat propaganda atau maksud-maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan. Poster akan dicetak berukuran A3 (29,7 cm x 42 cm).

- *Bookmark*

  Bookmark atau pembatas buku merupakan media yang cukup penting sebagai penanda dimana tingkat halaman yang terakhir dibaca oleh pembaca.

- Gantungan kunci

  Hadiah dari pembelian buku sebagai media pengingat yang mudah dibawa.

- Pin

  Hadiah dari pembelian buku sebagai media pengingat yang mudah dibawa.

- *Cutting sticker*

  Hadiah dari pembelian buku sebagai media pengingat. Dapat ditempel dimana saja sesuai keinginan pembeli buku.

- Tempat bolpoin

  Hadiah dari pembelian buku sebagai media pengingat. Sebagai ambien media yang unik dan mudah dibawa.

III.5.3 Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah bagaimana suatu barang atau jasa dapat menjangkau sasarannya. Buku informasi *bedog* Pasir Jambu ini akan disalurkan ke seluruh toko buku Gramedia di wilayah kota Bandung. Selanjutnya sebagai strategi alternatif, akan dilakukan kerjasama dengan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) kabupaten Bandung, Dinas Koperasi kota Bandung, Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah provinsi Jawa Barat (KUMKM) yang ditempatkan pada *stand* yang diutus pada pameran-pameran yang sedang diselenggarakan.

Tabel III.1 Tabel distribusi

Media	Distribusi
Buku	Pendistribusian awal, buku akan disalurkan ke seluruh toko buku Gramedia di wilayah kota Bandung, juga di *stand bedog* Pasir Jambu pada pameran kebudayaan daerah pada tanggal 26-28 Maret 2015 di kantor BPPMD provinsi Jawa Barat. Untuk selanjutnya diikutsertakan kembali di *event-event* pameran kebudayaan daerah berikutnya.
X-banner	Pemasangan dilakukan di seluruh toko buku Gramedia di wilayah kota Bandung dan pada saat pameran kebudayaan daerah diselenggarakan.
Flag Chain	Pemasangan dilakukan di seluruh toko buku Gramedia di wilayah kota Bandung dan di *stand* pameran kebudayaan daerah diselenggarakan.
Poster	Akan dipasang di beberapa perkantoran Negeri maupun swasta yang berada di kota Bandung.
Bookmark	Sebagai bonus pembelian buku.
Gantungan kunci	Sebagai bonus pembelian buku selama masa promosi.
Pin	Sebagai bonus pembelian buku selama masa promosi.
Cutting sticker	Sebagai bonus pembelian buku.
Tempat bolpoin	Sebagai bonus pembelian buku selama masa promosi.

Sumber : Data pribadi (2014)

Tabel III.2 Jadwal distribusi media

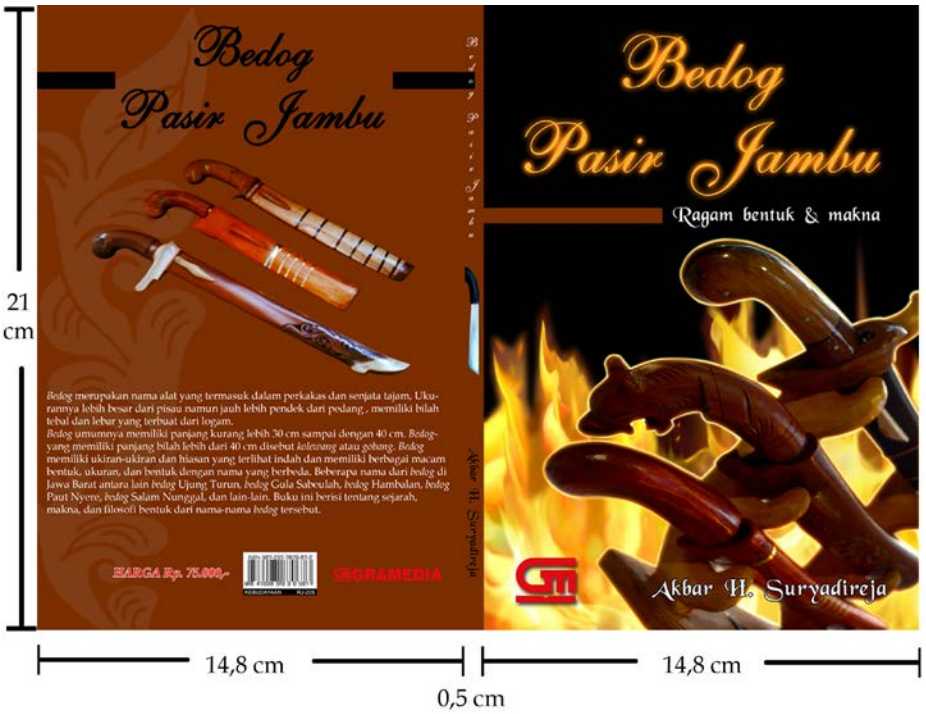
Media	2015											
	Februari				Maret				April			
	Minggu				Minggu				Minggu			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buku												
X-banner												
Bookmark												
Poster												
Gantungan kunci												
Pin												
Sticker												
Tempat bolpoin												

Sumber : Data pribadi (2014)

III.6 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah dengan menampilkan foto-foto *bedog* dari beberapa sudut untuk memperindah dan memperjelas apa yang akan diinformasikan. Lalu dilakukan proses tata letak (*layout*), mengkomposisikan isi teks dengan ragam bentuk *bedog*.

III.6.1 Format Desain

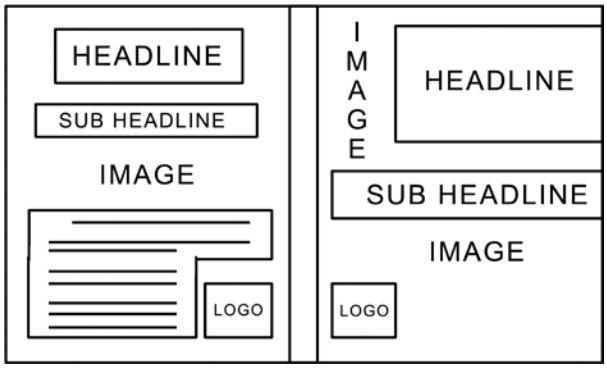


Gambar III.4 Desain *cover*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2014)

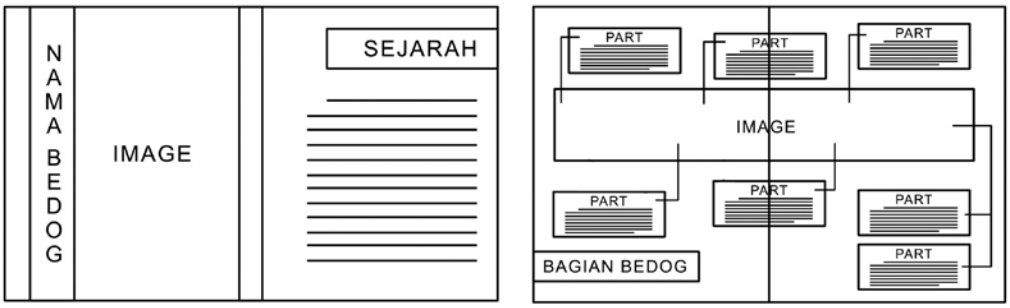
III.6.2 Tata Letak (*Layout)*

Pengaturan tata letak diatur semenarik mungkin dengan tujuan agar pembaca tidak merasa bosan dan bersemangat dalam membacanya. Peletakannya diatur agar seimbang dan menjadi kesatuan dengan elemen desain yang lainnya.



Gambar III.5 Layout sketsa *cover*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2014)



Gambar III.6 Layout sketsa isi halaman

Sumber : Dokumentasi pribadi (2014)

III.6.3 Tipografi

Pada *cover* dipilih *font* ALS Script karena memiliki lekukan-lekukan dan ketajaman yang merupakan kesan dari bentuk *bedog*.

ALS Script

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

*1234567890,.:;" ' ?!?/\[]{} @#$% ^ & * ( ) _ + - =*

Untuk *headline* dipilih *font* Schwarzwald agar terkesan antik dan elegan.

Schwarzwald

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.,:;"'?!?/\[]{}@#$%^&*()_+-=

Pada setiap isi teks dipilih *font* Book Antiqua untuk menyelaraskan *font-font* lain yang terpilih dan juga agar pembaca merasa nyaman dalam membacanya.

Book Antiqua

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890,.:;”’?!?/\[]{}@#$%^&*()_+-=

III.6.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang dipakai bersifat penambahan. Untuk mengoptimalkan penggunaan ruang halaman.



Gambar III.7 Ilustrasi

III.6.5 Warna

Warna yang digunakan adalah warna-warna yang dapat mencirikan kebudayaan Jawa Barat. Warna yang dominan digunakan adalah bernuansa gelap yang dipadukan dengan warna coklat yang sesuai dengan kesan

tradisional. Format warna yang digunakan adalah format CMYK karena sesuai dengan format yang digunakan percetakan agar kualitas yang dihasilkan sempurna. Berikut adalah contoh warna yang digunakan pada *layout* buku:

- Coklat



C: 31% M: 84% Y: 100% K: 39%

R: 123 G: 46 B: 0

Merupakan warna yang memberikan kesan nyaman, aman, juga memiliki aksen anggun dan elegan. Warna ini diambil dari warna kayu sebagai bahan dominan dari *bedog*, yaitu pada bagian *perah* dan *sarangka*.

- Hitam



C: 75% M: 68% Y: 67% K: 90%

R: 0 G: 0 B: 0

Merupakan warna yang melambangkan keanggunan, kemakmuran, maskulin, dan ketegasan. Warna ini juga merupakan warna yang biasa dipakan untuk warna *perah* dan *sarangka* setelah warna coklat.

- Oranye



C: 2% M: 32% Y: 91% K: 0%

R: 248 G: 180 B: 53

Merupakan warna yang memberikan kesan antusiasme, kehangatan, kesuksesan, ketertarikan Warna oranye memberi kesan yang kuat pada elemen dalam media ini yang dianggap penting.

- Merah



C: 0% M: 99% Y: 100% K: 0%

R: 255 G: 0 B: 0

Merupakan warna yang melambangkan keberanian, energi, kekuatan. Warna merah memiliki kontras yang cocok dengan maksud dan tujuan dalam pembuatan media ini.

- Putih



C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%

R: 255 G: 255 B: 255

Merupakan warna yang melambangkan kedamaian, pencapaian diri, kebersihan, persatuan. Warna putih sangat bagus untuk menampilkan atau menekankan warna lain serta memberi kesan bersih.