BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Target Audiens

Penentuan target sasaran (*audience*) sangat diperlukan dalam perancangan konsep media, agar pendekatan kepada target sasaran dapat lebih terfokus dan efektif dalam penyampaian pesan.

1. **Demografis**
   - Gender

     Laki-laki dan perempuan.
   - Usia

     20-35 tahun

     Masyarakat pada umur tersebut cenderung lebih tertarik kepada hal – hal yang bersifat informatif yang bisa menambah wawasan.
   - Pendidikan

     Tingkat pendidikan minimal mahasiswa
   - Status ekonomi sosial

     Menengah keatas
2. **Geografis**
   - Kota Madiun

     Karena letaknya berdekatan dengan kabupaten Magetan dan daerah ini sebagai objek penelitian yang didapat dari hasil pengamatan, daerah tersebut belum ada informasi mengenai batik Pring Sedapur. Dikarenakan sosialisasi batik ini hanya dilakukan di Magetan saja.
3. **Psikografis**
   - Masyarakat yang memiliki apresiasi terhadap seni dan kebudayaan, seperti masyarakat yang peduli terhadap budaya lokalnya, menyukai hal-hal yang informatif yang dapat menambah wawasannya.

III.2 Strategi Perancangan

Pemerintah kabupaten Magetan memiliki beberapa permasalahan dalam hal mensosialisasikan batik Pring sedapur ini keluar daerah Magetan, maka penulis bermaksud untuk melakukan sebuah perancangan sosialisasi dalam bentuk media informasi. Diharapkan dari perancangan ini masyarakat akan mendapat pengetahuan dan wawasan mengenai batik yang merupakan salah satu budaya Indonesia dan mengetahui tentang batik Pring Sedapur yang berasal dari Magetan. Serta membantu gerakan pemerintah kabupaten Magetan dalam mensosialisasikan batik Pring Sedapur Magetan ini keluar daerah.

III.2.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan yang ingin disampaikan tepat pada sasaran maka akan dilakukan perancangan media informasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh target sasaran. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia. Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa yang mudah dimengerti dan diucapkan oleh masyarakat dalam kegiatan sehari-hari.

Pendekatan visual

Untuk mensosialisasikan batik Pring Sedapur, dilakukan strategi pendekatan visual yang akan mengangkat tema batik itu sendiri. Strategi pendekatan visual yang dilakukan adalah dengan menyajikan gambar atau ilustrasi foto dengan pendekatan gaya realis fotografi, mengenai batik Pring Sedapur, dari beragam motifnya, proses pembuatannya, hingga interaksi sosial didalamnya. Penggunaan ilustrasi dengan teknik foto adalah agar para pembaca tidak cepat bosan dan dapat mengetahui dengan jelas asal muasal batik ini, hingga setiap prosesnya yang disampaikan

dengan detail melalui foto, sehingga diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembacanya.



Gambar III.33. Reverensi pendekatan visual dengan gaya foto esai

Sumber: http://fotokita.net/

(Diakses pada 13 Februari 2015)

III.2.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah ide yang dikeluarkan untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan, sangat erat kaitannya dengan konsep visual yang akan dibangun dalam perancangan media informasi. Dalam merancang media informasi tentang semua hal yang berkaitan dengan batik Pring Sedapur, informasi mengenai hal tersebut akan dimunculkan berdasarkan tampilan fotografi dan audio visual mengenai pembuatan dari awal batik Pring Sedapur hingga penjelasan mengenai motif batik ini beserta filosofinya. Perancangan media informasi ini nantinya juga mendapat dukungan Pemerintah Kabupaten Magetan dalam hal ini melalui Dinas Sosial Kabupaten Magetan, seperti donasi dan pendistribusian media informasi.

III.2.3 Strategi Media

Dalam perancangan media informasi ini, dibutuhkan strategi media agar media yang akan diproduksi bisa lebih terperinci dan terfokus. Strategi media yang digunakan mencakup 2 bagian, media utama dan media pendukung.

1. Media Utama

Media utama yang akan dirancang adalah media informasi yang dikemas dalam bentuk sebuah buku bergambar, maka berdasarkan pertimbangan yang telah tercantum juga dalam strategi kreatif, sebuah buku bergambar adalah media yang dipilih sebagai media utama untuk mensosialisasikan batik Pring Sedapur Magetan. Membuat sebuah buku bergambar yang bertujuan untuk memberikan wawasan kepada para pembacanya tentang batik Pring Sedapur, dan pada buku ini juga diberikan kain batik dengan motif Pring Sedapur agar pembaca dapat melihat dan merasakan langsung kain dengan motif Pring Sedapur yang dibuat secara tradisional atau tulis. Buku ini diberi judul Serumpun Bambu dari Magetan, dengan sub judul Pesona Batik Pring Sedapur.



Gambar III.34. Judul buku Serumpun Bambu dari Magetan

Sebagai bentuk dukungan Pemerintah Kabupaten Magetan terhadap buku ini, pada bagian sampul belakang buku juga akan disertakan logo Kabupaten Magetan.



Gambar III.35. Pengaplikasian logo Kabupaten Magetan pada bagian belakang buku

Pada buku ini juga akan disertakan sebuah film dokumenter mengenai batik Pring Sedapur dalam bentuk dvd. Dimana film ini bisa memperkuat gambaran visual yang ada pada buku, apabila pembaca buku ingin mendapatkan gambaran visual yang lebih detail maka bisa menonton film dokumenter dalam bentuk dvd yang disertakan pada buku Serumpun Bambu dari Magetan ini. Film dokumenter ini nantinya juga bisa dilihat melalui situs Pemkab Magetan serta melalui jejaring sosial seperti youtube. Hal ini bertujuan untuk memperluas penyebaran informasi mengenai batik Pring Sedapur yang berasal dari Kabupaten Magetan.

2. Media Pendukung

Media pendukung yang akan digunakan berfungsi untuk mendampingi dan memperkuat media utama. Media pendukung yang akan digunakan diantaranya:

- Poster

  Poster menurut Robin Landa dalam Rakhmat Supriyono (2010) mendeskripsikan poster sebagai bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal, atau penawaran, dan untuk mempromosikan orang, acara tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi. Disini poster

dapat menjadi salah satu media cetak penguat untuk media promosi yang dapat disebarkan dan dipajang di tempat strategis.

- Baju *T-Shirt*

  Media yang nantinya akan diberikan kepada 100 pembeli pertama buku ini.
- DVD film dokumenter

  Media yang nantinya akan diberikan secara cuma-cuma dengan cara disisipkan kedalam buku.
- *Softcase*

  Media yang nantinya akan dijual kepada konsumen.
- Alas *mouse*

  Termasuk sebagai media perlengkapan yang nantinya dijual kepada konsumen.
- *X-Banner*

  X-Banner merupakan sebuah media cetak berdiri yang dapat ditempatkan di sekitaran rak toko buku.
- *Gimmick*

  Merupakan media yang digunakan untuk media informasi ini. Tujuan pemberian *gimmick* ini adalah pemberian atau hadiah yang berfungsi sebagai buah tangan. *Gimmick* yang di gunakan berupa pembatas buku.

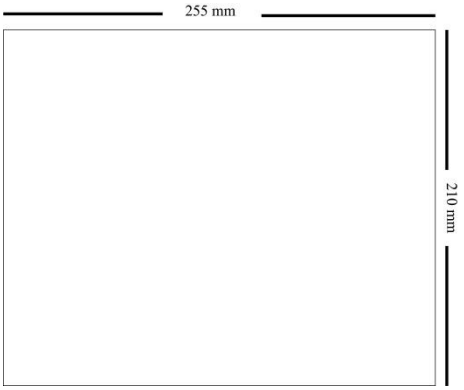
III.3 Konsep Visual

Untuk menghasilkan atau visual promosi yang baik maka dibutuhkan konsep visual yang matang untuk menghindari kesalahan dalam penyampaian pesan mengenai batik Pring Sedapur Magetan.

III.3.1 Format Desain

Dalam perancangan media informasi berupa buku mengenai batik Pring Sedapur Magetan yang ditargekan kepada masyarakat dengan rentang

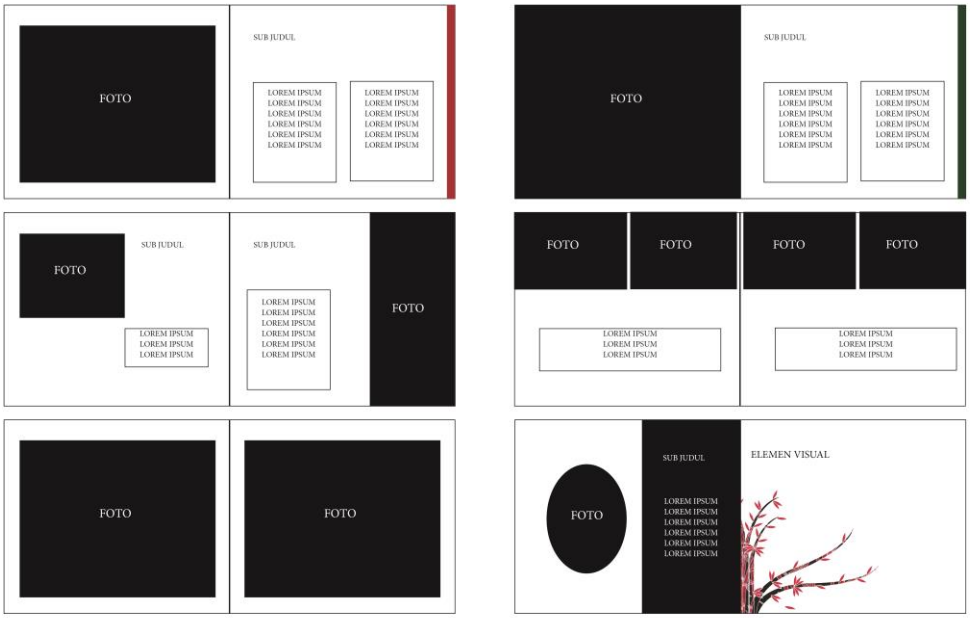
umur berkisar 20 – 35 tahun, disajikan dengan ilustrasi gambar berupa foto. Format ukuran buku A4 *custom* (255 mm x 210 mm).



Gambar III.36. Format ukuran buku

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen visual yaitu berupa gambar dan teks agar menjadi lebih komunikatif sehingga memudahkan pembaca dalam menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap media *layout* yang disusun selalu mengacu pada konsep awal yaitu penempatan unsur-unsur grafis yang disusun sedemikian rupa untuk mendapat kesan yang menarik juga informatif.



Gambar III.37. Tata letak *layout*

Kerning : 50

Leading : 14

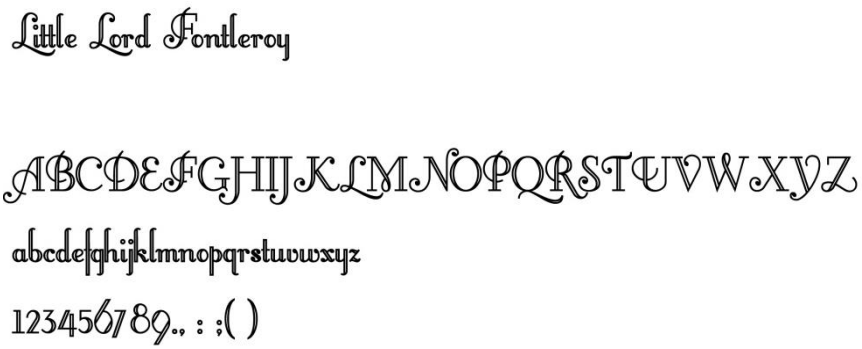
Ukuran *font* : 10 (*bodytext*). Judul dan sub judul (24,30,36)

III.3.3 Tipografi

Perancangan media informasi ini akan menggunakan beberapa huruf atau *font*, *font* Zapfino digunakan pada setiap pergantian dari bab pertama ke bab selanjutnya, dan digunakan juga pada setiap judul dari isi teks. Tujuan penggunaan *font* zapfino adalah untuk memberi kesan mewah dan *font* terlihat seperti goresan – goresan canting.



Penggunaan *font* Little lord fontleroy ini digunakan pada bagian logo sampul buku, tujuan penggunaan *font* untuk memberikan kesan keanggunan dan sentuhan tangan pada buku ini.



Penggunaan *font* Calisto mt digunakan pada bagian *bodytext* atau isi tulisan buku. Tujuan menggunakan *font* Calisto ini untuk memberikan

kesan formal pada buku, dan supaya mudah dibaca dalam komposisi teks yang panjang.

Calisto MT

ABCDEFGHIJJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789,.:;()



Gambar III.38. Contoh penggunaan *font* Calisto pada *bodytext*

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan media buku ini adalah ilustrasi menggunakan teknik fotografi. Penggunaan teknik ilustrasi foto ini bermaksud agar pembaca seolah – olah dapat melihat dan membayangkan langsung motif batik Pring Sedapur, kegiatan para pembatik dan juga proses pembuatan batik. Menambah wawasan para pembaca sehingga mengetahui sejarah mengenai batik Pring Sedapur, lokasi pembuatannya dan interaksi sosial di dalamnya.



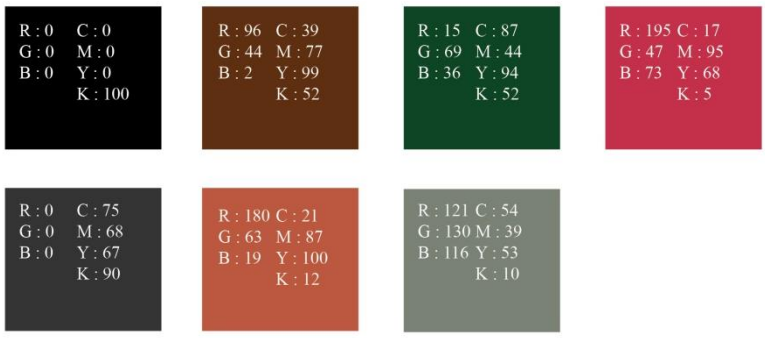
Gambar III.39. Reverensi penggunaan gaya fotografi pada buku

Sumber: http://fotokita.net/

(Diakses pada 13 Februari 2015)

III.3.5 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 pada buku ini adalah warna – warna dari kain batik Pring Sedapur. Berikut adalah warna-warna yang akan digunakan untuk media informasi ini:



Gambar III.40. Contoh skema warna

Penggunaan skema diatas tergantung dari pemakaian, misalkan untuk warna RGB (*red-green-blue*) bisa digunakan dalam layar seperti iklan di tv dan internet sedangkan warna CMYK (*cyan-magenta-yellow-black*)

dapat digunakan pada media yang dicetak seperti poster, buku, *x banner*, dan media cetak lainnya.



Gambar III.41. Warna – warna pada kain batik

Sumber: Dokumentasi Pribadi (12/12/2014)

III.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi tahap awal yang dilakukan adalah menyebarkan poster di beberapa titik agar target audiens dapat mengetahui dalam rentan waktu yang telah ditentukan akan terbit mengenai buku ini. Kurun waktu yang ditentukan untuk poster adalah satu bulan menjelang penerbitan buku ini. Untuk tahap selanjutnya adalah dengan memasang *X Banner* pada saat *launching* buku ini di toko buku terdekat semisal toko buku Gramedia di kota Madiun.

Tabel III. 2 Tabel strategi distribusi

NO	MEDIA	MARET 2015																									
		MINGGU 1							MINGGU 2							MINGGU 3							MINGGU 4						
		S	S	R	K	J	S	M	S	S	R	K	J	S	M	S	S	R	K	J	S	M	S	S	R	K	J	S	M
1	Poster																												TERBIT
2	X-Banner																												
DISTRIBUSI		KAMPUS							PERPUSTAKAAN							MADING PUBLIK							TOKO BUKU						