BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Dengan adanya permasalahan-permasalahan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dan batasan masalah yang telah di fokuskan maka didapatkan sebuah solusi yang bisa menjawab permasalahan tersebut dengan media yang telah dipilih yaitu dengan membuat media informasi baru mengenai asal jenis gaya busana remaja era 90-an.

Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu dengan cara mengenalkan jenis gaya gaya busana apa saja yang terjadi di Bandung era 90-an kepada masyarakat Bandung juga masyarakat umum tentang beberapa jenis, sejarah, asal usul gaya gaya busana di Bandung era 90-an dari masing masing gaya busana akan dikenalkan dengan dibuatnya buku ilustrasi dengan melalui visual yang menarik serta bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat terutama pada pelaku usaha industri sandang.

III.1.1 Target Audiens

Target Audiens dari media informasi buku ilustrasi jenis gaya busana remaja era 90-an ini adalah sebagai berikut:

a. Demografis
   - Usia : Dewasa 35-55 tahun
   - Status Ekonomi : Menengah Keatas
   - Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
   - Pekerjaan : Wirausaha, Karyawan dan Desainer Busana
   - Warga Negara : Indonesia

Target Audiens dengan status menengah keatas dipilih karena mayoritas yang tertarik terhadap media informasi tentang gaya busana ini cocok untuk diinformasikan kepada kalangan menengah keatas karena biasanya mereka hidup di daerah perkotaan dan sering berkunjung ke toko buku atau mall-mall. Dan juga memiliki harga yang tidak murah sehingga daya beli target bisa dicapai.

b. Psikografis

   Media yang akan dibuat ditujukan kepada target audiens dewasa yang menyukai hal tentang gaya busana dan menyukai buku ilustrasi, juga yang ingin memulai usaha dalam bidang sandang untuk memperbanyak referensi agar menjadi inovasi baru dalam usaha mereka.

c. Geografis

   Orang dewasa yang berada di Indonesia khususnya wilayah perkotaan. Lebih spesifik lagi adalah di Kota Bandung.

d. Target Sekunder

   Target sekunder dari buku ilustrasi jenis gaya busana remaja 90-an ini adalah para masyarakat yang suka mengunjungi toko-toko baju.

III.2 Pendekatan Komunikasi

Strategi perancangan media informasi ini akan diproses mencangkup beberapa aspek yang disesuaikan dengan target audiens (dewasa) yang dituju, menyampaikan pesan dengan baik dan efektif, dengan visualisasi yang tepat diangkat pada tema permasalahan dan elemen visual hasil studi terhadap target audiens (dewasa). Dalam pendekatan komunikasi yang akan dilakukan, maka digunakan pendekatan melalui dua cara pendekatan yaitu pendekatan verbal dan pendekatan visual. Berikut penjelasan mengenai pendekatan verbal dan visual:

III.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual adalah faktor yang penting dalam mencapai daya tarik target audience maka penggambaran visual pada buku ilustrasi ini adalah dengan teknik

penggambaran manual serta ditambah warna yang menarik. Teks dan visual harus berimbang sehingga para pembaca dapat tertarik dan nyaman untuk membacanya. Pendekatan visual ini dapat membantu tertanamnya pengetahuan serta dapat mengaplikasikanya terhadap gaya gaya busana mereka sehari-hari



Gambar III.1. Gaya gambar gaya busana

Sumber : (http://anayawa.blogspot.com/2011/04/fashion-illustration.html)



Gambar III.2. Gaya foto model busana

Sumber : (http://dearaddy.com/2012/05/13/video-content-licensing/)

III.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal berupa kalimat yang akan ditujukan pada target audiens, dimana dalam media informasi ini orang dewasa dijadikan target audiens, maka nantinya akan dibentuk sebuah pendekatan verbal dengan bahasa Indonesia yang tidak terlalu baku secara informatif. Pendekatan verbal bersifat kalimat inti yang memberitahukan kepada para pelaku industri agar tertanam banyak pengetahuan dan menyadari pengulangan gaya busana.

III.3 Strategi Kreatif

Menambah media utama yang sebelumnya menggunakan majalah menjadi buku ilustrasi yang disesuaikan dengan ketertarikan para target dengan definisi tentang busana yang diterapkan juga visual yang menarik dengan bahasa yang lugas

III.4 Strategi Media

Pendekatan yang akan dilakukan untuk perancangan buku sebagai media informasi adalah dengan cara melakukan studi terhadap masyarakat remaja.

- **Media Utama**

  Media utama yang akan digunakan adalah berupa buku ilustrasi mengani jenis gaya busana remaja era 90-an dengan dibuatnya buku ini maka sangat diharapkan akan menambah wawasan dan menyadari bahwa gaya busana itu sering terjadi pengulangan, serta menjadi aspirasi gaya busana bagi pengusaha di bidang sandang serta masyarakat.

- **Media Pendukung**

  Media pendukung merupakan media pelengkap atau tambahan bagi media utama untuk membantu menginformasikan, agar menjadi rangsangan target audiens untuk membaca buku informasi tentang jenis gaya busana di Bandung era 90-an.

Banner digital

Media banner ini digunakan unuk mengarahkan target untuk membeli dan membaca buku informasi ini. banner ini dipasang pada media internet seperti jejaring sosial, iklan pada aplikasi *smartphone*, serta dipasang di dekat toko buku

Kaos

Media ini dipilih karena merupakan media luar ruang yang sangat banyak dikota Bandung dan juga menjadi media bagi pemerintah untuk melakukan sosialisasi, sehingga memungkinkan bagi target untuk mengingat jenis gaya gaya busana di Bandung era 90-an.

Pin

Pin dan gantungan kunci adalah media yang mudah dibawa atau dipasang dan dapat digunakan sebagai bagian dari aksesoris dalam, sehingga diharapkan dapat menjadi media yang efisien.

Poster

Poster digunakan pada tempat tempat tertentu, dimana untuk mengarahkan kemana para target untuk mendapatkan buku tersebut.

Stiker

Stiker dibuat karena sifatnya individu dan stiker dikenal sangat praktis dan efektif, dapat ditempelkan dimana saja sehingga memperluas jangkauan dari pesan yang ingin disampaikan.

stiker ini bertujuan agar target lebih mudah untuk mengetahui dan mengingat jenis gaya gaya busana di Bandung era 90-an.

Mug

Mug dipilih karena mayoritas remaja sering mengkonsumsi kopi dan dapat digunakan sehari-hari juga efektif untuk menjadi media pendukung.

Flyer

Flyer dipilih karena ukurannya yang kecil, dan media yang efektif untuk disebarkan dipusat-pusat keramaian dan acara-acara yang sering dikunjungi oleh remaja.

X-Banner

Dipasang pada lokasi letak buku gaya busana yang menjadi media utama untuk dipajang saat launching atau dipajang agar terlihat dari kejauhan.

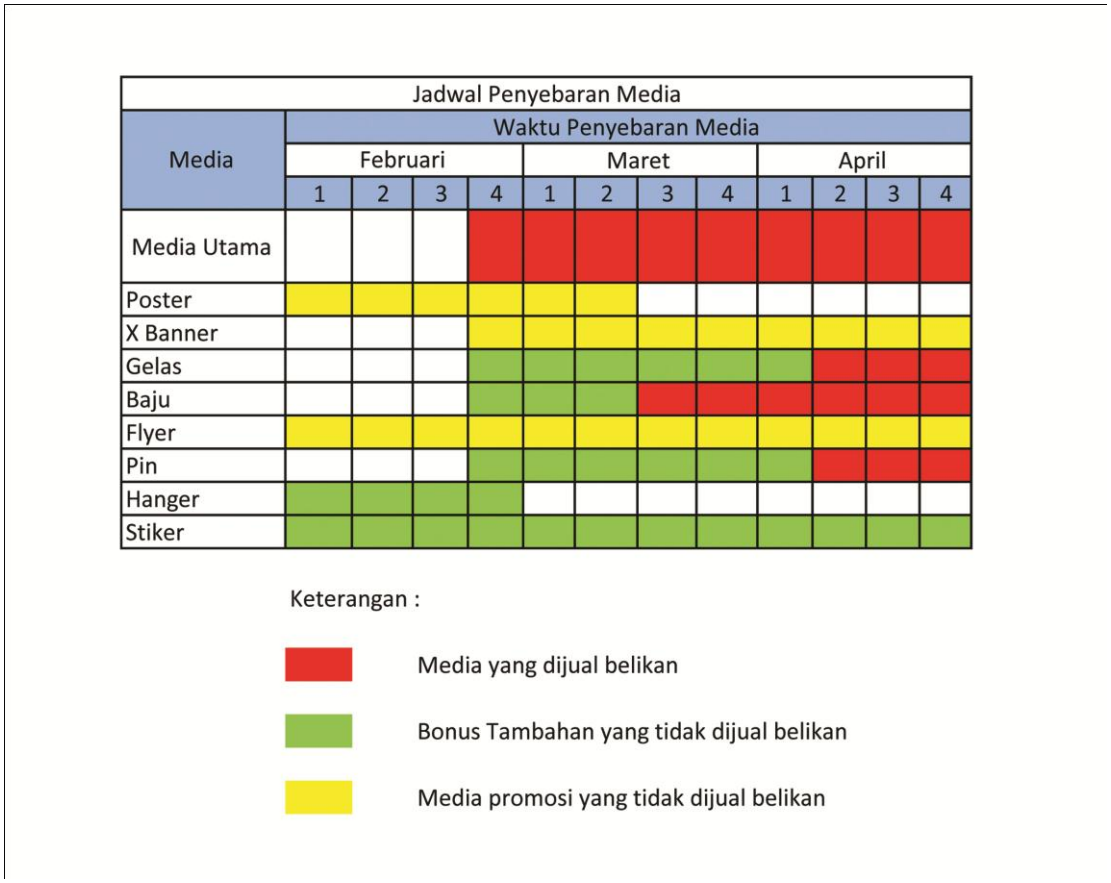
Cutting Hanger

Dibuat agar menjadi gantungan buku untuk display juga untuk menjadi bonus dalam pembelian buku gaya busana yang beredisi terbatas.

III.5 Strategi Distribusi

Untuk lebih memudahkan penyebaran distribusi, terdapat di wilayah penyebaran meliputi toko buku yang telah mempunyai nama besar di Indonesia maupun di kota-kota besar seperti Gramedia menjadi target pendistribusian buku "gaya busana remaja era 90" ini. Sekarang dengan banyaknya acara-acara pakaian yang suka digandrungi oleh kaum remaja, dengan bekerja sama dengan komunitas "generasi 90-an" maka akan membuat *stand/booth* yang membantu menjual buku ini. Strategi lainya pun buku ini akan dijual terbatas dengan bonus-bonus yang menarik maka dapat memikat para target audiens. Wilayah penyebaran tersebut sebagian besar adalah tempat dimana target biasa mencari atau membeli buku dan sebagai daerah pergaulan target audiens.

Berikut adalah tabel dari jadwal penyebaran media :



Tabel III.1. Gaya tabel distribusi

Sumber : Data pribadi

Dengan Tabel penyebaran media ini yang pertama di publikasikan adalah poster, karena dengan adanya poster target utama dapat melihat dan membacanya di berbagai tempat dengan harapan target utama dapat tertarik dan membeli media utama tersebut. Begitu juga dengan fungsi *flyer* hanya saja *flyer* dapat dibawa pulang dan dibaca secara individu.

Kemudian setelah semuanya tersebar, media utama dipiblikasikan dan dijual belikan, sedangkan *x banner* untuk mengingat kembali dan memberi petunjuk dimana media

utama berada atau ditampilkan. Sedangkan gelas, baju, stiker,pin dan *hanger* hanya untuk menarik dan bonus dari membeli media utama pada masa promo, selebihnya dijual belikan.

III.6 Konsep Visual

Buku informasi ini menggunakan teknik penggambaran manual teknik ini sesuai dengan segmentasi pelaku industri yang merespon baik dengan gaya gambar manual terhadap buku. Di dalam buku ini terdapat beberapa unsur utama yaitu : ilustrasi dan tipografi dengan penggabungan dua unsur tersebut sangat diharapkan penyampaian informasi akan lancar. Materi pesan yang di sampaikan pada buku ini adalah jenis gaya busana di Bandung era 90-an serta penjelasanya.

kata kunci visual :

- Beragam
- unik



Gambar III.3. sketsa gambar penulis

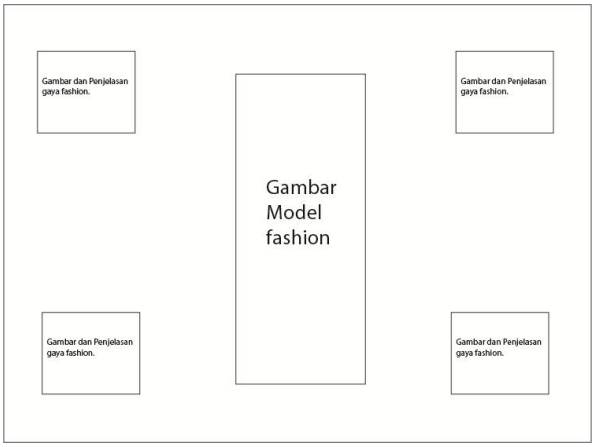
Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.7 Format Desain

Format ukuran buku menggunakan format *potrait* dengan ukuran 18 x 24cm bahan yang sangat tipis serta tahan lama dan dapat menghasilkan print yang sangat baik.

III.8 Tata Letak

Tata letak atau *layout* pada buku ini jenis gaya busana akan ditampilkan di tengah dan untuk penjelasan dan definisi berada disamping serta mengisi memenuhi buku.



Gambar III.4. Tata letak

Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.9 Tipografi

Jenis huruf dan tipografi merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah buku ilustrasi. Untuk pemilihan tipografi harus dipilih dengan seksama karena sangat mempengaruhi kenyamanan pembaca dalam membaca pesan yang disampaikan.

III.9.1 Tipografi Judul

Tipografi yang digunakan dalam judul buku ilutrasi gaya busana 90's ini adalah *font* manual dengan tulisan "Gaya Busana Remaja Era 90"



Gambar III.5 Judul buku ilustrasi

sumber: Dokumentasi Pribadi

III.9.2 Tipografi Narasi, Dialog, dan Credit

Untuk Credit menggunakan *font* Times New Roman karena huruf ini memiliki keterbacaan yang cukup jelas untuk itu. Untuk judul menggunakan Edo SZ, untuk narasi menggunakan *bold font* Bradley.

BRADLEY HAND ITC



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#$%^&*()_+

EDO SZ



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

!@ %^& ()_+

III.9.3 Studi Warna

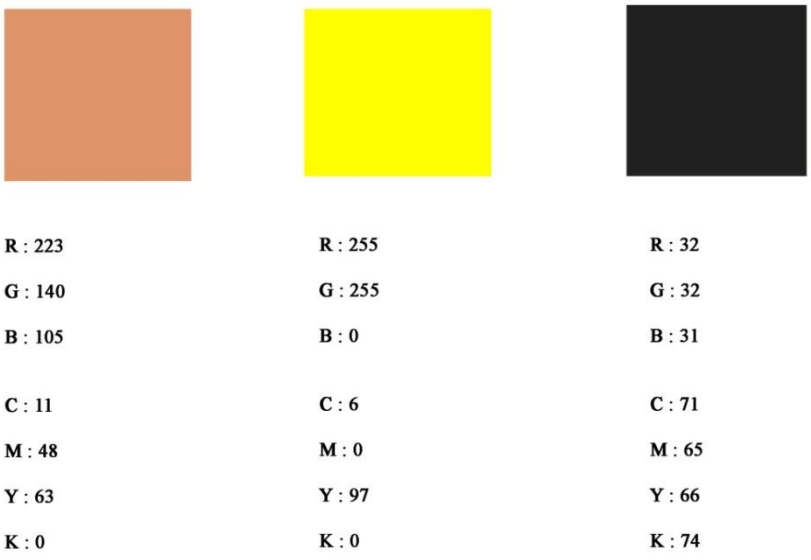
Teknik pewarnaan menggunakan cat air, warna dipengaruhi oleh gaya, trend dan pengalaman estetis, dengan mempertimbangkan kesesuaian yang akan diterapkan pada gambar pakaian, warna warna disesuaikan dengan pada sumber yang didapat mengenai pakaian tersebut.

Berikut adalah warna-warna yang sering digunakan dan sering muncul dalam buku gaya busana remaja era 90 :

Coklat : Dapat mewakili pemaknaan dalam sejarah dikarenakan pengulangan gaya busana menyangkup dalam hal sejarah.

Kuning : Mewakili suatu ilmu atau pencerahan yang dapat mereka temukan dalam buku ini.

Hitam : Mewakili untuk warna tipografi dalam buku tersebut dengan penyesuaian warna coklat dan kuning yang sering muncul pada buku ini.



Gambar III.6 Studi Warna

sumber: Dokumentasi Pribadi