BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Pada dasarnya strategi perancangan merupakan satu tatacara bentuk komunikasi untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai dalam sebuah media. Adapun perancangan konsep media informasi program redenominasi mata uang rupiah dibuat supaya pesan yang ada dapat tersampaikan kepada target khalayak sehingga dapat memberikan informasi mengenai apa itu redenominasi dan bagaimana teknis pelaksanaanya apabila diberlakukan oleh pemerintah dan Bank Indonesia. Strategi perancangan yang akan dilakukan pada program redenominasi mata uang rupiah yaitu merancang atau membuat suatu media informasi dengan bahasa formal dan didalamnya terdapat ilustrasi dari tahapan-tahapan program redenominasi, yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat umum perihal program redenominasi mata uang rupiah tersebut.

3.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi pada media informasi program redenominasi mata uang rupiah terbagi dua yaitu, pendekatan verbal dan pendekatan visual.

- Pendekatan verbal yaitu ungkapan secara lisan yang digunakan dalam pembuatan media informasi program redenominasi mata uang rupiah. Dalam pendekatan verbal digunakan bahasa Indonesia yang formal namun dengan kosa kata yang sederhana karena target khalayak pada media informasi ini adalah masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang dengan rutinitas sehari-harinya yaitu melakukan aktifitas jual beli baik berupa barang ataupun jasa.
- Pendekatan visual yang akan ditampilkan dalam media informasi tersebut yaitu penggabungan ilustrasi yang telah diolah dengan elemen-elemen desain seperti tipografi, warna, dan tata letak *(layout).* Media yang dirancang akan menampilkan unsur visual yang diperjelas dengan teks agar target khalayak lebih mengetahui dan memahami semua isi pesan yang ingin disampaikan ketika membacanya.

3.1.2 Strategi Kreatif

Perancangan media informasi dibuat harus efektif dan pesan yang akan disampaikan harus dapat diterima oleh penerimanya, maka pemilihan salah satu media harus mudah untuk diketahui dan dipahami sehingga pesan yang diinformasikan lebih cepat dimengerti oleh target sasaran. Agar perancangan media informasi program redenominasi mata uang rupiah bisa menarik bagi target sasaran maka media informasi ini dirancang dengan strategi kreatif sebagai berikut:

- Menggunakan judul yang bersifat tegas dan lugas, adapun judul yang digunakan untuk media informasi ini adalah "Program Penyederhanaan Mata Uang Indonesia" Judul ini disusun dan ditampilkan supaya mudah dipahami dan langsung dicerna oleh target sasaran.
- Merancang media informasi untuk kebutuhan yang dapat dipakai secara langsung oleh target sasaran dan akan ditampilkan dengan jelas. Sehingga dengan media tersebut dapat menginformasikan kepada orang lain yang datang mengunjungi tempat mereka.
- Menambahkan fungsi media dengan membuat ukuran dan bentuk yang *custom*, sehingga dapat menjadi pembeda dengan media serupa lainnya.

3.1.3 Strategi Media

Salah satu solusi untuk memecahkan masalah dalam memberikan pengetahuan kepada target sasaran yaitu dengan menggunakan media dalam bentuk kalender, kalender merupakan media yang dapat dipakai untuk target khalayak dalam kehidupan sehari-harinya sehingga dapat memudahkan penggunanya untuk mengakses informasi secara berulang-ulang. Media merupakan alat bantu atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada target sasaran dengan perencanaan yang sistematik dan berharap mendapatkan respon dari penerima pesan. Strategi media yang digunakan sebagai alat untuk menginformasikan program redenominasi mata uang rupiah terdiri dari media utama dan media pendukung.

a. Media Utama

Media utama yang digunakan berupa sebuah kalender *landscape* berukuran 25cm x 13cm agar praktis dalam penggunaanya akan tetapi informasi didalamnya dapat tersampaikan dengan maksimal. Jenis kertas yang digunakan pada kalender tersebut yaitu akasia putih 200 gram, karena memiliki tekstur yang unik dan sesuai dengan strategi kreatif yaitu sebagai pembeda dengan media serupa lainnya. Pemilihan kalender sebagai media utama karena ketika akan diberlakukan program redenominasi oleh pemerintah dan Bank Indonesia akan dicetak secara masal dan akan disebar di seluruh wilayah Indonesia, sehingga biaya yang dikeluarkan tidak terlalu tinggi untuk media informasi.

b. Media Pendukung

Media pendukung digunakan sebagai media tambahan yang mendukung dan memberikan nilai tambah pada media utama. Media tambahan ini meliputi:

- Pin

  Pin dibuat sebagai bagian dari *merchandise*. Tujuan pembuatanya sebagai alat pengingat dan untuk menarik minat target sasaran.

- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci dibuat tujuannya sebagai alat pengingat yang dapat dipakai oleh target sasaran ketika mau mengunci toko ataupun kiosnya.

- Stiker

  Media ini bertujuan untuk mengingatkan dalam bentuk deskriptif atau tulisan, yang bisa ditempel pada kendaraan, atau diberbagai tempat yang sering dikunjungi orang banyak orang.

- Label Harga

  Label harga dibuat untuk kebutuhan para pedagang pada masa transisi yaitu wajib mencantumkan kuotasi harga Rp (lama) dan Rp “Baru” (*Dual Price Tagging*).

- Bolpoin

  Bolpoin dibuat sebagai bagian dari *merchandise*. Tujuannya untuk menulis pencantuman kuotasi harga rupiah lama dan harga rupiah baru (*dual price tagging*).

- X Banner

  Penggunaan x banner sebagai media pendukung akan ditempatkan di tempat yang strategis dan dapat dilihat oleh masyarakat sebagai media informasi bahwa kalender telah terbit. Banner yang ditampilkan memiliki kesan penasaran karena tidak menjelaskan dan menampilkan secara langsung gambaran media utama. Hal ini diharapkan dapat menarik perhatian target sasaran untuk mendapatkannya secara gratis.
- Poster

  Media ini digunakan untuk mempromosikan kalender program redenominasi mata uang rupiah kepada masyarakat sebagai media yang bersifat mengundang penasaran masyarakat agar masyarakat tertarik dan berminat untuk mendapatkan kalender tersebut.
- Kaos

  Kaos merupakan salah satu media pendukung untuk memberikan nilai tambah yaitu berupa ilustrasi penyederhanaan mata uang rupiah.
- Tenda *Stand*

  Tenda *Stand* merupakan salah satu media pendukung untuk pihak panitia penyelenggara ketika akan membagikan kalender beserta media lainnya yang akan ditempatkan disekitar pasar tradisional.

3.1.4 Strategi Distribusi

Media utama berupa kalender yang di dalamnya berisi ilustrasi tentang program redenominasi mata uang rupiah yang dirancang oleh penulis diasumsikan kepada pihak Bank Indonesia selaku Bank sentral Indonesia yang akan dibagikan secara gratis. Sedangkan untuk kebutuhan promosi, media berupa x banner dan poster akan ditempatkan ditempat utama yaitu di depan pintu masuk pasar tradisional. Stiker, pin, bolpoin, lebel harga dan kaos merupakan media yang bersifat *merchandise* karena diberikan setelah pihak panitia dari Bank Indonesia membagikan kalender. Adapun jadwal penyebaran seluruh media yaitu sebagai berikut:

Media	Tahapan											
	Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kalender	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Mini X-Banner	√	√	√	√	√	-	-	-	√	-	-	-
Poster	√	-	-	-	√	-	-	-	√	-	-	-
Pin	√	√	√	√	-	-	-	-	-	-	-	-
Gantungan Kunci	√	√	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stiker	√	√	√	√	√	√	√	-	-	-	-	-
Bolpoin	√	√	-	-	√	√	-	-	√	√	-	-
Label Harga	√	√	-	-	√	√	-	-	√	√	-	-
Kaos	-	-	-	-	-	-	-	√	√	√	√	√
Tenda Stand	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

Tabel 3.1 Tahapan Strategi Distribusi
Sumber: Dokumen Pribadi

Semua media tersebut akan berada di tenda *stand* yang telah disediakan. Sedangkan teknis penyebaran media tersebut yaitu pihak panitia dari Bank Indonesia akan membagikan secara langsung dengan membagikannya kepada target khalayak secara gratis kemudian akan didata untuk bahan laporan pendistribusian.

3.2 Konsep Visual

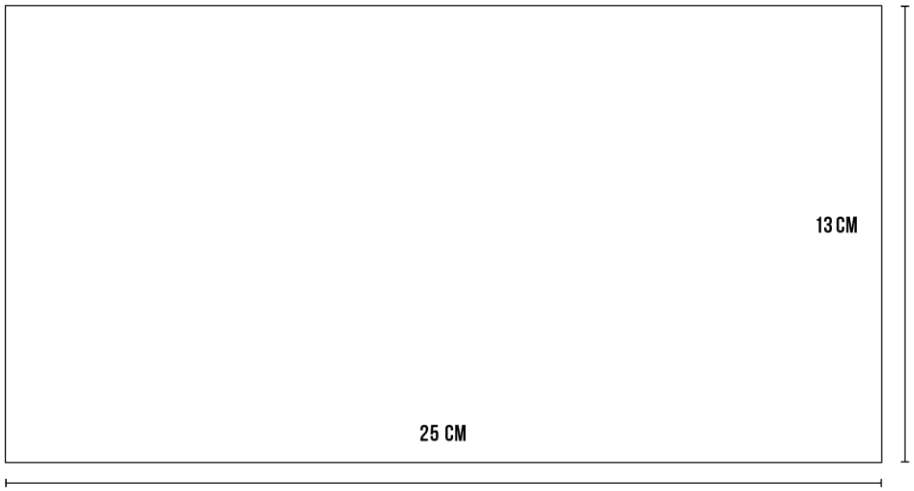
Konsep visual yang akan dirancang pada media informasi program redenominasi mata uang rupiah adalah *infographics* yang berkesan sederhana namun tegas berupa *vector* yang akan digabungkan dengan gambar menggunakan tehnik *digital imaging* sehingga sekalipun wilayahnya *informative* yang menarik namun fakta-fakta visualnya dapat disajikan lebih *real*. Dan ditunjang dengan warna serta huruf formal yang memberikan kesan tegas dan lugas. Sehingga dapat mudah diterima dan dipahami oleh target sasaran.



Gambar 3.1 Refernsi visual kalender duduk
Sumber: http://www.lobodesign.net/ukuran-kalender.html (05 Mei 2014)

3.2.1 Format Desain

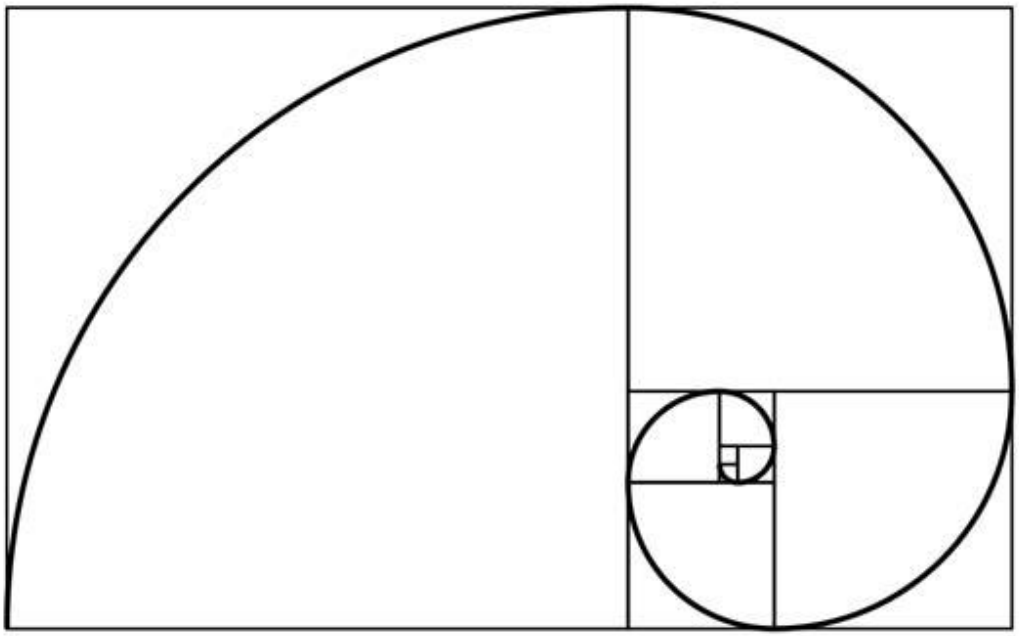
Format desain pada kalender ini memakai kalender duduk (*landscape*) dengan ukuran 25cm x 13cm, selain berfungsi sebagai kalender dengan menambahkan panjang dudukannya yang berfungsi untuk menyimpan bolpoin. Pemilihan format ukuran ini yaitu supaya praktis dan tidak terlalu memakan tempat ketika dipajang oleh target sasaran akan tetapi tetap bisa memaksimalkan informasi berupa ilustrasi yang akan disampaikan. Dengan ukuran tersebut dan didukung dengan penanggalan kalender diharapkan bisa mendorong target sasaran untuk melihat semua informasi tentang program redenominasi mata uang rupiah ketika akan melihat tanggal pada hari itu.



Gambar 3.2 Format desain pada media informasi.
Sumber: Dokumen pribadi

3.2.2 Tata Letak (*layout*)

Secara keseluruhan, komponen-komponen desain harus tampil seimbang. Mengabungkan elemen teks, dan visual harus menjadi satu kesatuan yang baik agar komunikasi dari isi informasi yang ada dapat tersampaikan dengan baik juga. *Layout* yang digunakan untuk membuat kalender mengenai program redenominasi mata uang rupiah yaitu dengan peletakan visual dan teks yang statis serta elemen-elemen desain yang simetris. Karena materi utamanya berupa pengetahuan umum dan teknis dari program redenominasi mata uang rupiah, maka konten isinyapun haruslah jelas supaya mudah dipahami oleh target khalayak.



Gambar 3.3 Tata letak pada media informasi.
Sumber: http://www.creativebloq.com/design/designers-guide-golden-ratio-12121546

3.2.3 Huruf

Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan dan menarik, selain itu bentuk huruf juga harus menggambarkan karakter dari pesan yang disampaikan. Desain huruf tertentu dapat menciptakan kesan atau karakteristik sebuah objek. Pada perancangan media informasi program redenominasi mata uang rupiah ini menggunakan tipe huruf *serif* pada judul untuk memberi kesan tegas yang diimbuhkan dari program redenominasi mata uang rupiah. Pada bagian *cover* menggunakan huruf yang meliliki karakter formal yang bisa dibaca dengan jelas yaitu menggunakan penggabungan *font* Oranienbaum dan Aleo pada judul kalender dipilih karena *type* ini mempunyai karakter yang tegas, sedangkan untuk sub judul menggunakan *font* Bebas Neue, dan *font sanserif* Dinpro pada *bodyteks* dipilih karena *type* ini mempunyai tingkat keterbacaan yang jelas dan memberikan kenyamanan ketika dibaca sehingga dapat mempermudah tersampaikannya pesan dari ilustrasi kepada target khalayak.



Gambar 3.4 Jenis-jenis huruf yang diapakai pada media informasi.
Sumber: Dokumen pribadi.

3.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang bertujuan menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan atau informasi tertulis lainnya sehingga tulisan tersebut lebih mudah dipahami. Dalam perancangan kalender ini, ilustrasi yang akan ditampilkan berupa visualisasi pengetahuan dan teknis dari program redenominasi mata uang rupiah.

Pada *cover* judul "Program Penyederhanaan Mata Uang Indonesia" dibuat dominan dengan menggunakan gambar pulau indonesia dibawahnya menjelaskan bahwa program ini ketika diberlakukan akan serentak disemua pulau Indonesia yang merupakan salah satu program pemerintah dan Bank Indonesia, disertakan penjelasan bahwa materi dan tayangan ini adalah ilustrasi untuk tujuan pemberitahuan kepada masyarakat umum tentang perubahan harga rupiah apabila diberlakukan. Pada media terdapat juga dua identitas yang ada pada setiap media yaitu lambang garuda sebagai identitas dari mata uang rupiah dan logo Bank Indonesia sebagai institusi dan selaku pihak penyelenggara yang bertanggung jawab terhadap program redenominasi mata uang rupiah tersebut.



Gambar 3.5 Tampilan *cover* kalender.
Sumber: Dokumen pribadi.

Didalam isi media terdapat konten-konten berupa gambar ilustrasi yang akan ditampilkan pada media. Pada halaman pertama terdapat gambar tangan yang sedang mengambil digit angka nol dari uang pecahan Rp 100, yang mengilustrasikan tentang penyederhanaan atau pengurangan nominal mata uang. Sedangkan di sebelah kanannya terdapat gambar tangan yang sedang menggunting selembar uang pecahan Rp. 100.000, yang mengilustrasikan tentang pemotongan langsung nilai mata uang tersebut. Sehingga masyarakat dapat membedakan antara redenominasi dan sanering.



Gambar 3.6 Ilustrasi Redenominasi Dan Sanering.
Sumber: Dokumen pribadi.

Pada halaman selanjutnya terdapat gambar selembar uang pecahan Rp.50.000 dan dibawahnya terdapat gambar durian dengan label harga, yang mengilustrasikan bahwa ketika awalnya membeli durian dengan selembar uang pecahan Rp. 50.000 setelah diberlakukan redenominasi maka uang pecahan Rp. 50.000 disederhanakan dengan memangkas tiga angka nol menjadi Rp. 50 akan tetapi tidak mengurangi nilainya, sehingga redenominasi tidak merubah daya beli masyarakat.



Gambar 3.7 Ilustrasi Redenominasi Tidak Merubah Daya Beli.
Sumber: Dokumen pribadi.

Selanjutnya terdapat gambar uang pecahan Rp. 20.000 dengan garis putus kearah botol susu ukuran 2 liter dengan label harga yang sama, yang mengilustrasikan bahwa ketika awalanya uang dengan nominal Rp. 20.000 masyarakat dapat membeli 1 botol susu ukuran 2 liter , setalah diberlakukan sanering harga uang dengan nilai nominal Rp. 20.000 dipotong menjadi Rp. 20 sedangkan harga 1 botol susu ukuran 2 liter tetap Rp. 20.000, sehingga sanering menurunkan daya beli masyarakat dan hanya mampu membeli susu ukuran 400 mililiter saja.

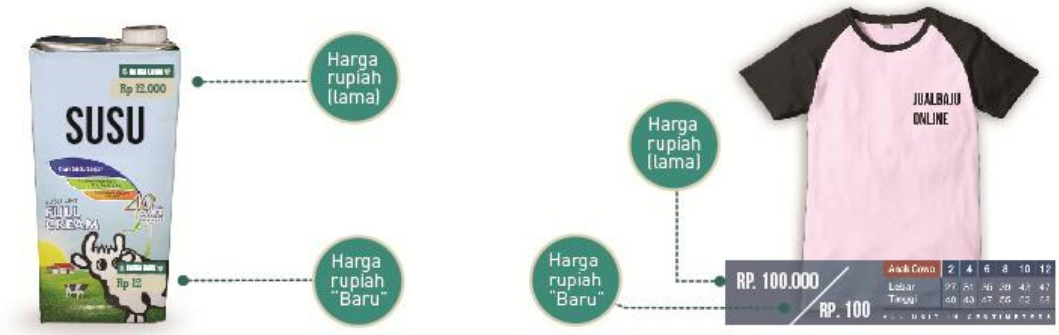


Gambar 3.8 Ilustrasi Sanering Menurunkan Daya Beli.
Sumber: Dokumen pribadi.

Pada ilustrasi selanjutnya terdapat gambar penyederhanaan digit angka nol dari pecahan uang terbesar sampai pecahan terkecil yaitu uang logam 1 sen. Yang sesuai dengan rencana Bank Indonesia yaitu menghapus tiga digit angka nol pada tiap pecahan rupiah. Dan dihalaman berikutnya terdapat ilustrasi pencantuman kuotasi harga rupiah lama dan harga rupiah baru (*dual price tagging*) baik pada barang yang dijual *offline* maupun *online*.



Gambar 3.9 Ilustrasi Penyederhanaan Digit.
Sumber: Dokumen pribadi

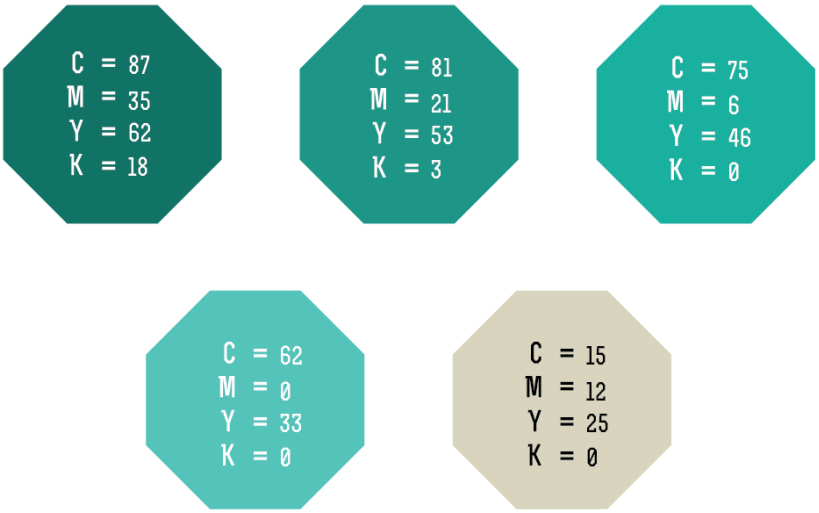


Gambar 3.10 Ilustrasi Pencantuman Kuotasi Harga.
Sumber: Dokumen pribadi

3.2.5 Warna

Warna merupakan salah satu elemen penting dalam perancangan sebuah media. Warna menjadi indikator pembeda antara satu objek dengan yang lain, sekaligus juga mempengaruhi kesan yang ingin disampaikan. Warna-warna yang digunakan selain warna dasar hitam dan putih pada kalender ini yaitu menggunakan komponen monokromatik warna hijau, Pemilihan dominasi warna hijau dipilih

karena istilah ketika orang yang terpana saat melihat uang menumpuk, masyarakat sering menyebut orang tersebut dengan sebutan mata hijau. Sebenarnya ini terjadi karena di masa lalu, saat Indonesia baru merilis mata uang rupiahnya yaitu ORI (Oeang Repoeblik Indonesia) pada tahun 1946, banyak uang kertas Indonesia dari berbagai nilai pecahan berwarna hijau. Menurut hendratman (2008) warna hijau melambangkan keinginan dan kebanggaan. Oleh karena itu warna hijau dapat membangun suatu kesatuan rasa kepada target sasaran yaitu rasa bangga terhadap mata uang rupiah. Berikut adalah palet warna yang digunakan pada setiap halaman dalam kalender program redenominasi mata uang rupiah:



Gambar 3.11 Kode warna pada media informasi.
Sumber: Dokumen pribadi.