BAB III
STRATEGI PERANCANGAN

3.1 Strategi Komunikasi

Pendekatan yang digunakan dalam perancangan promosi ini secara persuasif berfungsi untuk mengajak dan mendorong masyarakat kota Sleman untuk mengenal dan mengetahui adanya desa wisata Kembang Arum. Dirancang sedemikian rupa agar pesan yang di buat dapat dimengerti dan diterima oleh masyarakat.

Pada perancangan promosi ini menggunakan metode 5W+1H sebagai strategi komunikasi untuk menentukan bagaimana pesan dapat tersampaikan dengan baik dan lancar. Berikut merupakan metode 5W+1H :

- ***What***

  Sebuah media promosi untuk memperkenalkan Desa Wisata Kembang Arum.

- ***Why***

  Kurangnya media promosi akan keberadaan mengenai Kembang Arum.

- ***When***

  Pada saat selesainya format design visual media.

- ***Where***

  Wilayah kota Yogyakarta.

- ***Who***

  masyarakat perkotaan kelas menengah dari semua tingkat usia.

- ***How***

  Memberikan promosi tentang Desa Kembang Arum sebagai salah satu desa yang memiliki fasilitas seni dan budaya yang lengkap.

3.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari promosi desa Kembang Arum adalah:

- Mengajak masyarakat secara persuasif (bujukan) agar dapat memunculkan rasa ingin mengetahui dan tertarik untuk datang ke Desa Wisata Kembang Arum.

3.3 Pendekatan Visual

Pendekatan visual adalah cara bagaimana menyampaikan pesan promosi kepada target *audiens* akan menggunakan ilustrasi yang secara garis besar bergaya *vector art*. *Vektor* adalah serangkaian instruksi matematis yang dijabarkan dalam bentuk, garis, dan bagian-bagain lain yang saling berhubungan dalam sebuah gambar. Ukuran file relatif kecil dan jika diubah ukurannya (seperti gambar dibawah ini) kualitasnya tetap. Contoh file *vektor* adalah .wmf, swf , cdr dan .ai. Dan sering dipakai dalam membuat logo, animasi, ilustrasi, kartun, *clipart*.

3.4 Pendekatan Bahasa

Walaupun kota Sleman mempunyai bahasa daerah sendiri yaitu bahasa Jawa tetapi dalam pendekatan bahasa yang digunakan menggunakan bahasa Indonesia yang sederhana dan ringan. Mengingat segmentasinya yang mencangkup tingkat usia sehingga bahasa yang digunakan harus secara ringan dan sederhana sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap dengan mudah oleh kalangan banyak.

3.5 Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dalam kegiatan promosi. Adapun materi yang akan disampaikan adalah:

- Informasi tentang desa Kembang Arum sebagai salah satu identitas masyarakat Kota Sleman.
- Informasi tentang arti penting desa Kembang Arum sebagai desa wisata budaya yang memiliki nilai yang tinggi.
- Informasi – informasi penting tentang desa Kembang Arum.

3.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan melalui pendekatan secara emosional terhadap masyarakat melalui media poster sebagai pendekatan secara visual di tempatkan di berbagai tempat keramaian.

3.7 Strategi media

Agar penyampain pesan terhadap khalayak sasaran mencapai tujuan yang diharapkan, maka dipilihlah media promosi poster yang sesuai dengan sistem strategi komunikasi yang dibuat, dan beberapa media pendukung yang diantaranya.

1. **Media utama**

- Poster

  Poster dijadikan media utama karena poster merupakan media informatif yang sangat efisiean yang bias diletakan dimana saja dan lebih memiliki kelebihan karena bisa menahan orang lebih lama membacanya.

2. **Media Pendukung**

- Brosur

  Merupakan media pendukung yang isinya menginformasikan tentang desa kembang arum. Media ini akan dibagikan di tempat-tempat keramaian dan dibuat semenarik mungkin untuk menarik khalayak umum datang kesana.

- Social networking (facebook dan twitter)

  Merupakan media internet yang digunakan untuk berbagai media informasi tentang desa Kembang Arum. Media ini sangat murah dan efisien untuk di targetkan ke masyarakat.

- Spanduk

  Spanduk merupakan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan informatif dan persuasif yang sifatnya mendukung dang menguatkan pesan promosi. Media ini akan ditempatkan diberbagai tempat di Yogyakarta.

- Billboard

  Billboard merupakan media yang sangat efektif karena penempatanya di kawasan yang banyak dilalui kendaraan dan pejalan kaki penempatan di sekitaran kota Yogyakarta yaitu Malioboro.

3. Gimmick

- Kalender

  Media ini dibagikan kepada pengunjung yang datang ke desa Kembang Arum

- **Merchandise (gantungan, kunci, pin, stiker, notes)**

  Sebagai media pelengkap yang mengingatkan tentang desa Kembang Arum dan dibagikan di saat berkunjung ke desa tersebut.

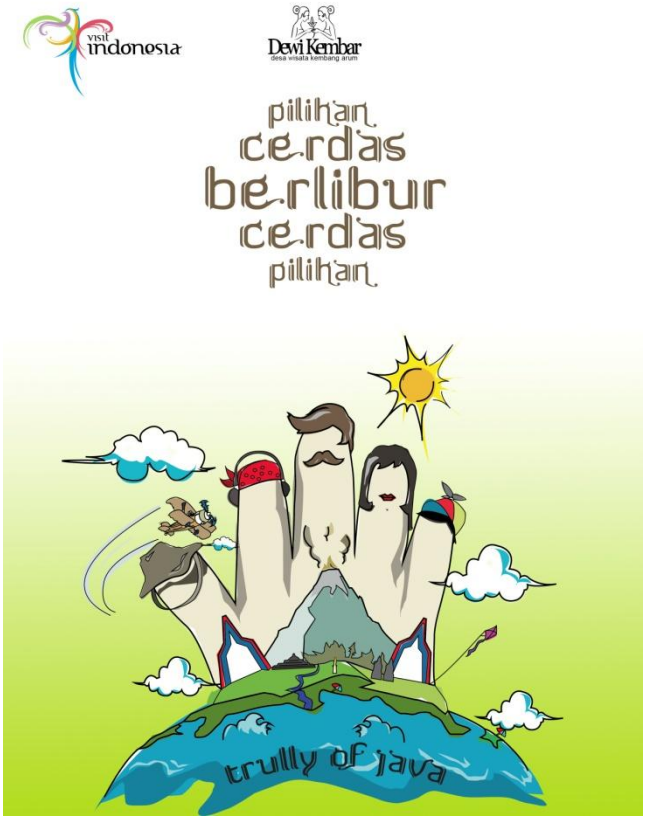
3.8 Konsep Visual

Konsep visual dalam perancangan promosi ini secara garis besar memunculkan kesan ajakan dengan warna-warna yang ceria konsep visual yang terdapat dalam poster adalah 5 jari yang mengilustrasikan manusia dari anak-anak,anak muda.orang tua dan pemandu (*leader*) dari sifat masing-masing yang menjadi sebuah kepribadian seseorang yang datang ke Kembang Arum. Serta munculnya kesan kebudayaan dan keindahan alam kota Sleman. Konsep Visual yang dibuat meliputi 5 hal yaitu:

1. Format desain
2. Tata letak Layout
3. Tipografi
4. Warna
5. Ilustrasi

3.8.1 Format Desain

Format desain yang dibuat diolah sedemikian rupa dan disesuaikan dengan media yang akan digunakan sehingga tidak terliahat monoton. Peletakan gambar, teks, *keyword*, dan juga *tagline* akan disesuaikan dengan media yang digunakan.

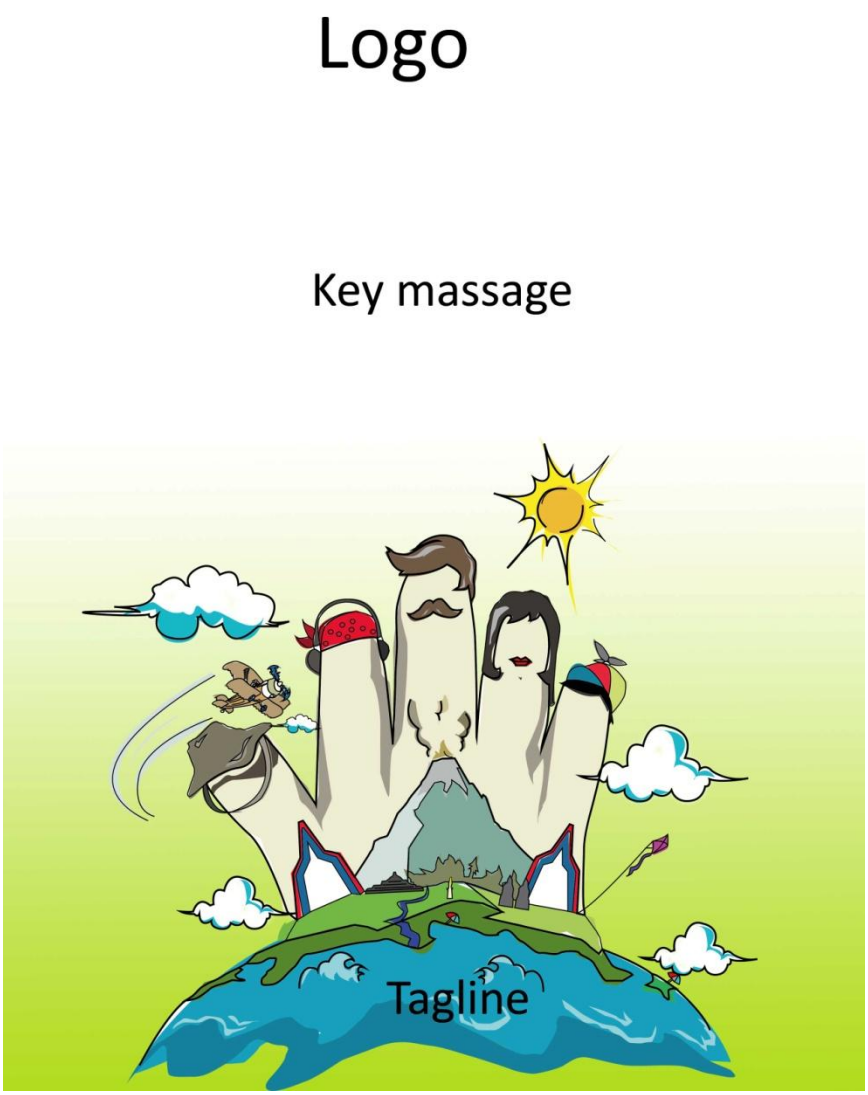


Gambar 3.8.1.1 Poster

3.8.2 *Layout*

Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif sehingga memudahkan pembaca untuk menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap *layout*, penempatan unsur-unsur grafis disusun sedemikian rupa untuk mendapatkan kesan yang menarik dan informatif.

Layout di media utama yaitu poster terfokus dibagian tengah bawah media dan di dukung oleh logo Kembang Arum dan Visit Indonesia diatasnya. Serta penempatan keyword dan tagline dibawah untuk lebih memahami isi dari pesan yang disampaikan



Gambar 3.8.2.1

Tata Letak

3.8.3 Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam percangan promosi untuk Kembang Arum ini mempunyai beberapa kriteria yaitu:

- Persuasif , bersifat mengajak

- Memperhatikan kenyamanan dan kemudahan saat membaca
  - Pemilihan huruf menggunakan bentuk huruf yang dekoratif seperti aksara Jawa ada dibeberapa bagian

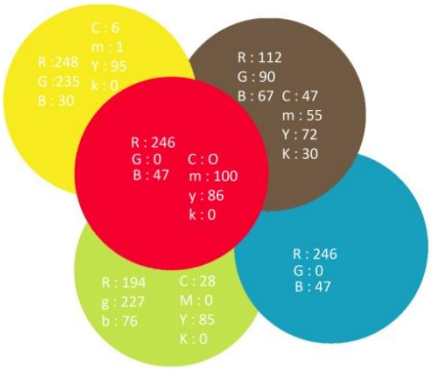
1. Semar Poenakawan

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

3.8.4 Warna

Warna merupakan unsur penting yang dapat memperkuat gagasan visual dalam menyampaikan sebuah pesan agar dapat di terima dengan baik . Warna yang di ambil mempunyai kesan ceria dan hangat dan tidak melupakan unsur warna budaya.

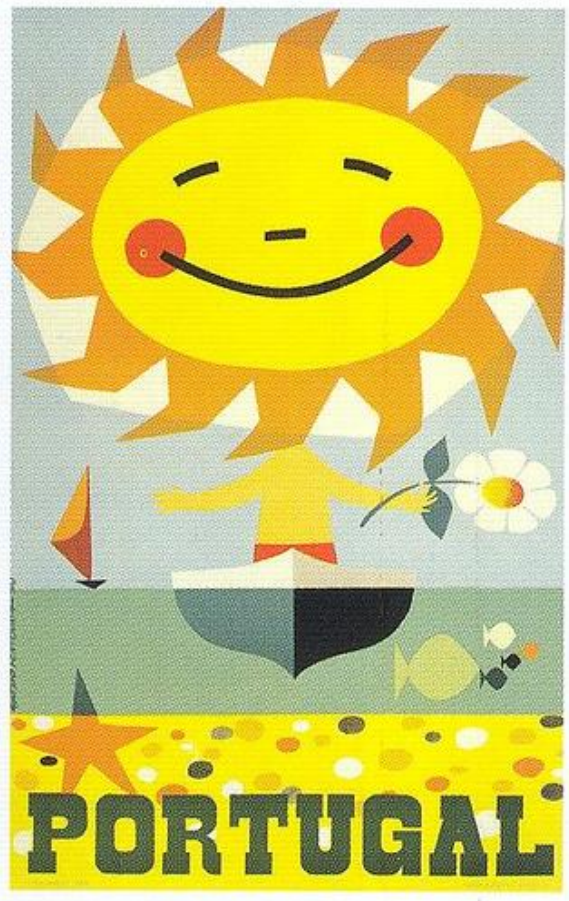


Gambar 3.8.4.1 Warna

- Merah melambangkan sosialisme muda berani
- Kuning melambangkan kecerian riang hangat perubahan
- Hijau melambangkan masa muda dan pelestarian
- Biru melambangkan manusia yang produktif dan ketenangan
- Coklat melambangkan hangat tanah subur dan erat dengan warna budaya

3.8.5 Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang digunakan dalam perancangan kampanye untuk event ini menggunakan gaya *vector art* yang menggambarkan berbagai kekayaan alam sleman dan sekitarnya, candi dan gunung merapi yang jadi ciri khasnya kota Sleman.



Gambar 3.8.4.1 referensi Poster