BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

3.1.1. Strategi Komunikasi

Berdasarkan teori yang telah dibahas sebelumnya, maka pesan utama dalam perancangan promosi Bale Anak ini adalah menginformasikan kepada target *audience* untuk memperkenalkan kembali Bale Anak dengan identitas yang baru. Adapun bahasa yang akan digunakan dalam promosi ini adalah bahasa – bahasa yang umum digunakan oleh masyarakat.

Strategi komunikasi ini berfungsi untuk menyampaikan kepada konsumen bahwa Bale Anak memiliki logo yang baru. Dengan adanya logo yang baru, Bale Anak pun memiliki *positioning* yang baru, yaitu *Be Fun Be Comfort*. *Positioning* yang baru ini menyampaikan bahwa Bale Anak adalah *factory outlet* khusus untuk anak yang sangat menyenangkan dengan adanya taman bermain yang luas dan ibu pun akan merasa lebih nyaman berbelanja di Bale Anak.

Penggunaan bahasa inggris untuk *positioning* ini dikarenakan bahasa Inggris lebih mewakili apa yang ingin disampaikan hanya dengan sedikit kata dibandingkan dengan menggunakan bahasa Indonesia. Target *audience* menengah ke atas pun menjadi pertimbangan dalam penggunaan bahasa Inggris untuk *positioning* Bale Anak ini.

3.1.2. Strategi Kreatif

Pendekatan yang akan dilakukan adalah kepada target *audience* khususnya ibu dan anak. Hal yang paling disukai oleh anak – anak adalah kartun, maka penyampaian pesan untuk target *audience* adalah dengan menggunakan kartun dalam strategi kreatif perancangan promosi Bale Anak ini. Kartun ini berupa *kirigami* yang diharapkan dapat mempengaruhi target *audience*, khususnya anak – anak. *Kirigami* merupakan istilah dalam bahasa Jepang untuk seni menggunting dan menempel kertas. Penyampaian pesan berupa kartun ini adalah untuk menginformasikan mengenai identitas dan *positioning* Bale Anak yang baru kepada target *audience*. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan konsumen yang loyal pada Bale Anak.

Dalam perancangan promosi ini akan menggunakan maskot sebagai bagian promosi. Maskot tersebut mempunyai dua warna yaitu biru yang berfungsi untuk mencirikan laki – laki dan merah muda untuk mencirikan perempuan. Adapun komposisi tulisan dan ilustrasi adalah 30% untuk tulisan dan 70% untuk ilustrasi.

3.1.3. Strategi Media

Strategi media merupakan satu bentuk penetapan media dimana pesan atau informasi yang disampaikan lewat media, dapat dengan mudah diterima oleh konsumen. Maka media yang digunakan haruslah berkesinambungan dan terarah. Dalam hal ini, strategi media haruslah dapat menarik perhatian target *audience,* khususnya anak – anak.

Mengingat konsep perancangan promosi ini adalah untuk menginformasikan identitas dan *tagline* yang baru kepada target *audience.* Adapun media yang akan digunakan dalam perancangan promosi Bale Anak ini adalah sebagai berikut :

- Media Lini Atas (*Above The Line*)
  - Iklan Majalah

    Media majalah yang dijadikan media promosi adalah majalah *Mother & Baby*. Majalah ini menjadi pertimbangan pilihan media perancangan promosi Bale Anak karena majalah *Mother & Baby* termasuk untuk untuk ibu – ibu yang telah mempunyai anak dari kalangan menengah ke atas.

  - Iklan Koran

    Media Koran yang dijadikan media promosi adalah Koran yang meliputi Jabodetabek dan Bandung. Mengenai visual, disamakan dengan media Koran yang telah dibahas sebelumnya, yang menjadi pembeda adalah bahasa yang digunakan. Adapun Koran yang menjadi pilihan media perancangan promosi Bale Anak adalah Koran Kompas.

  - Iklan Tabloid

    Media tabloid yang dijadikan media promosi ini adalah tabloid *Mom&Kiddie*. Tabloid *Mom&Kiddie* ini dipilih sebagai media promosi karena tabloid ini dibaca oleh ibu dan anak remaja. Tabloid ini juga diterbitkan di Jabodetabek.

- Media Lini Bawah (*Below The Line*)
  - Brosur

    Brosur merupakan media utama dalam promosi *factory outlet* Bale Anak ini. Media ini dapat lebih memperkenalkan mengenai identitas Bale Anak kepada konsumen.

- Spanduk

  Spanduk ini dapat menarik perhatian karena umumnya. spanduk dapat bergerak sesuai dengan hembusan angin.

- Billboard

  Billboard merupakan media yang besar dan selalu menjadi perhatian masyarakat. Media ini merupakan media yang cocok untuk menginformasikan pergantian identitas Bale Anak kepada target *audience*. Billboard menjadi salah satu media utama dalam perancangan promosi Bale Anak.

- Poster

  Media ini merupakan media yang relatif kecil tetapi selalu dibaca oleh masyarakat. Visual yang menarik akan dapat menarik perhatian masyarakat, khususnya target *audience.*

- *Leaflet*

  Media ini dapat dibagikan kepada target *audience*. Media ini diharapkan dapat menarik perhatian target *audience* agar tertarik ke Bale Anak.

- *Flyer*

  Flyer ini dapat dibagikan kepada konsumen yang berada di Mall – Mall besar, seperti BSM dan BIP.

- *Roll Banner*

  Media ini dipakai untuk menyambut konsumen yang datang ke Bale Anak

- *Packaging*

  Packaging dijadikan media promosi dengan menggunakan *paper bag* adalah untuk mendukung promosi yang telah dilakukan yaitu untuk memperkenalkan *positioning* Bale Anak yang baru.

- *Gimmick*

  Gimmick dijadikan media promosi karena dapat dipakai oleh target *audience* di kehidupan sehari – hari. Adapun *gimmick* untuk mendukung promosi ini adalah :

  - *Note Book*
  - Ambient
  - Pembatas buku
  - Mug
  - *Sticker*
  - Meja Belajar
  - Tempat Pensil
  - Pensil Warna
  - Pin

3.1.4. Strategi Distribusi

Adapun strategi distribusi yang akan dilakukan untuk setiap medianya adalah sebagai berikut :

- Media Lini Atas (*Above The Line*)
  - Iklan Majalah

    Majalah *Mother & Baby* terbit satu bulan sekali dan diedarkan di pulau Jawa juga di luar pulau Jawa. Iklan yang digunakan adalah iklan berwarna.

- Iklan Koran

  Media Koran yang dipilih sebagai media perancangan promosi ini adalah Koran Kompas dan juga Koran Pikiran Rakyat yang terbit setiap hari untuk iklan hitam putih dan yang terbit setiap hari minggu untuk iklan berwarna.

- Iklan Tabloid

  Tabloid *Mom&Kiddie* diterbitkan setiap dua minggu sekali.

- Media Lini Bawah (*Below The Line*)
  - Brosur

    Media ini disimpan di dekat kasir, karena kasir adalah tempat paling strategis dan selalu dilewati oleh konsumen.

  - Spanduk

    Spanduk dapat ditempatkan di sekitar sekolah, khususnya sekolah dasar dan Taman Kanak – Kanak untuk menengah ke atas, contohnya saja SD Assalaam di daerah Sasak Gantung dan TK Al – Azhar di daerah Setraduta.

  - Billboard

    Billboard ditempatkan di daerah – daerah yang menjadi pusat rekreasi di Bandung, contohnya di Jalan Dago

  - Poster

    Media ini bisa ditempatkan di mana saja dan dapat dilihat oleh siapa saja karena media ini relatif kecil.

  - *Leaflet*

    Media ini dapat dibagikan kepada target *audience* di tempat – tempat perbelanjaan, contoh : BSM dan Ciwalk.

- *Flyer*

  Media ini dapat dibagikan kepada target *audience* di tempat – tempat perbelanjaan, contoh : BSM, BIP dan Ciwalk.

- *Roll Banner*

  Media ini disimpan di depan pintu Bale Anak dipakai untuk menyambut konsumen yang datang ke Bale Anak.

- *Packaging*

  Paper bag digunakan untuk *packaging gimmick* yang diberikan kepada konsumen.

- *Gimmick*

  Gimmick akan diberikan sebagai hadiah untuk konsumen dengan pembelian produk di Bale Anak. Hadiah yang diberikan sesuai dengan harga beli konsumen. Adapun *gimmick* untuk mendukung promosi ini adalah :

  - *Note Book*
  - Ambient
  - Pembatas buku
  - Mug
  - *Sticker*
  - Meja Belajar
  - Tempat Pensil
  - Pensil Warna
  - Pin
  - Kalender

3.2. Konsep Visual

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, konsep visual dari perancangan promosi Bale Anak ini berupa kartun yang berbentuk *kirigami*, seni menggunting dan menempel kertas. Penentuan konsep kartun ini karena kartun merupakan kesukaan anak – anak, tetapi tidak berarti orang dewasa tidak menyukai kartun. Ilustrasi yang menarik akan menarik perhatian masyarakat, khususnya target *audience*. Adapun yang menjadi ketentuan dalan konsep visual adalah sebagai berikut :

3.2.1. Format Desain

Format desain perancangan promosi Bale Anak ini akan disesuaikan dengan media yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun format desain yaitu *landscape,* karena format ini mempunyai maksud yang luas. Dalam hal ini, format *landscape* lebih menarik bagi target *audience,* yaitu anak – anak.

3.2.2. *Layout*

Layout yang akan digunakan pun bervariasi sesuai dengan media yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun komposisi ilustrasi dan tulisan dalam perancangan promosi ini adalah 70% untuk ilustrasi dan 30% untuk tulisan. Hal ini dikarenakan target *audience* lebih menyukai ilustrasi daripada tulisan.

3.2.3. Tipografi

Adapun jenis huruf yang akan digunakan dalam perancangan promosi Bale Anak ini merupakan jenis – jenis huruf yang menarik dan sesuai dengan target *audience* yaitu anak – anak. Jenis huruf yang tidak mempunyai sudut dan seperti tulisan anak – anak yang akan dipakai dalam perancangan promosi ini. Adapun jenis huruf itu adalah sebagai berikut :

- Cheesewiddler

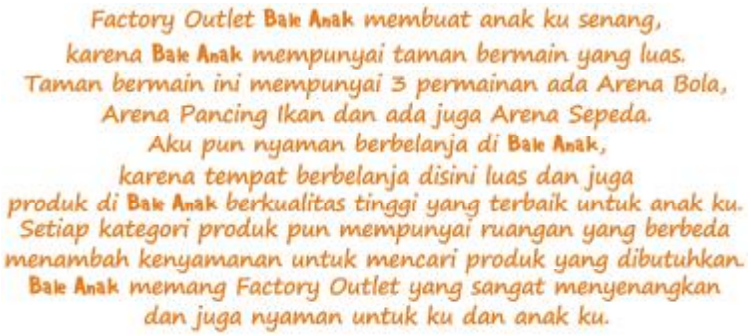
  Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
  Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

  Huruf ini akan digunakan untuk identitas dan *positioning* Bale Anak.

- Segoe Print (Bold)

  Aa Bb Cc Dd Gg Hh Ii Jj Kk Ll
  Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
  Ww Xx Yy Zz
  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

  Huruf ini akan digunakan untuk tulisan lainnya sebagai pembeda agar identitas Bale Anak menjadi lebih menonjol diantara tulisan lainnya dan menjadi pusat perhatian.



Gambar 3.2.3 Tipografi

3.2.4. Ilustrasi

Ilustrasi ini berupa *kirigami*, seni menggunting dan menempel kertas, berbentuk kartun yang sekiranya akan menarik perhatian target *audience,* khususnya anak - anak.



Gambar 3.2.4.1 Ilustrasi

3.2.5. Warna

Warna yang akan digunakan dalam perancangan promosi ini disesuaikan dengan identitas yang telah ada, yaitu merah, kuning, biru, merah muda dan hijau.

Merah

Penggunaan warna merah dalam perancangan promosi ini adalah untuk menarik target *audience*. Warna merah akan digunakan sebagai warna dari bale, rumah, untuk mendapatkan kesan yang hangat.

Kuning

Warna kuning dalam perancangan ini mempunyai arti harapan, yaitu harapan Bale Anak agar identitas Bale Anak yang baru lebih dikenal oleh konsumen untuk mendapatkan konsumen yang loyal

Biru

Warna biru yang digunakan dalam perancang promosi ini adalah untuk mendapatkan kesan kepercayaan. Hal ini dilakukan agar Bale Anak mendapat kepercayaan dari target *audience*. Warna ini akan digunakaan untuk ilustrasi anak laki – laki.



Merah muda

Warna ini mempunyai kesan yang ceria. Dalam perancangan promosi ini, warna merah muda akan dipakai untuk anak perempuan.



Hijau

Warna hijau melambang kesegaran, yang mempunyai arti bahwa Bale Anak mempunyai logo dan *positioning* yang baru.