BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dalam perancangan kampanye batik Basurek Bengkulu, dibuat agar pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat dapat dimengerti dan diterima dengan baik, yakni tentang informasi mengenai batik Basurek itu sendiri.

Pada media kampanye ini menggunakan metode 5W+1H sebagai strategi komunikasi untuk menentukan bagaimana pesan dapat tersampaikan. Sehingga dapat disimpulkan tujuan komunikasi, pesan utama, serta materi pesan.

5W+1H

What

Sebuah media informasi untuk menumbuhkan kembali rasa bangga dan loyalitas terhadap batik Basurek.

Why

Kecintaan atau rasa bangga terhadap batik Basurek berkurang.

When

Pada masa kampanye, selama 6 bulan (Juni – Desember)

Where

Khususnya wilayah kota Bengkulu

Who

Seluruh masyarakat berusia 17 - 45 tahun.

How

Memberikan informasi tentang kain batik Basurek sebagai salah satu benda seni tradisional Bengkulu, sehingga meningkatkan loyalitas dan kebanggaan terhadap batik Basurek.

3.1.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan dari kampanye batik Basurek Bengkulu adalah:

- Mengajak masyarakat secara persuasif (bujukan) agar mau memakai pakaian yang terbuat dari motif batik Basurek
- Menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya batik Basurek sebagai benda tradisional Bengkulu
- Melestarikan batik Basurek Bengkulu

3.1.2. Pesan utama/tema dasar Komunikasi

Pesan utama dalam kampanye ini berfungsi untuk menyampaikan informasi dan membujuk masyarakat mengenai batik Basurek Bengkulu, sehingga masyarakat dapat memandang batik Basurek Bengkulu sebagai benda yang memiliki arti seni yang tinggi, serta bangga terhadap batik ini. Masyarakat Bengkulu sendiri merupakan masyarakat yang masih menjunjung tinggi asas kekeluargaan, sehingga di harapkan memudahkan dalam proses penyampaian kampanye ke masyarakat. Selain itu asas kekeluargaan inilah yang menjadi dasar kampanye ini.

3.1.3. Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dalam kegiatan kampanye.

Adapun materi yang akan di sampaikan adalah:

- Informasi – informasi penting tentang batik
- Informasi tentang arti penting batik Basurek sebagai benda seni yang memiliki nilai yang tinggi
- Informasi tentang batik Basurek Bengkulu sebagai salah satu identitas masyarakat Bengkulu

3.1.4. Pendekatan Bahasa

Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia yang baku, sederhana dan mudah dimengerti oleh masyarakat, serta tidak menggunakan bahasa ilmiah dan bahasa asing, maka bahasa daerah Bengkulu di pilih. Hal tersebut bertujuan agar pesan yang ingin disampaikan dari kampanye ini lebih mudah dimengerti oleh target audien.

3.2. Strategi Kreatif

Kampanye ini menggunakan strategi informasi yang bersifat persuasif dengan menggunakan informasi – informasi tentang pembuatan batik Basurek Bengkulu serta proses pembuatan yang tidak mudah, diharapkan masyarakat Bengkulu lebih memahami tentang batik ini, serta menghargai sebagai benda seni yang bernilai tinggi.

3.2.1. Pendekatan Kreatif

Untuk menarik perhatian dan minat masyarakat terhadap batik Basurek Bengkulu maka akan di buat sebuah *headline* dan *tageline* kampanye berupa bahasa asli Bengkulu. Selain itu juga dengan menampilkan visualisasi mantan ibu negara Fatmawati mengenakan batik Basurek. Hal ini dilakukan agar saat kampanye berjalan informasi yang diterima masyarakat lebih melekat dan dipahami.

Selain itu untuk lebih menarik perhatian masyarakat tentang batik Basurek sendiri, dilakukan melalui visualisasi motif dan proses pembuatan kain batik Basurek, sehingga proses kampanye lebih mudah di pahami.

3.2.2. Rasionalisasi Visual

Pendekatan visual adalah cara bagaimana menyampaikan pesan kampanye kepada target sasaran akan menggunakan bahasa visual. Dan pada kampanye ini adalah menggunakan gaya ilustrasi bernuansa motif batik Basurek sesuai dengan tema kampanye ini sendiri.

- Ilustrasi; ilustrasi yang digunakan adalah tentang proses pembuatan dan bahan – bahan batik Basurek
- Warna; warna yang di gunakan cenderung ke warna kusam dan tua, di maksudkan agar pada visual ilustrasi yang akan di buat mengartikan sebuah proses serta kerja keras dalam pembuatan batik Basurek sendiri.
- Tipografi; huruf yang akan di gunakan dalam visual ini adalah huruf yang memiliki kemiripan dengan huruf arab gandul yang ada pada batik Basurek.
- Layout; menggunakan layout yang bernuansa kuat dan simple, sehingga informasi yang di terima masyarakat dapat dipahami dengan baik.

3.3. Strategi Media

Media adalah alat alat komunikasi yang berfungsi untuk mengiformasikan, memperkenalkan atau menghimbau sesuatu kepada masyarakat. Setiap media mempunyai karakter masing-masing yang memilki kelebihan dan kekurangannya sendiri dalam menyampaikan informasi kepada setiap khalayak sasaran. Pemilihan media yang tepat dapat memberkan pengaruh yang besar pula pada target yang dituju sehingga dapat pula mengefisienkan waktu dan tenaga yang dibutuhkan. Strategi media dibagi menjadi 2 yaitu media utama dan media pendukung.

3.3.1. Pilihan Media

Pemilihan media berfungsi untuk membatasi media yang akan digunakan dan disesuaikan dengan kebutuhan dalam perancangan kampanye agar sesuai dengan kepentingan sasaran target utama kampanye, yang dirancang secara persuasif dan informasi agar pesan yang disampaikan dapat disampaikan dengan mudah dan tepat, maka pemilihan media disesuaikan dengan kebutuhan yang akan digunakan dalam kampanye. Strategi media dibagi menjadi dua. Media utama dan media pendukung. Sedangkan dalam kategori dibagi menjadi tiga, yaitu media *Advertising, Direct Selling* dan *Merchandise*.

Berikut rincian media yang akan di gunakan :

a. Media Utama

- Poster

  Poster adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Karena itu poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat.

  Poster di pilih sebagai media utama karena memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi dan memiliki unsur informasi yang lengkap, sehingga di harapkan para target audiens bisa lebih muda mencerna informasi dalam kampanye ini.

b. Media Pendukung

- Majalah (*Advertising*)

  Adalah jenis media yang dipasang di halaman majalah dengan ukuran minimal satu halaman pada majalah tersebut. Majalah yang di gunakan adalah majalah yang sering di baca oleh masyarakat umum, seperti majalah fashion tentang batik.

- Baligho (*Advertising*)

  Baligo merupakan media yang cukup besar dan memuat informasi lebih banyak maka efektitiasnya akan besar, terlebih lagi ketika media ini diletakan di tempat yang dekat dengan tempat target audien beraktifitas.

- X-Banner (*Direct Selling)*

  Konsep yang digunakan hampir sama dengan poster, hanya yang membedakan adalah teknis ukuran dan penempatan. Penempatan X-Banner adalah pada tempat – tempat keramaian, seperti mall, tempat wisata dan lain – lain.

- Billboard (*Advertising*)

  Billboard adalah jenis reklame media luar ruang (outdoor) dengan ukuran yang besar yang terpasang di jalan-jalan raya. Penempatan billboard adalah pada sekitar tempat keramaian, seperti kampus, tempat belanja dan lainnya.

- Iklan Koran (*Advertising*)

  Iklan koran adalah jenis media yang dipasang dikoran dengan ukuran disesuaikan dengan keinginan, biasanya ukuran pada koran berdasarkan kolom dan baris. Iklan pada koran di aplikasikan pada koran – koran daerah lokal Bengkulu.

- Spanduk (*Advertising*)

  Spanduk sebagai media yang dapat dipasang di jalan-jalan yang dapat memberi informasi kepada khalayak sasaran ketika ada di jalan. Spanduk di aplikasikan pada jalan – jalan sekitar keramaian.

- Umbul – umbul (*Advertising*)

  Umbul – umbul adalah jenis reklame luar ruangan (*outdoor*) yang mirip bendera dengan ukuran memanjang keatas yang terpasang dijalan raya dengan menggunakan bambu atau pada saat event. Umbul – umbul diletakan pada tempat jalan utama di perkotaan dan tempat wisata.

- Mobil AD (*Advertising*)

  Mobil AD adalah jenis media yang ditempel pada bodi kendaraan roda empat seperti angkot, bus kota dan juga mobil milik perusahaan itu sendiri dengan ukuran menutupi seluruh badan kendaraan atau hanya sebagian saja. Mobil AD di aplikasikan pada bus pariwisata kota Bengkulu dan pada angkot.

- Hanging Banner (*Advertising*)

  Konsep yang digunakan hampir sama dengan x-banner, hanya yang membedakan adalah penempatan. Penempatan hanging banner adalah pada tiang – tiang *traffic light* dan tiang listrik.

- Lift (*Advertising*)

  Lift adalah sebuah alat yang di gunakan sebagai transportasi dari satu lantai ke lantai lainnya. Pemasangan gambar pada lift di maksudkan agar informasi lebih cepat ditangkap oleh masyarakat, yang mana sering menggunakan lift di mall.

- Neon Box (*Advertising*)

  Neon Box adalah jenis media yang dipasang diluar

ruangan dengan ukuran yang beragam dengan menggunakan panel yang terbuat dari besi sebagai penyangga dan menggunakan fiber serta lampu neon sebagai pelengkap. Neon Box di aplikasikan di jalan – jalan utama kota Bengkulu.

- Flag Chain (*Direct Selling*)

  Flag Chain adalah jenis media dengan ukuran sedang yang dipasang didalam ruangan dengan cara disusun dan digantungkan pada seutas tali. Di aplikasikan pada tempat – tempat belanja dan tempat pariwisata.

- Flyers (*Direct Selling*)

  Flyers adalah media selebaran berupa kertas yang berisi sebuah informasi. Flyers disebar pada tempat keramaian.

- Media Gimmick (Merchandise)

  Media Gimmick merupakan media yang dapat dibawa dan digunakan, media ini juga dapat memperkuat informasi yang disampaikan. Gimmick disini merupakan pengaplikasian dari lay-out visual yang berisikan pesan informasi. Media Gimmick di aplikasikan melalui media– media piring hias, pin, nug, hand book dan T – shirt.

3.3.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Penyebaran media dilakukan berdasarkan target sasaran yakni target sasaran yang berdomisili di daerah Bengkulu. Dalam penyebaran media sesuai dengan kemampuannya yang dapat menjangkau target sasaran secara luas sehingga dapat efektif untuk penyebarannya. Penyebaran media lebih berhubungan langsung pada target sasaran, sehingga media tersebut dapat langsung diterima oleh target sasaran.

3.3.3. Jadwal Pertimbangan Media

Dalam penyebaran media diperlukannya sebuah jadwal yang tepat sehingga pesan informasi yang di berikan kepada masyarakat di terima dengan baik.

Kampanye batik Basurek bengkulu sendiri di adakan selama 6 bulan (satu semester) pada bulan Juni – Desember dan puncaknya pada tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional, yang di jadwalkan sebagai berikut:

No.	Media	Juni - Desember (6 – 12)						
		6	7	8	9	10	11	12
1	Poster							
2	Iklan media cetak							
3	Baligho							
4	X - Banner							
5	Billboard							
6	Iklan Media Cetak							
7	Spanduk							
8	Umbul - umbul							
9	Mobil AD							
10	Lift							
11	Neon box							
12	Flyer							
13	Gimmick							

3.4. Strategi Distribusi

Pendistribusian dilakukan melalui Dinas Pariwisata dan salah satu pusat kerajinan batik Basurek Bengkulu. Disebarkan ke tempat yang strategis di Bengkulu terurama daerah perkotaan, seperti lokasi tempat pusat perbelanjaan, sekitar tempat pendidikan seperti kampus dan tempat wisata yang ada di Bengkulu.

3.4.1. Pertimbangan Dasar Distribusi

Pertimbangan dasar distribusi sangat diperlukan untuk menyusun startegi dalam pendistribusian media kampanye. Untuk itu perlu adanya kerjasama dengan Pemerintah Daerah Bengkulu. Pihak yang bekerjasama dalam perancangan kampanye Mensosialisasi batik Basurek Bengkulu ini yaitu Dinas Pariwisata Bengkulu selaku pihak pelaksana, karena Dinas Pariwisata sangat cocok dengan perancangan kampanye ini, dimana target sasaran kampanye ini adalah masyarakat kota Bengkulu sendiri.

3.5. Konsep Visual

Dalam perancangan konsep visual didalamnya terdapat beberapa point seperti format desain, layout, tipografi, ilustrasi dan warna yang saling berkaitan agar dapat mendukung perancangan kampanye sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai.

3.5.1. Format Desain

Format desain yang digunakan dalam media informasi ini mengacu pada teori Frank Jefkins yang berjudul *The Law Of Proportion* mengatakan dimana format desain yang digunakan mempunyai ukuran yang lebih panjang pada satu sisinya baik horizontal maupun vertical, maka bentuk seperti ini akan nampak menarik daripada sebuah bujur sangkar yang kedua sisinya sama.

3.5.2. Lay Out

Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif sehingga dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap media layout yang disusun mengacu pada konsep awal yaitu

penempatan unsur – unsur grafis yang disusun sedemikian rupa untuk mendapatkan kesan yang menarik dan informatif.

Untuk mendapatkan kesan tersebut, maka dibuat variasi – variasi yang berupa perbedaan ketebalan dan ukuran huruf yang dipergunakan untuk memberikan penekanan – penekanan kata yang dianggap penting.

Tata letak Layout pada setiap media terfokus ditengah agar target audience dengan mudah menerima pesan yang disampaikan karena hanya terfokus ditengah.

3.5.3. Tipografi

Jenis Huruf yang digunakan dalam kampanye ini adalah huruf yang memiliki sifat familiar dan juga memiliki kemiripan dengan huruf arab gundul yang di pakai sebagai motif batik Basurek. Huruf yang cocok dengan kreteria di atas adalah huruf Basurek yang dibuat khusus yang akan di gunakan pada kata Basurek, dan sebagai lanjutan kata di gunakan huruf Arabolical.



Kata Basurek menggunakan huruf Basurek dengan warna biru, yang dimaksudkan untuk lebih menegaskan tentang batik Basurek kepada masyarakat selain itu warna biru yang di pakai karena warna ini memiliki sifat teratur dan kepercayaan.

Sedangkan kata punyo kito menggunakan huruf Arabolical yang mana memiliki bentuk yang bersahabat sekaligus

mempunyai pendekatan dengan huruf arab yang merupakan motif khas batik Basurek. Dengan menggunakan warna hitam yang memiliki sifat tegas dan kuat sehingga diharapkan arti punyo kito lebih di tanggapi oleh masyarakat.

Untuk body text dan tagline menggunakan huruf Lithos Pro, yang memiliki ketegasan dan tingkat keterbacaan yang tinggi.

BASUREK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,./;'?><:"

Arabolical

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,./;'?><:"

LITHOS PRO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,./;'?><:"

3.5.4. Ilustrasi

Pada media kampanye ini, ilustrasi yang di terapkan adalah visual tentang proses pembuatan batik dan alat – alat yang biasa digunakan dalam pembuatan kain batik Basurek. Melalui visual tentang pembuatan batik yang tidaklah gampang dan memerlukan waktu yang lumayan panjang, di harapkan informasi tentang kampanye ini dapat berjalan baik dan masyarakat akan menghargai batik Basurek ini. Selain itu juga ditambahkan salah satu visual ilustrasi tentang seorang ibu

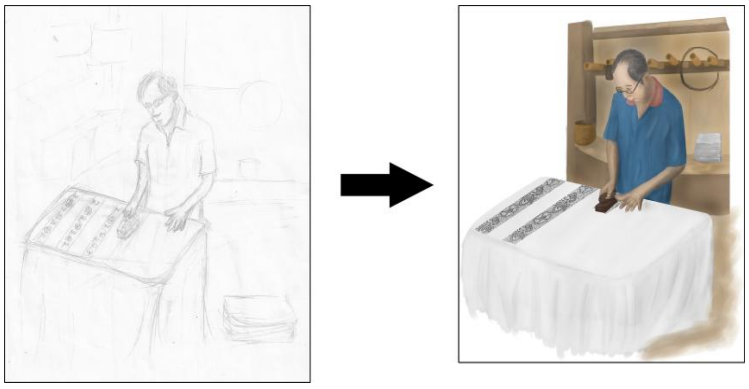
Fatmawati dan sebuah keluarga yang mengenakan batik Basurek, sehingga menambah daya tarik tentang kampanye batik Basurek ini yang diharapkan nantinya dapat membujuk masyarakat melakukan sebuah tindakan memakai batik Basurek.

Berikut adalah beberapa image visual yang dipilih dalam perancangan media kampanye antara lain :

- Digital Illustration (ilustrasi digital)

  Adalah sebuah penggambaran media visual melalui perangakat komputer yang berbentuk ilustrasi kartun atau 2D. Tipe ilustrasi yang di gunakan adalah semi realis yang di ambil dari sebuah konsep foto dan sketsa visual.

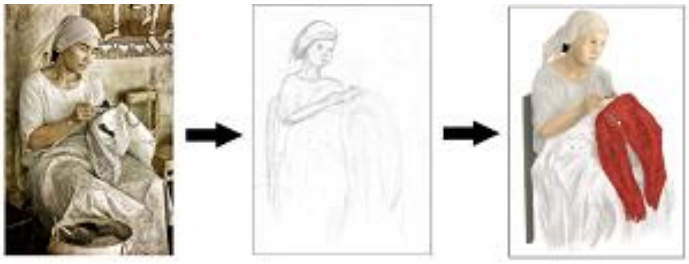
  Berikut ilustrasi yang di buat :



Gambar 3.1 Membatik Cap

Gambar 1:

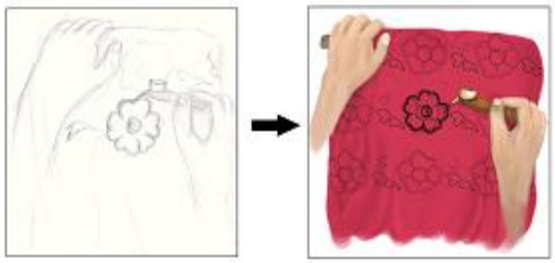
Visualisasi tentang seorang laki - laki dewasa atau seorang kakek yang membuat batik melalui proses cap. Visual ini mengambarkan jerih payah dan ketekunan dalam membuat batik di usianya yang sudah tua.



Gambar 3.2 Nenek membatik

Gambar 2:

Menggambarkan seorang nenek yang sudah tua yang sedang membatik. Visual ini memperlihatkan ketekunan dalam pembuatan batik yang memakan waktu lama.



Gambar 3.3 Tangan membatik

Gambar 3:

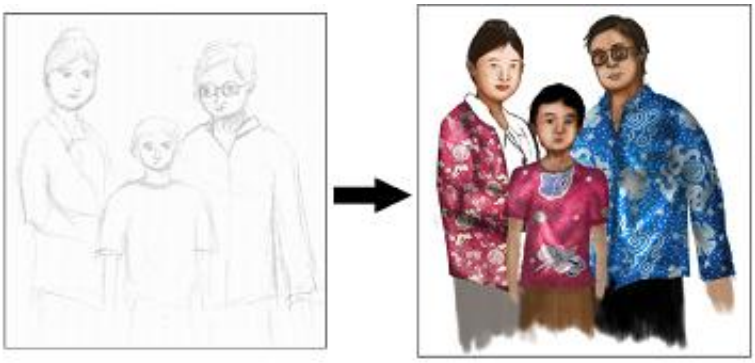
Menggambarkan tangan yang sedang membatik secara tulis. Visual ini ingin menunjukan ketelitian dalam membatik.



Gambar 3.4 Peralatan membatik

Gambar 4:

Menggambarkan peralatan dalam membuat batik. Visualisasi ini ingin menunjukan alat - alat yang sering di gunakan dalam membatik.



Gambar 3.5 Masyarakat

Gambar 5:

Menggambarkan sebuah keluarga yang memakai batik Basurek, dimana baju - baju yang dikenakan telah di modifikasi menjadi pakaian modern. Visualisasi ini diharapkan mampu membujuk masyarakat untuk mengenakan batik Basurek.



Gambar 3.6 Fatmawati

Gambar 6:

Menggambarkan sosok seorang Fatmawati yang merupakan istri dari Presiden RI Soekarno yang sedang menggenakan batik Basurek. Visualisasi ini diharapkan mampu membujuk masyarakat untuk merasa bangga akan batik Basurek ini.

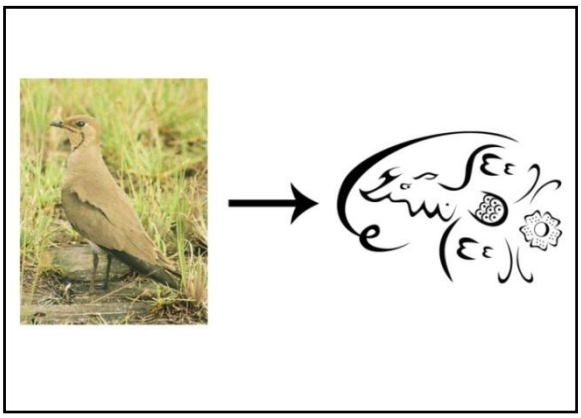
- Logo Kampanye

  Logo dalam kampanye kain batik Basurek dibuat untuk lebih menarik perhatian para target kampanye serta sebagai salah satu simbol pengenal kepada para target tentang kampanye ini.

  Proses pembuatan logo dilakukan dengan pendekatan visual tentang objek menarik yang ada di Bengkulu. Objek itu kemudian di buat sederhana dengan menggunakan motif khas kain batik Basurek yaitu huruf Arab gundul yang di padukan dengan bunga Raflesia. Objek yang di pilih adalah jenis burung yang khas daerah Bengkulu, yaitu burung khas pulau Enggano, burung Terik Enggano.

  Motif batik yang digunakan tidak mempunyai arti, karena huruf Arab gundul dalam motif batik Basurek sendiri hanyalah sebatas hiasan yang tidak mempunyai arti dan juga untuk menghindari unsur SARA. Dalam motif yang di gunakan pada logo lebih mengarah kepada bentuk burung Terik Enggano, yang lebih berbentuk lekukan sayap khas dengan pendekatan huruf Arab. Sedangkan gambar motif bunga Raflesia pada bagian ekor untuk melambangkan propinsi Bengkulu yang khas dengan bunga ini. Warna yang di pilih pada logo adalah warna hitam, karena warna ini merupakan warna dasar sketsa batik. Selain itu warna ini mempunyai arti agung.

  Berikut transformasi logo dari burung Terik Enggano ke motif tersebut:



Gambar 3.7 Logo

- Elemen Visual



Gambar 3.8 Elemen Visual

Dalam kampanye batik Basurek ini terdapat beberapa elemen visual sebagai penunjang dalam visual keseluruhan kampanye. Elemen visual ini sebagian digunakan sebagai identitas kota Bengkulu, yaitu bunga Raflesia Arnoldi dan lembaran kain batik Basurek.

Sedangkan frame lukisan dan bingkai foto digunakan sebagai daya tarik dan penunjang untuk visualisasi, yang

mana tema pada visual adalah lukisan, sehingga diperlukannya elemen penunjang terhadap tema ini.

3.5.5. Warna

Setiap warna memiliki karakteristik yang berbeda – beda, yang dimaksud karakteristik disini adalah sifat khas yang dimiliki suatu warna tersebut. Sebagai bagian dari elemen tata rupa, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari sebuah karya desain. Lebih lanjut dikatakan oleh Henry Dreyfuss, bahwa "*warna digunakan dalam simbol – simbol grafis untuk mempertegas maksud dari simbol – simbol tersebut".*

Warna yang digunakan dalam kampanye batik Basurek adalah:

- Merah; merupakan warna yang memiliki sifat agresif, dan kekuatan. Warna ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik masyarakat Bengkulu yang cenderung memiliki sifat keras dan tegas.
- Abu – abu; merupakan warna yang memiliki sifat intelek dan masa depan serta kesederhanaan. Warna ini dipakai sebagai pemberitahuan kepada masyarakat untuk dapat menjaga batik Basurek seiring dengan berkembangnya zaman.
- Biru; merupakan warna yang memiliki sifat ketenangan, kepercayaan, keteraturan. Warna ini dipilih karena ingin memperlihatkan bahwa batik Basurek merupakan warisan leluhur yang sangat kental dengan kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang ditandai dengan motif berupa huruf Arab gundul.
- Cokelat; merupakan warna yang memiliki arti daya tahan dan rasa nyaman serta tanah atau bumi. Warna ini di pilih

sebagai perwakilan dari kain batik Basurek yang memiliki daya tahan yang awet, seperti batik pada umumnya.

- Hitam; merupakan warna yang memiliki arti kekuatan, keanggunan dan rasa takut. Warna ini dipilih sebagai pemberitahuan bahwa batik merupakan barang yang kuat serta dulunya memiliki arti sakral.
- Putih; merupakan warna yang memiliki arti rapi, suci,bersih, tertata. Penggunaan warna ini lebih banyak digunakan pada *background*, selain itu warna ini juga di pilih untuk sebuah kampanye yang bersih dan rapi.

