BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

3.1.1 Strategi Komunikasi

Secara umum komunikasi berarti menyampaikan pesan atau informasi. Perancangan media promosi buku Pancasila Semangatku membutuhkan strategi komunikasi yang tepat seperti materi, cara penyampaian, serta efektifitas kepada target audiens agar isi dari buku yang di berikan mudah di mengerti serta dapat membuat target audiens tersebut tertarik akan sesuatu yang ditawarkan.

3.1.2 Tujuan Komunikasi

- Memotivasi remaja dengan semangat pancasila dengan memandang pancasila berdasarkan makna yang terkandung didalam pancasila tersebut.
- Memberikan masukan yang positif kepada remaja didalam prilaku dan pemikiran remaja di kota bandung.

3.1.3 Tema atau Pesan Utama

Tema yang dipilih pada perancangan media informasi ini adalah “Pancasila Semangatku”, tema ini di pilih berdasarkan pola pikir remaja pada saat ini, yang bersemangat, aktif, dan labil dalam pengertian, sedang mencari jati dirinya. Oleh sebab itu buku ini diharapkan dapat menjadi salah satu penuntun dan pedoman jati diri remaja dalam mengarungi hidup dengan pesan – pesan atau motivasi yang mengarahkan remaja kepada makna dari pancasila.

3.2 Strategi Kreatif

Upaya yang di lakukan di dalam informasi yang terdapat pada buku semangat Pancasila, yaitu mencoba untuk memotivasi dan menuntun pola pikir remaja dengan semangat pancasila. Di buku ini tertulis beberapa kata – kata mutiara yang menggugah dan membimbing para remaja untuk berbudi pekerti yang baik dimana kata – kata yang digunakan di buat sesederhana mungkin agar dapat dimengerti dan di terima secara langsung oleh remaja.

Didalam buku ini pun di tambahkan informasi visual yang menjelaskan tentang kata – kata tersebut dengan unsur – unsur visual propaganda, yang bermaksud untuk membuat suasana bersemangat dan patriotis.

Sebelum buku ini diliris, media promosi telah di sebarkan di daerah strategis dan sekolah – sekolah SMU Kota Bandung. Media promosi yang akan di sebarkan berupa brosur, poster, banner

Buku ini akan di liris pada hari kesaktian Pancasila, yaitu pada tanggal 1 Oktober. Promosi yang akan di laksanakan pada awal peluncuran buku ini yaitu dengan adanya discount sebesar 20% untuk pelajar dan pemberian gimmick berupa gantungan kunci, mug, pulpen, baju, pin dan akan di berikan pada setiap pembelian buku Pancasila Semangatku.

2.2.2 Pendekatan Kreatif

Pendekatan kreatif yang digunakan dalam mempromosikan Buku Pancasila Semangatku ini meliputi :

1. Pembuatan Tagline Visual

   Konsep pendekatan kreatif dalam pembuatan tagline visual yaitu “ Pancasila Semangatku “

2. Pencarian Gagasan Visual

   Pencarian gagasan visual berawal dari pemahaman tagline visual dan pesan yang ingin di sampaikan pada sasaran.

a. Penyusunan unsur – unsur yang akan di tampilkan pada perancangan promosi buku Pancasila Semangatku ini cenderung tegas. Tata letak tegas ini banyak di gunakan untuk menampolkan kesan semangat dan patriotis.
b. Visual menggunakan tehnik ilustrasi yang menggambarkan pahlawan – pahlawan bangsa Indonesia dan ilustrasi tersebut menggunakan stile propaganda.
c. Warna yang di gunakan pada ilustrasi tersebut memberikan kesan sesuai dengan psikologi warna yang berkaitan dengan target audiens.

Keseluruhan ilustrasi yang di tampilkan agar dapat menggugah para remaja saat melihat visual dari buku Pancasila Semangatku ini, dan bahasanya juga mudah di mengerti dan di pahami, juga agar dapat memotivasi target audiens.

3.3 Strategi Media

Dalam penyampaian kepada remaja Kota Bandung, diperlukan judul buku yang sesuai untuk memberikan semangat Pancasila pada remaja tersebut. Beberapa alternatife judul yang di buat, yaitu :

1. Pancasila Semangatku
2. Pancasila Identitas Diriku
3. Pancasila Jalan Hidupku
4. Jalan Hidupku Pancasila
5. Pancasila Kemandirianku

Dari berbagai pilihan tersebut, maka terpilihlah judul buku yang sesuai dan tepat dengan tujuan dari informasi ini, yaitu Pancasila Semangatku.

1. ATL (*above the line*)

   Promosi Buku Pancasila Semangatku akan dilakukan dengan beberapa Media ATL diharapkan dapat mendorong minat untuk memiliki buku ini.

   Media ATL Outdorr

   - Poster

     Media poster ini akan ditempatkan di sekolah – sekolah Kota Bandung, halte bus, dan tempat – tempat yang sering dikunjungi oleh remaja.

   - Banner

     Akan ditempatkan di toko - toko penjualan buku seperti Gramedia.

   - Neon Box

2. BTL (below the line)

   Media BTL di lakukan untuk lebih menggugah para remaja, dan media ini untuk di berikan kepada pembeli buku ini, secara gratis.

   Gifts (Gimmick) diantaranya:

   - Ballpoin
   - G. Kunci
   - Sticker
   - Pin
   - Cuting Sticker
   - Mug
   - Kaos

Literatur diantaranya:

- Flyer
- Brosur

3.3.1 Saluran Distribusi dan Promosi

Distribusi buku diatur oleh penerbit buku. Penerbit mengatur seluruh proses distribusi dan promosi. Buku ini akan disebarkan ke seluruh toko Gramedia di kota Bandung.

Di dalam promosi buku ini, penerbit akan mempromosikan buku ini di beberapa tempat yaitu seluruh SMU kota bandung, seluruh toko Gramedia di Kota Bandung, dan beberapa fasilitas umum contoh seperti halte bus, lift, dan lain – lain.

3.3.2 Jaringan Mitra

- Dinas Pendidikan
- SMU di seluruh Bandung.

3.3.3 Pendekatan Dasar Pemilihan Media

Pemilihan media berfungsi untuk membatasi media yang di gunakan dan disesuaikan dengan kebutuhan target audiens. Adapun media yang yang dipilih untuk perancangan Informasi ini, yaitu :

A. Media Utama

   Media utama yang digunakan pada perancangan media informasi ini adalah buku. Buku adalah media yang pengaplikasiannya dibaca. Pesan yang termuat dalam buku yaitu menggugah si pembaca.

B. Media Pendukung

1. Brosur

   Dapat dilihat dan di baca dalam waktuyang lama dan berisikan informasi yang memadai.

2. Iklan media cetak

   Merupakan media dengan cakupan pasar yang luas baik regional, nasional maupun lokal. Pengaplikasiannya di tentukan pada awal pekan.

3. Gimmick

   Merupakan aplikasi dari buku tersebut berisi tagline, berfungsi untuk mengingatkan khayalan terhadap buku Pancasila Semangatku.

4. Web

   Merupakan media yang tepat, mengingat saat ini internet mudah di akses di mana pun dan kapan pun dengan jangkauan yang luas.

5. Halte Bus sekolah

   Adalah sarana informasi yang bis dilihat dan dikunjungi oleh semua remaja khususnya para pelajar sekolah menengah atas, sehingga informasi ini dapat di baca dan dilihat dengan waktu yang lama.

6. Umbul – umbul

   Media promosi dalam ruangan yang terpasang di atap agar target audiens dapat melihat dari kejauhan letak penjualan buku Pancasila Semangatku

7. Poster

   Adalah media yang pengaplikasianya ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya, dengan tujuan untuk mencari perhatian mata sekuat mungkin, entah dari ukuran, visual dan warnanya. Pesan yang termuat dalam poster untuk mengajak dan menggugah target audiens.

8. Banner

   Banner adalah salah satu media promosi yang dicetak dengan Print Digital yang umumnya berbentuk Potrait atau Vertikal.

9. Neon Box

   Neon Box adalah salah satu dari bagian publikasi yang berfungsi untuk mempromosikan, mengenalkan, mengingatkan produk yang terpampang pada neon box.

10. Bus sekolah

    Merupakan mobil antar jemput anak sekolah untuk member penjelasan kepada target audiens.

3.3.4 Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Berdasarkan target audiens yang berada di Kota Bandung, maka penyebaran media promosi di bagi menjadi tiga jenis. Penyebaran media traffick, media pers dan media *online*, dengan kemampuan jangkauan yang luas sehingga dianggap tepat efektif untuk menarik perhatian para remaja.

3.4 Konsep Visual

Konsep visual didalam informasi ini lebih ditekankan pada makna pesan yang mudah dimengerti oleh remaja. Bentuk visual yang akan diaplikasikan dalam informasi buku Pancasila Semangaku meliputi:

3.4.1 Ilustrasi

Didalam buku Pancasila Semangatku ini, menggunakan stile ilustrasi propaganda.Karena menurut rumusan Oxford dictionary, propaganda adalah suatu perhimpunan atau program untuk menyebarkan suatu doktrin atau cara. Dan tujuan dalam buku ini adalah agar para remaja dapat tergugah dan memiliki jiwa yang semangat dan patriotis.

Informatif, di dalam bahasa visual informatif, akan disajikan pendekatan visual yang mudah dipahami. Disini informasi tentang buku Pancasila Semangatku secara kreatif akan disajikan sesederhana mungkin agar dapat langsung dimengerti oleh para remaja.



Gambar 1 Ilustrasi 1



Gambar 2 Ilustrasi 2



Gambar 3 Ilustrasi 3



Gambar 4 Ilustrasi 4



Gambar 5 Ilustrasi 5



Gambar 6 Ilustrasi 6



Gambar 7 Ilustrasi 7



Gambar 8 Ilustrasi 8

3.4.2 Tipografi

Tipografi yang digunakan beracuan pada gaya visual yang ditampilkan, yaitu tentang semangat.

Jenis font yang akan dipergunakan yaitu :

Impact dan Arial

Impact

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

3.4.3 Layout buku

Menggunakan susunan sederhana, dengan melihat susunan arah baca yang mudah dimengerti, dan dipahami oleh remaja.

3.4.4 Isi Buku



Gambar 9 Cover Buku



Gambar 10 Hal 1

Halaman 1 menjelaskan secara rinci tentang lambang garuda, dan menjelaskan makna dari lambang Garuda Indonesia.



Gambar 11 Hal 2

Isi dari halaman 2 ini yaitu “Laki – laki dan perempuan adalah sebagai dua sayapnya seekor burung, jika dua sayapnya sama kuat maka terbanglah burung itu sampai kepuncak yang setinggi – tingginya, jika patah satu dari dua sayap itu maka tak dapatlah terbang burung itu sama sekali“ Bung Karno.



Gambar 12 Hal 3

Isi dari halaman 3 ini yaitu “Bangunlah suatu dunia dimana bangsa hidup dalam Damai dan Persaudaraan“ Bung Karno 1966



Gambar 13 Hal 4

Isi dari halaman 4 ini yaitu “Bangsa yang tidak percaya kepada kekuatan dirinya sebagai suatu bangsa, tidak dapat berdiri sebagai suatu bangsa yang Merdeka“ Bung Karno 1963.



Gambar 14 Hal 5

Isi dari halaman 5 ini yaitu “Bangsa yang besar adalah bangsa yang menghormati jasa pahlawannya“ Bung Karno 1961.



Gambar 15 Hal 6

Isi dari halaman 6 yaitu “Cita – cita persatuan Indonesia itu bukan omong kosong, tapi benar – benar di dukung oleh kekuatan yang timbul pada akar sejarah bangsa kita sendiri“ Mohammad Yamin 1928.



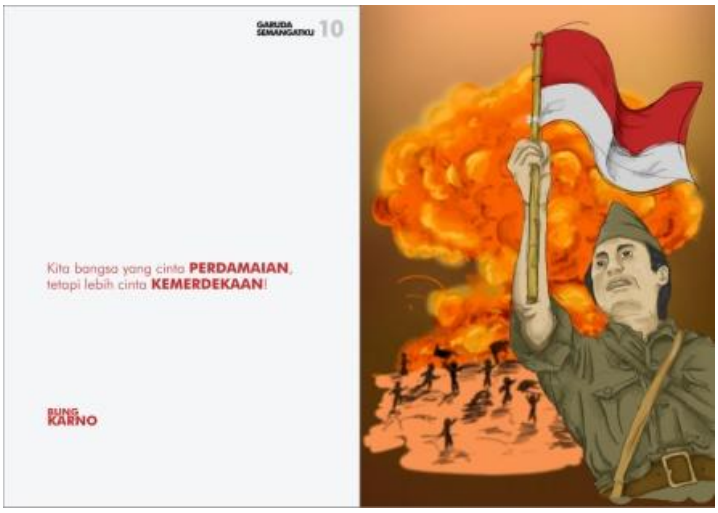
Gambar 16 Hal 7 dan 8

Isi dari halaman 7 dan 8 yaitu “Kegagalan kita hari ini bukan berarti besok kita akan gagal lagi“



Gambar 17 Hal 9

Isi dari halaman 8 yaitu “Apabila di dalam diri seseorang masih ada rasa malu dan takut untuk berbuat suatu kebaikan, maka jaminan bagi orang itu adalah tidak akan bertemunya dengan kemajuan selangkah pun” Bung Karno.



Gambar 18 Hal 10

Isi dari halaman 10 yaitu “Kita bangsa yang cinta perdamaian, tetapi lebih cinta perdamaian“ Bung Karno.



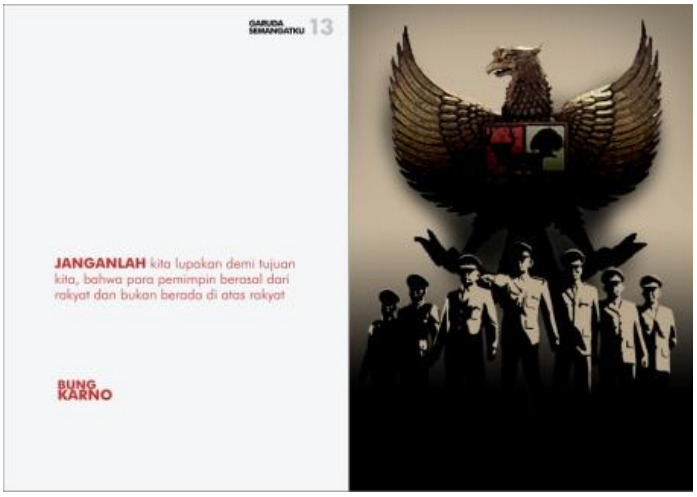
Gambar 19 Hal 11

Isi dari halaman 11 yaitu “Pikiran negatife dan pesimis adalah penyakit mental yang sangat merusak, Kalau kita pelihara dengan mengikuti terus menerus, maka pasti nasib jelek yang akan kita terima”.



Gambar 20 Hal 12

Isi dari halaman 12 yaitu “Indonesia merdeka harus menjadi tujuan hidup kita bersama”. Bung Karno.



Gambar 21 Hal 13

Isi dari halaman 13 yaitu "Janganlah kita lupakan demi tujuan kita bahwa para pemimpin berasal dari rakyat dan bukan berada diatas rakyat" Bung Karno.



Gambar 22 Hal 14

Isi dari halaman 14 yaitu "Kita berjuang jangan sekali – kali mengharapkan pangkat, kedudukan ataupun gaji yang tinggi" Supriadi.

3.4.5 Warna



Gambar 23 Skema warna

Untuk menarik perhatian, maka warna yang digunakan adalah warna - warna yang semangat dan nyaman untuk di baca, sehingga dengan warna tersebut media informasi dalam buku ini akan dapat lebih efektif.