BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

3.1.1 Strategi Komunikasi

- Tujuan utama yang ingin disampaikan yaitu ; agar para remaja tidak lagi menyalah gunakan graffiti sebagai suatu media pelampisan semata. Sehingga pandangan miring masyarakat tentang graffiti dapat lebih di minimalisasi.

- Memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat bagaimana bentuk perkembangan graffiti di masa kini dan pengaruhnya terhadap pembentukan lingkungan.

- Memberi pengetahuan tentang bagaimana peluang yang terdapat pada seni graffiti.

3.1.2 Strategi Kreatif

- Menciptakan visualisasi yang dapat dimengerti dengan meninjau kembali persentase pembaca secara keseluruhan kemudian disesuaikan dengan visualisasi yang di adopsi dari gaya atau style yang ada pada sebuah graffiti. Sehingga nuansa yang terdapat dalam sebuah graffiti dapat dinikmati dan tidak hilang begitu saja.
- Menimbulkan motivasi pada pembaca terutama kalangan penggemar graffiti dengan menampilkan beberapa dokumentasi melalui media interaktif video yang berfungsi untuk menunjang informasi mengenai graffiti.

- Penjualan buku dipusatkan pada toko-toko buku seperti gramedia dan toko-toko lain seperti distro dan skate shop. Pemilihan tempat tersebut disesuaikan dengan pola kebiasaan remaja masa kini yang terbiasa bergaul ditempat-tempat tersebut.
- Gimmick sebagai salah satu faktor pendukung buku pun disesuaikan dengan benda-benda yang identik dan berhubungan dengan graffiti. Misalnya seperti; urban toy, skateboard, pin, topi dan lain sebagainya.

3.1.3 Strategi Media

Media yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

- Media Primer

  Media yang digunakan adalah berupa buku. Adapun isi yang akan disampaikan berupa sekilas informasi mengenai graffiti secara keseluruhan. Mulai dari sejarah, alat-alat yang digunakan dalam pembuatan graffiti, jenis-jenis graffiti, ruang lingkup graffiti dan aspek-aspek lainnya yang terdapat dalam graffiti.

  Kemudian isi dari buku lebih menitik beratkan pada keberadaan komunitas FAB Family sendiri sebagai salah satu pengembang seni graffiti di kota Bandung. Mulai dari karya-karya yang telah dihasilkan hingga penghargaan yang telah diperoleh. Agar dapat menjadi panutan bagi para pelaku-pelaku graffiti.

  Pemilihan buku sebagai media utama karena apabila dilihat dari segi penggunaan, buku tidak hanya oleh kalangan-kalangan tertentu tetapi buku sebagian besar digunakan oleh semua umur. Jadi pencapaian targetnya pun dapat lebih maksimal dalam hal ini tidak hanya sebatas pada para kalangan penikmat graffiti saja.

- **Media Pendukung**

  CD Interaktif

  Pemilihan media ini ditinjau dari target segmentasi para penikmat dan pelaku seni yang kebanyakan telah mengikuti kemajuan teknologi terutama komputer yang telah merambah hampir ke seluruh lapisan masyarakat terutama bagi para peminat graffiti yang kebanyakan berumur 17 sampai 25 tahun keatas. Adapun isi dari cd interaktif adalah hasil dokumentasi dari setiap kegiatan FAB Family dalam menciptakan graffiti yang dikemas dalam bentuk video.

- **Media Pomosi**

  a. Kaos, Topi dan Pin

     Pemilihan media kaos dan topi didasari oleh faktor geografis dari target yang berada di ruang lingkup perkotaan umumnya. Karena masyarakat kota cenderung memiliki ketertarikan akan sesuatu yang bersifat baru, baik dari segi media maupun visualisasi. Terutama dengan perkembangan mode dalam busana.

  b. Skateboard

     Pemilihan media skateboard berdasarkan habit atau kebiasaan remaja yang selalu mengikuti perkembangan jaman terutama pada *lifestyle*. Selain itu banyak juga terdapat kalangan pemain skateboard yang memiliki minat cukup besar dengan graffiti. Ini dapat terlihat dari beberapa event atau kegiatan yang sempat diselenggarakan menampilkan kolaborasi antara komunitas skateboard dan graffiti. Contoh :

Philips National X Rage, skateboard & kontes graffiti yang sering diselenggarakan di berbagai kota besar di Indonesia.

c. Urban Toy

Mainan yang memiliki keunikan dari bentuknya, Dimana pada tiap-tiap visualisasinya lebih memprioritaskan pada suatu bentuk imajinasi yang berbeda. Media ini dipilih karena keunikannya serta merupakan suatu media baru dalam pengaplikasian graffiti.

d. Sticker

Salah satu bentuk media yang paling sering digunakan dalam penyelenggaraan suatu event. Dan terkesan mudah dan praktis dalam pengaplikasiannya.

e. Poster

Media bergambar yang biasanya digunakan sebagai dekorasi ruangan dengan menempelkannya di dinding, pintu, jendela took atau dinding ruang pamer.

f. Flyer

Media bergambar sejenis poster tetapi memiliki ukuran yang lebih kecil. Biasanya dibagikan bagi para pejalan kaki maupun pengunjung-pengunjung pertokoan.

g. Mini X Banner

Media bergambar berbahan Albatros yang memiliki rangka yang dipajang pada etalase-etalase kasir pertokoan.

h. Iklan pada Koran

Iklan yang terdapat pada kolom koran

i. Iklan pada Website

Iklan digital yang dicantumkan pada sebuah website. Dalam hal ini pencantumannya dilakukan pada website yang berhubungan dengan graffiti. Seperti web komunitas desain, portal artwork dan yang sejenis.

3.1.3.1 Jadwal Penyebaran Media

Media	Tahap											
	Attention				Informasi & Persuasi				Reminding			
	Juli	Agsts	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
Poster												
Flyer												
Sticker												
Mini x Banner												
Iklan koran												
Iklan web												
Topi												
Kaos												
Skateboard												
Pin												
Urban Toy												

Tabel 3.1 Jadwal Penyebaran Media

3.1.4 Strategi Distribusi

Pendistribusian dilakukan di toko-toko buku, sekolah-sekolah, universitas, distro, mall. Yang mana sebagian besar tempat-tempat

tersebut menjadi tempat para remaja sebagai target segmentasi berinteraksi sehari-hari.

3.1.5 Analisis SWOT

Buku Visual Graffiti dengan Buku Komunitas lain

Strengths (Kekuatan) :

- Memiliki karakteristik yang khusus
- Memiliki kesan unik dan menarik
- Dapat meningkatkan motivasi dan kreatifitas bomber

Weaknesses (Kelemahan) :

- Peminatnya hanya kalangan tertentu
- Harga buku yang relatif mahal

Opportunities (Peluang) :

- Memperluas informasi tentang graffiti
- Memiliki cd interaktif yang berbeda
- Mengadakan kerjasama dengan pihak-pihak tertentu seperti; kepolisian dan dinas tata kota

Threats (Ancaman) :

- Jarang dikenal oleh kalangan awam
- Hanya peminat yang biasanya mengerti dengan isi dari buku

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan Buku visual graffiti memiliki ciri khas yang sangat berbeda dengan buku-buku lainnya. Setiap karakteristik yang muncul lebih menunjukkan semua style yang terdapat pada graffiti.

Penerapan graffiti pada sebuah media kertas merupakan salah satu terapan media baru. Dengan penambahan media interaktif tentunya dapat menjadikan suatu keunggulan bagi buku ini dan berbeda dari buku-buku yang membahas komunitas pada umumnya..

3.2 Konsep Visual

3.2.1 Format Buku

Format buku yang di gunakan adalah landscape dengan ukuran buku 26 cm x 16 cm. Pemilihan ukuran mengadaptasi dari karakteristik graffiti yang biasanya digoreskan pada media tembok yang lebar.



Gambar 3.1 Cover buku

3.2.2 Ilustrasi

Lebih menonjolkan bentuk-bentuk tertentu dan icon-icon yang berhubungan dengan graffiti. Seperti; cipratan/tumpahan cat, kaleng cat semprot, spidol dan lain sebagainya.

3.2.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan pada body text yaitu Myriad Pro. Pemilihan body text Myriad Pro digunakan untuk memberikan suatu kenyamanan dalam membaca, dan menjadi titik balancing atau penyeimbang antara visual dan text.

MYRIAD PRO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890~!@#$%^&*()_+{}:"<>?

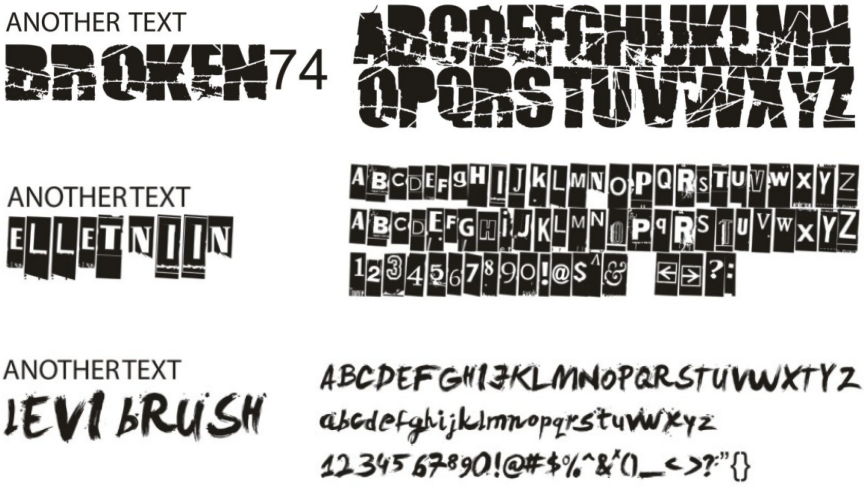
Selain itu terdapat beberapa jenis font lain yang digunakan pada buku antara lain :

ATROX

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890~!@#$%^&*()__+{}:"<>?



Kemudian terdapat beberapa custom font yang diciptakan sebagai headline yang mengambil acuan dari beberapa style graffiti. Antara lain:



Gambar 3.2 Custom Font pada buku



Gambar 3.3 Custom Headline

3.2.4 Warna

Adapun keseluruhan warna yang digunakan dikerjakan dengan proses digital. Pemilihan warna disesuaikan dengan jenis-jenis warna yang sering digunakan oleh FAB Family.



Gambar 3.4 Warna dominan pada buku

3.2.5 Layout

Layout yang digunakan pada buku mengambil prinsip *sequence* / urutan, *emphasis* / penekanan, *balance* / keseimbangan dan *unity* / kesatuan. Yang mana keempatnya merupakan syarat mutlak yang sering digunakan dalam melayout sebuah buku.

Contoh layout :



Gambar 3.5 Layout buku 1



Gambar 3.6 Layout buku 2