BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Di dalam sebuah perancangan diperlukan strategi yang dapat menjadi pendukung dalam memenuhi tujuan dari perancangan tersebut. Strategi perancangan yang akan dibuat adalah media informasi tentang kawasan Kampung Inggris. Informasi yang ingin disampaikan berupa pengetahuan mengenai Kampung Inggris beserta sejarah hingga kelebihan yang ditawarkan jika belajar di Kampung Inggris. Media Informasi ini bekerja sama dengan dinas pendidikan Kabupaten Kediri dan didukung oleh FKB (Forum Kampung Bahasa). Media informasi ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan informasi Kampung Inggris dan dapat mencitrakan Kampung Inggris sebagai sebuah kawasan pusat belajar bahasa Inggris terbesar di Indonesia.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi perancangan media informasi Kampung Inggris ini diantaranya adalah sebagai berikut :

- Mampu menginformasikan Kampung Inggris sebagai sebuah kawasan kursus bahasa Inggris terbesar di Indonesia yang memiliki banyak keunggulan mengenai lembaga kursus, biaya hidup yang terjangkau, metode belajar yang bervariasi, serta suasana yang terdapat di pedesaan membuat belajar bahasa Inggris dapat berjalan kondusif.
- Dapat memberikan informasi mengenai program dari lembaga-lembaga kursus yang terdapat di Kampung Inggris, harapan yang dituju agar masyarakat tidak kesulitan dalam memilih lembaga kursus dan program yang tepat sesuai dengan tujuannya dalam belajar bahasa Inggris.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi (Pendekatan visual dan verbal)

Pendekatan komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan fenomena permasalahan yang ada, dimana tidak adanya media informasi resmi tentang kawasan Kampung Inggris membuat masyarakat tidak mengerti tentang Kampung

Inggris dan sering terjadi persepsi yang salah terhadap Kampung Inggris. Tentunya dalam hal ini perlu adanya media informasi yang dapat membangun citra kawasan Kampung Inggris, strategi penyampaian informasi yang akan dilakukan adalah dengan melalui pendekatan visual dan verbal yang disesuaikan dengan karakter remaja, pelajar atau mahasiswa. Oleh karena itu media yang dibuat harus menarik dan memiliki pesan yang jelas. Media informasi yang dipilih adalah *website* dan aplikasi *android* berupa interaktif *map* dikarenakan *target audience* yang dituju adalah masyarakat seluruh Indonesia.

1. Pendekatan Visual

Pendekatan visual merupakan sebuah cara untuk menyampaikan informasi melalui gambar atau visual. Supaya efektif dan mudah dipahami oleh *target audience* pendekatan visual ini berupa foto yang menggambarkan suasana di Kampung Inggris, yang ditandai dengan elemen-elemen visual seperti rumah, jalan, perkampungan yang dipenuhi dengan lembaga kursus bahasa Inggris dan para peserta kursusnya yang aktif berbicara bahasa Inggris. Sehingga *audience* dapat mengambarkan bagaimana suasana di Kampung Inggris.

2. Pendekatan Verbal

Dalam perancangan media informasi ini diperlukan perpaduan yang tepat antara pendekatan visual dan verbal. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan mudah diterima oleh *target audience*. Penggunaan bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia, Inggris baku dan non-baku. Karena melihat *target audience* yang terpengaruh modernisasi dari lingkungan, sehingga pada jaman sekarang banyak diantara para *audience* menggunakan bahasa non-formal karena lebih mudah di mengerti.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan adalah kelebihan dari belajar di Kampung Inggris dan dapat memberikan gambaran tentang suasana pedesaan yang nyaman untuk belajar bahasa Inggris dengan biaya hidup yang terjangkau. Dengan tujuan agar masyarakat dapat mengetahui secara lengkap dan menyeluruh, serta

menanamkan citra dan mengubah paradigma pemikiran masyarakat selama ini akan informasi mengenai kawasan Kampung Inggris.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan juga bahasa sehari-hari, tidak formal namun ada juga gaya bahasa yang formal, sebab media informasi ini nantinya akan dilihat oleh semua pelajar di indonesia, bahasanya juga dibuat menarik dan mudah dimengerti disamping itu mengandung kata ajakan untuk lebih bersemangat dalam belajar bahasa Inggris.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Dalam perancangan media informasi ini ditujukan kepada seluruh pelajar atau mahasiswa di indonesia yang berminat untuk belajar bahasa Inggris, berikut ini adalah cara untuk mengidentifikasi karakteristik dari khalayak sasaran berdasarkan :

1. Consumer Insight

Pengertian *Consumer insight* menurut Amalia E. Maulana, yaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, dan prilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan. Untuk media informasi kawasan Kampung Inggris ini ditujukan kepada masyarakat baik pelajar maupun mahasiswa yang mempunyai keinginan untuk belajar bahasa Inggris dengan kualitas yang terjamin serta harga yang relatif terjangkau.

Berikut *insight* dari *target audience* yang didapat dari hasil wawancara kepada peserta kursus yang sedang mengikuti program di salah satu lembaga di Kampung Inggris :

- Mudah dalam mencari pekerjaan
- Adanya kebanggan karena menguasai Bahasa Inggris
- Memiliki tujuan sekolah maupun tinggal di luar Negeri
- Bahasa internasional yang digunakan dalam dunia usaha

Dengan melihat *insight* dari *target audience* maka diperlukannya media informasi yang mudah dijangkau, dimana saat ini media *online* seperti *website* yang paling sering digunakan untuk mencari informasi dan berita.

2. Consumer Journey

Consumer Journey adalah proses mencari dan memahami keadaan *consumer* secara mendalam. Mulai dari aspek demografi, psikografi, atau secara ekstrim adalah memahami apa yang dilakukan *consumer* mulai dari bangun tidur hingga tidur lagi.

- ***Purchase***

Pendidikan saat ini sudah mengharuskan para pelajar atau mahasiswa untuk menguasai Bahasa Inggris. Pendidikan yang dirasa kurang disekolah membuat mereka harus mencari tambahan seperti lembaga kursus, akhirnya mereka mencari informasi tentang lembaga kursus Bahasa Inggris melalui internet dan menemukan Kampung Inggris.

- ***Behavior***

Teknologi yang semakin berkembang membuat masyarakat semakin mengerti mengenai internet dan mereka selalu mecari informasi melalui internet.

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang diambil untuk pembuatan media informasi *website* ini adalah selain dengan menampilkan kelebihan dari Kampung Inggris dan berbagai lembaga serta programnya, *website* ini juga menyediakan fitur aplikasi *android* berupa interaktif *map* yang dapat di unduh langsung melalui *website*. Para pelajar yang ingin datang ke Kampung Inggris dapat dengan mudah mencari lembaga kursus yang sudah dipilih. Keunggulan fitur ini adalah dapat diakses walapun sedang dalam keadaan *offline* sehingga tidak perlu menggunakan koneksi internet jika sedang berada di Kampung Inggris.

Konsep visual dari perancangan media informasi kawasan Kampung Inggris Pare-Kediri ini adalah menampilkan visualiasi secara elegan dan modern tanpa mengenyampingkan budaya lokal. Penyampaian secara informatif dengan

menggunakan perpaduan teknik fotografi, tipografi, ilustrasi, dan *layout design* yang disesuaikan pada konsep penggunaan dasar elemen- elemen desain.
Berikut ini visualisasi yang digunakan yaitu :

- Gambar-gambar yang diambil dari Kampung Inggris akan ditampilkan di dalam media sehingga *target audience* dapat mengerti bagaimana suasana ditempat tersebut.
- Elemen visual yang digunakan akan mendukung ilustrasi utama yaitu logo Kampung Inggris yang memiliki visual dengan dua rumah berwarna orange dengan yang berarti kumpulan lembaga kursus bahasa, logo berfungsi sebagai karakter atau ciri khas dari media informasi.
- Pemilihan tipe huruf yang *sans serif* akan menunjang setiap konten yang disampaikan karena terlihat lebih .

III.1.7 Strategi Media

Strategi media merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada *target audience*, agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan mudah, strategi media digunakan untuk menentukan media yang akan di aplikasikan kepada rancangan. Perancangan media informasi kawasan Kampung Inggris Pare-Kediri ini meliputi, media utama dan pendukung. Media utama yang dimaksud berisikan tentang seluruh informasi yang terkait dengan Kampung Inggris, sedangkan media pendukung adalah media yang bersifat melengkapi atau menunjang media utama.

1. Media Utama

Media utama yang dirancang adalah laman situs internet (*website*) dengan menggunakan bahasa pemograman *HTML5 dan CSS3* karena lebih dinilai lebih *responsive*, sehingga dapat diakses melalui Komputer *PC* atau Laptop, *tablet PC*, bahkan *smartphone*. Media ini dipilih karena lebih efektif dimana *target audience* adalah pelajar atau mahasiswa selalu menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari dan berkomunikasi. Mengingat perkembangan zaman dan teknologi yang berkembang pesat.

2. Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan berfungsi untuk melengkapi informasi yang diberikan pada media utama, agar lebih mempermudah *target audience* dalam menggunakan media utama.

- Aplikasi *android*, berisi interaktif *map* yang menjelaskan tentang lokasi di Kampung Inggris, mulai dari lembaga kursusnya sampai dengan fasilitas yang tersedia disana seperti *ATM, Mini Market*.
- Poster, yang mempromosikan *website* Kampung Inggris, dengan desain yang menarik dan *minimalist* sehingga mampu menarik perhatian *target audience* untuk mengakses *website* tersebut.
- *X-banner* dan *mini banner* digunakan untuk informasi dan promosi di kantor pusat maupun dilembaga kursus.
- *Flyer*, Sebagai media yang menjelaskan apa itu Kampung Inggris , dan juga mempromosikan *website* Kampung Inggris.
- *Web Banner*, bentuk iklan *banner* ini merupakan bagian dari suatu halaman *web* yang dipakai untuk menarik perhatian supaya mengunjungi situs *web* yang dimaksud.
- *Souvenir* digunakan untuk menarik perhatian *target audience* yang difungsikan untuk mempromosikan *website* Kampung Inggris.

III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.

Strategi distribusi merupakan strategi yang secara khusus dipersiapkan dalam upaya penyebaran media yang digunakan untuk mendukung tercapainya target sasaran. Pendistribusian awal akan dilakukan dengan mempromosikan media utama, yaitu *website* dengan cara menyebarkan poster dan *flyer* pada seluruh lembaga kursus di Kampung Inggris serta disekolah menengah dan perguruan tinggi, Tahap selanjutnya dengan menyebarkan iklan *web banner* di berbagai situs *website*, Kemudian dilanjutkan dengan media pendukung seperti *souvenir* yang dapat dibagikan ke seluruh lembaga kursus untuk menunjang informasi pada media utama dan dapat bermanfaat bagi *target audience*. Dibawah ini adalah tabel distribusi media yang dilakukan dalam jangka waktu 1 tahun.

Tabel III. 1. Distribusi media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (14 April 2015)

No.	Media	BULAN											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	*Website*												
2	Aplikasi *Android*												
3	Poster												
4	*X-banner*												
5	*mini banner*												
6	*Flyer*												
7	*Web Banner Ads*												
8	*Souvenir*												

III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang akan ditampilkan dalam media informasi *website* ini adalah adalah memadukan kesan *minimalist*, elegan, konsisten, dan bersifat semiformal dimana dalam perancangan media informasi ini mengutamakan kemudahan dalam tampilan sistem navigasi atau tata letak dan ke efektifan ketika membuka *website* karena menggunakan *responsive design* sehingga dapat dengan mudah diakses di berbagai perangkat karena *website* akan menyesuaikan dengan besarnya *viewport* (luas area pada *browser* untuk menampilkan *website*).

III.2.1 Format Desain

a). Media Utama

Laman situs internet (*website)* yang dirancang dengan ukuran *landscape* 1024 x 768 px yang dapat diakses melalui komputer *PC*, laptop, maupun *tablet PC* dan ukuran potrait 360 x 570 px untuk diakses dengan mudah melalui *smartphone.*

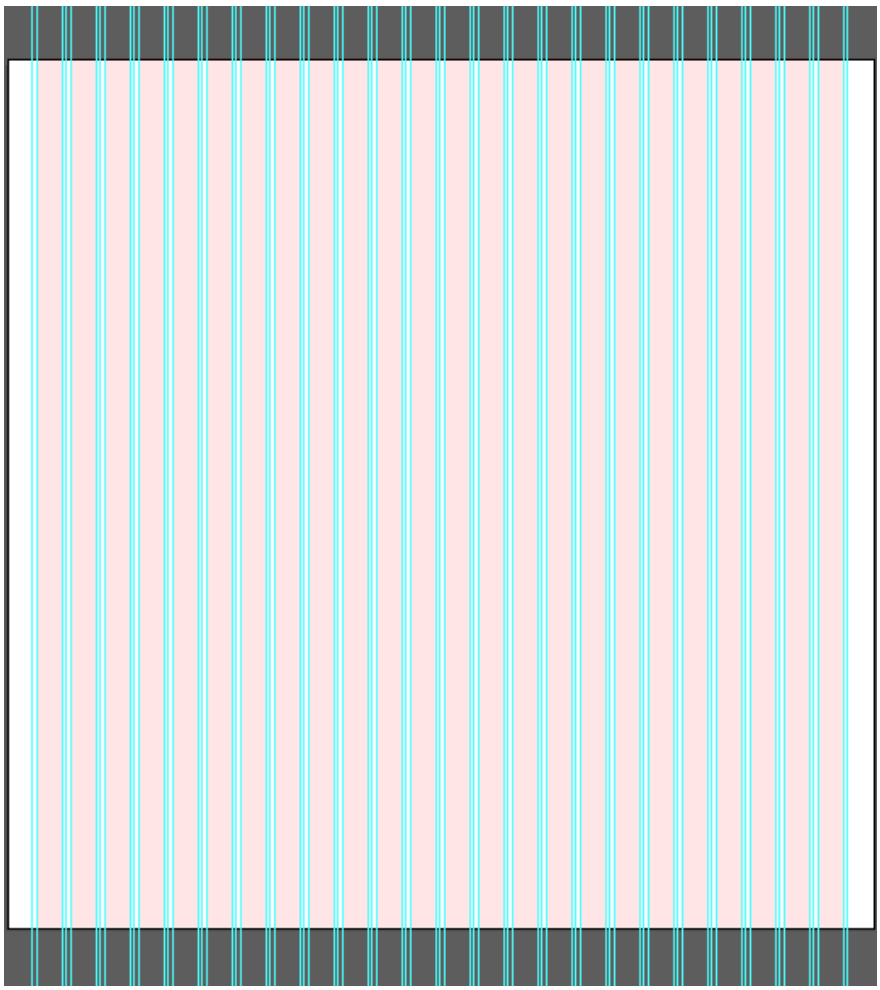
b). Media Pendukung

- Aplikasi *android*, menggunakan resolusi 480 x 800 px karena dapat diakses di *smartphone* dengan resolusi layar terkecil hingga terbesar. Hanya dapat diakses menggunakan *smartphone* yang memiliki sistem operasi *android*.
- Poster, berukuran A2 (60 x 42 cm)
- *X-banner* berukuran 60 x 160 cm, *mini banner* berukuran 25 x 40 cm. Bahan yang digunakan adalah *Tic Paper*.

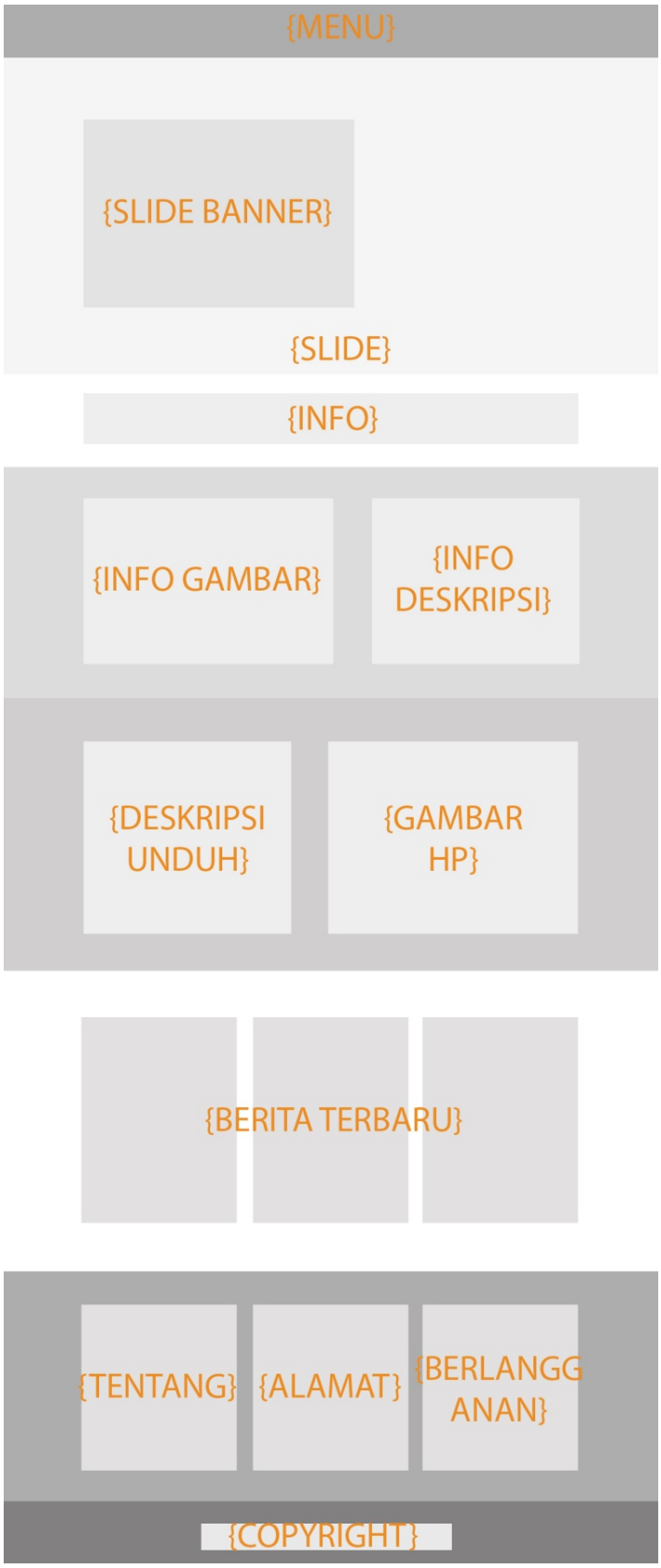
- *Flyer*, berukuran A5 dengan tampilan depan belakang, bahan yang digunakan adalah *Art paper*.
- *Web Banner*, dibuat 5 ukuran yaitu 720 x 300 px untuk Iklan yang berukuran besar, dan yang lain 720 x 90 px, 160 x 600 px, 254 x 331 px, 300 x 250 px.
- *Souvenir*, berupa kipas, *t-shirt, tote bag, tumbler, notebook, pen.*

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak atau *layout* yang digunakan meliputi semua unsur desain, antara lain gambar, teks, ilustrasi, fotografi dan lain-lain. Dengan *layout* yang *minimalist*, diharapkan *target audience* dapat memahami dan mengerti pesan atau informasi yang disampaikan.



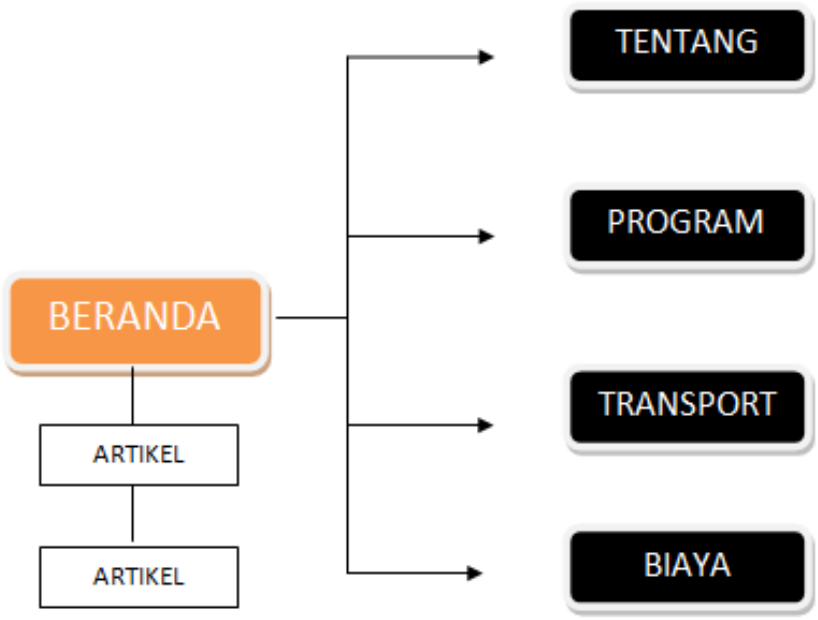
Gambar III. 1 *Grid System*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (14 April 2015)



Gambar III. 2. *Wireframe*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (14 April 2015)

III.2.3 *Sitemap Website*

Berdasarkan data-data yang diperoleh mengenai konsep dari *website* Kampung Inggris, diperoleh kesimpulan yang dituangkan dalam bentuk *sitemap* sebagai dasar dari sistem navigasi.



Gambar III. *3. Sitemap*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (14 April 2015)

- Beranda, yang berisi *slide* foto berbagai sudut di Kampung Inggris, penjelasan singkat mengenai Kampung Inggris. beserta artikel mengenai Kampung Inggris.
- Tentang, berisi sejarah terbentuknya Kampung Inggris.
- Program, berisi tentang berbagai program dan lembaga kursus yang terdapat diKampung Inggris.
- Transportasi, menjelaskan tentang transportasi untuk menuju ke Kampung Inggris menggunakan bus, kereta api, pesawat.
- Biaya, berisi tentang *range* harga kursus di Kampung Inggris.

III.2.4 Tipografi

Perancangan *website* Kampung Inggris ini menggunakan beberapa jenis font, diantaranya adalah :

- *Headline*

  Headline ini adalah berupa judul *content- content* utama dan *sub content*

  Lato Black

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890-+=,.?!()";:'/

- *Body Text*

  Body copy ini untuk isi dari *content*

  Open Sans

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

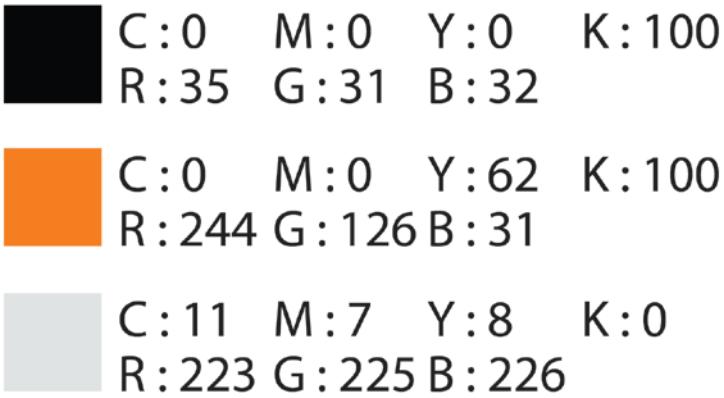
  1234567890-+=,.?!()";:'/

III. 2.5 Warna

Warna memiiki peran yang sangat besar dalam mengambil keputusan saat membeli barang. Seseorang dapat mengambi keputusan terhadap orang lain, lingkungan atau produk dalam waktu hanya 90 detik saja, dan keputusan tersebut 90% di dasari oleh warna. (Rustan dalam Mendesain Logo:2009,72), Karena itu memiih warna yang tepat merupakan proses yang sangat penting dalam membuat sebuah desain karena warna yang tepat dapat mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan.

Menurut (Rustan dalam Mendesain Logo:2009,73), bahwa setiap warna memiiki makna.

- Warna orange memiiki arti sinar matahari, gembira, bahagia, tanah, optimis, harapan, dan udara.
- Warna hitam memiliki arti klasik, baru,,kecerdasan, ketakutan, kekuatan, modern, formal, elegan, profesional.
- Warna Abu - abu, memiliki arti dapat diandalkan, keamanan,elegan, rendah hati, rasa hormat, stabil, kehalusan, bijaksana, masa lalu.



Gambar III. *4.* Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (14 April 2015)