BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Adapun strategi dari perancangan ini mliputi tujuan perancangan, pendekatan komunkasi, materi pesan, khalayak sasaran, strategi kreatif, strategi media, strategi distribusi serta konsep visual yaitu sebagai berikut:

III.1.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan media informasi ini adalah untuk memberikan informasi bagaimana cara mengatasi/ mengatur stres sehingga stres yang dirasakan tidak mengalami kelanjutan ke tahap-tahap yang lebih berbahaya, sehingga setiap mahasiswa dapat terus melanjutkan pendidikannya tanpa mengalami kendala-kendala yang berkelanjutan.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Menggunakan visual-visual yang memberikan ketenangan atau rasa rileks dengan menggunakan warna-warna *soft* dan memiliki pengaruh positif, seperti warna biru, hijau, ungu dan coklat. Menggunakan gambar yang tidak terlalu ramai serta menggunakan bahasa dan kata-kata yang sesuai untuk target audiens yang biasa menggunakan bahasa sehari-hari yang sedikit gaul pada saat ini sehingga dapat menarik pembaca untuk mengikuti langkah-langkah yang diinformasikan dalam mengatur dan mengatasi stres. Dirancang sedemikian rupa sehingga tidak berkesan monoton dan umum.

III.1.3 Materi Pesan

Materi atau informasi yang disampaikan berupa langkah-langkah dalam mengatasi atau mengatur stres yang sedang dialami. Mencantumkan pula studi kasus tertentu sebagai motivasi, seperti berbagai pengalaman orang lain yang dapat mengatasi masalahnya yang paling berat tanpa harus berlama-lama larut dalam stres. Pengalaman yang disajikan beragam, dari mulai yang bermula dari masalah

keluarga, pendidikan, sosial, *bullying*, dan lain-lain. Sehingga penderita stres dapat menjadikannya sebagai motivasi.

III.1.4 Khalayak Sasaran

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian sebelumnya, maka target audiens dalam perancangan buku informasi ini yaitu mahasiswa di kota Bandung usia 18-22 tahun untuk semua kalangan ekonomi.

Berikut adalah tabel *Consumer journey*

Tabel III.1 *Consumer Journey*

Waktu	**Aktifitas Konsumen**	**Tempat**	**Point of Contact**
06.30	Bangun Pagi	Rumah	• Kamar Tidur • Suara Alarm
07.00	Sarapan	Rumah	• Meja Makan
07.30	Bersiap-siap ke kampus (Jika ada kuliah)	Rumah	• Tas • Pakaian • Suasana jalanan
08.00	Berangkat ke kampus	Kendaraan umum	• Pengamen • Tukang Koran • Lampu merah • Trotoar
08.30	Kuliah	Kampus	• Kelas • Perpustakaan • Mahasiswa • Buku • Dosen
13.00	Makan siang setelah pulang kuliah	Tempat makan	• Penjual makanan • Meja • Kursi • Obrolan mahasiswa • Makanan • Minuman
13.00-15.00	Nongkrong sama temen	Tempat Kost Koridor Kampus	• Kamar • Kegiatan Mahasiswa di koridor

15.30-17.00 17.00-21.00 21.00-00.00	Tidur setelah pulang ke rumah Memanfaatkan waktu senggang untuk hobi Mengerjakan tugas kuliah	Rumah Kamar Kamar Kamar Ruang keluarga	• Kamar • Tempat tidur • Jam Dinding • Meja belajar • Alat kuliah • Buku • Handphone • MP3 • Gitar • Komputer • Internet • Modem • Alat kuliah • MP3 • Handphone • Headset •

III.1.5. Strategi Kreatif

Perancangan yang dilakukan selain menampilkan informasi dan studi kasus, juga menyediakan lembar lembar kosong untuk dipakai sebagai agenda atau *diary*. Sehingga setelah dibaca maka *target audience* bisa langsung menyimpulkan agenda atau tujuan masa depannya untuk dicapai. Perancangan tersebut dilakukan karena buku merupakan salah satu alat informasi yang saat ini teralihkan dengan media elektronik. Buku cenderung digunakan hanya pada saat tertentu saja, sehingga perancangan ini dilakukan untuk meningkatkan daya guna, selain sebagai bahan bacaan yang bersifat informatif juga sebagai catatan yang dapat digunakan setiap saat, dengan ukurannya yang tidak terlalu besar membuat buku ini praktis untuk dibawa kemana saja.

Menggunakan visual-visual yang biasa digunakan oleh mahasiswa seperti adanya visual penggaris, pulpen, selotip, *notepaper*, gunting, dan lain-lain. Hal ini bertujuan untuk mendukung konsep tersebut agar pembaca merasa nyaman. Menggunakan warna-warna yang lembut sehingga menimbulkan kesan yang

nyaman. Penempatan tata letak ikon yang digunakan tidak selalu sama serta tata letak visualnya tidak selalu statis tegak lurus, namun dibuat miring tetapi tetap terlihat rapi.

III.1.6. Strategi Media

Media Utama

Buku informasi

Media utama dari perancangan ini merupakan sebuah informasi berbentuk buku. Melihat dari kebiasaan yang dilakukan oleh target audiens yaitu membaca informasi mengenai hal yang diperlukan, buku merupakan media yang tepat. Beberapa kebiasaan mahasiswa seperti menulis dan *doodling* pun menjadi alasan utama. Dikarenakan dalam perancangan media ini akan memberikan lembaran lembaran kosong yang dapat ditulis, sehingga buku ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, juga sebagai catatan kegiatan, agenda atau *diary*.

Media pendukung

- *Bookmark*, media pendukung ini dipilih sebagai pelengkap dari sebuah buku, berfungsi sebagai pembatas yang diselip diantara halaman yang tengah dibaca.
- Kalender meja, media ini dipilih sebagai alat bantu untuk menentukan target yang akan dicapai, dengan mencantumkan kata kata unik dari berbagai sumber sebagai motivasi.
- Cd Mp3 (berisi musik relaksasi), dipilih untuk mendukung isi atau konten dari media utama yang menyatakan bahwa mendengarkan musik dapat menenangkan hati/pikiran
- Lampu poyektor (*sky/ocean*), dipilih untuk mendukung isi atau konten dari media utama yang menyatakan bahwa visual dari alam dapat membantu membuat tenang. Dalam hal ini lampu proyektor ini berfungsi sebagai lampu tidur relaksasi dengan visual yang menampilakan bintang-bintang.
- Aromaterapi, dipilih untuk mendukung isi atau konten dari media utama yang menyatakan bahwa menghirup wewangian dapat membantu membuat pikiran menjadi rileks atau tenang. Dalam prosuk ini terdapat berbagai jenis wewangian seperti *lavender, jasmine*, dan buah buahan yang segar.

Media Promosi

Poster, Stiker, media sosial, X- Banner

Digunakan sebagai media promosi dan media untuk memperkenalkan buku informasi yang tengah dirancang.

Packaging

Paperbag

Dipilih dan digunakan sebagai media kemasan, juga sebagai media promosi dengan menggunakan visual yang unik.

III.1.6. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Penyebaran media dikategorikan pada beberapa bagian:

Lokasi penyebaran media utama:

Toko buku

Lokasi ini merupakan sarana paling utama penyebaran media karena merupakan pusat penjualan buku ternama yang sangat sudah dikenal masyarakat seperti Gramedia, Togamas, Gunung Agung dan toko buku besar lainnya. Sehingga setelah masyarakat sudah mendapat info atau iklan tentang terbitnya buku, maka masyarakat akan langsung datang ke toko buku terdekat, biasanya terdapat di pusat perbelanjaan seperti *mall*, *supermarket, town square* dan swalayan.

Lokasi penyebaran media pendukung:

- Toko buku dan pusat perbelanjaan

Pada media pendukung pun banyak bertempat di toko buku karena merupakan tempat masyarakat khususnya remaja menghabiskan waktu. Biasanya penempatan media pendukung diletakkan pada meja kasir, sehingga masyarakat yang mengadakan transaksi juga mendapatkan informasi tentang terbitnya buku ini.

- Universitas

Lokasi ini merupakan tempat yang paling efektif untuk penyebaran media promosi seperti *flyer*, penempelan poster dan pembagian stiker untuk menginfomasikan mengenai buku tersebut.

- *Online*

Sebagian besar target audiens buku ini adalah pengakses internet yang dalam usia remaja, biasanya menggunakan jejaring sosial sebagai sumber informasi.

Buku ini akan didistribusikan sesuai pada tabel jadwal penyebaran dan lokasi distribusi media:

Tabel III.2 Jadwal waktu dan lokasi pendistribusian buku beserta beberapa media pendukungnya

	OKTOBER				NOVEMBER				LOKASI
	1	2	3	4	1	2	3	4	
Media Utama +bookmark +cd mp3									Toko buku & pusat perbelanjaan
Stiker									Universitas
Kalender meja									Universitas
aromatherapy									Toko buku & pusat perbelanjaan
Poster									Universitas, toko buku & Pusat perbelanjaan
Flyer									Universitas, toko buku & Pusat perbelanjaan
internet									Online facebook & twitter
Lampu proyektor									Online facebook & twitter Took buku & pusat perbelanjaan

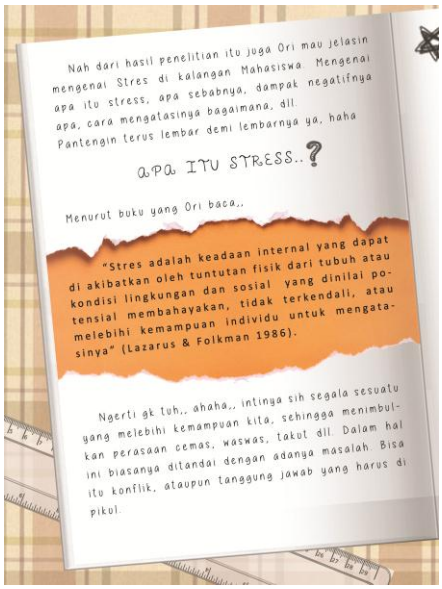
III.1 KonsepVisual

III.1.1 Format Desain

Format desain buku dibuat dengan ukuran potrait atau memanjang dengan ukuran custom 15cm x 20cm. Buku infomasi ini dicetak pada *book paper* untuk isi buku, sedangkan untuk sampul dicetak *hardcover* dan dilaminasi dengan bahan doff.

III.1.2 Tata letak (*layout*)

Adapun layout yang akan ditampilkan adalah seperti contoh di bawah ini, namun dengan menggunakan beberapa variasi yang berbeda, sehingga tidak berkesan monoton.



Gambar III.1. Tata Letak (*layout*)

Sumber : Dokumen Pribadi (juni 2015)

III.1.3 Huruf (*typography)*

Adapun huruf yang akan digunakan pada perancangan ini yaitu :

- **A little sunshine**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#$%^&*()_+}{":?><-=][';/.,

Jenis font ini digunakan sebagai *bodytext* pada media utama karena tampilannya yang seperti tulisan tangan namun terlihat rapi sehingga cocok dengan konsep yang digunakan.

- **Bored Schoolboy**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

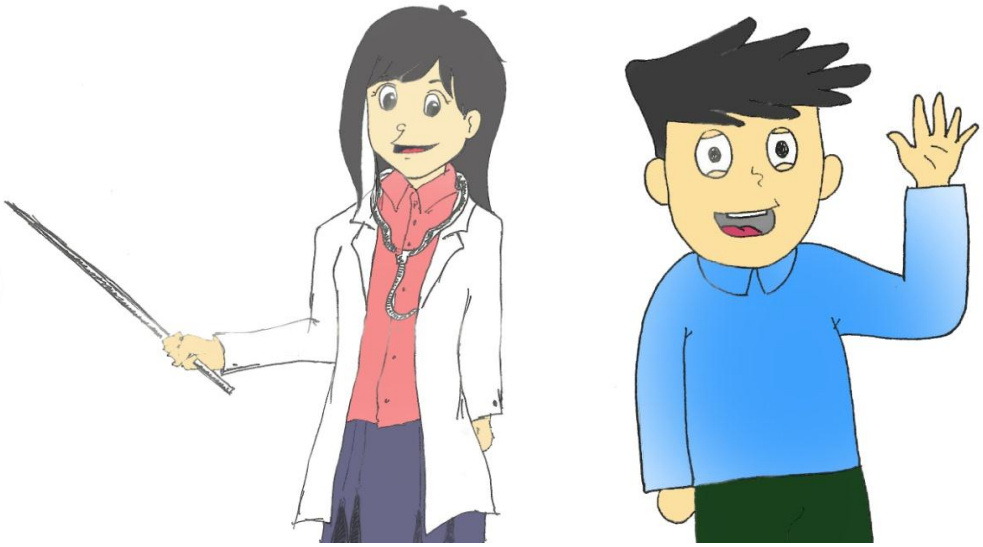
1234567890

!@#$%^&*()_+}{“:?><-=][‘;/.,

Jenis font yang senada dengan font yang di atas merupakan jenis font yang cocok dengan tema yang dibuat yaitu mengikuti gaya bebas dari sebuah buku catatan, karena target audiens yang cenderung membuat huruf-huruf yang unik di catatannya seperti huruf yang diukir atau yang dibentuk sedemikian rupa.

II.1.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang akan ditampilkan pada perancangan ini antara lain adanya gambar karakter mahasiswa seperti di bawah ini untuk membuat kesan yang lebih kuat lagi dalam perancangannya. Serta di tambah dengan elemen elemen pendukung lainnya yang biasa di gunakan oleh mahasiswa.



Gambar III.2 Ilustrasi karakter

Sumber: Dokumen Pribadi

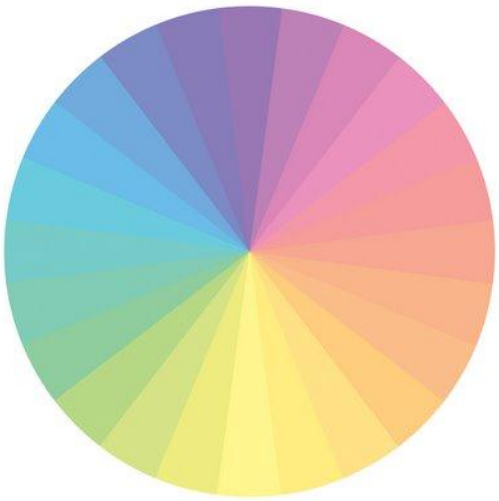


Gambar III.2 Ilustrasi element Pendukung

Remaja cenderung lebih berfikir bebas dalam mengekspresikan diri, baik dalam berpenampilan, gaya hidup, seni dan tulisan. Maka dalam konsep peracangannya akan menggunakan elemen visual yang cocok dengan beberapa kebiasaan yang di lakukan mahasiswa, dalam hal ini dengan mengambil tema buku catatan atau diari. Visual tersebut di tampilkan di beberapa halaman sebagai elemen estetis. guna untuk menimblukan kesan nyaman ketika di lihat sehingga pembaca akan merasa betah untuk membacanya.

III.1.5 Warna

Warna yang akan mendominasi dari perancangan ini adalah warna-warna pastel atau warna-warna yang lembut, yang berkesan hangat dan tenang seperti gambar di bawah. Warna ini di gunakan karena menurut Josh (2013) “warna warna pastel dapat langsung membangkitkan suasana yang menenangkan dan hangat”.



Gambar III.3 Lingkaran warna

Sumber: http://www.joshuakeenes.co.uk/blog/its-all-about-pastel-colours-2013-design-trend/ (di akses pada 10 juni 2015)

III.1.6 *Storyline*

Dalam perancangan buku ini memiliki storyline sebagai berikut:

- Sebelum masuk ke halaman satu menampilkan kata pengantar dan biodata mengenai ilustrasi dari karakter untuk membuat pembaca mengenali karakter tersebut terlebih dahulu.
- Dari halaman satu dan halaman dua menuliskan pengenalan salah satu karakter dan menuliskan juga mengenai mahasiswa secara singkat.
- Halaman tiga sampai halaman lima menerangkan mengenai hal-hal yang bisa menimbulkan stres pada mahasiswa.
- Halaman enam menjelaskan mengenai apa itu stres menurut sumbernya.
- Halaman tujuh sampai sepuluh menjelaskan mengenai tahapan stres dan penyebab stres menurut sumbernya.
- Halaman sebelas dan dua belas menjelaskan mengenai dampak dari stres.
- Halaman tiga belas sampai tujuh belas menjelaskan mengenai cara mengatasi stres.
- Halaman delapan belas sampai dua puluh delapan menjelaskan cerita-cerita inspiratif.
- Halaman seterusnya merupakan lembar kosong untuk digunakan sebagai diari atau agenda.