BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi perancangan

3.1.1Strategi Komunikasi

Media yang akan di sampaikan kepada masyarakat remaja Minang yang berada di Bandung setidak nya harus **menarik,komunikatif,simpel dan menginformasikan** .

Dalam hal ini, kebanyakan remaja menghabiskan waktu untuk beraktivitas hal lain yang lebih menarik perhatian mereka di luar membaca, di bandingkan dengan diam sesaat untuk mempelajari buku dan membacanya. Maka dari itu pengetahuan remaja Minang yang ada di Bandung khususnya bisa di bilang minim,mungkin dengan adanya Buku kebudayaan Yang *Bertajuk Seni Arsitektural Rumah Adat Minangkabau*, dapat menambah wawasan dan pengetahuan dengan adanya topik pembahasan sepenggal kebudayaanya dan rumah adat yang di bahas di dalam nya.

Maka dari itu tujuan komunikasi adalah ikut memberikan sedikit pengetahuan akan kebudayaan Minangkabau melalui Buku sebagai media informasi bagi penyampaian dengan salah satunya yaitu buku informasi kebudayaan

3.1.2 Materi Komunikasi

Bedasarkan pemikiran dan tujuan perancangan komunikasi bagi informasi kebudayaan ini, maka dirumuskan materi informasi yang akan menjadi sumber inspirasi gagasan visual, materi komunikasi yang berupa informasi tersebut adalah:

1. Memberikan informasi manfaat ilmu pengetahuan Budaya khususnya Seni arsitektural rumah adat Minangkabau.
2. Memberikan informasi bahwa media yang di buat dalam bentuk buku dapat berguna dan bermanfaat bagi mereka masyarakat remaja Minang yang ada di daerah rantauan (Bandung) yang membutuhkan ilmu kebudayan akan Seni Arsitektural Rumah Adat Minangkabau.
3. Memberikan motivasi kepada masyarakat agar selalu membuka buku dan membaca, dengan demikian budaya baca yang di galakan pemerintah berjalan dengan baik.

3.1.3 Strategi kreatif

Tampilan yang menarik,simpel dan kreatif pada pembuatan atau perancangan media informasi dapat menambah nilai ketertarikan atau interest pada masyarakat sebagai konsumen. Hal tersebut menjadi suatu keharusan untuk menambahkan segi kreatif yang akan di aplikasikan ke media dan di berikan kepada masyarakat, dalam strategi kreatif yang di ambil dengan salah satu nya memasukan unsur ilustrasi yang menarik seperti gaya gambar yang di pakai dalam perancangan media ***Buku pengetahuan,dengan memasukan gaya Ilustrasi dan Fotografi Sebagai Media Informasi Kebudayaan Arsitektural rumah adat Minangkabau.***

3.1.4 Strategi Media

Media yang digunakan dalam merancang suatu pembahasan kebudayaan seperti **Studi Kasus Rumah Adat Minangkabau Dan Analisis Bentuk Arsitektural Rumah Adat** berupa buku pengetahuan, seperti *buku pelajaran yang simpel yang syarat akan ilmu pengetahuan kebudayaan* yang membahas mulai dari bentuk,makna,ciri dan arti di lihat dari

kebudayaanya. Mengapa memilih dalam berbentuk buku, dikarenakan target sasaran yang di tuju adalah remaja Minang yang berada di Bandung dan besar di tanah rantau. Yang memang sebagian di antara nya membutuhkan informasi tersebut dengan di aplikasikanya ke dalam bentuk visual buku agar dapat di jadikan sumber ilmu pengetahuan yang menarik, bersifat bertahan lama, selain itu dapat di pakai turun-temurun oleh anak bahkan cucu mereka.

Saat ini rasa cinta terhadap kebudayaan sendiri sudah mulai memudar khususnya para remaja Minang. di kerenakan banyak nya masyarakat
Remaja Minang untuk ber alih tempat sekedar untuk belajar dan mencoba peruntungan di luar daerah nya sendiri, yang bisa di sebut kebudayaan merantau meninggalkan daerah atau tempat asal lahir mereka,pada saat demikian masyarakat Minang sudah sulit untuk sedikit nya mempelajari kebudayaan asli tanah kelahiran mereka (sumatera Barat).
Dengan di luncurkanya buku seni arsitektural rumah adat Minangkabau dapat membantu mereka untuk sekedar memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan mengingatkan kembali seni kebudayaan mereka.

3.1.5 Pemilihan Media

Didasarkan pada permasalahan yang dihadapi, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Media yang digunakan terbagi pada dua jenis, yaitu media primer dan media sekunder serta bagaimana mekanisme dan penempatan media-media tersebut dalam meng informasikan serta memromosikan kepada masyarakat. Dan memberikan informasi akan penyelenggraan dan manfaat bagi seluruh target audiens.

Media dipilih untuk menyampaikan pesan kepada target secara informatif dan persuasif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah.maka pemilihan media informasi ini haruslah efektif, efisien dan tepat sasaran. Berikut media yang akan di gunakan :

3.1.5.1 Tahap informasi (Media Utama)

- Buku

Media ini di pilih karena penyebaranya yang sangat meluas dapat disimpan, meskipun hanya buku informasi sederhana,tetapi buku akan dibagikan dan diperkenalkan kepada target pembaca sebagai pedoman untuk dimiliki. Selain itu Media yang dirancang masuk kedalam kategori *Buku pengetahuan kebudayaan* sebagai pedoman untuk dipelajari .

3.1.5.2 Tahap persuasif (Media Penunjang Promosi)

- Poster
- X banner
- Mini x banner

- Flyer

- Baligho

3.1.5.3 Tahap pengingat

Gimmick merupakan media alternatif yang kreatif digunakan untuk mempertegas media informasi ini. Tujuan pemberian gimmick ini adalah pemberian atau hadiah yang berfungsi sebagai buah tangan. Gimmick yang di gunakan antara lain:

- Pin

Pin digunakan pada saat acara launching,sebagai tanda peserta mengikuti acara launching.

- Kaos

Kaos adalah gimmick atau marchendise dari ke ikut sertaan para konsumen buku saat launching.

- Stiker

Stiker juga amat ampuh sebagai media promosi,di karenakan fungsi nya dapat di alih kan pada bentuk media ambient.

3.1.6 Strategi Pendistribusian

Dalam hal pendistribusian nya, Komunitas Minang yang ada di Bandung berperan penting dikarenakan, dapat mengkomunikasikannya kepada para remaja yang ikut tergabung dalam komunitas akan pentingnya pengetahuan unsur budaya rumah adat Minangkabau Istana Pagaruyung serta mengingatkan kembali tanah kelahiran mereka. Selain itu mengadakan kegiatan bersama komunitas para masyarakat minang yang ada di Bandung dengan mengadakan acara amal,temu para sesama orang Minang “Basuo Basamo Saderek” bahasa Minang nya dan acara lainya. Adalah cara pendekatan bagi penulis kepada para remaja Minang yang ada di Bandung untuk memperkenalkan **Buku Seni Arsitektural Rumah Adat Minangkabau**.

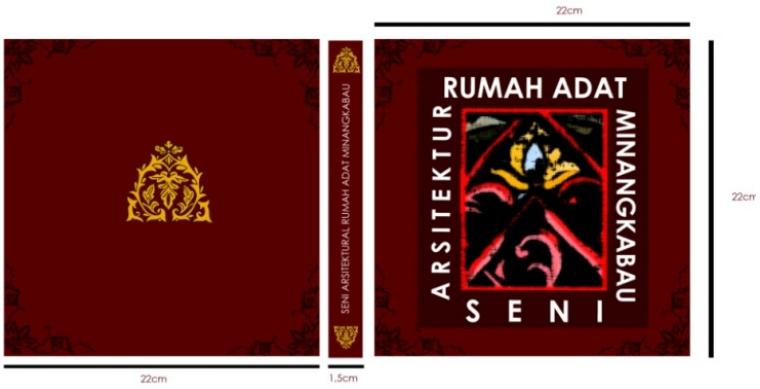
3.2 Konsep Visual Buku

Konsep visual pada perancangan media informasi ini secara visual mengunakan campuran objek antara fotografi dengan ilustrasi. Dengan gaya visual yang

elegant, simpel dan warna-warna yang tidak mencolok. Sederhana, dengan tujuan Remaja Minang lebih mengerti akan kebudayaan Minangkabau pada saat ini.

3.2.1 Format Desain

Format yang dipakai dalam media informasi ini umumnya berupa buku persegi empat sama sisi Yang ber ukuran 23 cm x 23 cm karena bentuk seperti ini akan tampak lebih menarik bila disimpan dalam rak toko buku serta mempunyai (UPS) *unique selling point* dari pada sebuah buku yang hanya memakai bentuk yang seperti biasanya.



3.2.1.1 Gambar Cover Buku

3.2.2 Ilustrasi

Alasan mengapa memakai ilustrasi karena Remaja pada saat ini sangat kurang sekali daya interest nya terhadap sesuatu. Mungkin bila di tambahkan sedikit unsur ilustrasi dalam beberapa bagian, khususnya bentuk buku informasi “Seni Arsitektural Rumah Adat Minangkabau” interest akan muncul dengan sendirinya.



3.2.2.1 Elemen Pada Identitas Cover Buku

3.2.3 Fotografi

Teknik Fotografi diguakan agar mengensankan hal yang lebih nyata dengan unsur dokumentasi.



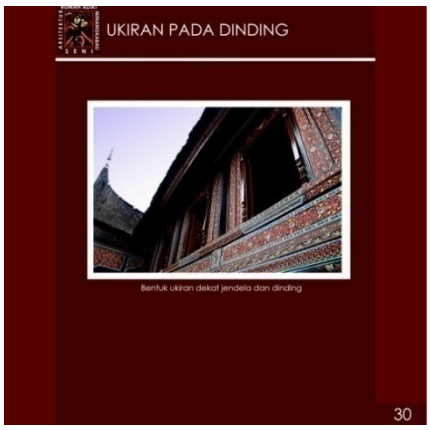


3.2.3.1 Gambar Dokumentasi Fotografi

3.3.4 Lay out

Perancangan tata letak atau lay out yang ditampilkan berupa gabungan dari suatu informasi, fotografi, dan ilustrasi. Tampilan menjadikan buku informasi lebih menarik dengan elemen visual yang ada. Semua elemen ini disusun sedemikian rupa sehingga akan menghasikan suatu kesatuan komposisi yang baik dan nyaman untuk dilihat. Lay out yang di pakai dalam media ini adalah *costum* disesuaikan dengan kebutuhan dari media yang akan digunakan. Unsur-unsur pendukung informasi seperti nama gambar dan tempat yang mendukung, ditempatkan di bawah gambar yang berupa teks.

Ukuran atau format yang dipakai dalam pembuatan buku ini adalah ukuran kertas art paper 23 cm x 23 cm membentuk persegi sama sisi dengan tebal 40 Halaman.





3.3.4.1 Model Lay out

3.3.5 Tipografi

Tipografi yang di pilih adalah jenis tipografi *century gothic* jenis huruf ini yang digunakan karena mempunyai karakter yang kuat namun simpel.

SENI ARSITEKTURAL RUMAH

ADAT MINANGKABAU



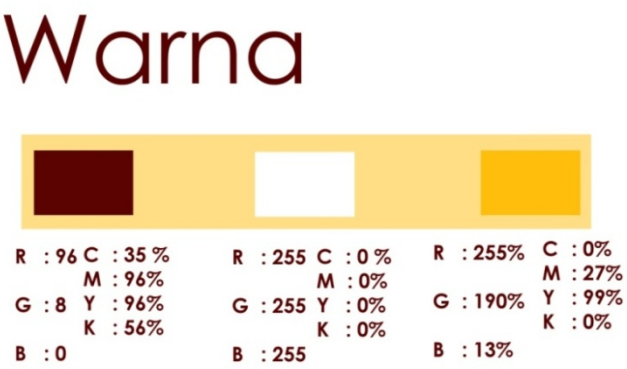
3.3.5 Tipografi dan penempatan nya

Century Gothic :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmno
pqrstuvwxyz**1234567890!@#$%^&*()**

3.3.6 Studi Warna

Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi seseorang yang melihatnya, serta menambahkan kesan terhadap desain yang dipakai Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang melihanya serta menambahkan kesan terhadap desain yang dipakai. Warna yang digunakan kuning emas, merah tua, putih. Warna-Warna yang diambil tidak lepas dari sifat dan karakter adat Minangkabau



warna yang di pakai dalam merancang Buku Arsitektur Rumah adat Mianang kabau adalah Kuning emas,coklat dan putih.
mellihat dari warna khas Minanangkabau dimana warna yang di ambil dekat dengan warna-warna keseragaman alam

Warna kuning emas melambangkan ke besaran masyarakat Minangkabau sebagai masyarakat yang optimis,mudah ber adaptasi besar dan ber azas kan gotong royong.

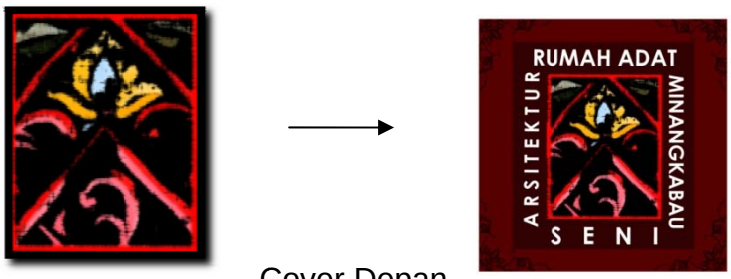
Warna Putih lambang kesucian sebagai masyarakat yang memegang teguh "KITABULLAH"(AL-QUR'AN)

Warna Coklat melambangkan ,bahwa masyarakat Minang dekat dengan alam karena coklat adalah warna tanah dan kayu dimana elemen itu adalah elemen alam.

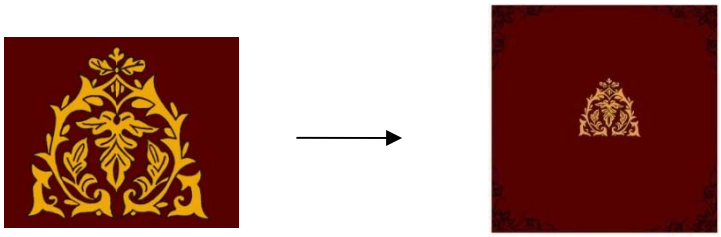
3.3.6.1 Pemilihan Warna

3.3.7 Studi Visual

Visual dari identitas informasi buku ini menggunakan gaya stilasi yang melambangkan kesederhanaan. Objek visual bunga yang berada di elemen dinding rumah adat dijadikan identitas sebagai penempatan cover buku, juga salah satu model gaya ukiran yang di tempatkan sebagai cover buku belakang dan elemen pengikat pada halaman.

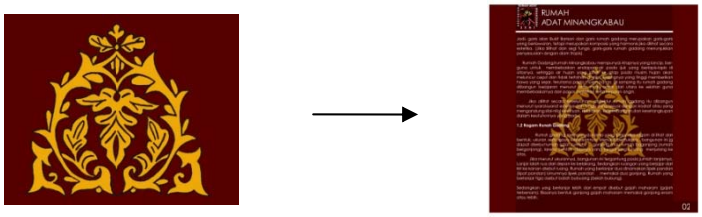


Cover Depan



Cover belakang memakai salah satu contoh gaya pahat

3.3.7.1 Gambar Penyederhanaan Identitas Cover



3.3.7.2 Tampilan Penyederhanaan Lay Out

3.3.8 Penyederhanaan Tampilan Identitas Buku

Masyarakat Minang biasanya sangat mengninspirasi alam dalam kehidupanya hingga suatu bentuk ukiran yang indah pun tercipta dari tangan-tangan kreatif mereka, berupa suatu ukiran yang dapat menghiasi model dinding rumah adat. Maka dari itu penyederhanaan objek yang digunakan sebagai identitas buku yaitu “Bunga si Kumbang Manieh”(kembang manis) dimana bunga atau elemen bunga tersebut tidak aneh lagi bagi masyarakat Minang banyak ditemui di setiap ukiran-ukiran rumah adat Minangkabau. Juga model marchendise yang di tawarkan pada saat kita berkunjung ke Sumatera Barat .



3.3.8.1 Gambar Penyederhanaan Visual Cover

3.3.9 Penyebaran Dan Penempatan Media Penunjang

3.3.9.1 Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Penyebaran media dilakukan berdasarkan target sasaran yakni target sasaran yang berdomisili di daerah kota Bandung. Dalam penyebaran media sesuai dengan kemampuannya yang dapat menjangkau target sasaran secara luas sehingga dapat efektif untuk penyebarannya. Selain itu juga, penyebaran media lebih berhubungan langsung pada target sasaran, sehingga media tersebut dapat langsung diterima oleh target sasaran dalam hal ini adalah target pembaca.

3.3.9.2 Jadwal Pertimbangan Media Penunjang

Dalam penyebaran, mediapun perlu diperhitungkan dengan merujuk pada kalender periodik acara yang diadakan pada komunitas Minang setiap kampus dan jadwal yang tepat untuk mengadakan launching di area yang disediakan seperti Toko Buku, agar sesuai dan tepat dalam penyebaran media promosi tersebut kepada Masyarakat Minang yang ada di Bandung Khusus nya remaja Minang.

Maka promosi buku ini berlangsung selama satu bulan yaitu bulan Juni,mungkin satu bulan pun media promosi akan sampai kepada masyarakat sebagai sasaran Penyebaran. Media di sesuaikan dengan media yang digunakan sesuai dengan fungsi masing-masing,yang perlu di perhatikan adalah bagaimana cara suatu produk yang dipromosikan, dapat

menjangkau target. Maka dari itu perlu dibuat jadwal penyebaran media pada saat 1 bulan sebelum launching dan saat launching, dengan jadwal sebagai berikut:

No	Media	Penyebaran	Waktu Penyebaran
1	Poster	Ditempel di toko-toko buku	1 bulan penuh
2	Sepanduk	Didalam dan luar lingkungan Toko buku.	1 bulan dan pada saat acara launching
3	Umbul-umbul	Didalam dan luar lingkungan toko buku pada saat launching.	1 bulan penuh
4	X-banner	Di ruangan layanan tempat informasi	1 bulan penuh
5	Gimmick	Dibagikan pada saat promosi pada saat launching dan juga ada yang di berikan sebagai hadiah	1 Hari Pada tanggal 15-16 Juli

3.3.9.2.1 Tabel Penyebaran Media

Media	Minggu			
	1	2	3	4
Poster				
Banner				
Baligho	**Saat acara**			
Umbul-Umbul				
Gimmick				

3.3.9.2.2 Tabel Penempatan Tanggal Sebelum menuju acara