BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Buku adalah salah satu media yang cocok dan menarik untuk mendeskripsikan kehidupan seorang penyanyi pop sunda dalam hal ini contoh kasusnya yaitu Euis Sekar Lumigar. Buku ini akan berisikan beberapa foto mengenai Euis Sekar Lumigar. Hal ini akan membuat penyampainnya lebih efektif karena semua informasi akan dapat di jelaskan dengan baik.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Dalam menyampaikan pesan dan informasi agar dapat diterima dengan baik dan di mengerti oleh masyarakat, maka harus menggunakan pendekatan komunikasi yang tepat. Pendekatan komunikasi yang akan digunakan dalam perancangan buku ini yaitu menggunakan pendekatan visual dan pendekatan verbal. Pendekatan komunikasi secara tidak langsung mengajak masyarakat untuk masuk ke dalam isi cerita yang di tonjolkan dalam buku ini.

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual akan digunakan pada buku ini lebih berupa foto-foto yang menjelaskan atau menginformasikan kegiatan seorang penyanyi pop sunda dalam sehari-harinya baik saat di rumah atau saat berada di atas panggung. Dalam buku ini pun diberikan sedikit tambahan beberapa ornamen yaitu ukiran bunga pada layoutnya dan bentuk kujang pada judul buku.

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan komunikasi dalam buku ini akan menggunakan *text* berbahasa Indonesia. Hal ini bertujuan agar saat masyarakat melihat maupun membaca tulisannya dapat mudah di mengerti dan tersampaikan dengan baik sesuai tampilan visualnya.

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Terdapat beberapa tujuan yang ingin disampaikan diantaranya :

- Untuk memberikan dan menambah informasi secara *real* kepada masyarakat mengenai kehidupan dari pekerjaan sebagai penyanyi pop sunda.
- Agar masyarakat yang membaca atau melihat buku ini bisa lebih memahami dan menghargai profesi seseorang untuk tidak sembarangan menilai.
- Menyadarkan masyarakat yang selalu memandang sebelah mata tentang kehidupan seseorang sebagai penyanyi pop sunda.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dalam buku ini adalah bagaimana seorang penyanyi pop sunda (Euis Sekar Lumigar) dalam menjalani kegiatan sehari-harinya baik di rumah sebagai seorang ibu rumah tangga maupun ketika berada di atas panggung sebagai penyanyi pop sunda.

III.1.4 Khayalak Sasaran Perancangan

Sasaran perancangan buku ini kepada usia 17-50 tahun. Adapun sasaran perancangan buku ini ditunjukan kepada masyarakat melalui :

- *Consumer Insight*

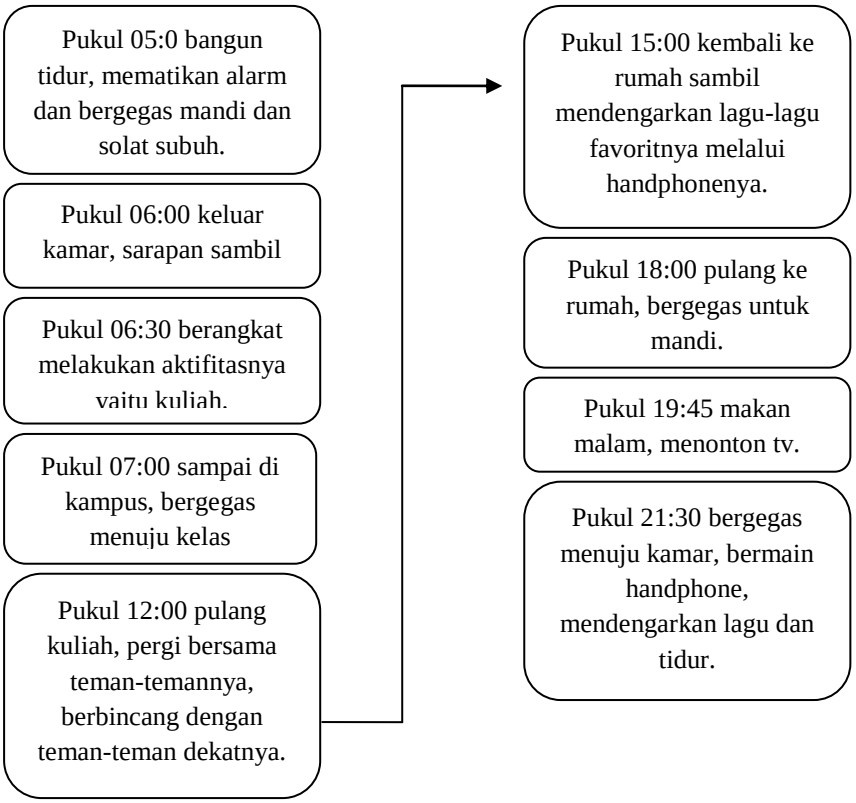
Tabel III.1 *Consumer Insight*

Environment **(Lingkungan)**	Faktor lingkungan yang lebih di dominasi oleh kalangan remaja dan lingkungan yang kurang peduli terhadap sekitarnya.
Habbit **(Kebiasaan)**	Kebiasaan masyarakat yang selalu menganggap remeh sebuah pekerjaan seseorang dan masyarakat yang tidak pernah berpikir terlebih dahulu sebelum menilai orang. Masyarakat yang lebih mementingkan sebuah *gadget.*

***Attitude* (Perilaku)**	Masyarakat yang berperilaku atau yang memiliki sifat tidak mementingkan keadaan sosialnya dan lebih mementingkan urusan pribadinya sendiri untuk bersenang-senang.
***Psikograf* (Kesukaan)**	Masyarakat yang menyukai musik-musik barat dan mengikuti perkembangan jaman modern. Lalu masyarakat yang menyukai barang-barang berkelas atau yang termasuk mahal.

- *Consumer Jurney*

Tabel III.2 *Consumer Jurney*



III.1.5 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan ditampilkan dalam buku ini adalah mengutamakan tampilan beberapa foto seperti dari sudut pengambilan gambar dengan menampilkan beberapa ekspresi sesuai keadaan dan kondisi maupun kenyataan yang terjadi di lapangan. Selain itu akan ada tambahan ornamen-ornamen yang mewakili kebudayaan seperti ukiran bunga. Lalu dalam buku ini akan ada sebuah merchandise dan media pendukung lainnya untuk menarik perhatian masyarakat agar membeli buku ini dan mampu mengetahui kehidupan seorang penyanyi pop sunda (Euis Sekar Lumigar). Selain itu pada buku ini terdapat *copywriting*, *storyline* dan visualiasi.

- *Copywriting*

  Judul : Sang Biduan

  Sub Judul : Suara Yang Tak Terdengar

  Pemilihan *copywriting* ini berdasarkan isi cerita dari buku tersebut, karena menceritakan sebuah kehidupan dari seorang penyanyi pop sunda yang tidak diketahui oleh sebagian masyarakat contohnya seperti sisi lain dari seorang penyanyi pop sunda tersebut.

- *Storyline*

  Menceritakan kehidupan seorang penyanyi pop sunda bahwa sebenarnya aktifitas yang dijalaninya selama ini sama seperti masyarakat pada umumnya.

- Visual



Gambar III.1 Visual

Sumber : Dokumen Pribadi (2015)

III.1.6 Strategi Media

Media adalah alat penghubung, perantara dan sarana serta saluran alat komunikasi untuk memperkenalkan dan mempromosikan pesan kepada target audiens. Setiap media mempunyai kelebihan dan keterbatasan yang sangat berbeda, dari aspek efektif atau efesiensinya waktu, ruang dan biaya yang dianggarkan. Dalam penyampaian informasi kepada target audiens dan tetap berorientasi pada tujuan perancangan, maka diperlukan media yang sesuai agar informasi dapat sampai dan dipahami dengan baik.

III.1.6.1 Media Utama

Media utama yang dipilih adalah sebuah buku karena melalui buku, informasi-informasinya akan dapat tersampaikan dengan baik dan efektif. Selain itu buku ini dapat bertujuan untuk membuat masyarakat kembali menggemari untuk membaca buku karena di dalam isinya disertai beberapa visual fotografi.

III.1.6.2 Media Promosi

Sesuai fungsinya, media promosi adalah media yang mendukung tersampaikannya informasi dari media utama. Adapun media promosi yang digunakan antara lain :

- Poster

  Poster berfungsi sebagai media promosi dan informasi untuk memperkenalkan media utama, yaitu buku. Poster berukuran 29,5 cm x 41,7 cm (A3) dan dicetak di kertas *art paper* 150 gram. Poster akan dibuat menjadi 2 yaitu poster *pra event* dan pasca *event.*

- *X-Banner*

  Berfungsi sebagai media promosi dan informasi untuk memperkenalkan buku ini bahwa akan segera terbit. X banner berukuran 60 cm x 160 cm. X banner ini diletakkan di luar dan di dalam *venue* acara perkenalan atau launching buku ini diadakan.

III.1.6.3 Media Pendukung (*Gimmick*)

Media pendukung akan dibuat sebagai *gimmick* dengan memberikan bonus atau *souvenir* dari setiap pembelian buku ini. Selain itu berfungsi untuk sebagai promosi secara tidak langsung. Media pendukung tersebut diantaranya :

- *Sticker*

  Media ini mudah di aplikasikan dan dapat dibuat dengan berbagai ukuran tergantung ukuran. Dalam hal ini *sticker* menjadi bagian dari bonus atau *souvenir*. Dalam hal ini *sticker* yang akan digunakan berukuran 12 cm x 4 cm.

- Pin

  Pin digunakan sebagai salah satu bonus atau *souvenir* dari setiap pembelian buku ini.

- Mug

  Mug digunakan sebagai *souvenir* dengan tujuan untuk membuat orang untuk membeli buku ini.

- Buku Catatan *(Note's)*

  Buku catatan ini menjadi bagian *souvenir* dari buku ini. Berfungsi atau digunakan untuk kegiatan mencatat dan menulis.

- *Tote Bag*

  Tote bag merupakan *packaging* untuk buku dan tempat menyimpan *souvenir-souvenir* lainnya.

III.1.7 Strategi Distribusi

Strategi distribusi media utama ini akan melalui toko-toko buku yang tersebar di daerah Kota Cimahi, Bandung dan sekitarnya. Distribusi buku ini akan dilakukan secara serentak di seluruh toko buku yang dipilih tetapi dengan *stock* yang tidak terlalu banyak. Tujuan dari ini semua adalah agar semua masyarakat bisa langsung mengetahui bahwa telah hadir sebuah buku yang berisi foto-foto tentang kehidupan seorang penyanyi pop sunda dan merupakan sebuah strategi untuk membuat atau mengubah pola pikir masyarakat bahwa buku ini cepat habis karena laris dibeli oleh konsumen padahal memang hanya *stock*nya yang tidak terlalu banyak, hal seperti ini menjadi modal untuk mendapat keuntungan. Selain itu tujuan lainnya adalah agar jika terjadi kerugian pada penjualannya tidak akan

terlalu besar. Tetapi sebelumnya akan diadakan launching buku terlebih dahulu untuk sekedar memperkenalkan buku ini. Launching akan diselenggarakan di sebuah mall di daerah Cimahi pada tanggal 7 Agustus 2015. Hal ini di karenakan objek dari buku ini yaitu Euis Sekar Lumigar cukup dikenal oleh sebagian masyarakat di Cimahi, sehingga harapannya masyarakat bisa datang ke acara ini. Setelah acara launching selesai pun buku ini sudah tersedia di acara tersebut. Selain melalui toko buku, cara pendistribusian lainnya dengan menggunakan sistem order online melalui akun media sosial si pembuat yaitu Hardi Gunawan. Cara online ini dipilih karena di jaman sekarang hampir setiap orang menggunakan media sosial seperti twitter atau instagram dan akan membuat lebih efisien karena konsumen tidak perlu susah payah untuk pergi menuju toko buku. Tetapi secara keseluruhan atau serentak, penerbitan buku ini akan dimulai sejak hari minggu tanggal 9 Agustus 2015.

Lalu strategi distribusi untuk media pendukung tepatnya akan lebih ditempatkan pada tempatnya masing-masing. Seperti *x-banner* dan poster untuk *pra event*, 2 media pendukung ini akan di tempatkan di setiap sudut tempat acara launching berlangsung seperti berada di pintu masuk mall, tempat parkir mall, di dalam mall yang memiliki tempat strategis dan tempat umum lainnya yang strategis atau berkesinambungan dengan produk yang akan di luncurkan yaitu seperti di toko-toko buku yang berada di mall berbeda atau toko-toko buku lainnya. Mengenai waktunya media pendukung *pra event* ini akan di pasang dari 1 minggu sebelum acara launching berlangsung untuk memberitahukan terlebih dahulu kepada masyarakat bahwa akan segera ada acara launching. Sedangkan untuk poster pasca *event* akan di tempatkan setelah acara launching selesai tepatnya pada hari minggu 9 Agustus 2015 di setiap toko-toko buku yang telah dipilih.

Sedangkan pendistribusian media pendukung yang lainnya seperti *pin*, *sticker, tote bag, note's book* dan *mug* akan 1 paket dengan media utamanya yaitu buku. Dalam hal ini media pendukung tersebut akan berbentuk *souvenir* dari setiap pembelian buku ini. Tetapi *souvenir-souvenir* ini hanya bisa di dapatkan oleh para pembeli saat sejak buku ini diluncurkan sampai 1 minggu ke depan. Hal tersebut dilakukan untuk menarik minat konsumen terlebih dahulu agar mau membelinya.

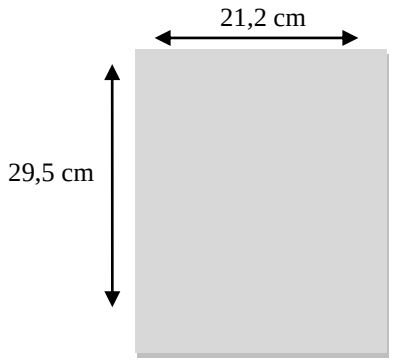
Selebihnya setelah memasuki minggu ke 2 dari setiap pembelian buku ini konsumen hanya akan mendapatkan 1 buah *tote bag* saja.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Desain

Format desain perancangan buku ini yaitu sebagai berikut :

- Buku ini akan berukuran 21,2 cm x 29,5 cm atau ukuran A4 (*portrait*). Format dengan ukuran seperti akan membuat konsumen nyaman saat melihat atau membaca isi dari buku ini dan fleksibel (mudah dibawa kemana pun). Dengan ukuran seperti ini, konten yang berada di dalamnya dapat terlihat pas (tidak membuat mata sulit untuk melihat).
- Jenis kertas menggunakan kertas *art paper* 150 gram.
- Teknis penjilidan buku ini akan di jilid *softcover*.



Gambar III.2 Contoh Format Desain Buku

Sumber : Dokumen Pribadi (2015)

III.2.2 Tata Letak (*Layout)*

Menurut Rakhmat Supriyono (2010) dalam buku yang berjudul "Desain Komunikasi Visual: Teori dan aplikasi" menjelaskan ada beberapa patokan dasar yang dipakai untuk merancang sebuah layout diantaranya yaitu :

- Keseimbangan (*balance*)

  Ada dua pendekatan dasar tentang keseimbangan yaitu keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari elemen agar merata ke kiri dan ke kanan dari pusat. Lalu yang kedua adalah asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama di setiap halaman.

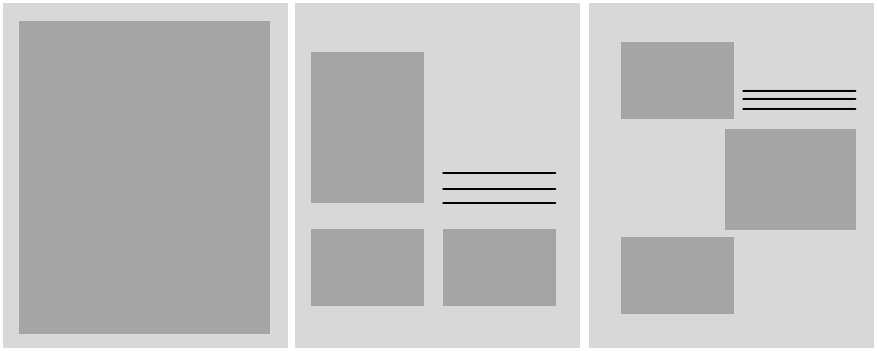
- Tekanan (*emphasis*)

  Penekananan yang berdiri atau mendapat perhatian pertama. Tata letak setiap kebutuhan yang penting untuk menarik perhatian para pembaca.
- Irama (*rhythem*)

  Irama adalah pola berulang yang dibuat oleh unsur-unsur yang berbeda-beda.
- Kesatuan (*unity*)

  Kesatuan adalah salah satu prinsip dasar tata rupa yang sangat penting. adanya kesatuan dalam sebuah karya rupa akan membuat karya tersebut terlihat bercerai-cerai.

Layout yang akan digunakan dalam buku foto esai ini diantaranya yaitu :



Gambar III.3 Contoh Tata Letak (*layout*)
Sumber : Dokumen Pribadi (2015)

III.2.3 Tipografi

Menurut Rakhmat Supriyono (2010), menjelaskan tipografi adalah disiplin ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, bagaimana memilih dan mengelola huruf untuk tujuan-tujuan tertentu. Tipografi yang akan digunakan dalam perancangan buku ini adalah *font* yang umum dan mudah dibaca tetapi elegan. Dalam buku ini akan terbagi menjadi 3 jenis *font* yang akan digunakan diantaranya yaitu untuk judul, sub judul dan *body text*.

- Untuk judul dari buku ini jenis *font* yang digunakannya adalah *Victorian LET*.

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

SANG BIDUAN

Gambar III.4 *Font* Judul

Sumber : Dokumen Pribadi (2015)

- Untuk sub judulnya yaitu menggunakan *Trebuchet MS.*

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

SUARA YANG TAK TERDENGAR

Gambar III.5 *Font* Sub Judul

Sumber : Dokumen Pribadi (2015)

- Sedangkan *font* untuk dalam *body text* yaitu *Calligraph421 BT.*

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gambar III.6 *Font Body Text*

Sumber : Dokumen Pribadi (2015)

III.2.4 Ilustrasi

Teknik ilustrasi yang akan digunakan pada buku ini adalah teknik fotografi. Teknik fotografi yang digunakan adalah teknik fotografi jurnalistik atau lebih ke arah *human interest*. Secara keseluruhan visual-visual yang ada dalam buku ini akan berupa foto tak berwarna atau dalam istilah lainnya yaitu *black and white*. Tujuan dari menggunakan foto dengan hitam putih ini lebih kepada untuk mendapatkan kesan dari sebuah kehidupan seseorang yang kurang ter*ekpose*.



Gambar III.7 Visual Fotografi
Sumber : Dokumen Pribadi (2015)

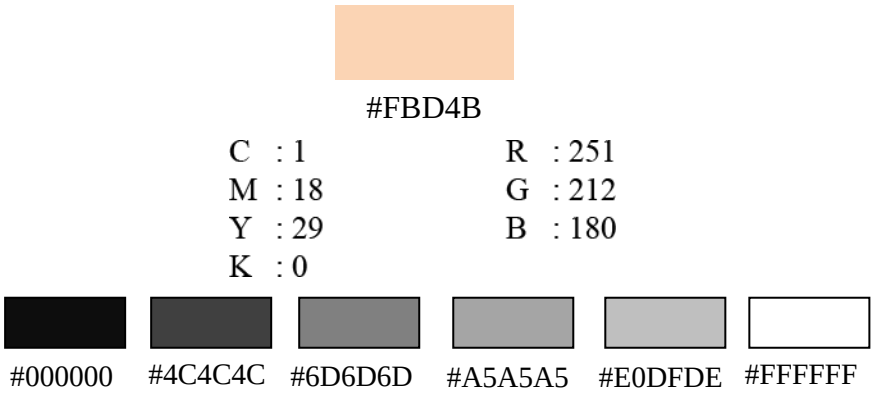
Dalam buku ini pun terdapat beberapa ornamen-ornamen yang di tempatkan dalam layout. Penambahan ornamen-ornamen ini bertujuan untuk dapat mewakili karakter budaya sunda. Ornamen-ornamen tersebut berupa ukiran bunga dan bentuk kujang.



Gambar III.8 Ilustrasi Ornamen
Sumber : Dokumen Pribadi (2015)

III.2.5 Warna

Warna yang akan dominan pada perancangan buku ini akan lebih kepada hitam dan putih. Pengambilan warna hitam putih ini karena dapat lebih menceritakan sebuah kejadian yang terjadi. Penggunaan warna hitam putih pada sebuah fotografi akan memiliki kesan yang cukup kuat atau dalam arti lain cerita yang ingin ditonjolkan akan lebih sampai kepada masyarakat yang melihat serta terlihat kesan dramatis atau elegan. Sebuah foto pun akan jauh lebih memiliki makna dengan balutan warna hitam dan putih. Selain itu berdasarkan teori *Gestalt*, warna hitam dan putih akan jauh lebih mudah dalam menentukan *figure and ground* dari sebuah *frame* foto. Sedangkan untuk warna pada judul buku ini yaitu warna coklat. Warna ini memiliki kesan perpaduan yang baik antara warna hitam dan putih. Warna coklat dijadikan sebuah warna pada judul buku ini karena agar judul buku ini dapat terlihat dan terbaca dengan jelas atau kontras dengan warna background. Selain itu warna ini pun bersifat *shade* sehingga cocok karena memiliki unsur yang nyaman untuk dibaca (tidak terang dan tidak gelap).



Gambar III.9 Skema Warna

Sumber : Dokumen Pribadi (2015)