BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan salah satu langkah awal dalam merancang suatu pesan yang akan diterima oleh masyarakat dalam bentuk verbal ataupun non verbal. Sedangkan menurut bentuk komunikasi, ada yang disebut dengan komunikasi satu arah yang berarti sebuah pesan dikirim dari pengirim ke penerima tanpa ada umpan balik dan komunikasi dua arah yang terjadi apabila pengiriman pesan dilakukan dan mendapatkan umpan balik dari khalayak sasaran, lalu komunikasi berdasarkan besarnya sasaran terdiri dari komunikasi massa, komunikasi kelompok, dan komunikasi perorangan. Sedangkan komunikasi berdasarkan arah pesan terbagi atas; komunikasi satu arah dan komunikasi timbal balik.

Bentuk komunikasi yang digunakan dalam perancangan informasi mengenai gajah Sumatera ini adalah komunikasi massa, jenis ini dipilih berdasarkan khalayak sasaran yang dituju dari informasi ini. Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak ramai (publik). Dalam komunikasi massa, media menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak. Pada perancangan media informasi ini menitikberatkan pada informasi tentang Pengaruh konversi hutan terhadap gajah Sumatera.

3.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan yang ingin dicapai dari strategi komunikasi ini adalah penyampaian pesan berupa informasi yang lebih mudah, cepat serta lengkap untuk didapat oleh target audien. Dalam perancangan suatu multimedia interaktif dengan menggunakan media berupa situs, digunakan komunikasi non

verbal untuk informasi yang akan disampaikan dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat yaitu disesuaikan dengan karakteristik dari target audien.

3.1.2 Pendekatan Bahasa

Penyampaian komunikasi dalam perancangan *website* Gajah Sumatera ini lebih menitik beratkan kepada pendekatan pemakaian bahasa Indonesia yang ringan namun tidak mengurangi isi pesan yang ada di dalamnya, hal ini dimaksud agar informasi dan pesan yang akan disampaikan dalam *website* Gajah Sumatera, mudah dipahami dan dimengerti oleh sasaran.

3.1.3 Materi Pesan Dalam *Website*

Materi pesan dari *website* Gajah Sumatera, yaitu *website* yang berisikan tentang informasi dan berita-berita terbaru seputar gajah, dalam hal ini yang lebih spesifiknya adalah tentang gajah Sumatera dan hutan Sumatera.

3.1.4 Struktur Materi pada *Website*

Struktur materi yang ada pada *website* Gajah Sumatera antara lain :

1. Beranda

   Yaitu merupakan halaman utama dari sebuah *website* yang didalamnya berisi tentang berita terkini mengenai gajah sumatera yang sifatnya selalu *update.*

2. Spesies Gajah

   Halaman yang beriisi tentang penjelasan spesies gajah yang ada di dunia secara garis besar.

3. Gajah Sumatera

   Halaman yang berisi tentang penjelasan gajah Sumatera mengenai habitat, persyaratan hidup, prilaku, dan Reproduksi secara spesifik dan terperinci.

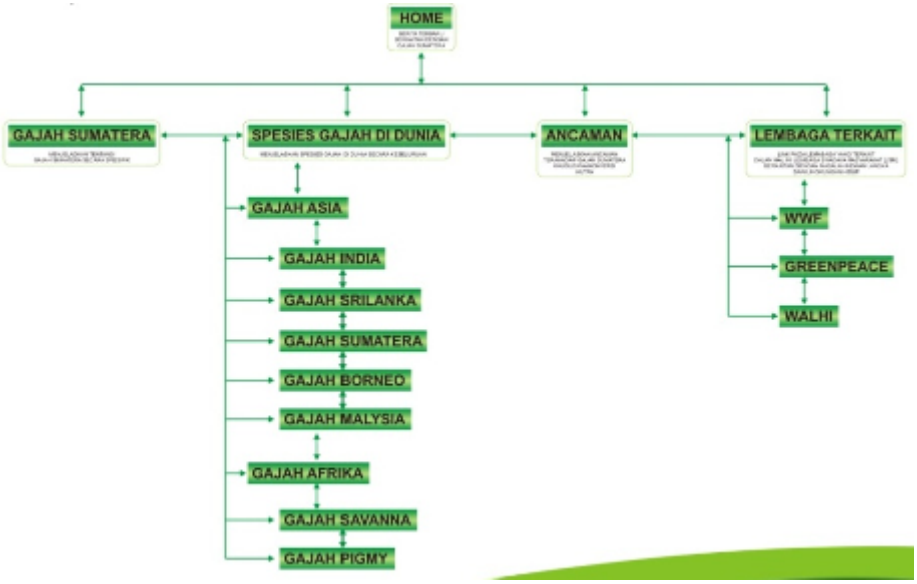
4. Ancaman

   Halaman yang berisi tentang ancaman gajah sumatera secara spesifik dan terperinci, dalam hal ini ancaman konversi hutan, yang didalamnya berisi data-data fakta menganai konversi hutan baik berupa bagan maupun grafik tentang konversi hutan yang terjadi di hutan Sumatera.

5. Lembaga Terkait

   Halaman yang berisi tentang lembaga yang terkait mengenai gajah sumatera dalam hal ini adalah; WWF, GREENPEACE, WALHI.

Site map pada perancangan *website* Gajah Sumatera adalah sebagai berikut :



Gambar. 3.1 *Site Map*

3.1.5 Pesan Utama

Pesan utama dari *website* Gajah Sumatera ini, adalah sebagai media informasi mengenai semua yang berhubungan tentang gajah Sumatera dan ancamannya yaitu konversi hutan menjadi lahan industri dan perkebunan.

3.2. Strategi Kreatif

Untuk menyampaikan materi serta informasi agar tepat pada sasaran, maka perlu diterapkan strategi kreatif yang disesuaikan dengan karakteristik sasaran. Media tersebut adalah *multimedia* interaktif berupa situs atau *website*.

3.2.1. Pendekatan Kreatif

Khalayak sasaran memiliki karakteristik yang berbeda-beda, agar masalah dapat dipecahkan, maka diperlukan pendekatan melalui konsep-konsep berikut :

3.2.1.1. Konsep 5W + 1H

Rancangan ini diciptakan dengan rancangan 5W + 1H, yaitu:

a. *What* (Apa)?

   Media untuk menginformasikan semua tentang gajah Sumatera dalam hal ini ancamannya, yaitu konversi hutan menjadi lahan industri dan perkebunan.

b. *Who* (Siapa)?

   Jenis kelamin laki-laki maupun perempuan dengan usia 15 sampai 55 tahun. Targetnya meliputi pelajar dan pengusaha yang menjalankan industri konversi hutan, serta masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

c. *Why* (Kenapa)?

Karena keterbatasan informasi mengenai keberadaan gajah Sumatera yang sekarang semakin terancam akibat konversi hutan.

d. *Where* (Dimana)?

Ditujukan kepada masyarakat Sumatera pada khususnya, dan masyarakat seluruh Indonesia pada umumnya. Dalam hal ini mereka yang berada dan tinggal di daerah perkotaaan.

e. *When* (Kapan)?

Informasi mengenai gajah Sumatera dapat dilihat dan diakses kapan saja melalui media *internet.*

f. *How* (Bagaimana)?

Dengan merancang media yang bersifat digital, sederhana, simpel, minimalis dan interaktif.

3.2.2. Rasionalisasi Visual

Untuk menyesuaikan perancangan *website* Gajah Sumatera dengan khalayak sasaran seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain tata letak bentuk yang digunakan, yaitu bentuk yang simpel mudah dilihat dan dimengerti, disesuaikan dengan target sasaran dari *website* ini sendiri.

Sedangkan untuk warna yang digunakan yaitu didominasi oleh warna hijau yang diambil dari warna dominan habitat gajah Sumatera, karena *website* ini berbicara mengenai dampak lingkungan hidup. Tipografi huruf yang digunakan dalam web ini adalah Arial, karena *font* tersebut mudah dilihat dan dibaca, hal ini dipertimbangkan meninjau dari karakteristik

dari khalayak sasaran itu sendiri, selain itu font Arial juga lebih mudah terbaca dan ringan pada saat *online*.

3.3. Strategi Media

Seperti yang telah dijelaskan pada objek masalah di dalam bab II, bahwa perlunya sebuah media yang dapat menginformasikan tentang semua informasi mengenai gajah Sumatera yang semakin terancam akibat konversi hutan

.

3.3.1. Media yang Dipilih

Media yang dipilih adalah media *website* atau situs sebagai media utama dalam menyampaikan segala informasi kepada target yang dituju.

3.3.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Melalui internet dengan media *website* penyebaran informasi akan lebih cepat, praktis dan dapat diakses kapan saja, dan dapat mempermudah pengaksesan data atau pesan yang ingin disampaikan kepada targetnya. Efisiensi yang tinggi dan kapasitas yang besar untuk menampung seluruh informasi mengenai gajah Sumatera dan harga yang relatif murah, merupakan kelebihan tersendiri dari sebuah *website* dibandingkan dengan media informasi yang lain baik elektronik maupun media cetak.

3.3.3. Strategi distribusi

Website yang nanti akan menjadi media utama, didistribusikan melalui internet yang jangkauannya luas dan tidak terbatas sehingga dapat dilihat oleh siapapun dan dimanapun terutama oleh segmentasi yang dituju tanpa terbatas ruang dan waktu.

Agar *website* tersebut mudah dikenal oleh publik maka *website* Gajah Sumatera memerlukan sebuah media pendukung lainnya yang dapat mempromosikan Web ini sendiri, diantaranya: Iklan web, Iklan koran, Iklan majalah, *Mobile Ad*, Poster, *Banner*, *Flyer*, serta *Gimmick*. Untuk *gimmick* cara pendistribusiannnya yaitu diberikan kepada pemberi donasi yang dilakukan oleh pihak WWF, biasanya melalui stand-stand yang dilakukan di tempat umum seperti Mall, dan Universitas. Sedangkan untuk tipe *gimmick* yang diberikan tergantung dari bersarnya donasi yang diberikan.

3.4. Konsep Visual

Konsep visual merupakan suatu konsep yang muncul dari ide yang kemudian diolah kedalam bahasa visual. Konsep visual terdiri dari beberapa unsur yang terdapat pesan didalamnya. Konsep visual yang terdapat pada sebuah desain merupakan upaya untuk memperkuat kemampuan komunikasi dari pesan yang ingin disampaikan. Penentuan dan penetapan gaya visual merupakan hal yang harus diperhatikan dalam penyusunan tataletak atau *layout* dan unsur visual lainnya, hal ini dilakukan untuk memberikan kesan tertentu dengan maksud menampilkan unsur visual yang berkaitan dengan objek permasalahan pada perancangan *website* Gajah Sumatera.

Karena target yang dituju menerima informasi secara pasif dan cepat lupa, unsur visual harus lebih diperhatikan, diantaranya yaitu suatu tampilan yang menarik dan dapat melekat pada ingatan konsumen yang menggambarkan citra dan kesan dari *website* Gajah Sumatera.

3.4.1. Format Desain

Format desain menggunakan dua kolom yang dibuat sesederhana mungkin serta tidak rumit dan diberi sentuhan ilustrasi yang mendukung pada bagian header *website*

sehingga memudahkan pengguna atau konsumen untuk mengakses *website*.

Skema *layout* perancangan *website* Gajan Sumatera antara lain yaitu bagian atas terdapat *header* yang berisi *banner* gajah Sumatera dengan ilustrasi agar lebih menarik untuk dilihat, dibawah *header* terdapat susunan menu yang memanjang horizontal isi dari menu tersebut yatu; Beranda, Spesies Gajah, Gajah Sumatera, Ancaman, dan Lembaga Terkait.

Adapun kerangka utama dari *website* tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 3.2. Kerangka *Website*

3.4.2. *Layout*

Layout atau yang disebut juga tata letak merupakan penyusunan dan penataan yang memadukan unsur-unsur komunikasi grafis seperti teks, gambar, tabel dan lain sebagainya menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik.

Tata letak pada desain web Gajah Sumatera yaitu menggunakan sumbu tata letak horizontal atas dan horizontal bawah, dimana judul utama terletak secara horizontal pada bagian atas *website,* sedangkan menu, konten dan *footer* tersusun sejajar berurutan kebawah. Hal ini supaya memudahkan alur baca dari konsumen atau pengguna yang mengakses *website* Gajah Sumatera.

3.4.3. Tipografi

Tipografi merupakan seni memilih dan menata huruf pada ruang untuk menciptakan kesan khusus, sehingga pembaca atau pengguna dapat membaca dengan maksimal.

Tipografi merupakan seni yang cukup rumit dengan medium desain web yang terbatas. Huruf dalam web dibuat sebagian dari grafik (*image*), dengan html atau dengan *style sheets.*

Jenis huruf yang akan digunakan dalam perancangan web ini adalah jenis huruf yang mudah dibaca, dinamis dan sesuai dengan kriteria dari segmentasi yang dituju.

Jenis Huruf yang digunakan adalah :

- **Arial**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Jenis *font* Arial tertera didalam *style sheets* pada aplikasi *Dreamweaver* dengan nama Arial, Helvetica, sans-serif dan digunakan pada judul, sub judul dan konten

website, bentuknya yang rapih dan Terlihat lebih sederhana sehingga lebih mudah dibaca pada berbagai ukuran. bentuknya yang simpel dan mudah dibaca yang bertujuan agar semua pesan dan informasi yang ada pada *website* Gajah Sumatera sampai kepada target yang dituju.

3.4.4. Ilustrasi

Ilustrasi digunakan untuk membantu komunikasi dalam penyampaian pesan dengan tepat, cepat dan tegas. Dengan ilustrasi maka pesan menjadi lebih berkesan, karena audiens akan lebih mudah mengingat ilustrasi dari pada kata-kata.

Ilustrasi pada desain *website* Gajah Sumatera terletak pada header dan footer, yaitu diambil dari komponen atau unsur-unsur dari gajah Sumatra yang disederhanakan, sehingga konsumen atau pengguna lebih mudah melihat dan mengingat serta mengetahui bahwa *website* tersebut adalah *website* Gajah Sumatera.



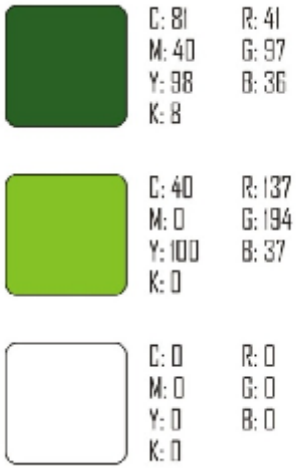
Gambar. 3.3. Ilustrasi *Banner* dan *Footer*

3.4.5. Warna

Warna adalah faktor yang sangat penting dalam komunikasi visual. Warna dapat memberikan dampak psikologis, sugesti, suasana bagi yang melihatnya.

Setiap warna mempunyai karakteristik tersendiri. Dengan warna dapat mengkomunikasikan desain kepada *audience* secara efektif. Warna memiliki daya tarik yang kuat dan menciptakan daya tarik tersendiri, warna juga dapat mempengaruhi rasa takjub, bosan ataupun semangat pada objek. Warna pada *website* disesuaikan dengan tema yang diangkat yaitu mengenai lingkungan hidup, oleh karena itu warna ditampilkan adalah warna-warna yang mengesankan alami atau natural, oleh karena itu warna dominan pada *website* Gajah Sumatera yaitu warna hijau, karena sesuai dengan habitat alami gajah Sumatera yaitu hutan tropis, yang identik dengan rindang dedaunan berwarna hijau.

Dengan mempertimbangkan keharmonisan pada *website* warna yang digunakan pada perancangan *website* Gajah Sumatera yaitu :



Gambar 3.4 Skema Warna