BAB III
STRATEGI PERANCANGAN
DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

3.1.1 Strategi Komunikasi

1. Tujuan Komunikasi

   Ada pun tujuan dari pembuatan media informasi dari Lomography ini adalah:

   - Para remaja khususnya yang berada di Bandung, mendapatkan pengetahuan tentang istilah dan merk Lomografi serta jenis-jenis kameranya juga perkembangannya.
   - Dapat mengetahui asal-usul dari kamera Lomo.
   - Dapat meningkatkan kreatifitas dan imajinasi mereka walau hanya dengan menggunakan kamera plastik otomatis dari Lomo.
   - Mengajak para remaja agar lebih gemar lagi membaca.

2. Materi Pesan

   Materi yang disajikan dalam perancangan buku pemilihan kamera ini adalah:

   - Menjadi sumber inspirasi visual.
   - Memberikan informasi mengenai produk-produk dari lomografi secara teori maupun visual.

3.1.2 Strategi Kreatif

Tampilan menarik, kreatif dan simpel diterapkan pada perancangan buku informasi dari kamera Lomo, yaitu dengan

mengambahkan unsur fotografi dan pemilihan tema layout dengan unsur klasik atau vintage sebagai strategi kreatif dari buku informasi.

3.1.3 Strategi Media

Media yang digunakan dalam merancang media informasi tentang kamera lomo yaitu berupa buku pengetahuan, seperti *manual guide* yang mudah dimengerti dan syarat akan informasi yang berhubungan dengan kamera Lomo. Yaitu dengan membahas mulai dari sejarah Lomografi, perkembangan dan penyebaran kamera Lomo, bentuk dan ciri-ciri setiap kamera Lomo. Mengapa memilih media informasi dalam bentuk buku, karena khalayak sasaran yang dituju adalah remaja yang berada di Bandung dan membutuhkan informasi tersebut. Dan agar dapat dijadikan sumber ilmu pengetahuan yang menarik, bersifat bertahan lama, selain itu dapat dibawa kemana-mana. Dengan diluncurkanya buku manual guide dari Lomografi ini, diharapkan dapat membantu para remaja untuk bisa mengenal lebih jauh tentang Lomografi dan juga jenis-jenis serta asal-usul dan perkembangannya.

3.1.4 Pemilihan media

Dalam perancangan Media informasi Lomografi untuk remaja berupa buku manual guide, akan digunakan media utama dan media promosi sebagai penunjang.

1. Media Utama

   Sebagai media penyampai pesan, media yang akan digunakan berupa buku manual guide atau petunjuk pemilihan kamera dan informasi lain yang berkaitan dengan Lomografi dengan tampilan berwarna dan memilih tema klasik. Dengan tampilan yang penuh warna, diharapkan

akan menambah ketertarikan bagi remaja untuk membaca buku informasi ini. Selain itu, pemilihan media informasi berupa buku jauh lebih efektif karena tidak memerlukan media lain sebagai peratara. Buku bagi masyarakat juga dikenal sebagai jendela ilmu. Media buku juga jika ditinjau dari segi segmentasi dan ekonomi juga dapat menjangkau semua elemen masyarakat.

Dalam bentuk manual guide atau petunjuk pemilihan kamera dan informasi yang terkait dengan lomografi, para remaja akan mengetahui hal-hal mengenai Lomografi mulai dari sejarah, penyebaran dan perkembangannya di dunia serta informasi mengenai jenis-jenis kamera dari Lomografi dan asessoris pendukungnya. karena itu penyampaian materi diberikan secara langsung, mudah dan sejelas-jelasnya. Namun, akan ada penyisipan foto-foto dari hasil berbagai jenis kamera lomo sehingga antara informasi dan hiburan akan seimbang porsinya.

2. Media Promosi

   Sebagai penunjang dari media utama, maka media yang akan digunakan adalah:

   - Poster

     Media bergambar yang biasa digunakan sebagai dekorasi ruangan dengan menempelkannya pada dinding, pintu, jendela toko atau dinding ruang pamer.

   - Flyer

     Media bergambar sejenis poster tetapi memiliki ukuran yang lebih kecil. Biasanya dibagikan

kepada para pejalan kaki maupun pengunjung pada pertokoan.

Sedangkan media promosi yang digunakan sebagai pendukung adalah:

- Iklan pada toko buku berupa mini x banner
  Penempatan promosi pada media ini, diharapkan bisa menarik perhatian para pengunjung toko buku untuk dapat mengetahui info buku-buku terbaru.

- Iklan pada majalah
  Promosi pada media cetak, dalam hal ini berupa majalah yang pencantumannya dilakukan pada majalah anak muda dan bisa juga pada majalah yang berhubungan dengan fotografi.

- Iklan pada website
  Pemilihan media promosi digital dilakukan pada website yang berhubungan dengan fotografi dan lifestyle.

Peggunaan iklan ini bertujuan untuk menginformasikan kepada para remaja akan keberadaanya buku manual guide lomografi

Media lain yang digunakan sebagai promosi lain yaitu sebagai media pengingat berupa gimmick. Gimmick merupakan media alternatif yang kreatif digunakan untuk mempertegas media informasi ini. Tujuan pemberian gimmick adalah sebagai buah tangan. Adapun medianya sebagai berikut:

- Sticker

  Salah satu bentuk media yang paling sering digunakan, karena pengaplikasiannya mudah dan juga praktis.

- Gantungan kunci

  Media pengingat ini biasanya dijadikan buah tangan dari sebuah acara dan sifatnya berjangka panjang

3.1.5 Strategi Distribusi

Pendistribusian dilakukan di toko-toko buku, kedutaan lomografi untuk Indonesia, komunitas-komunitas fotografi dan distro yang ada di Bandung. Yang mana, sebagian besar tempat-tempat tersebut menjadi tempat bagi para remaja berkumpul atau pun sekedar bermain. Dimana para remaja adalah target segmentasi utama dari buku ini.

3.1.6 Analisis SWOT

Buku Manual Guide Lomografi dengan manual guide lain

Strengths (kekuatan) :

- Memiliki karakteristik yang khas
- Tampilan unik, menarik dan simpel
- Memberi motivasi kepada para remaja agar lebih kreatif walau hanya dengan menggunakan kamera otomatis.

Weaknesses (kelemahan) :

- Harga buku ini relatif mahal
- Peminatnya hanya kalangan remaja tertentu

Opportunities (peluang) :

- Memperluas wawasan dan informasi mengenai tentang lomografi
- Setidaknya dapat meluruskan persepsi yang telah tercipta sebelumnya di masyarakat akan lomografi

Threats (ancaman) :

- Peminat saja yang biasanya dapat mengerti isi buku ini.
- Buku jarang diminati oleh orang awam

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas dapat disimpulkan buku manual guide for lomography memiliki ciri khas yang berbeda dengan kompetitor lainnya. Setiap ciri khas menunjukkan karakteristik yang terdapat di lomografi.

3.2 Konsep Visual

3.2.1 Konsep Desain

Konsep visual pada perancangan media informasi ini secara visual mengunakan campuran objek antara fotografi dengan elemen visual bergaya pop art dan klasik/vintage. Yaitu dengan memilih huruf tebal, warna-warna blok cerah dan layout yang sederhana digunakan untuk menarik perhatian. Pemilihan ini didasari dengan persamaan gaya visual antara kamera-kamera yang ada pada lomografi dan juga gaya desain pop art dan klasik/vintage desain.

3.2.2 Format Buku

Format buku yang digunakan dalam media informasi ini adalah custom landscape dengan ukuran 25 x 15 cm. Ukuran tersebut

cocok untuk menjadi buku panduan informasi yang dapat dibawa-bawa kemana saja.



3.1 cover buku

3.2.3 Fotografi

Teknik Fotografi digunakan untuk menunjukan jenis kamera dan visualisasi dari hasil kamera tersebut agar mengesankan hal yang lebih nyata.

3.2.4 Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk body text pada buku ini adalah Anson. Font ini dipilih untuk memberi kenyamanan dalam membaca dan juga menjadi penyeimbang antara tulisan dan visual.

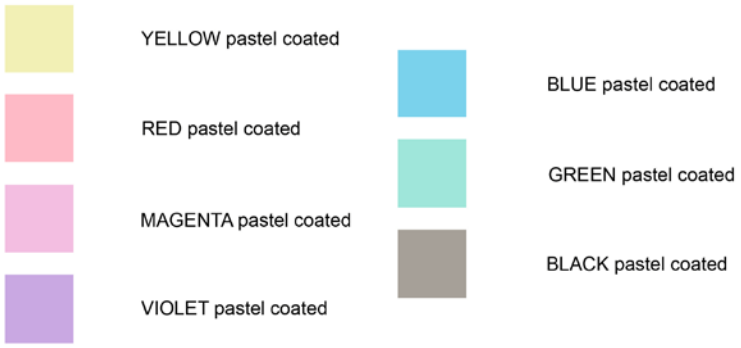
ANSON BOLT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890~!@#$%^&*()_+-=[]{};':",./?\

Selain itu ada beberapa jenis font lain yang digunakan pada buku ini antara lain :

LOT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUWXYZ
1234567890()!.,?;':"

3.2.5 Warna

Keseluruhan warna yang digunakan pada buku ini seluruhnya dikerjakan dengan proses digital. Pemilihan warna disesuaikan dengan karakteristik pada lomografi.



Gambar 3.2 warna dominan pada buku

3.2.6 Layout

Format layout pada buku ini menggunakan prinsip balance dan simetris yang mana prinsip ini biasa digunakan pada buku-buku klasik.