BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Komunikasi

Dalam perancangan promosi terpadu Pondok Pesantren Modern Al ihsan , Strategi komunikasi mempunyai peranan penting agar pesan dan kesan yang ingin disampaikan kepada sasaran dapat diterima dan dimengerti dengan baik serta memiliki kesan tertarik.

3.1.1. Tujuan komunikasi

Pada umumnya promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan penerangan serta pengajakan masyarakat dalam rangka pelayanan. Hal itu juga berarti mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dan bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan. Dalam hal ini tujuan komunikasi pondok Pesantren Modern Al ihsan, yaitu :

1. Meningkatkan peranan Pondok Pesantren Modern Al ihsan di masyarakat
2. Menarik minat masyarakat khususnya para orang tua untuk mensekolahkan putra – putrinya di pondok pesantren modern Al ihsan

3.1.2. Positioning

Positioning pondok Pesantren Al ihsan Baleendah sebagai sebuah lembaga pendidikan yang "memberikan keseimbangan antara pendidikan formal dan non formal, yang memiliki keunikan dan pembeda dari pesantren yang lain" positioning ini muncul berdasarkan

DEMO VERSION
PLEASE
ORDER FULL
VERSION
www.print-driver.com

keunggulan metode pendidikan terakreditasi A, pengajaran modern yang diterapkan, percakapan sehari-hari menggunakan bahasa arab dan bahasa inggris yang diterapkan langsung dalam kegiatan kesehariannya. Pondok pesantren modern Al ihsan sebagai pondok pesantren yang senantiasa mengarahkan santrinya untuk tetap memahami islam sebagai fundamental hidup dan perkembangan ilmu serta teknologi sebagai citra masyarakat modern sehingga memposisikan dirinya sebagai House of Learning By Doing

3.1.3. Target Sasaran

a. Demografis

1. **Target Primer**

- **Jenis Kelamin :**

  Laki – laki dan Perempuan

- **Usia :**

  3 – 15 tahun (siswa tingkat SD dan SMP)

- **Status :**

  Murid SD dan SMP

- **Status Ekonomi Sosial :**

  Ekonomi Menengah dan menengah keatas

DEMO VERSION
PLEASE ORDER FULL VERSION
www.print-driver.com

2. **Target Skunder**

- **Jenis Kelamin :**

  Laki – laki dan Perempuan

- **Usia :**

  35 – 50 tahun (orang tua murid)

- **Status Ekonomi Sosial :**

  Ekonomi Menengah dan menengah keatas

b. Geografis

- Masyarakat yang tinggal diwilayah kota Bandung dan umumnya di luar Kota Bandung
- Warga Negara Indonesia

c. Psikografis

- Para orang tua yang mempercayakan pendidikan agama dan pendidikan umum di lingkungan asrama dan lebih memperhatikan perkembangan putra– putrinya secara jasmani maupun rohani yang menitik beratkan pada penguasaan bahasa Arab dan bahasa inggris mulai dari percakapan dan penulisan.

DEMO VERSION
PLEASE
ORDER FULL
VERSION
www.print-driver.com

3.1.4. Tema

Menyampaikan pesan berfungsi untuk memberikan informasi membujuk terhadap sasaran, menarik perhatian khalayak, merangsang keinginan mereka, dan memberikan perasaan yang lebih tajam. Dengan mengangkat citra dan mempromosikan Pondok Pesantren Modern Al ihsan Baleendah secara luas dan tepat kepada masyarakat.

3.1.5. Materi Pesan

Materi pesan merupakan penjabaran dari positioning yang selalu berpijak pada house of learning by doing

Materi yang akan disampaikan dalam promosi ini adalah memudahkan santri untuk menumbuhkan minat keilmuwan dan mempelajari dengan pengantar bahasa arab dan bahasa inggris melalui praktek secara langsung diterapkan dalam kegiatan kesehariannya.

3.2. Strategi Kreatif

3.2.1. Pendekatan Komunikasi

Dalam perancangan promosi Pondok pesantren modern Al ihsan menggunakan 3 bahasa, yaitu bahasa Indonesia, arab dan inggris. Selain merupakan tujuan yang harus dicapai para santri dipondok pesantren modern Al ihsan Baleendah juga merupakan kedekatan mata pelajaran yang wajib diikuti oleh para santri.

DEMO VERSION
PLEASE
ORDER FULL
VERSION
www.print-driver.com

Komunikasi berupa tampilan kegiatan dipondok pesantren modern Al ihsan Baleendah yang berisi informasi verbal maupun non verbal pada saat promosi agar informasi mudah dipahami serta menarik target sasaran. Dengan mengangkat dua unsur kata sebagai keyword dalam pendekatan promosi pondok pesantren modern Al-ihsan Baleendah, seperti :

A. Religi

Religi yang dimaksudkan disini adalah menunjukan bahwa pondok pesantren modern Al ihsan Baleendah senantiasa membekali santri dengan pedoman agama islam sebagai basic pembelajaran di pondok pesantren modern Al ihsan Baleendah dan menuntut ilmu itu adalah sebuah hal yang diwajibkan oleh agama.

B. Modern

Dismaping mempelajari ilmu keagamaan di pondok pesantren modern Al ihsan Baleendah juga dipelajari pengembangan ilmu modern mulai dari materi yang disampaikan seperti bahsa inggris dan ilmu komputer sebagai media yang melengkapi santrinya dalam pendekatan ilmu dibidang informasi dan teknologi. Dan memberikan gambaran bahwa sekolah itu penting jika tidak ingin tertinggal dalam kemajuan pesatnya zaman.

DEMO VERSION
PLEASE ORDER FULL VERSION
www.print-driver.com

3.2.2. Rasionalisasi Visual

A. Tone and Manner

Religious dan modern yang memberikan santri kemudahan dalam mempelajari tiga bahasa arab, inggris, dan Indonesia dalam hal pemahaman, ketepatan dan penerapan terhadap bahasa tersebut.

B. Karakter Visual

Karakter visual yang akan disampaikan adalah penggabungan dari unsur yang mengandung nilai religi dan modern.

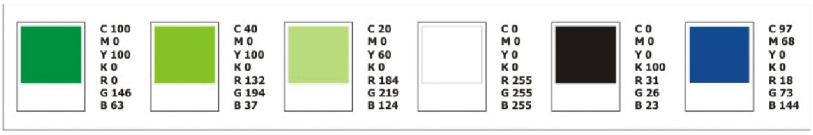
Karakter visual religi dapat diilustrasikan dengan berbagai bentuk kegiatan yang biasa dikalukan sesuai dengan target market pondok pesantren modern Al ihsan Baleendah seperti membaca dan mengenal huruf arab, membiasakan shalat berjamaah, membaca dan menulis Al-Qur'an, berpidato, beramal jariah, motif dan geometri islam dll.

Karakter visual modern dapat disajikan dalam tampilan visual seperti warna, fotograpi, dan layout. Karakter visual cerdas dapat diilustrasikan dengan tujuan yang akan dicapai setelah lulus dari pondok pesantren modern Al ihsan Baleendah dimana santrinya dapat memilih dan menjadi masyarakat yang modern dan senantiasa mengikuti perkembangan secara berkesinambungan atau bahkan akan menjadi seorang ustadz yang mengabdi kepada masyarakat atau meilih keduanya.

DEMO VERSION
PLEASE ORDER FULL VERSION
www.print-driver.com

C. Warna

Pendekatan lebih diarahkan pada pendekatan warna modern dimana warna dapat berfungsi sebagai identitas yang paling dekat dengan sebuah lembaga, disamping itu juga warna berperan untuk lebih mendekatkan diri dengan target mrketnya, warna yang hangat sangatlah dekat dengan target market dimana target market adalah para orang tua yang akan memasukan putra putrinya di pondok pesantren modern Al ihsan.



Keterangan :

- Warna Hijau : memiliki makna kesegaran, kesehatan jasmani maupun rohani, relaksasi dan dalam agama islam dilambangkan dengan warna surga

- Warna Putih : memiliki makna kesucian, kepercayaan, kejujuran, kebersihan dan memiliki kesan religius mendalam

- Warna Hitam : memiliki makna spiritual dan lingkungan yang religius

- Warna Biru : memiliki makna kepercayaan, ketenangan, kestabilan, tehnologi, dan kebersihan

DEMO VERSION
PLEASE ORDER FULL VERSION
www.print-driver.com

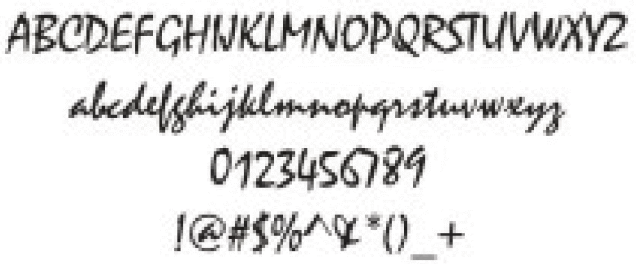
D. Typografi

Pemilihan huruf yang sesuai dengan karakter visual akan sangat menambah daya tarik dan tingkat keterbacaan sangat berpengaruh terhadap pemilihan jenis huruf.

TAHOMA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!@#$%^&*()_+

CASMIRA



3.3. Strategi Media

Strategi media komunikasi harus diperkirakan dengan matang karena dalam menyampaikan suatu pesan membutuhkan suatu media yang tepat. Agar pesan yang akan diinformasikan dapat diterima oleh target audien, media yang dipilih adalah media promosi yang dapat berfungsi sebagai sarana informasi umum yang sesuai dengan karakteristik target audien yang dituju. Media yang digunakan terbagi menjadi dua media, yaitu media primer sebagai media utama, dan media sekunder, yaitu media yang bersifat pelengkap dan penunjang.

DEMO VERSION
PLEASE
ORDER FULL
VERSION
www.print-driver.com

3.3.1. Pemilihan Media

Media yang digunakan dalam promosi Pondok Pesantren Modern Al Ihsan adalah :

1. Media Cetak : Brosur, Poster, Flayer, X-banner, Kalender Tahunan
2. Media luar Ruang : Biloboard, Spanduk, Umbul – umbul, Baligho, Neon Box
3. Media Pers : Iklan Surat Kabar, Iklan Majalah
4. Media Gimmick : Stiker, T-Shirt, Topi, kalender, Notebook, Pin, Mug, jam dinding, Pulpen

3.3.2. Pertimbangan Dasar Pemilihan Media

1. Media cetak

Media cetak adalah nedia yang statis dan mengutamakan pesan visual, merupakan media yang paling mudah dijangkau oleh target audien dalam penyebaran media cetak tidak dibatasi oleh batasan waktu

2. Media Pers

a. Iklan Surat kabar

Memiliki jangkauan penyebaran informasi yang luas baik local maupun nasional

DEMO VERSION
PLEASE ORDER FULL VERSION
www.print-driver.com

b. Iklan Majalah

Memiliki jangkauan penyebaran informasi yang cukup luas dan lama, berfungsi untuk pengingat konsumen terhadap produk yang ditawarkan

3. Media Luar Ruang

Media yang diaplikasikan pada tempat – tempat strategis, berfungsi untuk menarik perhatian target audien dan menanamkan kesan

4. Media Online

Media ini memiliki jangkaun penyebaran informasi yang sangat luas dengan media online ini ditujukan agar target audien mengingat akan produk yang ditawarkan

5. Media Gimmick

Media ini di aplikasikan pada media – media yang mudah dan di sukai target audien

3.3.3. Pertimbagan Dasar Media

Penyebaran media dilakukan berdasarkan target audien dan sasaran yang akan dituju, dengan pembagiannya sebagai berikut :

- Secara Geografis atau Wilayah

  Media akan disebarkan di wilayah kota Bandung dan sekitarnya

DEMO VERSION
PLEASE ORDER FULL VERSION
www.print-driver.com

- Lokasi Penyebaran Media

  a. Lingkungan Pondok Pesantren
  b. Lingkungan Sekolah Dasar
  c. Lingkungan Sekolah Umum
  d. Majlis talim masyarakat (tempat pengajian – pengajian anak – anak maupun orang tua di luar pesantren)

3.4. Strategi Distribusi

3.4.1. Pertimbangan Dasar Distribusi

Agar suatu produk lebih menjangkau target sasaran, dalam perangcangan media promosi pondok pesantren modern Al ihsan , penyebaran distribusinya ada yang secara langsung kepada target sasaran berupa merchandise atau gimmick yang dilaksanakan didalam pesantren dan selainnnya yaitu media utama didistribusikan sesuai dengan jadwal penyebaran media

3.4.2. Jalur Distribusi

Dalam penyebaran media promosi pondok pesantren modern Al ihsan dilakukan melalui Koran Tribun Jabar. Untuk flayer, brosur, serta media gimmick lainnya didistribusikan langsung ke sekolah – sekolah dasar, sekolah umum dan melalui pengurus – pengurus pengajian majlis ta'lim.

DEMO VERSION
PLEASE ORDER FULL VERSION
www.print-driver.com