BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Dalam merancang sebuah karya desain, sudah seharusnya telah di rencanakan konsep yang akan digunakan. Konsep yang digunakan tentunya harus berkaitan dengan *target audiens* dari masalah tersebut. Sebelum memvisualisasikan konsep di perlukan suatu strategi perancangan.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Kampanye merupakan suatu kegiatan komunikasi yang mempengaruhi masyarakat luas sebagai sasaran melalui suatu kegiatan yang sudah direncanakan untuk mencapai satu tujuan. Tujuan dalam kampanye ini yaitu, mengubah perilaku sopir angkutan umum khusunya sopir angkutan kota untuk lebih tertib dan mematuhi aturan-aturan yang berlaku di kawasan Terminal Leuwi Panjang. Hal ini terkait dengan permasalahan yang ada pada perilaku sopir angkutan kota khususnya, yang menyebutkan bahwa alasan mereka sering melanggar tata tertib dan aturan yaitu mengejar setoran yang harus mereka lakukan. Hal ini mengakibatkan kemacetan, kepadatan serta terjadi penumpukan kendaraan di kawasan Terminal Leuwi Panjang sehingga tidak sedikit masyarakat yang kesal dengan ulah sopir angkutan kota, permasalahan tersebut di dapat dari hasil survei kepada beberapa masyarakat pengguna jalan khususnya di kawasan Terminal Leuwi Panjang Bandung.

III.1.1.2 Pendekatan Visual

Untuk merancang kampanye tata tertib angkutan kota ini, penulis digunakan pendekatan visual menggunakan gaya ilustrasi vektor dan karikatur. Hal tersebut dikarenakan gaya-gaya karikatur dan vektor bersifat humoris cocok untuk para sopir angkutan kota yang mempunyai sifat keras agar dapat bisa menghibur para sopir angkutan kota khususnya.

III.1.1.3 Pendekatan Verbal

Dalam penyampaian pesan tata tertib angkutan kota, bahasa yang digunakan yaitu bahasa indonesia sebagai bahasa nasional yang bersifat Baku. Karena sopir angkutan kota bukan hanya orang dari luar pulau jawa tetapi banyak dari sopir berasal dari luar pulau Jawa, maka bahasa yang digunakan agar lebih efektif dan dapat dimengerti. *Tagline* yang akan digunakan yaitu "Jalin Solidaritas Tertib Di Kawasan Terminal". Dari *tagline* tersebut dimana mengajak khususnya para sopir angkutan kota untuk bisa lebih tertib dan bersolidaritas sesama sopir angkutan kota yang menjadi bagian dari Terminal Leuwi Panajng, agar bisa mengurangi kepadatan serta kemacetan kendaraan di kawasan terminal Leuwi Panjang juga mendapatkan penghasilan yang merata di tiap sopir. Untuk headline bahasa yang digunakan yaitu bahasa indonesia yang bersifat baku atau bahasa yang di gunakan dalam istilah Pemerintah Daerah. Hal tersebut di sesuaikan dengan Tema kampanye dan gaya ilustrasi yaitu vektor dan karikatur. Alasan yang lainya juga yaitu agar pesan mudah diingat.

III.1.2 Strategi Kreatif

Pesan dalam sebuah kampanye dapat tersampaikan kepada target jika pesan tersebut di buat secara visual, yang menarik dan berbeda dengan iklan kampanye yang lain, sebab itu diperlukan suatu strategi kreatif, sehingga visual menjadi lebih menarik. Dengan kampanye tentang tata tertib angkutan kota tersebut, strategi kreatif yang akan digunakan yaitu menggunakan bahasa-bahasa yang humoris karena disesuaikan dengan perilaku-perilaku sopir angkutan kota sehari-hari. Dalam strategi kreatif ini dengan menggunakan visual karikatur vektor. Kartun karikatur yaitu gambar yang di lebih-lebihkan, biasanya terfokus pada bagian kepala yang besar. Sehingga kartun karikatur dipilih dalam penggunaan tata tertib angkutan kota di kawasan terminal, karena dapat lebih memberikan fokus pada gambar.



Gambar :III.1 Contoh Karikatur
Sumber :http//Karikaturis.files.Wordpress.com kaikatur digital personal. Jpgw?=321&h=426" (09/05/2012)

Kampanye ini nantinya akan dilakukan pengemasan dalam sebuah *Campaign-kit,* selain itu kampanye ini juga akan turut serta dengan pihak yang bersangkutan dengan lalu lintas dan angkutan, untuk memberikan penyuluhan kepada sopir angkutan kota, dan nantinya media akan dipasangkan di kawasan Terminal Leuwi Panjang dan dibagikan kepada tiap sopir angkutan kota sebagai *merchandise,* agar pesan kampanye tersebut dapat selalu diingat.

III.1.3Strategi Media

Media kampanye merupakan suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada *target audiens*. Adapaun media yang yang akan digunakan diantaranya *Above the line* dan *Below the line.*

- *Ambient Media*

  Ambient media adalah alternatif media kampanye dengan menggunakan sesuatu yang baru dan inovatif, Stiker kaca mobil belakang merupakan bahan promosi yang bersifat fleksibel, stiker ini akan ditempelkan di kaca bagian belakang angkot, maka secara tidak langsung sopir dan angktan kota tersebut telah ikut serta memberitahukan pesan dari kampanye tata tertib angkutan kota dikawasan Terminal Leuwi panjang Bandung. Bahkan bisa dilihat oleh trayek lain agar menjadi angkutan kota percontohan pertama di kota Bandung.

- Poster

  Poster merupakan media yang salah satunya, media yang mempunyai cara penyampaian pesan dengan gambar ilustrasi yang menarik dan juga mempunyai jangkauan yang luas. Kampanye ini menggunakan media poster biasanya poster dipasang disuatu permukaan khususnya di tempat-tempat yang strategis yang sesuai dengan lingkungan *target audiens*, misalnya kantor terminal, kios-kios di kawasan terminal, dingding yang ada di terminal dan lainya. Media poster ini mempunyai ragam visual yang sifatnya bertahap dalam kampanye ini.

- Spanduk

  Media spanduk akan digunakan di tempat yang strategis sesuai *target audiens* seperti pintu masuk terminal, jalur keberangkatan kendaraan umum, jalan di kawasan Terminal Leuwi Panjang.

- Baligho

  Media ini akan di tempatkan di kawasan luar terminal atau di perempatan lampu merah sekitar terminal.

- *Neon Box*

  Media ini nantinya akan di pasangkan di kawasan luar area terminal tempat biasa angkutan kota melanggar aturan, sehingga akan sekaligus menjadi sarana informasi bagi *target audince.*
- Stiker

  Merupakan bahan promosi yang bersifat fleksibel, bisa di tempel dimana saja, jika stiker ini ditempelkan pada body kendaraan secara tidak langsung penggunanya turut langsung memeberikan informasi tentang tata trtib angkutan kota di kawasan terminal.
- Kaos Oblong

  Kaos pada kampanye ini dibuat untuk selalu mengingat pesan dari kampanye tersebut, dan dibagikan kepada target audiens.
- Tas

  Tas merupakan media pengingat pesan dari kampanye tersebut.
- Gantungan Kunci

  Gantungan pada kampanye ini dibagikan kepada tiap para sopir angkot di kawasan Terminal Leuwi Panjang, untuk mengingatkan selalu pesan dalam kampanye ini.
- Flyer

  Merupakan sebuah media cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk secara elbih merinci, dibandingkan poster atau baligho. Flier dibagikan secara langsung kepada *target audince* tujuanya ialah untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai tata tertib angkutan kota dikawasan terminal.
- Handuk Kecil

  Pemilihan media ini bertujuan sebagai media pengingat terhadap sopir angkutan kota.
- Kalender

  Kalender merupakan media penyampaian pesan yang memepunyai tenggang waktu yang lama yaitu satu tahun, diharapkan dengan

adanya media ini, walaupun sudah selesai kampanye, target masih dapat mengingat kampanye melalui kalender.

- Jam Weker

  Jam merupakan media yang sering banyak dilihat orang khususnya sopir angkot, media jam ini berfungsi untuk selalu mengingatkan tentang pesan kampanye tersebut.

III.1.4 Strategi Distribusi

Setelah perancangan media kampanye tersebut selanjutnya dilakukan pendistribusian iklan. Media utama kampanye tata tertib angkutan kota di kawasan terminal Leuwi Panjang yaitu media stiker. Stiker akan di pasangkan di beberapa angkutan kota yang menjadi bagian dari trayek Leuwi Panjang.dan media pendukung lainya akan di tempatkan di beberapa titik di kawasan terminal Leuwi Panjang.

Tabel III.3 Distribusi Media

Media/Bulan	Juli	Agustus	september	Oktober	November	Desember
Ambience Media						
POSTER						
BALIGHO						
SPANDUK						
NEON BOX						
FLIER						
GANTUNGAN						
STIKER						
HANDUK KECIL						
JAM WEKER						
TAS						
KALENDER						

III.2 Konsep Visual

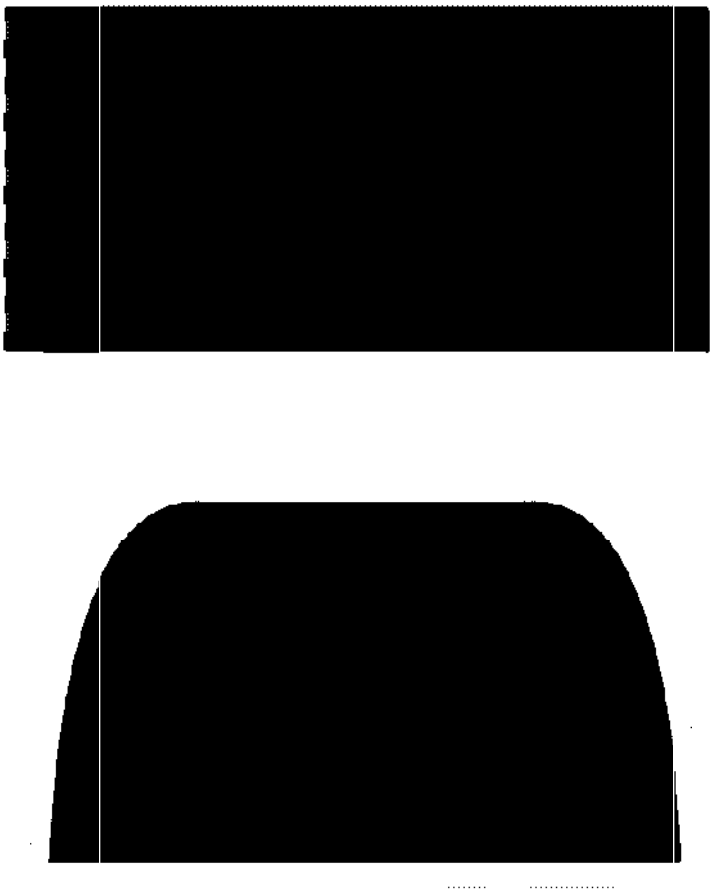
Desain yang baik adalah, desain yang mempunyai konsep yang terencana, sehingga visual yang tercipta tidak kaku dan menarik. Suatu visual terdiri dari format desain, tata letak, huruf, ilustrasi dan warna, berikut akan di jelaskan lebih rinci.

III.2.1 Format Desain

Ambient media merupakan media utama dalam kampanye ini, maka format desain ayng digunakan yaitu format *Landscape*. Dipilih format *Landscape* karena di sesuaikan dengan bentuk kaca angkutan kota, terlihat lebih pendek dan mengikuti bentuk dari kaca belakang mobil, sehingga dapat langsung tertuju ke fokus pesan dari gambar tersebut.

III.2.2 Tata Letak/ *layout*

Berdasarkan penelitian di daerah yang menggunakan tulisan dan bahasa latin, umumnya orang membaca dari kiri ke kanan serta dari atas ke bawah. Selain itu arah gerak mata juga di pengaruhi oleh perbedaan dalam suatu tata letak misalnya, warna, ukuran, *style*, dan lain-lain. Misalnya urutan seperti huruf Z, C, L, T dan I. Tata letak yang akan di gunakan pada kampanye ini menggunakan yang menyerupai huruf I, sehingga pembaca akan membaca dari atas ke bawah.



Gambar III. 2 Tata Letak/*Layout*

III.2.3 Huruf

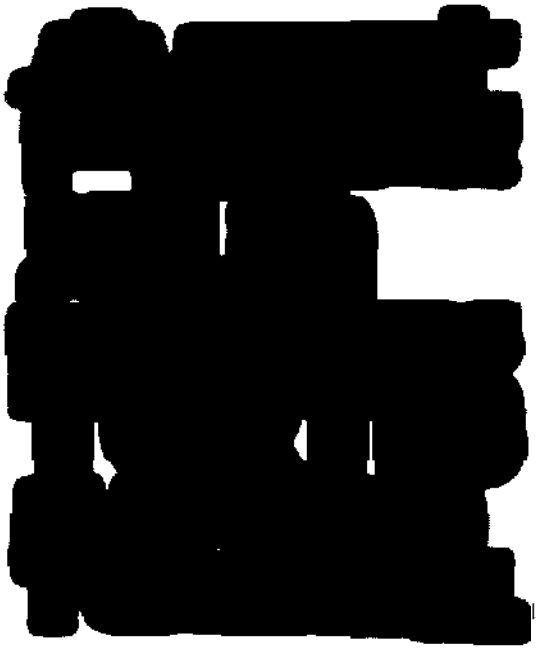
Rangkaian huruf dalam sebuah kalimat bukan saja suatu makna yang mengacu pada suatu gagasan, tetapi mampu juga memeberikan kesan secara visual. Sehingga pemilihan huruf harus sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye ini ingin mengajak pengemudi sopir angkot, khususnya angkutan kota yang menjadi bagian dari terminal Leuwi Panjang untuk tertib dan berdisiplin pada peraturan yang berlaku. Untuk *Tagline* di gunakan *Strenuous* agar tulisan tagline mudah dibaca oleh target.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#$%&*()

Jalin Solidaritas Tertib Di Kawasana Terminal



Gambar III.3 Aplkasi Huruf *Tagline*

Sedangkan untuk elemen *Headline*, yaitu elemen yang menjelaskan gambaran singkat tentang topik yang dibicarakan, media tersebut menggunakan jenis huruf yang tidak terkesan formal, tetapi lebih terkesan humoris. Sesuai dengan konsep visual karikatur, yang ingin menyampaikan pesan humoris tapi tegas, font yang digunakan yaitu, *A.C.M.E Explosive.*

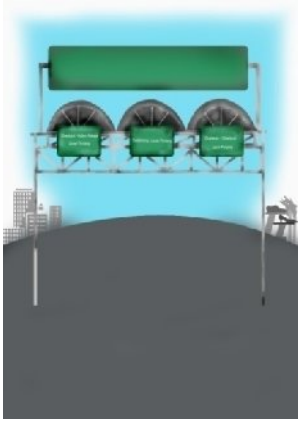


Gambar III.4 Aplikasi Huruf *Headline*

III.2.4 Ilustrasi

Tampilan ilustrasi yang disampaikan, yaitu menggunakan ilustrasi kartun dan vektor dengan pembuatan visual bagian kepala lebih besar atau menyerupai karikatur. Hal ini dimaksudkan agar lebih terlihat wajah dari expresi-expresi sopir yang akan ditonjolkan dengan parkir di terminal tidak akan mengurangi pendapatan. Untuk bagian keterangan atau tagline ditempatkan berdekatan dengan objek pertama. Untuk ilustrasi *background* digambarkan berupa bangunan-bangunan yang ada di sekitar terminal juga elemen-elemen yang mewakili di Terminal Leuwi Panjang.





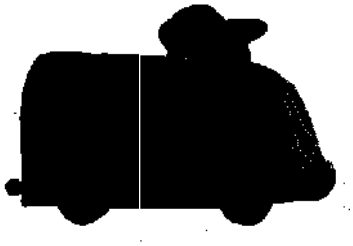
Gambar III.5 Material Terminal
Sumber : Dokumen Pribadi





Gambar III.6 Material Terminal
Sumber : Dokumen Pribadi





Gambar III.7 Sopir Angkot
Sumber : Dokumen Pribadi



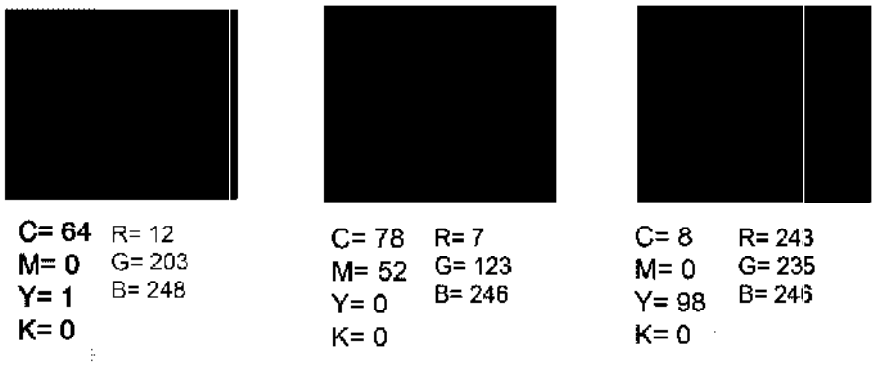
Gambar III.8 Sopir Angkot
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar III.9 Angkutan Kota
Sumber : Dokumen Pribadi

III.2.5 Warna

Kesan yang ingin di sampaikan yaitu ketertiban dan kentyamanan, maka warna yang dipilih didominasi oleh warna biru. Warna yaitu sebagai pelengkap gambar agar dapat memberi kesan kepada orang yang melihatnya. Setiap warna memepunyai warna yang berbeda. Warna biru memberikan kesan kepercayaan, keamanaan, kebersihan, dan perintah. Sedangkan warna kuning memberikan kesan optimis, hati-hati, dan harapan.





Gambar III.10 Aplikasi Warna