BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Srategi Perancangan

Strategi perancangan dari permasalahan yang telah didapat yaitu akan membuat sebuah promosi sebagai pemecahan masalah yang ada. Dari pemecahan masalah berupa promosi tersebut akan dibuat sebuah konsep media cetak promosi yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan promosi.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam pembuatan promosi berupa pendekatan secara persuasif yang lebih mengutamakan daya tarik pesan secara rasional. Bertujuan untuk membujuk dan mempengaruhi target *audience* dengan cara memberi informasi keunggulan produk. Sedangkan pendekatan visual menggunakan pendekatan secara gaya hidup karena disesuaikan dengan target *audience*.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif mengacu pada sebuah perancangan yang dilihat dari hasil identifikasi produk dalam bentuk strategi *unique selling proposition*, yaitu strategi yang berorientasi pada keunggulan dan kelebihan produk yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Nama produk: Kerudung instan

Nama Perusahaan: Rabbani Asysa

Tagline: Profesor Kerudung Indonesia

Benefit (Keunggulan) kerudung Rabbani:

1. Bentuk logo yang tertera pada kerudung telah dikenal oleh konsumen.
2. Model kerudung memiliki ukuran mulai dari XS sampai XL.

Advantage (kelebihan) kerudung Rabbani:

1. Bahan kerudung berkualitas dengan serat *polyester*.
2. Memiliki 138 cabang di Indonesia.
3. Panjang kerudung menutupi hingga dada.
4. Bentuk kerudung bagian depan menyerupai topi sehingga wajah tertutup dari sinar matahari langsung.
5. Kerudung dapat menyerap keringat.

III.1.3 Strategi Media

Strategi media ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan pesan dan strategi kreatif yang telah dirancang agar sesuai dengan target *audience*. Selain itu, sebagai bagian dari solusi permasalahan yang terjadi pada penurunan penjualan produk Rabbani tersebut. Adapun strategi media produk kerudung Rabbani terdiri dari 3 media, yaitu:

1. Media Utama

Advertorial

Advertorial adalah bentuk periklanan yang disajikan dengan gaya bahasa jurnalistik. Advertorial berasal dari dua kata dalam bahasa Inggris *Advertising* dan e*ditorial*. Periklanan adalah penyajian materi secara persuasif kepada publik melalui media massa dengan tujuan untuk mempromosikan barang atau jasa. Media pendukung advertorial dipilih sebagai solusi media karena sifatnya yang informatif dan terpercaya sehingga dapat secara langsung dibaca oleh target *audience* juga menarik minat membeli.

2. Media Pendukung

A. Brosur

Media cetak brosur akan digunakan sebagai media promosi kerudung yang didalamnya terdiri dari informasi model-model kerudung beserta harga.

B. Iklan Majalah

Target *audience* yang senang membaca majalah menjadikan media ini tepat terutama majalah fesyen ataupun majalah kecantikan untuk itu diharapkan dapat menarik minat target *audience* agar mau membeli produk Rabbani

C. Iklan Media Sosial

Teknologi internet yang semakin berkembang sudah menjadi gaya hidup orang modern. Oleh karena itu, sangat cocok dengan target *audience* yang hampir setiap hari menggunakan media sosial Facebook diharapkan dapat menambah informasi dari produk kerudung Rabbani.

D. Poster

Dalam media ini, dapat dipasang pada tempat-tempat yang sering dilewati oleh target *audience* agar promosi dapat diingat. Iklan poster bertujuan untuk memberikan informasi produk Rabbani.

E. Leaflet

Leaflet merupakan media dengan ukuran kecil dan berisi informasi secara singkat namun mudah diingat. Untuk itu, media promosi kerudung Rabbani diaplikasikan pada *leaflet* yang akan disebarkan langsung kepada target *audience*, khususnya ditempat-tempat umum.

F. Tabloid

Sama halnya dengan majalah, tabloid juga mempunyai peranan yang sama sebagai media kegemaran remaja hingga dewasa dalam mendapatkan sebuah informasi dan berita terbaru.

G. Iklan di Mobil

Iklan pada mobil merupakan media yang dapat menarik perhatian masyarakat terutama untuk aktivitas diluar rumah. Aktivitas target *audience* yang hampir setiap hari berkendaraan baik pribadi maupun umum menjadi daya tarik tersendiri untuk pemasangan iklan di mobil.

3. Souvenir

A. Bros Kerudung

Bros kerudung menjadi salah satu bagian aksesoris pelengkap untuk menghiasi kerudung sehingga dapat dijadikan media promosi yang secara langsung pada target *audience*.

B. Mousepad

Dari kebiasaan target *audience* yang selalu menggunakan laptop maupun komputer seperti dikantor, sekolah, kuliah bahkan dirumah. Untuk itu mousepad menjadi salah satu media promosi agar mudah diingat dan dekat langsung deng target *audience*.

C. Shopping Bag

Shopping bag dibuat sebagai *souvenir* untuk konsumen yang berbelanja kerudung agar mudah diingat dan dapat mengetahui informasi cabang toko Rabbani.

III.2 Konsep Visual

Pada konsep visual yang akan ditampilkan dalam media promosi yaitu menggunakan teknik fotografi dengan menampilkan visual iklan seri aktivitas agar dapat mudah dimengerti oleh target *audience*. Adapun beberapa studi yang dilakukan sebagai penunjang perancangan promosi sebagai berikut:

III.2.1 *Layout*

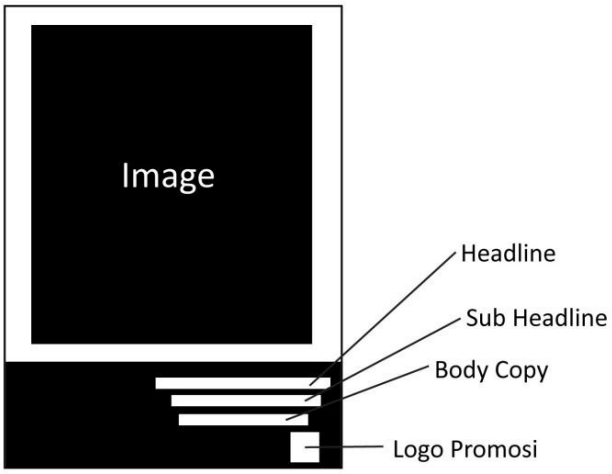


Gambar III.1 *Layout 1*

Bentuk *layout* melengkung mengacu pada bentuk logo Rabbani yang sudah tertanam dibenak konsumen. Hasil dari aplikasi *layout* sebagai berikut:



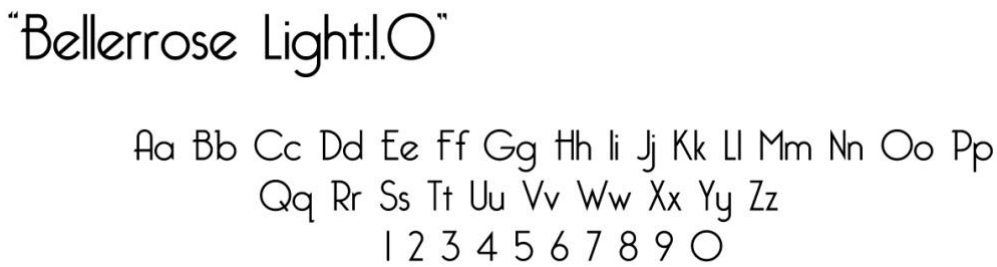
Gambar III.2 *Layout 2*



Gambar III.3 Arah baca

Arah baca dimulai dari melihat *image* kemudian ke kanan bawah melihat *headline, sub headline, body copy* dan logo promosi.

III.2.2 Tipografi



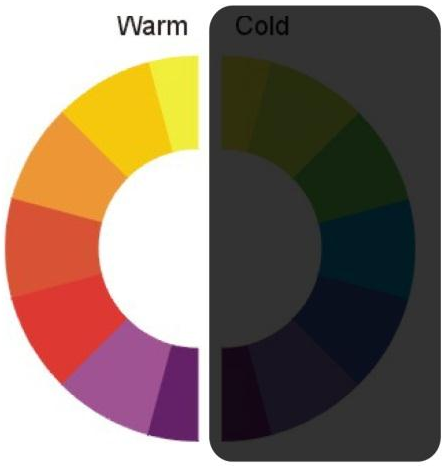
Gambar III.4 Tipografi

Jenis *font* ini dipilih karena disesuaikan dengan elemen garis yang terdapat pada kerudung Rabbani yaitu sebagai berikut:



Gambar III.5 Jenis huruf

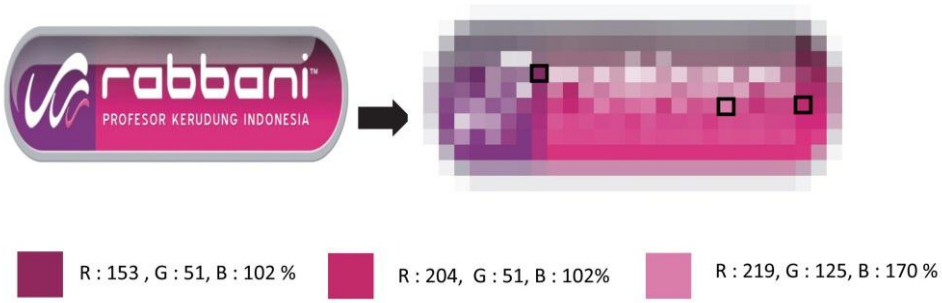
III.2.3 Warna



Gambar III.6 Warna visual

Konsep warna pada visual promosi kerudung Rabbani menggunakan *editing* warna-warna hangat dan *soft* yang disesuaikan pada karakter target *audience.*

Warna *layout* diambil dari logo Rabbani



Gambar III.7 Warna *layout*

Elemen warna yang diambil dari pecahan *pixel* warna logo Rabbani diatas akan digunakan sebagai pengaplikasian *layout* pada sebuah media promosi yang akan dibuat, yaitu warna ungu dan warna merah muda.

III.2.4 Logo Promosi



Gambar III.8 Logo promosi

Logo promosi yang digunakan merupakan siluet khas kerudung instan Rabbani dengan goresan tiga warna hangat yang masing-masing warna mewakili kata modis berwarna merah muda, praktis berwarna jingga sedangkan syar'i berwarna hijau.