BAB III

STRATEGI PERANCANGAN

3.1. Strategi Perancangan

3.1.1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting, karena dengan strategi komunikasi yang baik maka pesan yang akan di sampaikan juga dapat tersampaikan dengan baik dan mudah untuk di mengerti oleh khalayak sasaran. Strategi komunikasi yang di lakukan adalah dengan menyampaikan beberapa keunggungulan dari produk tersebut yaitu bahan bahan dasarnya dan memberikan pesan singkat melalui sebuah tagline.

Komunikasi tersebut akan di lakukan secara terus menerus agar informasi dapat tersampaikan dengan baik, dan cepat diterima oleh target audien.

a. Tujuan komunikasi

   Tujuan komunikasi sangatlah penting agar media promosi yang di buat dan disampaikan tepat pada sasaran. Adapun tujuan dari perancangan promosi jahe merah mix amanah ini adalah:

1. Menyampaikan pesan yang ada dalam promosi tentang manfaat produk jahe merah mix amanah.
2. Memberikan informasi promosi kepada masyarakat bahwa minuman yang berbahan dasar jahe itu baik untuk kesehatan.

b. Pesan utama

Pesan utama di sampaikan agar dapat memberikan informasi yang menarik perhatian target audien. Pesan utama yang akan di sampaikan dalam promosi ini yaitu sebuah konsep yang menampilkan informasi tentang produk Jahe Merah Mix Amanah

c. Materi pesan

Materi pesan yang akan di sampaikan dalam perancangan media promosi ini adalah :

- Profil jahe merah mix amanah
- Keunggulan dan manfaat
- Cara mendapatkan

d. Pendekatan komunikasi

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada target audien yaitu dengan bahasa yang digunakan sederhana, singkat dan jelas.

Penggunaan bahasa baku dan sederhana agar target khalayak akan lebih mudah mengerti dan memahaminya.

e. Kualitas pesan

Kualitas pesan yang digunakan yaitu dengan mengarahkan kepada cara berfikir target audien.

f. Sifat pesan

Sifat pesan yang disampaikan yaitu dengan penyampaian secara serius tetapi tidak terlalu kaku.

g. Gaya bahasa

Gaya bahasa yang digunakan yaitu dengan bahasa biasa tidak terlalu berlebihan.

3.1.2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif sebuah promosi dinyatakan berhasil apabila promosi tersebut dapat menciptakan efek yang diinginkan terhadap diri target audien, untuk mencapai tujuan itu promosi yang dilakukan harus efektif dan memiliki segi kreatif. Hal ini perlu dilakukan karena jika promosi yang dilakukan kurang efektif dikhawatirkan promosi untuk khalayak tersebut tidak akan dipedulikan apa yang ada dalam promosi tersebut.

1. Strategi Verbal

   Pendekatan verbal yaitu ungkapan secara lisan maupun visual yang digunakan dalam mempromosikan Minuman Jahe Merah Mix Amanah meliputi pembuatan *tag line* visual, dan pencarian gagasan visual, yaitu :

   - Tag Line Visual

     Konsep pendekatan kreatif dalam pembuatan *tag line* visual mulai dari pembuatan beberapa contoh *tag line* :

     - Sehat dan Menghangatkan Tubuh.
     - Menjaga Stamina dan daya Tahan Tubuh
     - Hangat dan Menyehatkan Tubuh
     - Sehat, Segar, Hangat.
     - Murah hargannya, Kaya khasiatnya.

     Dari beberapa *tag line* yang dibuat maka di pilih salah satunya yaitu Sehat, Segar, Hangat yang bisa mewakilkan identitas dari produk tersebut.

2. Strategi Visual

   Pemilihan karakter pada target audien dalam visual yaitu warna yang baik sesuai karakter target audien dan tidak lepas dari identitas produk tersebut mulai warna yang memiliki karakter mirip dengan produk dan penggunaan cerah agar menarik perhatian. Dalam pemilihan ilustrasi

beberapa tersebut, dimaksudkan guna menimbulkan ketertarikan khalayak untuk dan ini adalah cara bagaimana sebuah media promosi ini terlihat menarik dan terlihat.

Contoh illustrasi :



Gambar 3.1 Studi Visual

Sumber : http://www.foods-recipe.com/resep/4/111/minuman/wedang-jahe/, http://srotobawor.blogspot.com/, http://www.detikfood.com/read/2010/08/11/153655/1418386/900/wedang-jahe-minuman-sehat-berbuka.

- Pendekatan Visual

  Secara keseluruhan identitas visual yang akan ditampilkan pada promosi tersebut memadukan antara konsep *tag line* dengan pemilihan ilustrasi visual, yang meliputi :

  - Fotografi

    Fotografi merupakan aspek penting dalam memaparkan suatu pesan. Melihat khalayak sasaran promosi yang berasal dari kalangan menengah kebawah, maka ilustrasi dibutuhkan guna memperjelas visual dan pemahaman serta penerimaan pesan promosi. Dengan memunculkan gambar ilustrasi melalui bentuk–bentuk visual yang sederhana menampilkan produk Jahe Merah Mix Amanah serta keunggulan, manfaat serta cara mendapatkan produk tersebut, sehingga menimbulkan daya tarik tersendiri dari promosi ini, sekaligus memberi kemudahan dalam membaca atau menangkap suatu pesan secara visual.

  - Warna

    Pemilihan warna dalam konsep desain yang terdapat dalam setiap media promosi menggunakan warna-warna yang telah di pilih dan selaras, yang sesuai target sasaran agar menarik perhatian.

- Tipografi

  Jenis huruf yang sesuai dengan karakter promosi yaitu menggunakan huruf yang cenderung formal mudah terbaca. Penggunaanya harus sama didalam setiap media yang dipakai, guna mencirikan kesatuan media promosi yang sama. Dalam aplikasi penempatan tipografi menjadi perhatian yang mempertimbangkan komposisi unsur, tata letak, warna, ukuran dan penyelarasan dengan visual yang dihadirkan.

3. Strategi media

Setelah penulis merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif maka yang dibutuhkan penulis, bagaimana merancang strategi media komunikasi karena dalam menyapaikan suatu pesan ke khalayak dibutuhkan sebuah media yang tepat dan diharapkan mendapat respon khalayak banyak, pemilihan media ini juga bertujuan agar pesan yang disampaikan bisa dirasakan oleh khalayak sasaran.

1. Memenuhi satu kebutuhan tertentu.
2. Dapat dilihat dengan jelas.
3. Memaksakan perhatian.
4. Menyampaikan sesuatu dengan jelas dan sederhana.

5. Memberikan waktu yang cukup untuk menanggapinya atau bereaksi.

Jenis–jenis media yang digunakan untuk mempromosikan Minuman Jahe Merah Mix Amanah terdiri dari :

a. Identitas

   Yang terdapat dalam identitas adalah logo, slogan, warna dan huruf.

b. Printed Matter

   - Brosur

     Brosur digunakan karena memiliki kemampuan menyajikan informasi yang lengkap mudah dibawa dan dapat dibaca berulang kali sehingga efektif untuk memberikan informasi tentang produk Jahe Merah Mix Amanah.

   - Poster

     Poster digunakan untuk memberikan informasi dari produk Jahe Merah Mix Amanah.

c. Media cetak

   Iklan pada media cetak menggunakan media Koran lokal yaitu Koran PR (Pikiran Rakyat), dikarenakan Koran Pikiran Rakyat merupakan Koran yang terbit di Jawa Barat, yang menjadi konsumsi terutama masyarakat kota Bandung

dalam memenuhi kebutuhan informasi, terutama untuk target sasaran. Tujuan iklan pada surat kabar tersebut sebagai iklan produk Jahe Merah Mix Amanah.

d. Media luar ruangan

Media berupa spanduk.

e. *Gimmick*

Gimmick yang digunakan antara lain :

- *T-shirt* (kaos)
- Kalender
- *Stiker*
- *MUG*
- Dll

4. Strategi Distribusi

Agar media promosi dapat berhasil efektif dan sampai pada target audience, promosi dilakukan selama tiga bulan, ke lokasi event pameran yang berbeda–beda. Dilakukan khususnya pada akhir pekan yang biasanya pada hari-hari tersebut lebih banyak pengunjung yang datang ke tempat event pameran tersebut, tetapi tidak menutup kemungkinan dilakukan pula pada hari kerja. dengan tujuan mempromosikan produk yang di tawarkan yaitu Jahe Merah Mix Amanah agar konsumen mencoba dan membeli produk tersebut.

Penempatan media promosi luar ruangan seperti Spanduk ditempatkan stand dan toko yang menjual produk tersebut dan di pasang pada titik strategis yang banyak dilalui oleh para target audien, contohnya untuk toko di pasang di depan toko tersebut di maksudkan agar target audien bisa melihat dengan jelas saat masuk ke dalam toko tersebut.

Penyebaran poster ditempatkan pada area toko atau di stand saat pameran.

Penyebaran brosur, dilakukan di tempat dimana produk tersebut dijual pada saat acara pameran itu berlangsung. serta gimmick yang terdiri dari T-shirt, stiker, dan kalender dilakukan saat target audien membeli produk tersebut dengan syarat-syarat yang telah di tentukan oleh pihak penjual teresebut yaitu, target audien yang membeli satu pack akan langsung mendapatkan sebuah kalender atau stiker dan setiap pembelian 2 *pack* jahe merah mix amanah akan langsung mendapatkan sebuah *T-shirt*. *Mug* digunakan pada saat target audien mencoba produk tersebut.

4.1. Jadwal Penyebaran Media

Jadwal penyebaran media dilakukan selama tiga bulan. Penyebaran dilaksanakan pada awal bulan November 2011 dan berakhir pada bulan Januari 2012.

Media	November				Desember				Januari			
Koran	●		●		●		●		●		●	
Spanduk	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Brosur	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Poster	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Gimmick	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

Keterangan :

● Media yang disebarkan pada bulan November

● Media yang disebarkan pada bulan Desember

● Media yang disebarkan pada bulan Januari

3.2. Konsep Visual

A. Tagline



Gambar 3.2

Bertuliskan Sehat... Segar... Hangat... yang dimiringkan dan di buat secara bertumpuk, bentuk seperti itu mewakili kesan yang energik dan agar terkesan tidak kaku.

B. Format Desain

Format desain kesuluruhan media promosi yang berupa printed matter format yang digunakan tidak selalu *portrait* melainkan juga bisa *landscape* agar menghindari kesan kaku.

C. Tata Letak

Setiap tampilan baik ilustrasi, *headline*, teks maupun sebaginya pada rancangan media tidak selalu simetris ditujukan menghindari kekakuan, tetapi tetap mempertahankan komposisi rancangan.

D. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan pada setiap desain Tipografi, jenis huruf yang akan digunakan untuk *tag line* visual menggunakan font *Script MT Bold* dipilih karena bentuk dari huruf tersebut yang seperti tulisan tangan agar lebih mudah di tujukan untuk khalayak sasaran dengan bentuk seperti tersebut, serta untuk penggunaan jenis huruf untuk informasi lainnya seperti tulisan informasi jahe merah, ginseng, habbatussauda, creamer, menghangatkan badan mencegah masuk angin menambah stamina tubuh dan informasi untuk mendapatkannya serta U.D CIPTA MANDIRI ABADI menggunakan font *eurofurence* agar mudah di baca.

- **Script MT Bold**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
,./;'[]
!@#$%^&()_+}{":?><|*



- eurofurence

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
,./;'[]\
!@#$%^&*()_+}{":?><|



Menghangatkan badan
Mencegah masuk angin
Menambah stamina tubuh

U.D CIPTA MANDIRI ABADI

Jahemerahmix.wordpress.com
contact : 021-7836435

- *Balloon Bd BT*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
,./;'[]\
!@#$%^&*()_+}{":?><|

MINUMAN KESEHATAN ALAMI

- Arial Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
,./;'[]
!@#$%^&*()_+}{":?><|



- *English111 Presto BT*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
,./;'[]
!@#$%^&()_+}{":?><|*



E. Komposisi

Photografi digunakan untuk memperjelas dan mempertegas dari pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah promosi minuman jahe merah mix amanah, namun ilustrasi juga dapat dipakai sebagai daya tarik visual. Ilustrasi yang digunakan merupakan olahan dari fotografi untuk background maupun tampilan depan. Berikut contoh *image* yang akan digunakan dalam sebuah ilustrasi:

Gambar yang akan dipakai











Gambar 3.3

F. Warna

Warna memiliki daya tarik yang kuat dan menciptakan makna tersendiri, warna dapat dipengaruhi gaya, trend, dan pengalaman estetis. Warna juga dapat membangkitkan rasa takjub, bosan, ataupun semangat pada objek. Dengan mempertimbangkan keharmonisan warna-warna yang digunakan. Adapun warna-warna yang digunakan dalam pembuatan media perancangan promosi jahe merah mix amanah ini adalah :

Warna utama



C : 0
M : 41
Y : 86
K : 14

C : 0
M : 0
Y : 100
K : 0

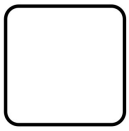
- **Kuning**

  Warna Kuning digunakan agar menciptakan warna yang cerah sebagai perhatian agar visual yang di tampilkan mudah terlihat oleh target audien.

- **Orange**

  Warna orange tua atau orange kecoklatan digunakan karena bisa mewakili kesan hangat, Karena sesuai dengan produk tersebut yang bisa menghangatkan badan.

Warna Penunjang



C : 0
M : 0
Y : 0
K : 0

- **Putih**

  Warna putih juga digunakan sebagai warna cerah agar menarik perhatian target audien..