BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Konsep dan Tema Perancangan

Perancangan media promosi Festival Danau Poso berdasarkan pada pemberian informasi yang efektif dan tepat sasaran kepada target audiens yaitu para wisatawan baik wisatawan lokal, wisatawan nusantara, maupun wisatawan mancanegara. sehingga dapat mencapai tujuan yang dinginkan yaitu mendatangkan wisatawan umum untuk mengunjungi event tahunan Festival Danau Poso. Promosi yang akan dilakukan untuk memperkenalkan Festival Danau Poso akan mengandung sifat komunikasi, dan undangan. Oleh karena itu media lini bawah dan atas akan digunakan bersamaan sehingga dapat saling mendukung dalam menyampaikan pesan, dimana media lini bawah bertujuan untuk mendukung dan merangkul aktivitas dari media lini atas.

3.2. Segmentasi

Demografis

Secara Demografis, masyarakat umum yang menjadi target sasaran Festival Danau Poso yaitu:

- Wisatawan asing, wisatawan nusantara dan wisatawan lokal
- Usia dan 20 – 50 Tahun
- Jenis kelamin Pria dan Wanita

- Kelas sosial menengah keatas

Geografis

Secara geografis, masyarakat umum yang menjadi target audiens Festival Danau Poso yaitu wisatawan asing, wisatawan nusantara dan wisatawan lokal

Psikografis

Secara Psikografis, masyarakat umum yang menjadi target audiens Festival Danau Poso yaitu masyarakat yang senang berlibur untuk menikmati pertunjukan budaya dan kesenian serta keindahan alam.

3.3. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan merupakan pendekatan secara keseluruhan untuk mengajak dan mengenalkan Festival Danau Poso kepada khalayak yang menjadi target audiens sehingga diharapkan akan muncul kesadaran *(awareness)* di dalam benak masyarakat wisatawan untuk mengunjungi event kebudayaan Festival Danau Poso. Untuk itu positioning, personality serta proporsi yang dimunculkan dalam pesan pada promosi Festival Danau Poso harus dengan tepat disampaikan kepada target audiens.

3.3.1. Positioning

Pesan yang akan disampaikan kepada target audiens merupakan seruan agar menghadiri Festival Danau Poso untuk dilihat dan dirasakan secara langsung sebab kesenian dan kebudayaan yang ditampilkan dalam Festival Danau Poso merupakan satu kesatuan didalam upacara adat.

3.3.2. Personality

Menyampaikan komunikasi yang mengajak target audiens untuk dapat merasakan bagian-bagian serta isi dari Festival Danau Poso.

3.4. Strategi Kreatif

Penyampaian pesan dalam mempromosikan Festival Danau Poso kepada target audiens menggunakan pendekatan melalui visual dan *copywriting* dengan pendekatan positif sehingga mampu menarik empati khalayak untuk melihat, mengerti, dan kemudian mengambil sebuah tindakan agar dapat mengunjungi penyelenggaraan Festival Danau Poso

3.4.1. Main Message

Melalui promosi maka dapat menginformasikan pesan tentang di adakannya festival kesenian dan kebudayaan masyarakat Sulawesi

Tengah yang merupakan sebuah tradisi dan telah dilakukan semenjak dulu, dalam tradisi masyarakat Sulawesi tengah sendiri, kesenian baik musik, tari, nanyian dan pantun daerah merupakan satu kesatuan didalam upacara adat sehingga pesan utama yang akan dimuat sebagai copy dalam promosi Danau Poso adalah pesan yang dapat mengajak target audiens untuk menyaksikan tradisi kesenian masyarakat Sulawesi tengah didalam upacara adatnya. Oleh karena itu copy yang akan digunakan dalam promosi Festival Danau Poso berada pada headline dan subheadline.

- Head line

  Dalam perancangan Promosi festival Danau Poso, headline yang digunakan adalah “Datang, Lihat Dan Rasakan Sendiri”

- Sub Head Line

  Sub head line dari Promosi Festival Danau Poso yaitu berupa ajakan untuk menjadi bagian dari festival tersebut yaitu, “Jadilah Bagian Dari Cerita Didalamnya.”

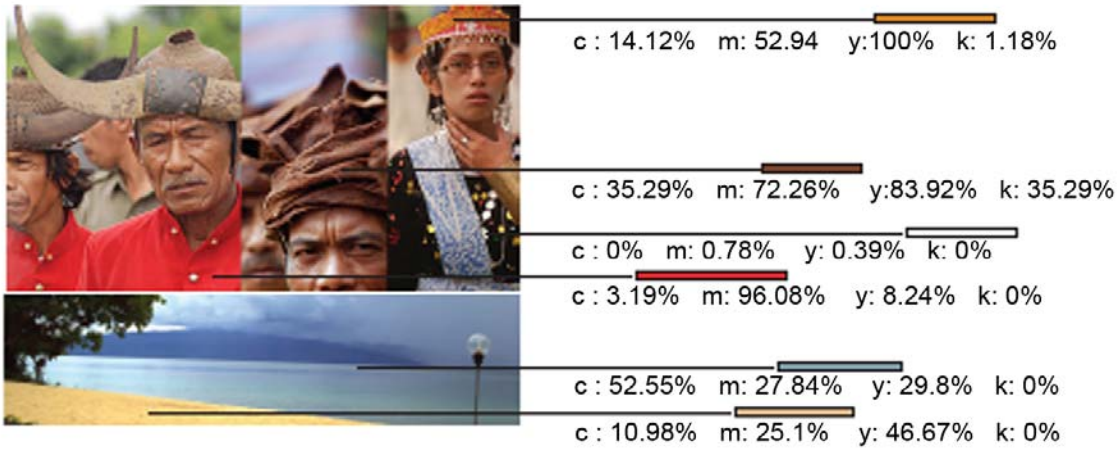
3.4.2. Visualisasi Karya

Tujuan dibuatnya media promosi untuk Festival Danau Poso yaitu untuk memudahkan masyarakat menemukan informasi tentang Festival Danau Poso, sehingga masyarakat memiliki ketertarikan untuk mengunjungi Festival Danau Poso. Dengan demikian maka konten-

konten seperti, warna, bentuk, garis dan huruf yang terdapat di dalam media promosi ini dibuat berdasarkan studi indikator.

a. Warna

Warna yang digunaan pada perancangan media promosi ini, bedasarkan warna-warna yang mencerminkan karakter dari adat yang terdapat di Sulawesi Tengah, dan juga warna dari karakteristik Danau Poso sendiri.



Gambar 3.8 warna

b. Tipografi

Font yang digunakan dalam media promosi Festival Danau Poso menggunakan huruf yang memiliki kedekatan karakter pada aksara Sulawesi yaitu aksara lontara dan satu jenis huruf dengan keterbacaan yang jelas.

- Lontara Sans

  Font Lontara Sans dirancang dengan mengadaptasi bentuk dari aksara Sulawesi, yang akan dijadikan sebagai font pada Headline



Gambar 3.9 Lontara Sans

- Arial

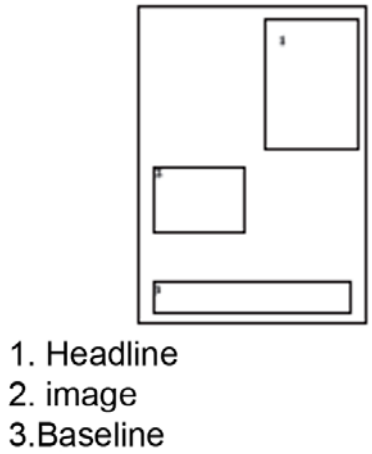
  Font arial dijadikan sebagai font pada sub headline mengingat strukturnya yang tegas sehingga dengan ukuran yang lebih kecil dari headline font masih masih memiliki keterbacaan yang jelas

A B C D E F
G H I J K L M
N O P Q R S
T U V W X Y Z
a b c d e f g
h i j k l m n o
p q r s t u v w
x y z . , /-”
1 2 3 4 5 6
7 8 9 0

Gambar 3.10 Arial

c. Layout

Layout yang digunakan pada media-media promosi Festival Danau Poso, dibuat sederhana agar nyaman ketika dilihat.



Gambar 3.11 Layout

3.5. Strategi Media

Agar pesan tentang Festival Danau Poso dapat sampai dengan baik kepada target audiens maka media-media promosi yang digunakan untuk Promosi Festival Danau Poso dibagi menjadi Media Lini Atas dan Media Lini Bawah

3.5.1. Media Lini Atas

Media yang digunakan untuk promosi Festival Danau Poso yaitu media memiliki sifat sebagai media massa sehingga memiliki jangkauan yang luas untuk menyampaikan pesan kepada target audiens. Media tersebut, yang digunakan adalah :

- Website (Media Utama)
- TV Ad
- Iklan Majalah

Media lini atas yang dugunakan pada Festival Danau Poso yaitu berupa TV Ad, dan media iklan pada majalah, dari sifat media tersebut yang merupakan media massa maka informasi yang ada didalamnya berupa seruan kepada target audiens untuk mendapatkan informasi lebih jelas tentang Festival Danau Poso di dalam sebuah situs Internet sebelum mengunjungi festival tersebut.

3.5.2. Media Lini Bawah

Untuk memaksimalkan pesan yang disampaikan melalui media lini atas, maka perlu dibuat media-media sebagai pendukung dari media lini atas oleh karena itu, dibuat media-media lini bawah yaitu ;

- Poster
- Baligho
- X-Banner
- Brosur
- Mouse Pad
- Gimik (Puzzle & Strap kamera)

Selain menggunakan media lini Atas, promosi Festival Danau Poso juga menggunakan media-media lini bawah untuk mendukung

program dari media lini atas. Pada media lini bawah, media yang digunakan dalam promosi Festival Danau Poso adalah poster, baligho, brosur, stand baner, mouse pad, t-shirt serta gimmick berbentuk puzzle dan strap kamera. Semua media-media tersebut bertujuan untuk mengarahkan audiens untuk mengakses situs web dari Festival Danau Poso. Media-media ini hanya berisikan logo, head line, sub head line dan alamat situs Festival Danau Poso dengan ikon tarian yang berbentuk siluet.