BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

a. Visual

Pendekatan komunikasi dengan visual yang dilakukan dalam perancangan media informasi "Pasar Ciroyom Dan Nilai Kehidupan" adalah dengan menggunakan fotografi dengan karakter visual cahaya lampu pijar *(tungsten)* demi mendapatkan cahaya yang alami dan memperlihatkan langsung fenomena yang ada pada pasar Ciroyom serta menyusunnya dalam sebuah buku fotografi esai sebagai bentuk pendokumentasian tentang pasar Ciroyom.

b. Verbal

Pendekatan komunikasi verbal berupa teks untuk melengkapi visual atau foto, memaparkan keterangan singkat tentang informasi dari visual fotografi. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia.

c. Materi Pesan

Materi pesan yang akan disajikan dalam media informasi ini adalah Nilai-nilai kehidupan yang bertujuan sebagai bahan pembelajaran bagi pembaca akan kesederhanaan, kemanusiaan, kerja keras, serta menjadikan sebuah motifasi bagi pembacanya.

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Perancangan buku "Pasar Ciroyom Dan Nilai Kehidupan" bertujuan untuk :

- Masyarakat luas khususnya mahasiswa agar dapat menyadari adanya nilai-nilai sosial, budaya, serta berbagai sisi kehidupan masyarakat pasar Ciroyom sebagai Ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

- Para pekerja dapat mengambil sisi positif dari nilai kehidupan yang ada pada pasar Ciroyom serta menjadi motifasi untuk lebih giat bekerja.

III.1.3 Strategi Kreatif

Berdasarkan pendekatan komunikasi maka media informasi dari "Pasar Ciroyom Dan Nilai Kehidupan" adalah buku, dengan memiliki ciri khusus yang memberikan identitas secara visual, yaitu memiliki tampilan menarik untuk dapat dipelajari dan dinikmati oleh masyarakat khususnya mahasiswa program sarjana, yang tidak hanya menyajikan informasi tetapi terdapat nilai-nilai kehidupan yang bisa dipetik. Dengan memberikan tampilan khas sebuah pasar malam dengan cahaya lampu yang seadanya dalam fotografi agar timbul kesederhanaan yang muncul, dan tampilan *tone* warna hitam, putih, dan merah marun, memberikan ciri kehidupan malam yang gelap namun mempunyai sisi kehangatan tersendiri bagi yang menikmatinya.

III.1.4 Strategi Media

Media utama

Media utama yang akan dipakai adalah buku. Selain itu media buku lebih efektif karena tidak membutuhkan media lain sebagai perantara, dan buku merupakan gudang ilmu yang dikenal oleh masyarakat luas dari berbagai kalangan. Pengemasan informasi tidak hanya menggunakan satu media saja, ada media pendukung yang menjadi pelengkap untuk memperkenalkan kepada masyarakat khususnya mahasiswa program sarjana.

Media Pendukung

Media pendukung merupakan suatu media tambahan atau media promosi dari perindustrian buku, yang berfungsi sebagai rangsangan komunikasi untuk membeli atau memiliki buku ini.

III.1.5 Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

a. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Penyebaran media dilakukan berdasarkan target sasaran yakni target sasaran yang berdomisili diseluruh Indonesia terutama di Jawa Barat. Dalam penyebaran media sesuai dengan kemampuannya yang dapat menjangkau target sasaran secara luas sehingga dapat efektif untuk penyebarannya. Selain itu , penyebaran media lebih berhubungan langsung pada target sasaran, sehingga media tersebut dapat langsung diterima oleh target sasaran dalam hal ini adalah target pembaca.

b. Jadwal Pertimbangan Media Penunjang

Dalam penyebaran media perlu diperhitungkan dengan bertepatan pada Hari Ulang Tahun Kota Bandung yaitu pada tanggal 25 September 2012. Maka promosi buku ini berlangsung selama satu bulan yaitu pada awal hingga akhir bulan September selama 1 bulan. Berikut ini Tabel Penyebaran Media Penunjang.

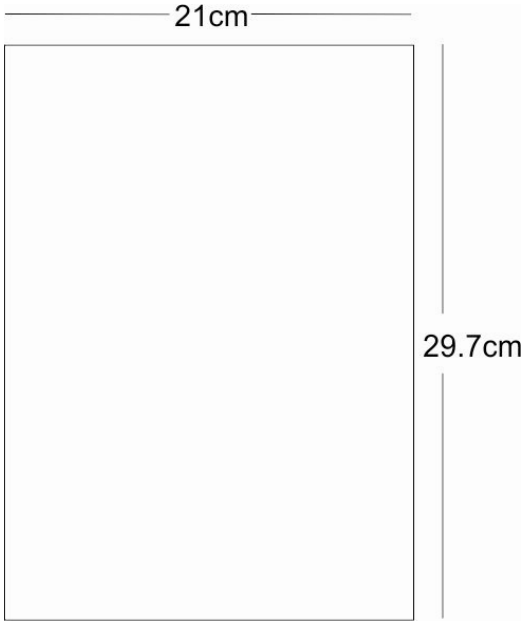
No	Media Promosi	Penyebaran	Waktu Penyebaran
1	Poster	Ditempel di toko buku dan mading perpustakaan	HUT Kota Bandung Ke-202 Pada tanggal 25 September 2012 selama 1 bulan
2	X *Banner*	Ditempatkan di depan toko buku dan perpustakaan	HUT Kota Bandung Ke-202 Pada tanggal 25
3	*Sticker*	Menyatu dengan buku.	September 2012 selama 1 bulan
4	Pembatas buku	Menyatu dalam Buku.	
5	Web *Banner*	www.kaskus.co.id www.gramedia.com	

Tabel III.1 Penyebaran Media Penunjang

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Desain Buku

Format desain yang digunakan dalam buku mengenai "Pasar Ciroyom dan Nilai Kehidupan" menampilkan format desain modern. Buku berbentuk Potrait, dengan ukuran 21x29,7 cm.



Gambar III.1 Format Desain Buku

3.2.2 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah teknik fotografi dengan menggunakan kamera DSLR Canon 1100D, Lensa 18-55mm, Lensa Tamron 70-300mm yang diambil dalam beberapa *angle*. Semua rangkaian foto menjelaskan dan memperlihatkan kehidupan masyarakat pasar Ciroyom. Fotografi dipilih karena target *audience* mudah memahaminya.

3.2.3 Tipografi

Jenis-jenis tipografi yang digunakan :

Iskoola Pota

Iskoola Pota merupakan jenis huruf serif yang lebih bersifat formal namun memiliki kesan elegan.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#$%^&*()_+{}[]|\;:’”<>,.?/

Contoh :

“Buku Fotografi”

Impact

Impact merupakan jenis huruf sans serif , kareakter yang tebal mengesankan kekokohan. Penggunaan huruf impact sering digunakan sebagai judul buku.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#$%^&*()_+{}[]|\;:”’<>,.?/

Contoh :

“PASAR CIROYOM DAN NILAI KEHIDUPAN”



Gambar III.2 Format Tipografi yang Digunakan

3.2.4 Warna

Warna yang digunakan adalah warna CMYK karena hasilnya nanti akan dicetak. Untuk warna pada elemen desain selain ilustrasi foto yaitu menggunakan warna *monochrome*. Pemilihan yang akan digunakan adalah warna hitam. "Hitam melambangkan kekuatan, formalitas dan keagungan (*elegance*). Hitam yang berdiri sendiri memiliki watak buruk, tetapi jika dikombinasikan dengan warna lain hitam akan berubah total wataknya. Warna putih mempunyai watak positif, merangsang, cerah, tegas, dan mengalah (Sadjiman, 2009). Warna Merah marun melambangkan kekuatan dan kemewahan sesuai dengan target *audience* yaitu kalangan atas, serta memberikan kesan hangat bila dipadukan dengan warna hitam. Perpaduan warna tersebut tergolong dalam *warna monochrome*.

Warna CMYK



Warna *Monochrome*



Pemilihan Warna



C : 0	C : 29	C : 0
M : 0	M : 100	M : 0
Y : 0	Y : 100	Y : 0
K : 0	K : 0	K : 0