BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan dapat dibuat dengan pemikiran ide-ide atau dari suatu gagasan yang dapat di terima oleh target audien. Dalam perancangan media informasi multimedia interaktif *online* ini diperlukan adanya strategi perancangan strategi-strategi yang di gunakan meliputi :

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi mempunyai dua sifat umum, yaitu langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung berupa proses tatap muka antara manusia satu dengan manusia lain. Berbeda dengan komunikasi tidak langsung, komunikasi tidak langsung adalah komunikasi manusia yang memerlukan perantara atau media untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia lain, misalnya: TV, internet, surat kabar, dan lain-lain. Dari dua sifat di atas, komunikasi dibagi kembali menjadi dua sifat, yaitu *verbal* dan *non verbal*. Komunikasi *verbal* berupa percakapan lisan dan tulisan. Sedangkan komunikasi nonverbal dapat berupa bahasa tubuh (*gesture*), gambar, warna, penampilan fisik, dan lain-lain.

Menurut Dr. Uka Tjandrasasmita (2006) “komunikasi merupakan perilaku interaksi dalam masyarakat yang dilakukan secara *verbal* dan *non verbal*. Komunikasi *verbal* dilakukan melalui bahasa atau tulisan, sedangkan komunikasi *non verbal* yang disadari, antara lain melalui isyarat atau tanda, misalnya mengigit jari, mengaggukkan kepala, menatap atau tersenyum, sedangkan yang bersifat tidak disadari contoh membetulkan kacamata, mengubah tempat duduk, dan lainnya”. Maka penggunaan pendekatan komunikasi yang akan digunakan di media informasi interaktif *online* yang akan di rancang dalam bentuk *website* atau *situs* untuk Museum Pos Indonesia ini, adalah menggunakan komunikasi secara tidak langsung yang bersifat *verbal* dan *non verbal*, dikarenakan di dalam media informasi terdapat tulisan dan juga tanda (*sign*), seperti logo, dan juga gambar. Adapun juga pendekatan *verbal* dan *nonverbal* yang meliputi :

- **Pendekatan Verbal (Teks)**

  Di dalam perancangan ini akan menggunakan teks bahasa Indonesia baku, dikarenakan target audien multimedia interaktif *online* ini adalah siswa pelajar kelas 4 SD sampai kelas 3 SMP yang bertempat tinggal di Indonesia.

- **Pendekatan Non verbal (visual**)

  Di dalam perancangan multimedia interaktif *online* ini akan menggunakan visual dan elemen-elemen gambar vektor yang berhubungan dengan perposan seperti kertas surat, amplop, dan perangko.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif informasi yang akan digunakan dalam multimedia interaktif *online* (*website*) yang akan dirancang ini adalah, akan mengedukasikan atau mengenalkan benda-benda bersejarah Pos, dengan menampilkan foto-foto benda Pos yang di animasikan *Zoom* (membesar) yang disertai dengan keterangan tulis.

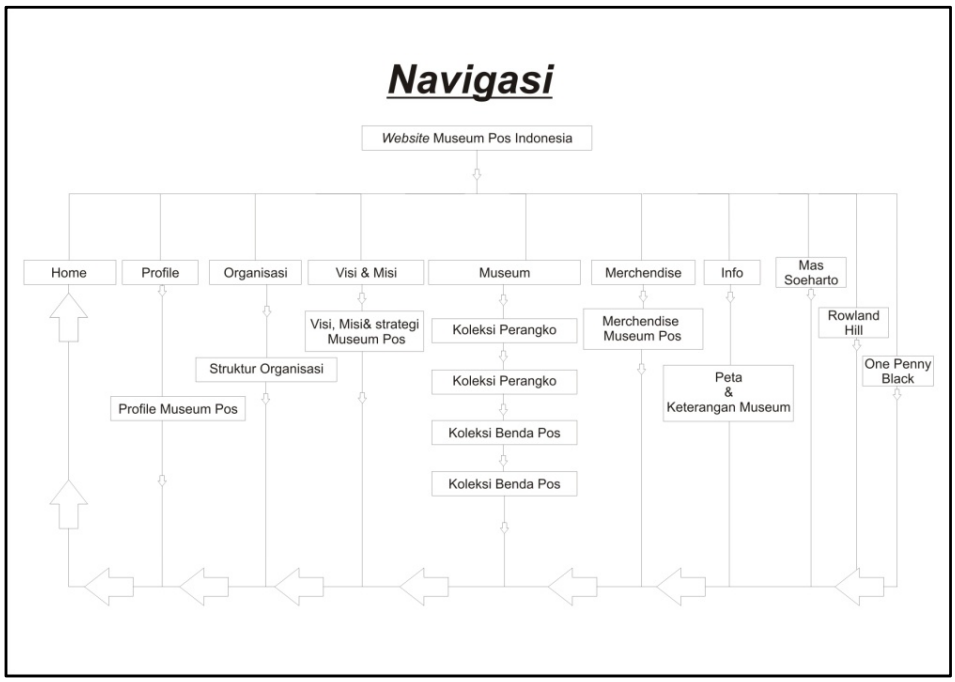


Gambar III.1 Tampilan gambar pada laman koleksi benda Pos.



Gambar III.2 Tampilan gambar zoom pada laman koleksi benda Pos.

Adapun navigasi menjadi bagian dari strategi kreatif dimana navigasi dirancang untuk mudah di akses.



Gambar III.3 Tampilan navigasi *website* Museum Pos Indonesia.

III.1.3 Strategi Media

Strategi media merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada target audien, agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan mudah, Strategi media digunakan untuk menentukan media yang akan di aplikasian kepada rancangan, baik itu berupa media utama maupun media pendukung.

A. Media utama

Media utama yang akan digunakan adalah Multimedia interaktif *online*. karena media ini mampu menyampaikan pesan yang mengkombinasikan teks, suara, dan gambar melalui media komputer atau perangkat elektronik lainnya, di media ini akan terjadi interaksi antara alat yang akan di gunakan dan pengguna.

B. Media pendukung

Pada perancangan multimedia interaktif *online* ini akan dilakukan pendekatan dengan cara kreatif dengan menggunakan media-media pendukung yang meliputi **:**

1. **X-banner**

   X-banner digunakan untuk memberitahukan kepada target audien, bahwa telah adanya multimedia interaktif *online* (*website*) Museum Pos. Media ini akan ditempatkan di lokasi acara berlangsung.

2. **Poster (di aplikasikan ke buku tamu)**

   Poster di aplikasikan ke buku tamu, hingga buku tamu menyatu dengan poster. Diharapkan media kreatif ini dapat menarik perhatian dari target audien. Media ini akan ditempatkan di lokasi acara berlangsung.

3. **Kalender**

   Kalender merupakan media yang biasa di lihat sehari-hari dan media ini bisa disimpan dimana saja. Media ini sangat cocok sebagai media pengingat atau media *reminder*. Media ini di bagikan ke instansi terkait.

4. **Flayer**

   Flyer digunakan untuk media pemberitahuan mengenai alamat *website* Museum Pos, kepada para target audien. Flayer dibagikan disekitaran instansi yang terkait dengan Museum Pos seperti, sekolah-sekolah, museum, dan perpustakaan. Media ini dipilih karena penyebarannya yang sangat mudah dan sangat meluas.

5. **Sticker**

   Sticker merupakan media *reminder*, media ini diplih karena bisa di tempatkan di mana saja, dan tidak memakan tempat.

6. **Mug**

   Mug merupakan media marcendise yang sering di gunakan sehari-hari oleh target audien, dengan melihat pesan yang ada di Mug maka target audien akan selalu mengingat alamat *website* Museum Pos.

7. **Botol minuman**

   Botol Minuman merupakan media yang sering dibawa sehari-hari oleh target audien, dengan melihat pesan yang ada di botol minuman maka target audien akan selalu mengingat alamat *website* Museum Pos.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi Pendistribusian media informasi *website* ini akan disosialisasikan dan di distribusikan di tempat-tempat yang terkait atau berhubungan dengan pendidikan seperti halnya institisusi sekolah-sekolah, perpustakaan daerah, museum-museum. Media ini akan disosialisasikan dengan cara memberikan media pengingingat yang terdapat tulisan alamat *website* Museum Pos Indonesia.

Tabel III.4 Penyebaran media pendukung

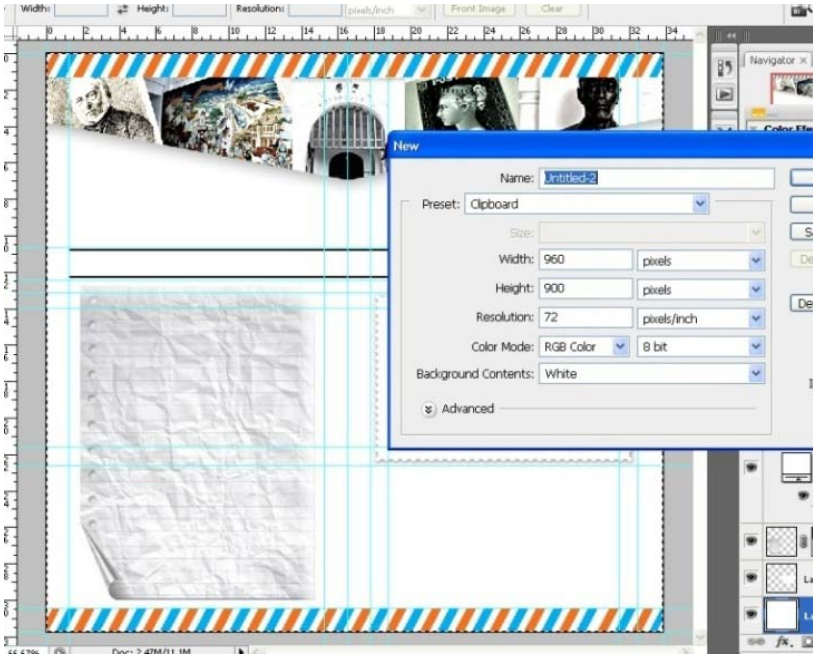
Media	Lokasi Penempatan	Januari				February				Maret				April				Mei			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
X- Banner	Di tampilkan di Museum																				
Poster	Di tempel di tempat pengisian Buku tamu																				
Flayer	Di bagikan di Museum kepada pengunjung																				
Sticker	Di bagikan di Museum kepada pengunjung																				
Mug	Merchendise dijual Bisa di pesan melalui website																				
Botol Minuman	Merchendise dijual Bisa di pesan melalui website																				
Kalender	Merchendise dijual Bisa di pesan melalui website																				

III.2 Konsep Visual

Konsep visual merupakan merancangan penggayaan yang bertujuan untuk menyampaian pesan melalui visual, agar informasi yang ingin disampaikan mudah diterima dan dapat memperkuat kemampuan komunikasi dari pesan yang akan di sampaikan kepada target audien, Adapun diantaranya bagian dari konsep yang meliputi :

III.2.1 Format Desain

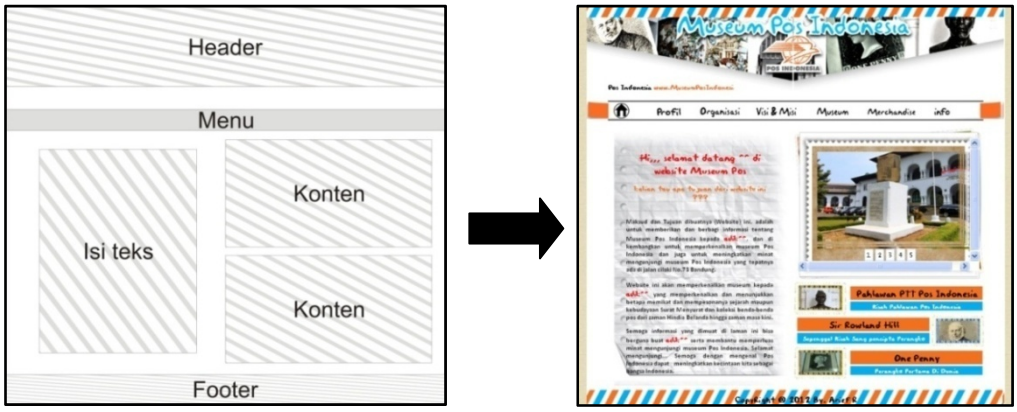
Format desain yang akan di pakai adalah menggunakan format kertas landscape dan menggunakan bidang kertas yang berukuran lebar 960 pixel x tinggi 900 pixel, dan resolusi akan menggunakan 72 pixel/ inch.



Gambar III.5 Tampilan Format desain *website*

III.2.2 Tata Letak

Tata letak (*layout*) adalah merupakan proses penataan, dan pengaturan teks atau grafik pada halaman *layout* meliputi penyusunan, pembagian, tempat dalam suatu halaman, pengaturan jarak spasi, pengelompokan teks dan grafik. Sesuai data yang akan banyak di gunakan Maka, perancangan media *website* ini akan menggunakan model *layout mid index* atau tata letak daftar kata di bagian atas.



Gambar III.6 Tampilan tatak letak (*layout*)

III.2.3 Huruf

Tipografi adalah seni huruf, meliputi pemilihan huruf, penentuan ukuran yang tepat, spasi jarak. Di perancangan *website* ini akan menggunakan jenis huruf *Akbar* yang bersifat ke anak-anakan, agar terlihat kesan unik, lucu, dan lebih akrab.

Jenis Huruf Akbar :

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 10 ! @ # $ % ^ & *

( )



Gambar III.7 Tampilan penempatan Huruf Akbar.

Dan pada isi teks akan menggunakan jenis font *Calibri*, karena akan lebih mudah dibaca.

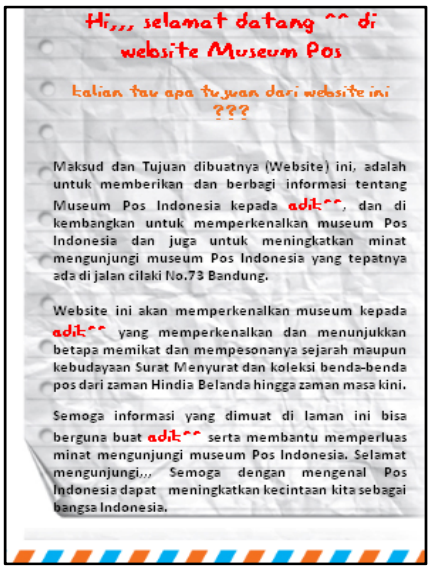
Jenis huruf Calibri :

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 10 ! @ #

$ % ^ & * ( )



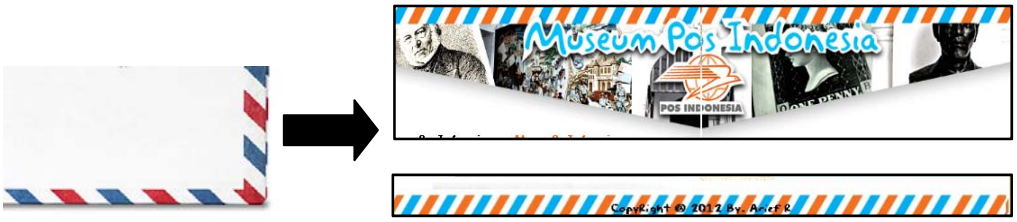
Gambar III.8 Tampilan penempatan Huruf Calibri.

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan di multimedia interaktif *online* (*website*) ini, akan menggunakan elemen-elemen gambar vektor yang berhubungan dengan perposan seperti kertas surat, amplop, dan perangko. Karena disesuaikan dengan target *audien*.

- **Header**

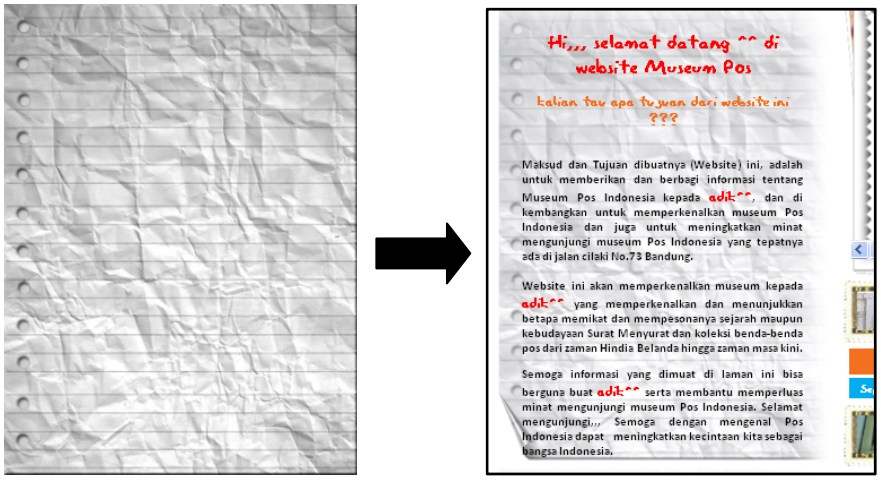
Didalam header, terdapat potongan gambar benda-benda pos dan bingkai *website* menggunakan visual elemen kertas amplop. Dengan penggayaan visual yang telah dipakai, maka diharapkan dapat menarik perhatian dari target audien.



Gambar III.9 Tampilan Header & Footer *website*.

- **Isi Teks**

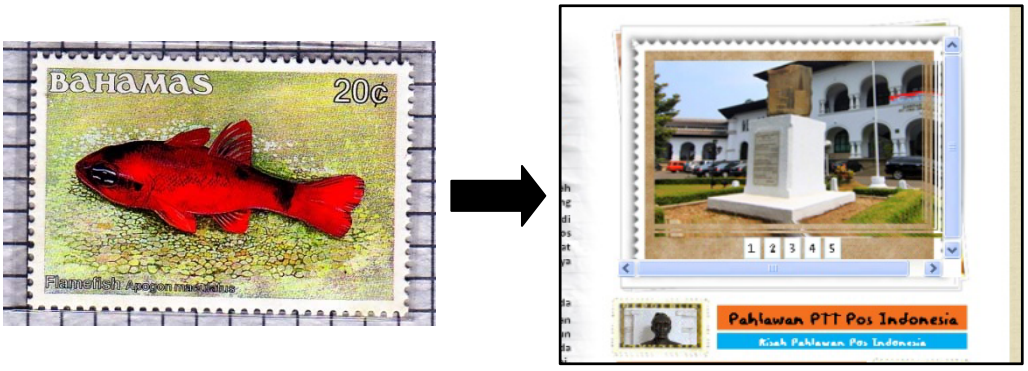
Isi teks menggunakan potongan kertas surat, dengan penggayaan visual yang telah dipakai ini, diharapkan menarik dapat perhatian dari target audien.



Gambar III.10 Tampilan isi teks

- **Konten**

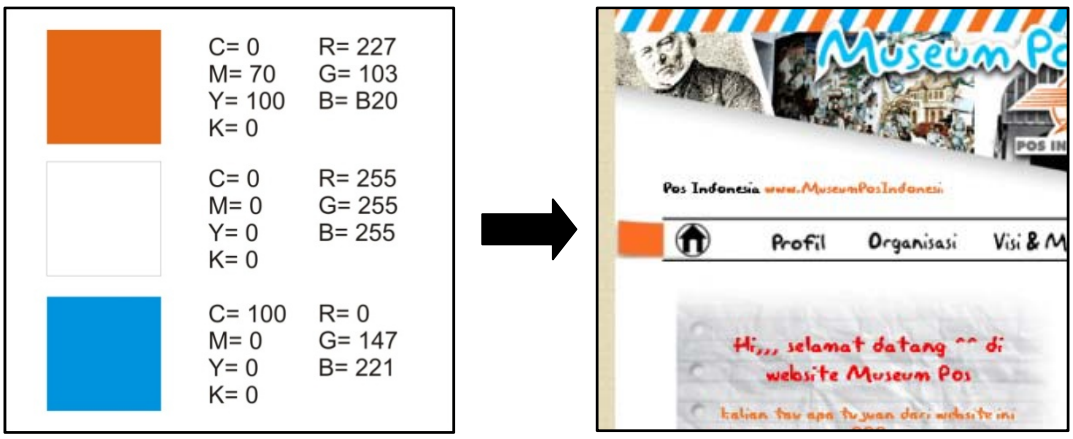
Konten menggunakan gaya visual bingkai perangko, dengan penggayaan visual yang telah dipakai, maka diharapkan menarik dapat perhatian dari target audien.



Gambar III.11 Tampilan konten

III.2.5 Warna

Warna yang akan digunakan di fokuskan ke perpaduan warna warna cerah. Mode warna dalam perancangan ini akan menggunakan mode warna RGB. RGB adalah warna utuk tampilan layar yang lebih baik, karena RGB merupakan suatu kumpulan warna cahaya yang berupa pixel.



III.12 Warna yang di pakai

Warna mempunyai arti emosi yang melekat, yang bisa ditimbulkan dengan memperlihatkan keserasian warna dengan cara yang benar. Seperti warna yang akan di pakai di multimedia ini diantaranya yaitu :

- **Jingga**

Jingga mempunyai arti positif yaitu, “kehangatan, bersemangat, ceria, keseimbangan, musim gugur, menimbulkan getaran”.

- **Putih**

Putih mempunyai arti positif yaitu, “kesucian, kebersihan, steril, jujur, kemurnian, kesederhanaan, damai, kebaikan, disiplin, perawan, perkawinan, musim dingin, musim salju, malaikat”.

- **Biru muda**

Putih mempunyai arti positif yaitu, “kepercayaan, kesetiaan, pengabdian, ketenangan, kedamaian, ketulusan, kesejukan, air/laut, awan/langit, harmoni, kebersihan, konservatif, percaya diri, penyembuhan, ningrat, tidak bersalah, adil, berfikir, konsisten”.