BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN

KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Berdasarkan beberapa masalah yang telah dituliskan diatas, maka ditetapkan media promosi cetak sebagai media yang cocok untuk alternatif solusi penyelesaian masalah yang ada. Dengan memunculkan karya visual yang mengandung unsur kebudayaan tradisional klasik namun tetap mengasyikan dan elemen-elemen visual berupa alat musik tradisonal sangat berguna untuk membangun citra yang kuat terhadap kesenian Tarawangsa.

Diperlukan suatu program dan media yang bisa mendukung promosi untuk memperkenalkan kembali kesenian Tarawangsa kepada masyarakat sebagai solusi yang dapat merubah citra Tarawangsa dimata masyarakat. Untuk itu perancangan promosi harus disusun secara tepat, baik materi, cara penyampaian, dan efektif pada target khalayak. Melalui pendekatan secara persuasif yang bertujuan untuk mengajak khalayak mengetahui bahwa kesenian Tarawangsa memiliki niali-nilai kehidupan yang positif untuk masyarakat khususnya adalah para remaja yang mulai sedikit demi sedikit mengesampingkan kesenian tradisional yang sudah diwariskan secara turun temurun tersebut.

III.1.1.1 Pesan Utama

Pesan utama yang ingin disampaikan dari promosi ini adalah mengungkapkan bahwa kesenian tradisional tidak kalah keren dan mengasyikan dari yang selama ini dipikirkan oleh para remaja, sehingga dengan adanya media promosi ini diharapkan kesenian Tarawangsa bisa memiliki generasi penerus.

Adapun *tagline* (slogan) pada perancangan ini adalah "Jadul tapi tetap Gaul" positioning ini bertujuan untuk mengajak para remaja mempelajari kembali kesenian Tarawangsa ataupun belajar kesenian tradisional itu tetap keren dan gaul.

III.1.2 Strategi Kreatif

Dalam proses promosi kesenian Tarawangsa mempunyai strategi kreatif berupa poster, yang akan diletakan pada majalah dinding sekolah, tempat-tempat dan jalan umum yang banyak dilalui orang di wilayah kabupaten Sumedang. Kreasi yang akan digunakan dalam format poster ini antara lain menampilkan ilustrasi dua anak remaja yang sedang memegang alat musik Tarawangsa dan yang sedang memainkan Tarawangsa.

Kemudian dengan memadukan elemen-elemen visual seperti siluet dari beberapa alat musik tradisional dan pilihan warna yang didominasi oleh warna coklat. Semuanya berguna untuk membangun kesan seni, klasik, tradisonal yang kuat dan mampu memunculkan citra khas dari kebudayaan tradisional dan ditunjang dengan pemilihan jenis huruf yang telah disesuaikan dengan elemen-elemen tersebut.

III.1.3 Strategi Media

III.1.3.1 Pemilihan Media

Media yang digunakan dalam mempromosikan kesenian Tarawangsa Rancakalong ini adalah media promosi cetak. Pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang ingin disampaikan bisa diterima dan dapat menggugah rasa keingintahuan kepada *target audience*. Media promosi cetak ini sangat cocok dan efektif untuk mengatasi masalah yang ada.

Pemilihan media akan dioptimalkan sesuai dengan kebutuhan dan juga efektifitas, baik waktu pembuatan maupun visual yang digunakan agar dapat mudah dimengerti oleh masyarakat. Adapaun media – media tersebut adalah sebagai berikut:

a. Media Utama

Media utama yang digunakan pada perancangan media promosi kesenian Tarawangsa ini adalah *booklet*. *Booklet* adalah buku berukuran kecil dan tipis, tidak lebih dari 30 halaman bolak balik yang biasanya berisikan gambar, foto, dan tulisan.

b. Media Pendukung

Adapun media pendukung pada promosi ini antara lain sebagai berikut:

1. Poster

Menurut kamus istilah periklanan Indonesia poster adalah Iklan warna berukuran besar yang dicetak pada selembaran kertas dan ditempatkan pada panel, dinding atau jendela kaca. Poster yang akan ditampilkan berupa informasi yang sifatnya mempersuasikan dalam keikutsertaan *target audience* akan berlangsungnya sebuah *event* yang bertujuan mempromosikan kesenian Tarawangsa.

2. Flyer

Media Flyer merupakan media fleksibel karena penyebaranya begitu cepat dan dapat di aplikasikan di berbagai tempat dan kondisi.

3. X – banner

Adalah media yang bersifat sebagai pendukung promosi yang di tempatkan pada tempat-tempat tertentu sehingga informasi terhadap jalanya event dapat diketahui oleh khalayak umum.

4. Spanduk

Spanduk adalah media informasi yang efektif untuk memberikan informasi yang lengkap kepada target sasaran, dengan ukurannya yang lebar dapat memuat informasi yang lengkap.

c. Media Pengingat

Adapun media pengingat pada promosi ini antara lain sebagai berikut:

Gimmik adalah usaha untuk menarik perhatian khalayak melalui objek atau cara yang dianggap sebagai hal baru atau luar biasa sehingga menimbulkan minat dan gairah untuk membeli produk tersebut.

a. *Sticker*
b. Kaos / *T-shirt*
c. Pin
d. Kalender

III.1.4 Strategi Distribusi

Dengan pemilihan media seperti Flyer, Poster, X banner, dan *Gimmic* dll. Diharapkan dengan media-media tersebut promosi ini dalam penyampaian informasinya bisa dengan mudah sampai kepada target sasaran. Karena media-media ini bisa dijangkau oleh target sasaran yang dituju dan penempatan media yang strategis sehingga dapat ditemukan dengan mudah.

Dalam penyebaran media-media yang telah disebutkan diatas, akan melibatkan pihak-pihak yang dapat dengan mudah membantu penyebaran media promosi ini. Seperti dinas pariwisata dan kebudayaan serta departemen pendidikan nasional terkait.

Dalam menyusun strategi distribusi perlu dipertimbangkan hal yang mendasari tentang lamanya menginformasikan dan memperkenalkan kesenian Tarawangsa, termasuk setiap tahapan yang ada. Jalur distribusi yang akan digunakan pun harus jelas, jalur-jalur yang digunakan bisa melalui dinas pemerintah daerah.

III.1.4.1 Pertimbangan Dasar Distribusi

Agar promosi ini sampai pada target *audiens* maka perlu adanya strategi dalam mendistribusikan media promosi yang dibuat, hal ini dilakukan agar apa yang diharapkan dalam pendistribusian media promosi ini benar-benar sampai pada target audiens, untuk itu maka perlu adanya langkah-langkah dengan menjalin kerjasama dengan beberapa pihak yang erat hubungannya dengan pihak dinas pariwisata dan kebudayaan, dengan mendapatkan dukungan sepenuhnya dari PEMDA Kabupaten Sumedang, ini dilakukan untuk membuka jalur kemudahan dalam pendistribusian media promosi yang dibuat.

III.1.4.2 Jalur Distribusi

Jalur distribusi dalam promosi kesenian Tarawangsa ini, dibagi dalam dua jalur yaitu, jalur umum dan jalur khusus. Adapun jalur distribusi dengan jalur umum, adalah dengan cara memperkenalkan langsung media-media promosi kepada target sasaran. media tersebut adalah *flyer*, poster, Spanduk Yang ditempatkan di sekolah-sekolah diwilayah Kabupaten Sumedang, dan tempat-tempat umum di Kabupaten Sumedang yang biasanya menjadi tempat yang banyak dikunjungi para target audiens.

Jalur khusus adalah penyebaran media yang khusus melalui media *banner*,dan instansi terkait yaitu Dinas Pariwisata Sumedang. Yang penyebaran medianya bisa diikuti dengan mendapatkan informasi yang lebih jelas mengenai kesenian Tarawangsa.

III.2 Konsep Visual

Panel Konsep *Background*



Gambar III.1 Panel Konsep *Background*

Tampilan *background* menggunakan warna coklat yang melambangkan sebuah unsur klasik yang kemudian dipadukan dengan adanya siluet-siluet yang menggunakan beberapa alat musik tradisional.

III.2.1 Gaya dan Kesan

Gaya visual yang digunakan pada konsep perancangan Sosialisasi ini adalah dengan menampilkan ilustrasi dua orang remaja yang sedang memegang dan memainkan Tarawangsa. Dengan mengenakan *pangsi* atau pakaian adat dan ikat kepala sebagai aksesoris.

III.2.2 Format Desain

Pada desain untuk perancangan media akan digunakan komposisi landscape, portrait dan format logo pada media yang akan ditempatkan pada setiap media yang digunakan. *Layout* atau tata letak yang meliputi penempatan semua unsur desain, yaitu, ilustrasi, teks dan foto.

III.2.4 Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf dan cara pengolahannya. Berikut ini adalah beberapa huruf yang dipakai dlam perancangan media promosi, baik media utama maupun media pendukung.

Harrington

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789,./<>?;:'"[{}]!@#$%^&*()-_=+

Forte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789,./?<>;:'"[{}]!@#$%^&*()-_=+



Gambar III.2 Aplikasi Tipografi pada media

III.2.5 Ilustrasi

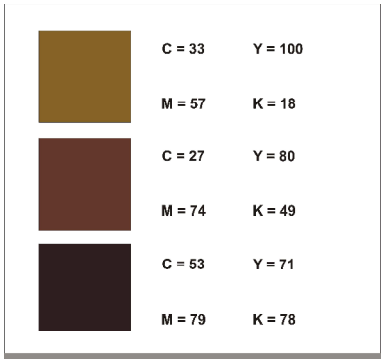
Penggunaan ilustrasi berfungsi untuk menjelaskan, mempertegas dan sekaligus sebagai persuasi terhadap event tersebut.Ilustrasi yang dipakai pada media utama maupun pendukung tidak lepas dari unsur-unsur klasik.



Gambar III.3 Ilustrasi remaja pada media

III.2.6 Warna

Warna merupakan unsur desain yang sangat mempengaruhi kesan. Warna dalam konsep perancangan promosi ini adalah lebih menonjolkan warna coklat. Pemilihan warna dalam konsep ini berdasarkan kepada unsur Tarawangsa yang memiliki warna coklat kayu. Selain itu warna coklat menimbulkan kesan klasik.



Gambar III.4 Warna yang digunakan pada media



Gambar III.5 Aplikasi Warna Pada Media