BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat mengenai media informasi efek positif dan efek negatif kopi adalah dengan merancang secara umum menampilkan informasi-informasi berupa teks dan beberapa medianya dilengkapi dengan gambar sebagai memperjelas dari informasi yang dikemas semenarik mungkin dan membuat orang penasaran.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Dalam membuat perancangan media informasi ini, terdapat pendekatan komunikasi yang akan dilakukan, yaitu :

a. Pendekatan Visual

Media informasi ini dimaksudkan agar masyarakat tidak hanya menikmati kopi tetapi juga memahami apa efek yang terkandung dalam minuman kopi. Pendekatan komunikasi visual dalam perancangan media informasi adalah segala hal yang berhubungan dengan kopi, baik itu warna, bentuk, biji kopi dan cangkir kopi, namun tetap berfokus pada inti informasi yang disampaikan.

b. Pendekatan Verbal

Memberikan informasi tentang efek positif dan efek negatif kopi yang akan dikemas dengan menggunakan bahasa Indonesia yang lugas, agar lebih mudah menyampaikan pesan dan langsung kepada inti informasi (*to the point*) sehingga masyarakat mengetahui efek positf dan negatif kemudian informasi yang didapatkan dimanfaatkan.

III.1.2 Strategi Kreatif

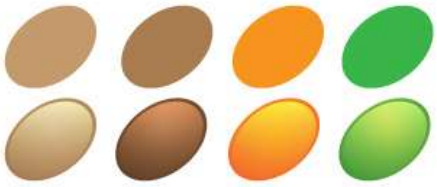
Dilihat dari berbagai jenis media informasi yang ada serta target *audience* yang dituju maka strategi kreatif yang dipakai adalah dengan membuat sebuah *website* yang berisi mengenai informasi efek positif maupun efek negatif dan takaran. Pertimbangan dengan penyampaian informasi melalui *website* karena

disesuaikan dengan target yang dituju, setelah itu didukung dengan beberapa media yang mengarahkan kepada media utama (*website*).

III.1.2.1 Gagasan Visual

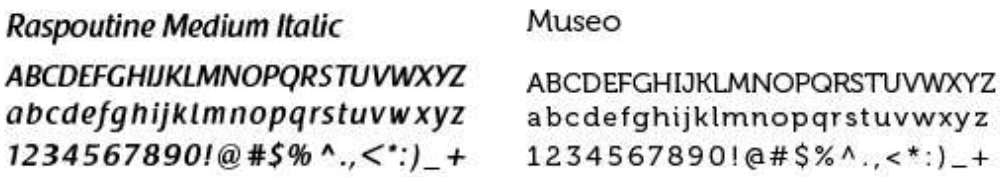
Gagasan visual yang ditampilkan dalam media informasi efek positif dan negatif kopi ini yaitu kesan kopi, tidak kaku, bersahabat dan santai. Kesan tersebut ditujukan dari penggunaan warna, tipografi, bentuk dan layout dalam aplikasi media.

a. Warna yang digunakan yaitu warna yang memberi kesan hangat, bersahabat.



Gambar III.1 Beberapa contoh warna yang dipakai

b. Tipografi yang digunakan dalam informasi ini adalah tipografi yang mencerminkan karakter tidak formal, bersahabat dan santai namun tetap memiliki keterbacaan yang mudah dipahami.



Gambar III.2 Contoh beberapa tipografi pada perancangan

c. Bentuk-bentuk yang digunakan dalam media informasi ini yaitu bentuk-bentuk yang berhubungan dengan kopi dan memberi kesan tidak kaku.



Gambar III.3 Contoh beberapa bentuk yang dipakai pada perancangan

III.2 Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan media informasi ini yaitu hal-hal yang berhubungan dengan kopi dan memberi kesan kopi, tidak kaku, bersahabat dan membuat orang penasaran.

III.2.1 Judul Media Informasi

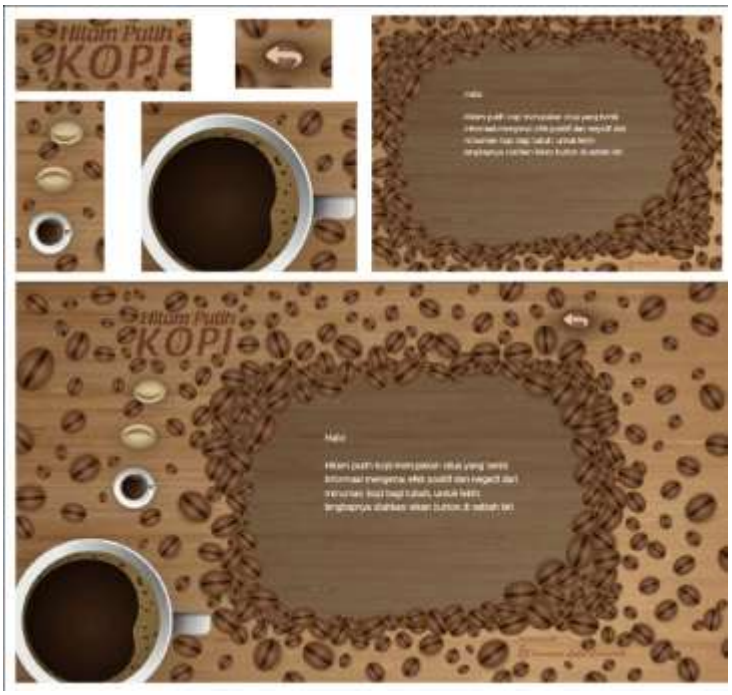
Judul yang digunakan dalam media informasi ini didesain secara sederhana agar mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Judul informasi pada perancangan yaitu hitam putih kopi dimaksudkan agar membuat orang penasaran tentang media informasi ini. Judul dalam informasi ini yaitu hitam putih kopi, karena informasi ini menekankan tentang efek positif dan efek negatif kopi. Efek negatif dinalaogikan dengan kata hitam, sedangkan efek positif dianalogikan dengan kata putih.



Gambar III.4 Judul yang digunakan pada media utama

III.2.2 Tata Letak (*layout*)

Tata letak yang digunakan pada setiap media informasi yaitu *landscape* dan *custom* Untuk identitas dari perancangan media informasi efek kopi ini memiliki kerterkaitan antara media informasi satu dengan media yang lainnya. Konsep *Layout* media utama perancangan ini yaitu kumpulan biji kopi yang tersebar pada permukaan kayu yang membentuk sebuah bentuk oval pada bagian tengah sebagai dimaksudkan agar sebagai ruang untuk inti informasi dan ilustrasi dari perancangan ini. Tombol menu berada di bagian kiri dimaksudkan agar *user* tidak bingung untuk mencari tombol menu. Cangkir kopi ditempatkan pada pojok kiri bawah dan berukuran cukup besar dimaksudkan sebagai aksentuasi.



Gambar III.5 Beberapa *capture* judul,tombol dan *index*

III.2.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan media informasi ini yaitu, raspoutine medium italic sebagai *headline* dan *subhedaline*, dan museo digunakan sebagai *body teks* pada informasi ini. Huruf - huruf tersebut digunakan karena memberi kesan santai bersahabat / ramah dan tidak kaku.

Raspoutine Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890~_=,.:'}{!@#&()*

Museo

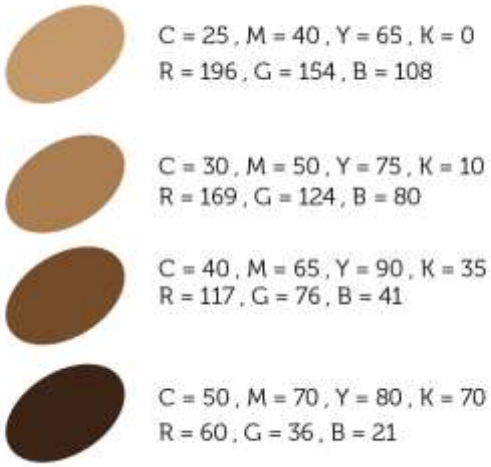
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890~_=,.:'}{!@#&*()



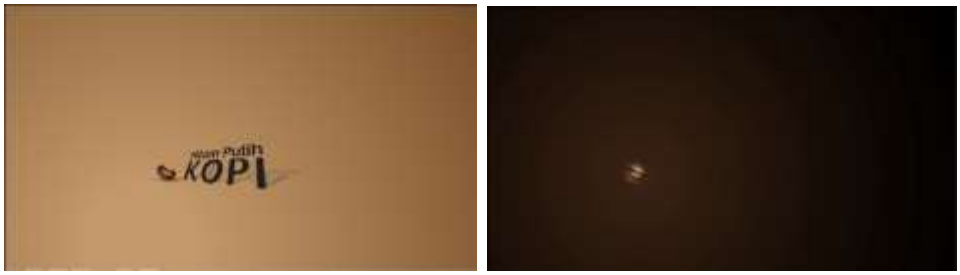
Gambar III.6 Tipografi yang digunakan dan *capture* pada aplikasi media

III.2.4 Warna

Warna yang akan digunakan dalam perancangan media informasi ini menggunakan yaitu warna yang mengacu pada dominan diantanya yaitu coklat gelap. Warna coklat sendiri mengartikan tenang, alam, bersahabat, ketergantungan dan menyehatkan



Gambar III.7 Skema warna yang digunakan



Gambar III.8 *Capture* penggunaan warna pada aplikasi media

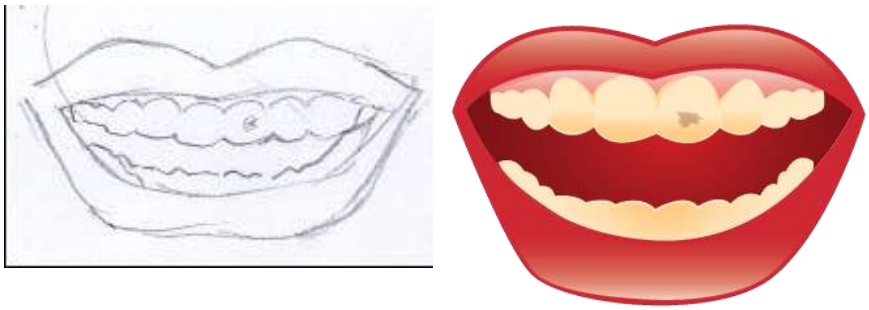
III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan pada perancangan media informasi mengenai efek positif dan negatif kopi ini yaitu penyederhanaan dari poin-poin informasi

mengenai efek positif maupun negatif kopi dan takarannya. Ilustrasi yang digunakan menggunakan vektor.



Gambar III. 9 referensi salah satu efek negatif kopi (gigi menjadi kuning dan karang gigi)
Sumber : http://agen-gamat.com/wp-content/uploads/2011/12/Spontaneous-gingival-bleeding-of-same-patient-with-cirrhosis.jpg



Gambar III. 10 sketsa serta ilustrasi dari gigi kuning dan karang gigi



Gambar III. 11 *Capture* ilustrasi pada aplikasi media

III.3 Strategi Media

Pemilihan media yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi adalah media yang mudah dijumpai dan berada disekitar khalayak sasaran. Media yang digunakan antara lain:

a. Media Utama

1. *Website*

Media ini dipilih sebagai media utama sebab media ini sesuai dengan target yang dituju, karena target dalam kesehariannya sealalu menggunakan akses internet. Didukung saat ini dengan jumlah pengakses internet yang semakin banyak serta mempunyai keuntungan jangkauan yang luas.



Gambar III.12 *Capture Index* pada *website*

b. Media Pendukung

Beberapa pertimbangan media yang dipilih sebagai media penunjang ialah sebagai berikut :

1. *Web banner*

Web banner ini di terapkan pada situs-situs dengan pengguna yang cukup banyak, salah satunya yaitu www.yahoo.co.id , dimaksudkan agar media dilihat oleh target dan *web banner* ini berfungsi sebagai menghubungkan ke media utama.



Gambar III.13 *Capture web banner* pada situs www.yahoo.co.id

2. Aplikasi telepon pintar (*smartphone*)

Media ini diaplikasi ini berbentuk program pada telepon pintar, Informasi yang diberikan pada media ini yaitu tentang efek positf dan negatif dari kopi.



Gambar III.14 *Icon* dan intro pada telepon pintar

3. Brosur

Menampilkan garis besar informasi tentang efek positif dan negatif dari kopi serta takaran. Brosur ini disebarkan di kedai-kedai kopi, sehingga target primer maupun sekunder mendapatkan informasi mengenai ini.



Gambar III.15 Brosur

4. Poster

Poster memuat informasi yang sama seperti halnya brosur, poster ini diterapkan dihalte, kampus-kampus, perkantoran, mal, jalan, restoran.





Gambar III.16 Poster

5. Ambient media

Ambient media dimaksudkan agar target menerima informasi yang tak diduga-duga, penempatan ambient media ditempatkan di kedai maupun cafe-cafe kopi serta di tempatkan juga di lokasi yang strategis (lokasi-lokasi yang sering dikunjungi oleh masyarakat).



Gambar III.17 *Ambient* media