BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari kesenian tradisional upacara adat Perang Ketupat yaitu merancang atau membuat suatu media promosi berupa poster yang bersifat mengajak dan mendorong masyarakat kota Pangkal Pinang untuk peduli terhadap pelestarian kebudayaan perayaan adat Perang Ketupat. Dirancang sedemikian rupa, pesan kata disesuaikan dengan target sasaran agar dapat diterima, dimengerti, dan mudah dipahami oleh generasi muda khususnya kalangan pelajar dan mahasiswa.

3.1.1 Strategi Komunikasi

Untuk mengkampanyekan gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dibutuhkan suatu bentuk komunikasi yang dapat dengan mudah dimengerti oleh sasaran. Komunikasi tersebut dapat menggunakan bahasa-bahasa visual. Perancangan komunikasi visual kali ini menyampaikan suatu pengetahuan tentang perayaan adat Perang Ketupat melalui konsep desain yang bisa menarik perhatian masyarakat, khususnya remaja. Untuk menciptakan desain yang informatif dan komunikatif. Tipografi, ilustrasi dan warna merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terpisahkan dari elemen desain. Dalam perancangan suatu karya desain pemilihan elemen tipografi, ilustrasi dan warna sangatlah penting kedudukannya

sehingga harus dipikirkan dan direncanakan dengan baik karena dapat mempengaruhi karya desain tersebut. Strategi komunikasi yang dilakukan, yaitu :

- Memperkenalkan perayaan adat Perang Ketupat desa Tempilang
- Menggunakan kata-kata yang jelas.
- Menggunakan pendekatan bahasa dan visual secara persuasif (meyakinkan/mengajak).

3.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang bersifat informatif dan persuasif, agar khalayak sasaran dapat memahami bahwa perayaan adat Perang Ketupat adalah salah satu warisan kebudayaan di Kepulauan Bangka Belitung yang memiliki kelebihan serta keunikan tersendiri yang patut untuk dilestarikan. Dalam pembuatan perancangan kampanye sebagai media penetahuan tentang perayaan adat Perang Ketupat ini, tujuan komunikasi sangatlah penting agar media kampanye yang disampaikan dapat tepat sasaran, adapun tujuannya adalah :

- Untuk memperkenalkan perayaan adat Perang Ketupat desa Tempilang beserta dengan semua kesenian tradisional Pulau Bangka yang ditampilkan.
- Respon yang diinginkan yaitu meningkatkan ketertarikan khalayak untuk berkunjung ke desa Tempilang menyaksikan langsung acara perayaan adat Perang Ketupat ini dan ikut serta dalam pelestarian kebudayaan.

3.1.3. Tema Dasar Komunikasi

Penyampaian pesan utama yang akan disampaikan perayaan adat Perang Ketupat kepada khalayak, kampanye gagasan utamanya adalah memperkenalkan Perang Ketupat kepada khalayak, tentang tradisi, kebudayaan, kesenian tradisional, objek wisata dan nilai lebih yang ditawarkan dari perayaan adat Perang Ketupat.

3.1.4. Tema dan Pesan Utama

Tema dasar kampanye diperlukan sebagai teknik pendekatan yang akan digunakan dalam menyampaikan pesan. Adapun pesan yang akan disampaikan adalah mengajak target audiens untuk bersama-sama melestarikan kebudayaan adat perang ketupat, bukan hanya di kawasan kota Pangkal Pinang namun juga di daerah-daerah sekitarnya.

3.1.5. Pendekatan Bahasa

Bahasa yang digunakan sederhana, singkat dan jelas. penggunaan bahasa baku dan sederhana agar target audiens akan lebih mudah mengerti dan memahaminya. Bahasa lokal kota Pangkal Pinang yaitu bahasa Bangka juga digunakan untuk *tagline* kampanye ini dengan tujuan menjelaskan bahwa kampanye ini dilaksanakan di kota Pangkal Pinang kepulauan Bangka Belitung.

3.1.6. Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan dalam promosi ini yaitu: Memberikan informasi kepada khalayak tentang keberadaan perayaan adat Perang Ketupat sebagai salah satu kesenian tradisional dan aset kebudayaan yang ada di kepulauan Bangka Belitung. Mengajak para remaja agar mau mengunjungi desa Tempilang dan menyaksikan perayaan adat Perang Ketupat sehingga dapat turut serta menjaga kelestarian budaya.

3.1.7. *Tagline* Kampanye

Tagline yang digunakan dalam media kampanye ini adalah ***"Yo Kite Nunton Same - Same"*** sementara headline mengikuti visual yang digunakan. *Tagline "Yo Kite Nunton Same - Same"* dalam bahasa Indonesia artinya " Ayo Kita Nonton Bersama-Sama" membawa pesan kepada target audiens, agar mengajak semua masyarakat khususnya generasi muda untuk bersama-sama menonton perayaan adat perang ketupat, yang berarti mengajak bersama-sama untuk melestarikan kebudayaan adat perang ketupat dan menjaganya bersama-sama agar tetap bertahan dan tidak punah. Isi pesan menyesuaikan visual yang digunakan, namun memiliki kesamaan tujuan pada setiap alternatif visual yang digunakan, yaitu tentang manfaat menumbuhkan semangat dan kesadaran target audiens untuk melestarikan kebudayaan upacara adat Perang Ketupat.

Yo Kite Nunton Same-Same

Gambar 3.1. *Tagline* Kampanye

3.2. Identitas Kampanye

Logo adalah sebuah simbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan, lembaga atau produk. Logo terdiri dari dua bagian yaitu *logogram* dan *logotype*.

Untuk logo dalam kampanye ini konsep awal menggunakan gambaran umum dari Perang Ketupat, yaitu ketupat. Dari proses *mind mapping* diperoleh bentuk dasar yaitu stilasi (penyederhanaan bentuk) dari ketupat atau amunisi yang digunakan dalam Perang Ketupat, pemakaian bentuk ketupat menyimbolkan ativitas utama dari acara Perang Ketupat, yaitu berperang dengan menggunakan ketupat. Stilasi ketupat tersebut dikombinasikan dengan warna-warni yang menyimbolkan keceriaan, kehangatan, dan kebersamaan sesuai dengan tema acaranya yaitu bersuka ria bersama-sama.



Gambar 3.2. Logo Kampanye

3.3. Strategi Kreatif

3.3.1 Tahap Pengenalan

Pada tahap ini, pendekatan kreatif yang dilakukan dalam promosi ini adalah dengan cara mengemas pesan melalui bentuk visual dan verbal untuk menarik perhatian masyarakat sebagai media perkenalan Perang Ketupat terhadap masyarakat yaitu suatu Perayaan adat yang bermuatan budaya.

3.3.2 Tahap Pengingat (Pra Event)

Tahap ini merupakan tahap dimana usaha untuk menanamkan ingatan tentang Perang Ketupat pada masyarakat. Pada tahap ini dilakukan sebuah acara digelarnya perayaan adat Perang Ketupat beserta dengan informasi tentang rangkaian-rangkaian acaranya dan tempat, tanggal pelaksanaannya.

.

3.4. Strategi Media

Pendekatan yang digunakan dengan cara mengemas materi pesan kedalam media dengan bahasa visual dan verbal dan mensosialisasikan pesan dan mengaplikasikan pada media utama dan pendukung. Adapun media yang digunakan pada perancangan kampanye ini antara lain:

A. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah media cetak yang berbentuk poster. Karena poster dapat menyebarkan pesan dengan jangkauan yang cukup luas serta memiliki tingkat keterlihatan dan keterbacaan yang baik. Poster yang ditampilkan adalah poster dengan materi pesan tentang informasi perayaan adat Perang Ketupat.

B. Media Pendukung

Media pendukung untuk membantu menyampaikan pesan dalam tahapan kampanye ini meliputi media pendukung berupa cetak, dan gimmick. Yang disesuaikan dengan ruang lingkup keseharian dari target audience promosi. Meliputi:

- Leaflet
- Umbul-umbul
- Mini X-Banner
- Flag chain
- Pin
- Name tag
- T-shirt
- Spanduk
- Stiker
- Mug

3.5. Strategi Distribusi

Berikut merupakan tabel dari lokasi-lokasi strategis yang menjadi target penyebaran dan penempatan media beserta waktu penyebarannya:

Media	Tempat / Lokasi	Waktu Penyebaran											
		April				Mei			Juni				
		Minggu ke				Minggu ke			Minggu ke				
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Poster 1	Sekolah, Kampus, Pemukiman warga, Sekitar Pantai Pasir Kuning, Tempat-tempat nongkrong remaja.												
Poster 2 (*Event*)	Sekolah, Kampus, Pemukiman warga, Sekitar Pantai Pasir Kuning, Tempat-tempat nongkrong remaja.												
Leaflet	Dibagikan kepada pelajar dan mahasiswa sekitar lingkungan sekolah dan kampus.												
Spanduk	Di jalan-jalan pusat kota Pangkal Pinang.												
Mini X-Banner	Kantin sekolah/kampus,took-toko buku, tempat nonkrong remaja.												
Umbul-Umbul	Di jalan-jalan pusat kota Pangkal Pinang.												
Poster 3 (*Event*)	Sekolah, Kampus, Pemukiman warga, Sekitar Pantai Pasir Kuning, Tempat-tempat nongkrong remaja												
Flag Chain	Sekitar area Pantai Pasir Kuning (Saat event berlangsung)												
Name Tag	Dibagikan pada saat event berlangsung												
Kaos	Dibagikan pada saat event berlangsung												
Merchandise	Dibagikan pada saat event berlangsung												

Gambar 3.3. Tabel Strategi Distribusi media

3.6. Konsep Visual

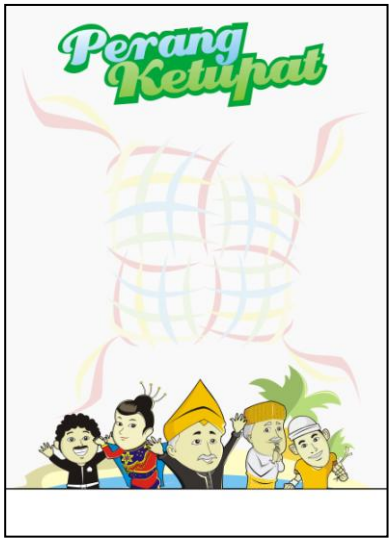
Konsep visual dalam perancangan kampanye ini secara garis besar memunculkan kesan ceria, kebersamaan, penuh warna, menggambarkan ciri khas dari acara perayaan adat Perang Ketupat serta munculnya kesan kebudayaan dan kesenian desa Tempilang pulau Bangka. Konsep visual yang dibuat meliputi lima hal, yaitu:

1. Format desain
2. Tata letak atau *layout*
3. Tipografi
4. Warna
5. Ilustrasi

3.6.1 Format Desain

Format desain yang dibuat diolah sedemikian rupa dan disesuaikan dengan media yang akan digunakan sehingga tidak terlihat monoton. Peletakan gambar, *teks, keyword*, dan juga *tagline* akan disesuaikan dengan media yang akan digunakan.





Poster 1 Poster 2

Gambar 3.4. Format Desain

3.6.2 Tata Letak atau *Layout*

Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif sehingga memudahkan pembaca untuk menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap media *layout*, penempatan unsur-unsur grafis disusun sedemikian rupa untuk mendapatkan kesan yang menarik dan informatif. *Layout* pada media utama yaitu poster terfokus dibagian tengah media dan didukung dengan penempatan logotype diatasnya, serta penempatan *keyword* dan *tagline* untuk lebih memahami isi dari pesan yang akan disampaikan.



Varian 1



Varian 2

Gambar 3.5. Tata Letak atau Layout

3.6.3 Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan kampanye ini mempunyai beberapa kriteria yaitu:

- Persuasif, bersifat mengajak.
- Memperhatikan kenyamanan dan kemudahan saat membaca.
- Pemilihan huruf menggunakan bentuk huruf yang disesuaikan dengan gaya remaja pada masa sekarang, sehingga akan memberikan kesan menarik dan informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas. Alternatif huruf sebagai berikut:

1. Creampuff

   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

   ! @ $ & * ( ) [ ] : ; “ ‘ , . / ? _

2. Comic Book

   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

   ! @ $ & * ( ) [ ] : ; “ ‘ , . / ? _

3. BBAlpha Sans Condenced

   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

   ! @ $ & * ( ) [ ] : ; “ ‘ , . / ? _

4. BBAlpha Sans

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

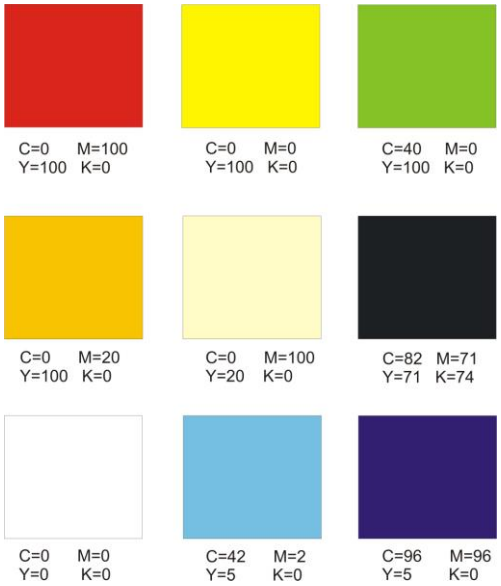
R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! @ $ & * ( ) [ ] : ; “ ‘ , . / ? _

3.6.4 Warna

Warna merupakan unsur penting yang dapat memperkuat gagasan visual dalam penyampaian sebuah pesan agar pesan dapat diterima dengan baik. Warna yang diambil mempunyai kesan ceria seperti warna pelangi (mejikuhibiniu) dan tidak melupakan unsur warna budaya.



Gambar 3.6. Contoh Studi Warna

3.6.5 Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang digunakan dalam perancangan kampanye ini menggunakan gaya *vector* yang menggambarkan berbagai alat kesenian khas pulau bangka dan mengilustrasikan beberapa karakter pelaku pelaksanaan perayaan adat Perang Ketupat yang diantaranya: Dukun darat, Dukun laut, Penari *Serimbang*, Penari *Kedidi*, dan Peserta perang. Dengan demikian ilustrasi tersebut dapat menggambarkan suatu kegiatan yang ada di acara perayaan adat Perang Ketupat yang diadakan di tempat wisata Pantai Pasir Kuning Tempilang dengan konsep yang ceria. Terdapat juga gambar "Stilasi Ketupat" sebagai visual utama karena ketupat merupakan amunisi dalam acara perayaan adat Perang Ketupat ini.

3.6.5.1 Studi Karakter dan Ilustrasi

Pada media promosi ini, ilustrasi yang digunakan adalah visual berupa gambar manual dari proses sketsa yang kemudian direalisasikan secara digital. Perwujudan gambar berupa karakter para pelaku Perang Ketupat yang berperan penting dalam acara, dengan garis outline yang tegas dan warna yang blok, sehingga sangat simple, sederhana dan tidak terlalu rumit untuk ditangkap para remaja. Visual Karakter di ilustrasikan dengan gaya ilustrasi remaja masa kini, dengan tidak melupakan unsur-unsur kebudayaan. Ilustrasi ekspresi wajah karakter yang selalu tersenyum memberikan kesan ramah, sopan, dan bersahabat. Hal ini bertujuan untuk menanamkan pesan ke dalam benak sasaran bahwa semua siapapun yang datang menyaksikan acara Perang Ketupat akan disambut dengan

baik, agar mengundang ketertarikan khalayak untuk ikut melestarikan kebudayaan adat ini.

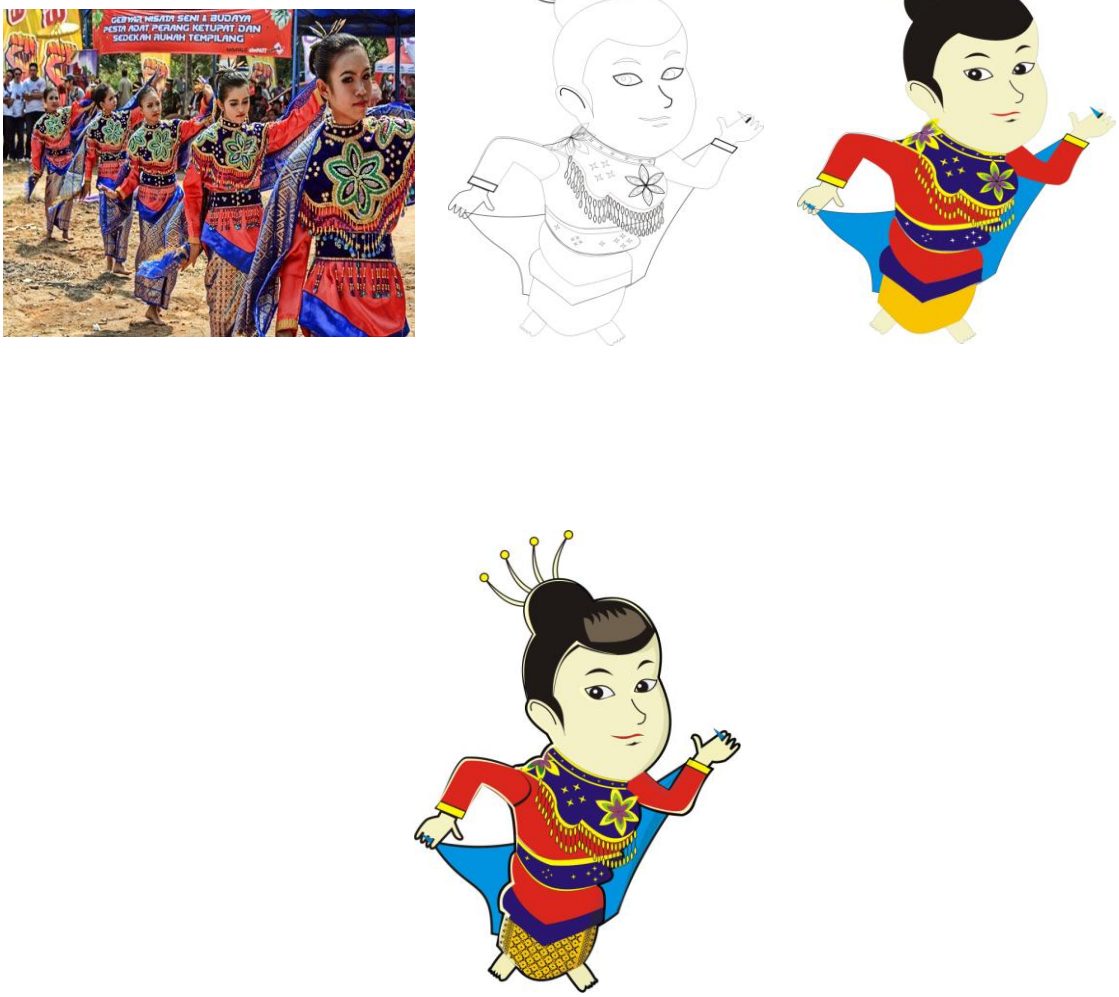
1. Dukun Laut (Dukun Senior)



Gambar 3.7. Karakter Ilustrasi Dukun Laut

(Dukun Senior)

2. Penari Serimbang



Gambar 3.8. Karakter Ilustrasi Penari Serimbang

3. Penari Kedidi







Gambar 3.9. Karakter Ilustrasi Penari Kedidi

4. Dukun Darat









Gambar 3.10. Karakter Ilustrasi Dukun Darat

5. Peserta Perang Ketupat





Gambar 3.11. Karakter Ilustrasi Peserta Perang Ketupat