# BAB III
# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

## III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan disimpulkan dari beberapa pemecahan masalah dari pentingnya perawatan kendaraan bermotor bagi para pengendara di wilayah kota Bandung yaitu membuat media informasi tentang pentingnya perawatan berkala sepeda motor.

### III.1.1 Pendekatan komunikasi

Berdasarkan data penelitian yang telah dianalisa, maka dalam perancangan akan dilakukan pendekatan komunikasi dengan mengungkapkan fakta-fakta yang terjadi disertai dengan solusi yang harus dilakukan. Fakta yang diperoleh dari data-data yang ada membuktikan bahwa dari kalangan tukang ojeg memiliki masalah seperti: biaya servis kendaraan yang cukup mahal itu dapat menyebabkan sepeda motor rusak dan dapat merugikan tukang ojeg dan pengendara lain di jalan raya.

Strategi komunikasi yang akan dilakukan yaitu : Membuat sasaran melihat dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media utama brosur lipat dan media pendukungnya *event* yang berisi penyuluhan, servis gratis dan hiburan bagi para tukang ojeg, dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat juga visual yang menarik, berbeda namun bersifat faktual (mengacu pada fakta-fakta yang ada dan terjadi) juga dapat dimengerti sasaran, dan menyebarkan informasi ini ditempat yang tepat.

Dalam pembuatan perancangan informasi sebagai media *event* pentingnya merawat kendaraan bermotor bagi para pengendara di wilayah kota Bandung, tujuan komunikasi sangatlah penting agar media *event* yang disampaikan dapat tepat sasaran, adapun tujuan dari komunikasi adalah selain memberikan informasi dan pengertian tentang pentingnya keselamatan bagi dirinya sendiri dan pengendara lain di jalan raya, juga diharapkan kota Bandung menjadi kota percontohan bagi kota lain dan dapat mengurangi tingkat kecelakaan di jalan raya.

Dalam penyampaian pesan utama yang akan disampaikan kepada objek sasaran adalah “ Informasi tentang pentingnya pemeriksaan bermotor secara berkala kepada tukang ojeg di kota Bandung”. Dalam penyampaiannya, perancangan media informasi ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dari kegiatan informasi ini, materi yang akan disampaikan adalah :

- Cara pemeriksaan awal sepeda motor sebelum berkendara.

- Tips perawatan sepeda motor.

**Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan yang ingin disampaikan tepat pada sasaran maka akan dilakukan perancangan media informasi yang berbentuk brosur dengan menggunakan bahasa formal dan informal serta menggunakan kata penegasan, hal ini dikarenakan targetnya adalah tukang ojeg.

**Pendekatan Visual**

Sebuah desain yang dapat mewakili semua pesan utama secara singkat padat dan dapat dimengerti oleh target sasaran. Dengan menggunakan unsur grafis seperti menggunakan background bintang dan garis-garis dan warna-warna gradasi yang mencolok agar desain terlihat lebih menarik. Foto wanita menggunakan jaket kulit juga digunakan bertujuan agar para target sasaran lebih tertarik melihat informasi yang akan disampaikan.

### III.1.2 Strategi Kreatif

Agar informasi yang disampaikan mencapai tujuan yang diharapkan, maka informasi haruslah dilakukan secara efektif. Maksud dari informasi yang efektif adalah informasi yang isi pesan, bentuk pesan, dan strategi visualnya yang berbeda namun menarik contoh: Menggunakan foto wanita cantik di dalam poster,flyer, menggunakan nama event yang menarik “OJEG FIESTA 2012”, dan lain-lain.Pola seperti itu diharapkan informasi yang disampaikan dapat menarik perhatian orang-orang khususnya para pengendara kendaraan bermotor di jalan raya.

### III.1.3 Strategi Komunikasi

Setelah selesai merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif, setelah itu yang harus dilakukan adalah merancang strategi media komunuikasi yang baik, karena dalam menyampaikan suatu pesan kepada khalayak dibutuhkan sebuah media, pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang dapat diterima dengan baik oleh objek sasaran yang ditujunya.

### III.1.4 Strategi Media

Didasarkan pada permasalahnya, maka dalam pemilihan suatu media harus benar-benar tepat dan cermat agar dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan, berikut ini pemilihan media :

**Media Utama**

- Brosur

  Brosur adalah media yang tepat karena didalamnya terdapat panduan yang mengacu pada standar servis pabrik. Isi dari brosur adalah: menghimbau agar para tukang ojeg mengutamakan keselamatan dalam berkendara, cara-cara pemeriksaan sepeda motor sebelum berkendara, cara-cara pencucian sepeda motor. Brosur ini akan dikemas semenarik mungkin sesuai dengan yang agar para pengendara tertarik untuk mengetahui isi brosur.

**Media Pendukung**

- Poster

  Poster adalah media yang cukup efektif untuk menarik perhatian pengendara selain karena biayanya yang cukup rendah poster juga dapat ditempatkan dimana saja sehingga cakupannya luas. Poster ini akan di tempatkan di pangkalan ojeg sehingga para tukang ojeg dapat dengan mudah mengetahui informasi yang disampaikan.

- *Flyer*

  *Flyer* adalah satu halaman *pamphlet*, media ini biayanya cukup murah dan cukup efektif karena dapat menyampaikan secara langsung kepada target sasaran, dan mudah dibawa kemana-mana sehingga dapat dibaca berulang-ulang. *Flyer* ini akan dibagikan di pangkalan ojeg sehingga para tukang ojeg bias menyebarkan informasi kepada rekan-rekannya.

- Spanduk

  Spanduk adalah media yang cukup efektif karena bentuknya yang besar juga penempatannya yang ada diatas (digantung), namun isi dan materi dari spanduk harus lebih singkat, padat dan jelas karena orang hanya beberapa detik saja melihatnya. Spanduk ini di tempatkan di sekitaran tempat *event* berlangsung, di pusat kota, dan lain-lain.

- *Sticker*

  Dapat dibagi-bagikan langsung kepada tukang ojeg, pada saat *sticker* dipakai dan ditempel pada helm atau sepeda motor tukang ojeg dapat memberikan informasi pada yang melihatnya dan sangat efektif.

- Pin

  Dipilih karena dapat dibagi-bagikan langsung kepada objek sasaran yang dituju, pada saat pin dipakai dapat memberikan informasi pada yang melihatnya dan sangat efektif.

- Umbul-umbul

  Dipilih unutuk kelengkapan *event*, di pasang di sekitar tempat berlangsungnnya event agar para tukang ojeg mengetehui *event* tersebut.

- Kaos

  Kaos merupakan perlengkapan *event* tersebut, bertujuan sebagai identitas panitia pelaksana *event* tersebut.

- *Id card*

  *Id card* merupakan perlengkapan *event* tersebut, bertujuan sebagai identias panitia pelaksana *event* tersebut.

- *Flag Chain*

  *Flag chain* merupakan perlengkapan *event, flag chain* akan ditempatkan di area *event.*

- Kalender

  Kalender merupakan souvenir *event*, kalender ini dapat dipergunakan di pangkalan ojeg atau di rumah. Bertujuan agar para tukang ojeg ingat untuk melakukan servis berkala sepeda motor.

- *Stage*

  Stage merupakan perlengkapan event tersebut, bertujuan sebagai identias *event* tersebut.

### III.1.5 Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah suatu cara yang menjelaskan pertimbangan dasar distribusi dan jalur distribusi.. Media-media yang telah disiapkan akan disebarkan ke pangkalan ojeg.

Tabel III.1 Strategi distribusi

| Media | Minggu ke 1 | Minggu ke 2 | Event |
|---|---|---|---|
| *Flyer* | | | |
| Spanduk | | | |
| Brosur | | | |
| Umbul-umbul | | | |
| Kaos | | | |
| Stage | | | |
| *Stiker* | | | |
| Pin | | | |
| Poster | | | |
| Kalender | | | |
| *Flag chain* | | | |
| *Id card* | | | |

*Flyer*, poster akan dibagikan dua minggu sebelum *event* berlangsung. Spanduk, umbul-umbul akan dipasang dua minggu sebelum *event* berlangsung. Kaos, *id card* akan dibagikan seminggu sebelum *event* berlangsung. Pin, *sticker*, brosur akan dibagikan saat *event* berlangsung. *Flag chain, stage* akan di gunakan saat *event* berlangsung.

## III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan dalam media informasi ini memanfaatkan teknik penyampaian dengan teknik fotografi, digital imaging, ilustrasi sebagai kekuatan visual dan dibantu oleh *bodycopy* dan *headline.* Bentuk dan pesan secara visual menggunakan image yang dekat dengan kehidupan para pengendara, image tersebut lalu diolah sedemikian rupa dengan teknik digital imaging agar pesan

yang ingin disampaikan yaitu pentingnya memeriksakan kendaraan bermotor secara berkala, dapat mudah dimengerti dan menarik perhatian.

### III.2.1 Format Desain

Format desain yang digunakan dalam media informasi ini dibuat sederhana dengan menonjolkan image sebagai inti pesan melalui visual dan didukung dengan pesan yang disampaikan dengan tulisan dengan tujuan memperjelas dan mempertegas image yang ditampilkan. Berikut formatnya :

1. Format Desain dengan Potrait
2. Poster
3. Brosur
4. *Flyer*
5. Studi Warna
6. Studi Tipografi
7. Pola Distribusi
8. Kerangka Berfikir
9. Format desain dengan landscape
10. Manual book
11. Pin
12. *Sticker*

### III.2.2 Tata Letak (*layout*)

Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen visual yaitu gambar dan teks agar menjadi lebih komunikatif sehingga memudahkan pembaca dalam menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap media layout yang disusun selalu mengacu pada konsep awal yaitu penempatan unsur-unsur grafis yang disusun sedemikian rupa untuk mendapat kesan yang menarik juga informatif.

Untuk mendapatkan kesan tersebut, maka dibuat variasi yang berupa pemberian unsur grafis. Selain itu, diberi perbedaan ukuran juga warna huruf yang digunakan untuk memberikan penekanan dalam kata yang dianggap penting dalam informasi tersebut. Contoh *layout flyer* pada *event* ojeg fiesta 2012;




Gambar III.1 *Flyer event*

### III.2.3 Huruf

Pada dasarya huruf memiliki energi yang dapat mengaktifkan gerak mata, energi ini dapat dimanfaatkan secara positif apabila dalam penggunaannya senantiasa diperhatikan segi estetika, kenyamanan keterbacaan, serta interaksi huruf terhadap ruang dan elemen-elemen visual yang ada disekitarnya.

Oleh karena itu, huruf yang baik mengacu pada keterbacaan dan kemenarikan juga kesesuaian dengan tema yang diambil. Huruf tertentu dapat menciptakan kesan atau karakter dari subjek yang ditampilkan . Pemilihan huruf yang digunakan berdasar pada kesan visual yang ingin dicapai, huruf yang digunakan dalam media informasi ini adalah jenis huruf  Kimberley, SF sport night.

Huruf nama event




SF Sports NightFont

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**1234567890**

**!@#$%^&*() +-=′;,./<>?:″`~**

Pemilihan huruf pada tulisan OJEG FIESTA 2012 ini dipilih huruf SF Sport font dikarenakan huruf tersebut italic agar terlihat dinamis, serta termasuk huruf bold yang melambangkan ketegasan cocok untuk dijadikan judul.

Huruf pada keterangan flyer







Kimberley Font

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

!@#$%^&*()_+=-`~[]{}\|’”;:,<.>/?

Pemilihan huruf pada tulisan diatas dipilih huruf Kimberley font dikarenakan huruf tersebut mudah dibaca, simple, dan lain-lain.

### III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang dapat berbentuk sketsa atau image atau foto. Ilustrasi yang digunakan pada perancangan media informasi ini adalah foto seorang wanita menggunakan jaket kulit, rok pendek dengan mimik muka yang

menggoda, ini bertujuan untuk menarik perhatian tukang ojeg melihat wanita tersebut lalu mereka dapat mengetahui informasi yang di sampaikan.



Gambar III.2 Foto wanita menggunakan jaket kulit

Background media informasi ini menggunakan gambar bintang dan menggunakan warna gradasi, ini bertujuan agar media informasi terlihat meriah dan mencolok juga dapat menarik perhatian tukang ojeg. Bintang tersebut menggambarkan impian, dan lain-lain.



Gambar III.3 *Background* yang digunakan pada media informasi

### III.2.5 Warna

Warna yang digunakan pada media informasi ini adalah warna-warna gradasi ini bertujuan agar lebih terlihat mencolok dan menarik perhatian tukang ojeg. Warna yang dipakai pada media informasi ini adalah :



Gambar III.4 Warna yang digunakan pada media informasi

Dipilih warna gradasi agar terlihat lebih mencolok dan mengundang perhatian orang, dan warna gradasi merah ke kuning itu melambangkan semangat. Background memiliki bebrapa warna seperti : kuning, biru muda, putih, orange, dan lain-lain itu semua bertujuan agar media informasi terlihat lebih menarik.