BAB III

STRATEGI SEGMENTASI, STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Segmentasi

3.1.1. Segmentasi Berdasarkan Geografis

Berdasarkan geografis, strategi segmentasi difokuskan di desa Cihanjuang yang berada di wilayah Kecamatan Cimanggung, Kabupaten Sumedang, dimana desa Cihanjuang ini memiliki luas wilayah 146,64 Ha. Topografi desa Cihanjuang terletak pada dataran rendah tepatnya di ketinggian 700m di atas permukaan laut dengan rata-rata curah hujan 200 mm/tahun serta keadaan suhu harian 23^0 C. Kepadatan penduduk desa Cihanjuang ±122/km, yang secara keseluruhan jumlah penduduknya mencapai 9.502 orang dari 2.459 kepala keluarga.

3.1.2. Segmentasi Berdasarkan Demografis

Berdasarkan demografis yang mengacu pada hasil survey berupa kuesioner yang dibagikan kepada sedikitnya 30 orang tua murid di salah satu Pendidikan Anak Usia Dini desa Cihanjuang, strategi segmentasi difokuskan pada orang tua murid yang berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 20-40 tahun, berpendidikan setara Sarjana, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga yang memiliki 1-

2 anak usia 2-6 tahun, dengan penghasilan per bulan 1-5 juta rupiah. Tingal di perumahan desa Cihanjuang dan telah menetap lebih dari 1 tahun.

3.1.3. Segmentasi Berdasarkan Psikografis

Berdasarkan psychografisnya, strategi segmentasi difokuskan pada orang tua murid menengah keatas yang berkepribadian ramah, sopan, mudah bergaul tanpa memandang kelas sosial dan menyayangi keluarga, dengan gaya hidup yang gemar belanja dan arisan.

3.2. Strategi Perancangan

Permasalahan yang diangkat dari hasil survey mengenai mainan edukatif pada sedikitnya 30 orang tua murid di PAUD ALMARHAMAH di desa Cihanjuang adalah seputar kurangnya informasi mengenai manfaat mainan edukatif bagi anak usia dini. Oleh karena itu diperlukan sebuah media informasi yang di dalamnya menjelaskan manfaat mainan edukatif bagi anak usia dini. Media tersebut ditujukan bagi para orang tua murid menengah keatas di beberapa sarana pendidikan anak usia dini di desa Cihanjuang.

Media informasi tersebut dibuat sebagai panduan bagi orang tua murid untuk mengetahui manfaat dari setiap jenis mainan, sehingga diharapkan para orang tua murid sebagai target sasaran, menjadi lebih

paham mengenai manfaat mainan edukatif dalam membantu mengembangkan kecerdasan anak di masa keemasannya.

3.2.1. Strategi Komunikasi

1) Visual

Strategi pendekatan visual yang dilakukan pada media informasi ini adalah dengan menyajikan gambar-gambar berbagai jenis mainan edukatif sebagai penunjang informasi yang disampaikan. Penyampaian informasi dengan menyertakan gambar dari wujud asli mainan yang dimaksud dapat mempermudah pesan infomasi tersebut dipahami oleh penerima. Gambar-gambar yang disajikan merupakan contoh salah satu bentuk mainan dari jenis mainan yang dimaksud pada setiap kategorinya. Dengan strategi pendekatan visual seperti ini, diharapkan materi informasi yang disampaikan kepada orang tua murid selaku target sasaran dapat tersampaikan dengan jelas, realis dan mudah dimengerti juga mudah untuk diingat.

2) Verbal

Dalam perancangan media informasi ini semua informasi yang disampaikan dirangkum menjadi informasi yang sederhana dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baku dan jelas. Hal tersebut dilakukan untuk mempermudah target sasaran dalam mencerna informasi yang didapat.

Selain informasi utama, pembuatan *headline* dan *tagline* menjadi salah satu strategi komunikasi dalam perancangan media informasi ini. Konsep pembuatan *Headline* didasarkan dari hasil penelitian di lapangan yaitu kurangnya pengetahuan dari orang tua murid mengenai manfaat dari mainan edukatif bagi anak usia dini, maka *headline* dari media Informasi ini adalah “Manfaat Mainan Edukatif Bagi Anak Usia Dini”. Dengan kalimat *headline* tersebut diharapkan dapat memberikan suatu pencerahan bagi orang tua murid yang tertarik untuk mengetahui manfaat dari mainan edukatif. Sedangkan kalimat *tagline*-nya adalah “Cerdas + Kreatif Dengan Mainan Edukatif”. Adapun arti dari *tagline* tersebut adalah, agar orang tua dapat mengembangkan kemampuan anak di masa keemasannya dengan metode bermain sambil belajar.

3.2.2. Strategi Kreatif

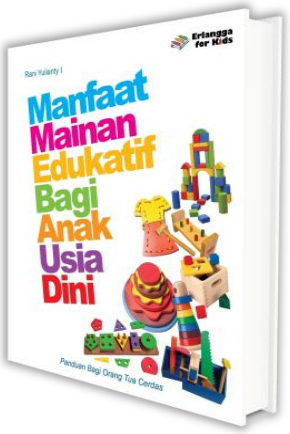
Media informasi manfaat mainan edukatif bagi anak usia dini ini disampaikan melalui media utama berupa buku yang berisi informasi dengan dilengkapi gambar-gambar pendukung, seperti contoh dari mainan edukatif. Media informasi ini dikemas secara sederhana dengan warna-warna yang cerah, agar informasi yang akan disampaikan tidak membosankan, lebih fokus dan mudah untuk dipahami. Hal ini perlu dilakukan untuk menarik target sasaran sehingga dapat terpengaruh oleh informasi yang disampaikan.

3.2.3. Strategi Media

Pendekatan-pendekatan yang dilakukan adalah dengan mengemas informasi yang ada mengenai mainan edukatif ke dalam sebuah bentuk media utama, ditambah dengan media pendukung dan media promosi yang satu sama lainnya akan saling melengkapi.

1) Media Utama

Media utama yang digunakan berupa buku yang berjudul "Manfaat Mainan Edukatif Bagi Anak Usia Dini", berisi tentang manfaat mainan edukatif, tips memilih mainan edukatif dan beberapa bahasan lainnya. Media utama ini akan di sebar ke beberapa sarana pendidikan anak usia dini di desa Cihanjuang.



Gambar 3.1 Rancangan Media Utama

Informasi mengenai manfaat mainan edukatif disampaikan dalam bentuk teks yang disertai gambar sebagai pendukung informasi yang disampaikan. Menggunakan *layout*

yang sederhana dengan dominasi warna putih sebagai latar dan hitam untuk teksnya. Dibuat demikian agar nyaman untuk dibaca.

2) Media Pendukung

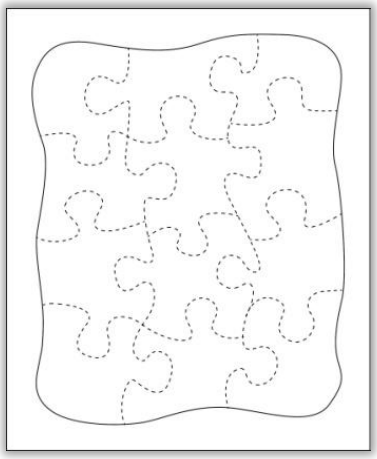
Media pendukung yang dimaksud adalah media tambahan yang disertakan dengan media utama ataupun dijual terpisah. Setiap media pendukung menampilkan *tagline* yang dirancang agar menjadi suatu *reminder* dari informasi yang disampaikan di media utama dan juga sebagai rangsangan bagi target sasaran untuk memiliki media utama.

- ***Gimmick***

  Merupakan media pendukung yang dibagikan kepada pembeli secara gratis. *Gimmick* tersebut berupa *puzzle*, gantungan kunci, gunting kuku, *sticker* dan mug. *Puzzle*, gunting kuku dan *sticker* akan disertakan dengan media utama, gantungan kunci akan diberikan secara gratis kepada target sasaran saat membagikan *flyer*, sedangkan mug akan dibagikan kepada 5 orang pembeli pertama di setiap titik distribusinya.

- ***Puzzle***

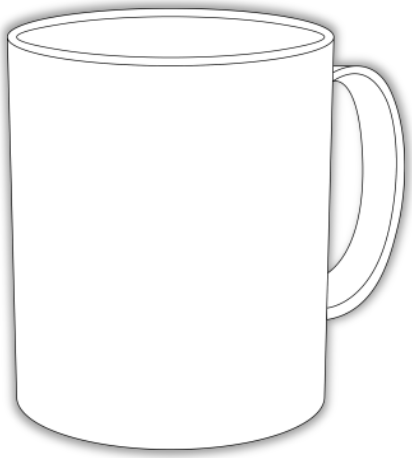
  Puzzle dirancang sebagai media pelengkap yang berfungsi sebagai salah satu contoh mainan edukatif.



Gambar 3.2 Rancangan *Puzzle*

- **Mug**

  Diharapkan perancangan media ini akan menarik minat target sasaran untuk segera memiliki media utama.



Gambar 3.3 Rancangan Mug

- ***Sticker***

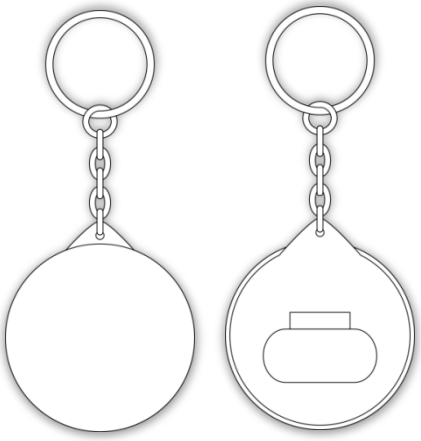
  Sticker merupakan media yang dapat diaplikasikan diberbagai tempat, dengan itu penyampaian pesan melalui *tagline* akan efektif dan tersebar, sesuai penempatannya.



Gambar 3.4 Rancangan *Sticker*

- **Gantungan Kunci**

  Ada banyak kunci yang dimiliki manusia, mulai dari kunci kendaraan, kunci rumah dan masih banyak lagi. Oleh karena itu, dipilihlah gantungan kunci sebagai salah satu media pelengkap yang fungsinya bukan hanya sebagai gantungan tapi juga bagian belakangnya dapat digunakan sebagai pembuka botol.

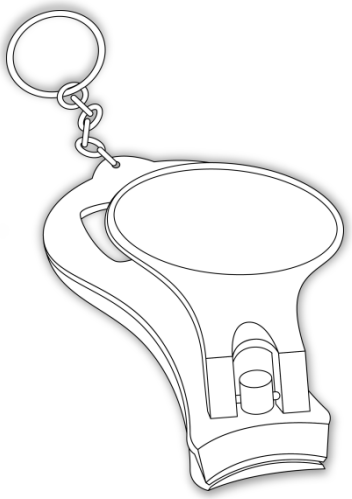


Gambar 3.5 Rancangan Gantungan Kunci

- **Gunting Kuku**

  Target sasaran membutuhkan gunting kuku sebagai salah satu alat untuk merapihkan dan mengontrol pertumbuhan

kuku. Selain itu, gunting kuku ini dapat dijadikan gantungan kunci, dan bagian belakangnya dapat digunakan sebagai pembuka botol.



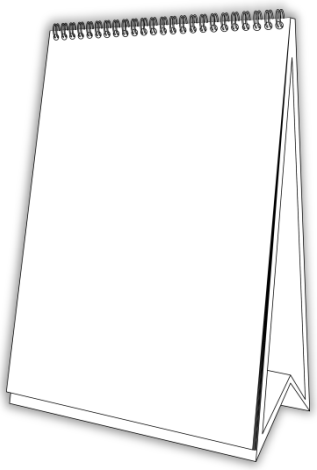
Gambar 3.6 Rancangan Gunting Kuku

- ***Merchandise***

  Merupakan media yang dijual sebagai pendukung media utama. *Merchandise* berfungsi untuk mengingatkan kepada sesuatu yang dinformasikan pada media utama. *Merchandise* yang dijual berupa kalender dan jam dinding.

- **Kalender**

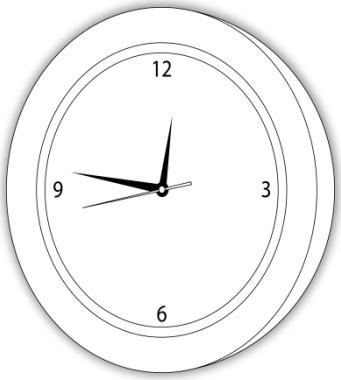
  Kalender merupakan salah satu media yang dapat bertahan lama. Selain itu, kalender akan banyak dicari di awal tahun.



Gambar 3.7 Rancangan Kalender

- **Jam Dinding**

  Sama halnya seperti kalender. Jam dinding dapat bertahan lama. Selain itu, jam dinding merupakan salah satu benda yang sering dilihat setiap harinya, sehingga penyampaian pesan melalui *tagline* akan efektif dan mudah diingat.



Gambar 3.8 Rancangan Jam Dinding

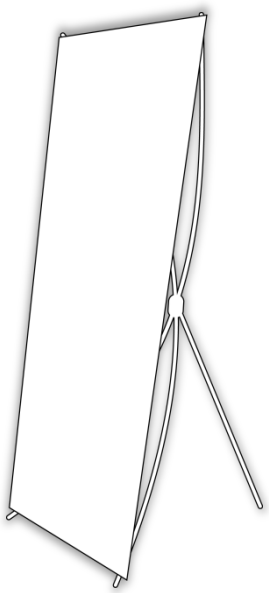
3) Media Promosi (sebagai media pendukung)

Media promosi dibuat sebagai salah satu strategi untuk menarik target sasaran agar tertarik untuk membeli dan memiliki media utama serta *merchandise-merchandise* yang

dijual di beberapa titik distribusi. Adapun media promosi tersebut berupa *flyer* yang dibagikan pada orang tua murid dan *X Banner* yang diletakan disetiap titik distribusi.

- ***X Banner***

  X Banner adalah salah satu media pendukung yang dibuat sebagai media promosi yang akan ditempatkan di setiap titik distribusi. Dengan ukuran 60 x 160 cm, target sasaran akan menjadi perhatian target sasaran saat mendatangi lokasi distribusi.



Gambar 3.9 Rancangan *X Banner*

- ***Flyer***

  Flyer dijadikan media panduan praktis dalam menyampaikan informasi mengenai media-media yang ditawarkan. Seperti halnya media utama, media ini akan dititipkan di beberapa sarana pendidikan anak usia dini di

desa Cihanjuang, yang selanjutnya akan dibagikan kepada para orang tua murid sebagai media promosi agar target sasaran tertarik untuk membeli media utama dan *merchandise-merchandise* yang ditawarkan sebagai media pendukung.



Gambar 3.10 Rancangan *Flyer*

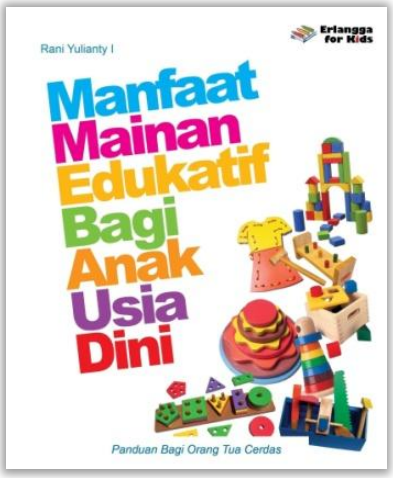
3.2.4. Strategi Distribusi

Media utama dan media-media pendukung di distribusikan ke beberapa sarana pendidikan anak usia dini di desa Cihanjuang. Pendistribusian dimulai dari awal tahun 2012 hingga bulan maret. Dari hasil penjualan selama 3 bulan tersebut, dapat dilihat animo target sasaran akan media-media yang ditawarkan. Apabila sesuai dengan target penjualan, maka selanjutnya wilayah pendistribusian akan diperluas ke sarana-sarana pendidikan dan toko-toko mainan di Kota Bandung.

3.3. Konsep Visual

3.3.1. Format Desain

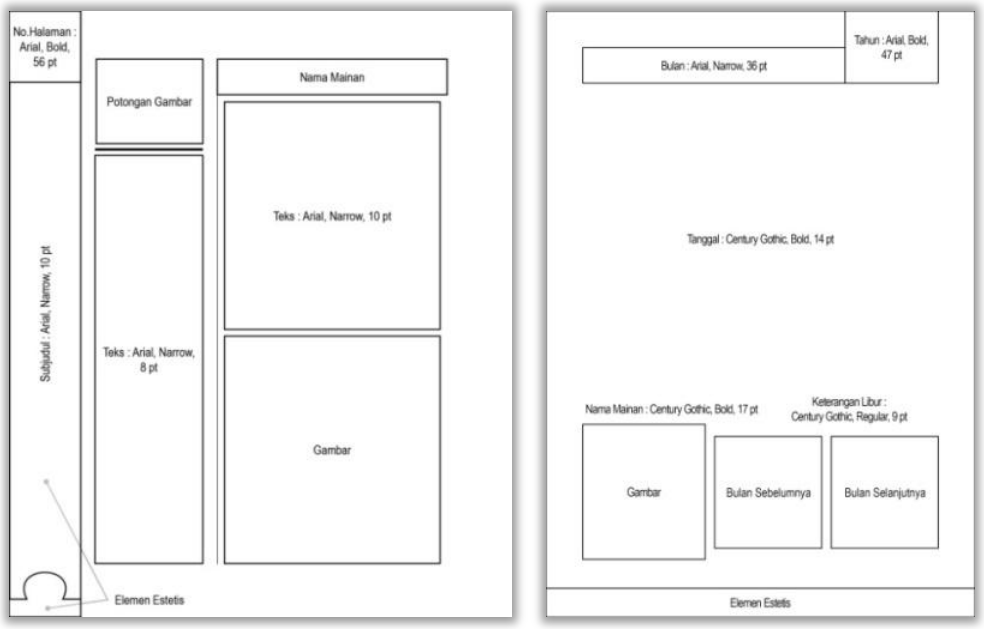
Format buku portrait berukuran 14 x 17 cm, dibuat menggunakan penyesuaian materi informasi dan gambar-gambar yang saling mendukung satu sama lainnya. Untuk sampul dibuat sederhana dengan judul yang dominan dan beraneka warna, ditambah beberapa gambar mainan edukatif.



Gambar 3.11 Rancangan Sampul Buku

3.3.2. Tata Letak (*layout*)

Layout media utama dibuat sederhana dan konsisten dengan menampilkan gambar sebagai pendukung informasi yang disampaikan. Dominasi warna putih sebagai sebagai latar belakang, dengan teks yang berwarna hitam (hitam di atas putih) akan membuat informasi yang disampaikan mudah diterima. Sedangkan untuk *layout* media pelengkap disesuaikan dengan ruang yang tersedia.



Gambar 3.12 *Layout* Isi Buku dan Kalender

3.3.3. Tipografi

Ada beberapa jenis huruf yang digunakan di berbagai media. Melihat dari target sasarannya adalah para orang tua yang memiliki anak usia dini, maka pemilihan jenis huruf lebih ditekankan pada tingkat keterbacaan dan kenyamanannya. Selebihnya hanya memainkan warna, farian tiap jenis huruf, jarak antar huruf dan antar baris, juga penempatannya agar terlihat menarik.

Untuk jenis huruf yang lebih dominan di setiap medianya menggunakan jenis huruf Arial, seperti pada *Headline*, *tagline*, konten dan masih banyak lagi. Arial tergolong pada huruf sans serif (huruf tidak berkaki) yang banyak dijumpai pada majalah-majalah dan media lainnya.



Gambar 3.13 Huruf Arial pada *Headline* dan *Tagline*

Huruf lainnya masih tergolong huruf sans serif, yaitu Century Gothic. Huruf ini digunakan pada kalender dan jam, dimana angkanya yang lebih dominan digunakan. Seperti halnya Arial, huruf ini dimanfaatkan tingkat keterbacaan dan tingkat kenyamanannya.

Contoh Huruf Century Gothic :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
`~,./!?:;’”<>()[]{}\@#$%^&*_+=-
1234567890

Agar terlihat lebih ceria, kalimat ajakan pada *x banner* dan *flyer* menggunakan jenis huruf Skater Dudes yang tergolong huruf tebal. Tingkat keterbacaan dan kenyamanannya tidak seperti Arial ataupun Century Gothic, huruf kapital dan huruf kecil tidak ada bedanya, dan simbol-simbol tidak lengkap. Maka dari itu huruf ini hanya digunakan pada kalimat ajakan yang tidak terlalu panjang.

Contoh Huruf Skater Dudes :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
,.:;'#-+=!

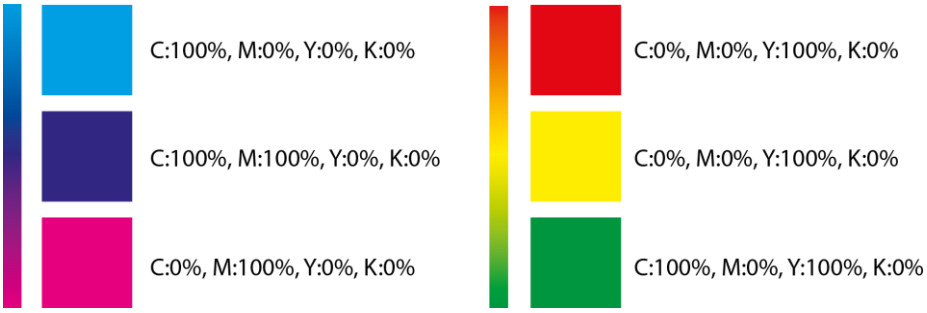
3.3.4. Warna

Konsep *full color* dipilih dari kecenderungan mainan edukatif yang beraneka warna. Konsep tersebut menjadi identitas utama media-media yang dibuat. Aneka ragamnya warna akan menimbulkan kesan keceriaan, dan dari sisi lain warna-warna tersebut akan menarik perhatian target sasaran. Dengan dominasi warna putih sebagai latar belakang di beberapa media, akan membuat warna-warna tersebut lebih hidup dan nyaman untuk di lihat.

Sebagian besar media diproduksi dengan tehnik cetak, maka dari itu warna yang digunakan adakah warna *CMYK*. Warna *CMYK* adalah warna yang sering digunakan dalam percetakan.Warna ini terdiri dari 4 warna dasar (*Cyan Magenta Yellow blacK*) yang bila dicampurkan dengan komposisi tertentu akan menghasilkan warna yang tepat seperti yang diinginkan.



Gambar 3.14 Aneka Ragam Warna pada Mainan
Sumber : www.rumahmainan.com



Gambar 3.15 Detail Warna yang digunakan

3.3.5. ILustrasi

ILustrasi pada media utama dan beberapa media pendukung menggunakan menggunakan foto yang dibuat oleh toko “Rumah Mainan” (telah meminta ijin penggunaan gambar sebelumnya) dengan tehnik fotografi agar gambar yang ditampilkan sesuai dengan bentuk aslinya. Alasan menggunakan foto yang telah disediakan adalah selain menghemat waktu, biaya dan tenaga. Dengan begitu akan saling menguntungkan, karena Rumah Mainan akan menjadi rekomendasi toko mainan edukatif *online* pada media utama.



Gambar 3.16 ILustrasi Mainan
Sumber: rumahmainan.com