BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan.

Strategi Perancangan yang bertujuan sebagai media informasi ini yaitu dengan menampilkan konsep desain visual yang menarik. Dengan menggunakan visual yang erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari yang bertujuan untuk menambah pengetahuan target audiens tentang program pembinaan usia dini. Dengan tampilan visual yang dibuat dengan pendekatan karakter anak-anak dan menyesuaikan dengan temanya yakni sepak bola yang akan ditampilkan yaitu tingkatan pembinaan usia dini beserta karakter pemainnya dan prinsip dasar menyerang dan bertahan sepak bola modern. Selain itu, elemen-elemen lain juga dibuat berdasarkan pendekatan visual sesuai dengan target audiensnya.

Strategi perancangan merupakan penyampaian pesan secara informatif dan komunikatif sehingga dapat diterima dengan baik oleh target audiens. Sebagai pendukung dalam memenuhi tujuan perancangan dibutuhkan strategi perancangan yang meliputi:

III.1.1. Tujuan Komunikasi.

Perancangan ini bertujuan untuk menginformasikan program pembinaan usia dini dalam pembentukan pemain tim nasional sepak bola Indonesia. Dan mensosialisasikan prinsip dasar menyerang dan bertahan sepak bola modern untuk pembinaan usia dini tim nasional sepak bola Indonesia kepada target audiens.

III.1.2. Pendekatan Komunikasi.

Pendekatan komunikasi dilakukan dengan pendekatan visual yang sesuai dengan karakter anak-anak dengan visual ilustrasi realisme dan pendekatan verbal dengan pemilihan bahasa Indonesia yang baik dan benar agar pembaca (target audiens atau bukan) mengerti isi dari informasi. Perancangan buku informasi mengenai prinsip dasar menyerang dan bertahan sepak bola modern untuk pembinaan usia dini tim nasional sepak bola Indonesia disesuaikan dengan kriteria dari target audiens.

III.1.2.1. Pendekatan Visual.

Pendekatan visual yang dilakukan dalam perancangan media ini adalah dengan penggambaran ilustrasi *vector* dengan gaya realisme atau ikonik dari gambar yang sebenarnya. Penggunaan warna-warna yang cerah seperti; merah, putih, hijau, biru, dan kuning agar mendapatkan perhatian dan ketertarikan bagi target audiens, dengan tujuan agar dapat memahami dan mengerti isi pesan yang ingin disampaikan.



Gambar III.1 Referensi Visual Berebut Bola

Sumber:

http://www1.pictures.zimbio.com/gi/Wayne+Rooney+Bastian+Schweinsteiger+Germany+4PLviSFsSy2l.jpg (4 Juni 2015)

III.1.2.2. Pendekatan Verbal.

Pemilihan gaya bahasa sangat berpengaruh terhadap pesan yang akan disampaikan sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh audiens. Bahasa Indonesia dipilih agar pembaca (baik target audiens ataupun bukan) mengerti isi dari informasi. Bahasa Indonesia yang dipilih adalah bahasa Indonesia yang baik dan benar (formal) mengingat target audiensnya merupakan anak-anak diseluruh Indonesia.

III.1.3. Materi Pesan.

Materi pesan yang akan diberikan pada masyarakat sebagai berikut:

- Informasi mengenai tingkatan pembinaan usia dini tim nasional sepak bola Indonesia.

- Karakteristik pemain dalam kelompok umur 5-8 tahun, 9-12 tahun, 14-15 tahun, dan 15-20 tahun.
- Prinsip dasar menyerang dan bertahan sepak bola modern melalui ilustrasi.

III.1.4. Gaya Bahasa.

Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa formal disesuaikan dengan target audiens di seluruh Indonesia. Pada narasi visual akan dimasukan beberapa kosa kata berbahasa Inggris, supaya meransang rasa ingin tahu, dan akan mambutuhkan peran orangtua untuk menjelaskan kepada anak dan menjadi sebagai media untuk mempererat hubungan anak dengan orangtua.

III.1.5. Khalayak Sasaran Perancangan.

Komunikasi banyak dilakukan melalui media gambar dan dibantu narasi visual. Karena informasi yang akan ditampilkan mengenai pembinaan usia dini tim nasional sepak bola Indonesia maka narasi visual akan dibuat sedikit lebih sedikit, disesuaikan dengan psikologi target audiens. Anak-anak lebih tertarik terhadap gambar, karena visual akan meransang daya berimajinasi anak untuk menerima pesan yang ingin disampaikan dari gambar tersebut.

- **Target Audiens.**

  Geografis.

  Wilayah pemasaran diseluruh kota besar di Indonesia, tahap pertama dilakukan uji coba pemasaran di Bandung dikarenakan Bandung merupakan salah satu kota kedua terbesar di Indonesia. Diharapkan bisa menjadi gambaran untuk kota-kota besar lainnya.

  Demografis.

Jenis kelamin	: Laki – laki
Umur	: 9 – 12 tahun.
Pendidikan anak	: Sekolah dasar – Sekolah menengah pertama
Bahasa	: Indonesia
Status Sosial Ekonomi	: Kalangan menengah ke-bawah

Psikografis.

Karakteristik : Ceria, Aktif

Gaya hidup : Suka bermain

Kepribadian : Keingintahuan yang tinggi.

III.1.6. Strategi Kreatif.

Strategi kreatif merupakan ide yang dikeluarkan untuk menarik perhatian target audiens, sehingga memunculkan keinginan memiliki buku informasi mengenai prinsip dasar menyerang dan bertahan sepak bola modern untuk pembinaan usia dini tim nasional sepak bola indonesia.

Ilustrasi pemain dengan menggunakan gaya lukisan cat minyak untuk menarik perhatian target audiens yang masih memiliki kebiasaan menggambar. Serta ilustrasi seluruh lapangan dengan menampilkan keadaan awal dan keadaan akhir dari prinsip menyerang dan bertahan sepak bola modern agar target audiens lebih mengerti dengan isi pesan yang diinformasikan.

III.1.7. Strategi Media.

Strategi media meliputi, media utama, media pendukung dan media promosi yang merupakan satu kesatuan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

III.1.7.1. Media Utama.

Pemilihan media utama yang digunakan sebagai media informasi ini adalah media informasi yang dapat dengan mudah diakses sesuai dengan karakteristik target audiens. Maka dipilihlah buku ilustrasi yang merupakan sebuah media cetak berisi informasi yang dikemas dengan tampilan yang menarik.

Buku merupakan media informasi yang sesuai dengan target audiens karena tidak membutuhkan media lain. Disamping itu, buku tetap dibutuhkan hingga saat ini dan bisa dijadikan pedoman untuk mengetahui informasi yang lebih informatif. Maka dipilihlah buku ilustrasi sebagai media utama karena lebih memperlihatkan visual sehingga lebih disukai target audiens.

III.1.7.2. Media Pendukung.

Media pendukung berguna untuk menarik minat target audiens dan memberikan identitas kepemilikan media utama. Bersifat membujuk dan mempengaruhi target audiens untuk memiliki media utama. Beberapa media pendukung yang digunakan seperti:

- Stiker
- Pembatas Buku
- Kalender
- Gantungan kunci
- Pin

III.1.7.3. Media Promosi.

Media promosi lebih ditujukan kepada target market yang menjadi sasaran. Bersifat memberikan informasi, membujuk dan mempengaruhi target market untuk membeli media utama. Beberapa media promosi yang digunakan seperti:

- Poster.

  Penempatan media poster ditempatkan dimana lokasi tempat penjualan media utama dan tempat-tempat yang banyak dikunjungi segmentasi audience yang menjadi sasaran seperti toko buku dan sekolah.
- *Flyer.*

  Flyer diberikan lansung kepada target market, pemilihan lokasi ditempat yang banyak didatangi target market seperti sekolah dasar.
- *X-banner.*

  Ditempatkan di sebelah atau pada tempat yang menjual media utama untuk meberikan penegasan keberadan media utama seperti toko buku.

III.1.8. Strategi Distribusi.

Strategi distribusi untuk menyalurkan produk kepada konsumen dan memaksimalkan efesiensi promosi dilakukan melalui beberapa cara penjualan:

- Pendistribusian kesekolah-sekolah.

  Target audiens adalah anak-anak berusia 9-12 tahun yang masih sekolah, maka pendistribusian lebih disasarkan kesekolah-sekolah melalui kerjasama.

- Pendistribusian kedistributor retail.
  Pendistribusian melalui distributor retail seperti toko buku.

III.1.9. Pertimbangan Dasar Distribusi.

Atas dasar pertimbangan distribusi dangan pihak dan instansi yang terkait, maka kebijakan penyebaran diserahkan kepada pihak yang terkait, demi kelancaran dan efektifitas penyebaran pada target audiens. Media utama ini seharga Rp. 50.000,00 perhitungan yang disesuaikan dengan biaya produksi, biaya promosi dan daya beli target market.

III.2. Konsep Visual.

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan buku informasi mengenai prinsip dasar menyerang dan bertahan sepak bola modern untuk pembinaan usia dini tim nasional sepak bola Indonesia adalah dengan menampilkan prinsip-prinsip dasar menyerang dan bertahan sepak bola modern menggunakan media gambar dan narasi visual. Karena dalam olahraga sepak bola mengutamakan kerjasama tim yang berjumlah sebelas orang, oleh karena itu akan ditampilkan gambaran seluruh lapangan dalam pertandingan dengan perbandingan situasi awal dan situasi akhir.

Menggunakan gaya ilustrasi realisme dan penggunaan warna-warna yang dibuat semirip mungkin dengan objek aslinya, sehingga menimbulkan ketertarikan yang berlanjut pada penyampaian pesan yang terkandung dalam buku informasi mengenai prinsip dasar menyerang dan bertahan sepak bola modern untuk pembinaan usia dini tim nasional sepak bola Indonesia.

III.2.1. Format Desain.

Buku informasi mengenai prinsip sepak bola modern dalam pembinaan usia dini tim nasional sepak bola Indonesia berukuran 22 cm x 21 cm, agar mudah dibawa atau dimasukkan ke dalam tas anak-anak.



Gambar III.2 Referensi *Format* Desain

Sumber: https://ensiklopediasepakbola.wordpress.com (4 Juni 2015)

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

Dalam desain tata letak tidak dikenal aturan-aturan yang berlaku secara menyeluh atau yang bersifat universal, dikarenakan tujuan dan target audiens yang berbeda-beda. (Kusrianto, 2007, h.276).

Penempatan gambar dan penempatan narasi visual disesuaikan dengan menggunakan ukuran tipografi 12 point, agar mudah terlihat saat dibaca.



Gambar III.3 Referensi *Layout*

Sumber: http://www.art.com/products/p28319031895-sa-i8632647/alice-in-wonderland.htm (4 Juni 2015)

III.2.3. Huruf.

Huruf yang digunakan dalam media informasi ini yaitu memakai huruf berkarakter menyenangkan, semangat, serta positif disesuaikan dengan target audience. Jenis huruf yang digunakan:

- Arial

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXY

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890

- Canarsie Slab JL

  ABCDEFGHIJKLM
  NOPQRSTUVWXYZ
  ABCDEFGHIJKLM
  NOPQRSTUVWXYZ
  1234567890

- Tempus Sans ITC

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXY

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890

- TH Kodchasal

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXY

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890

III.2.4. Ilustrasi.

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Ilustrasi dapat

digunakan untuk menampilkan banyak hal serta berfungsi antara lain (Kusrianto, 2007, h.110):

- Memberikan gambaran tokoh atau karakter.
- Menampilkan beberapa contoh bentuk yang diterangkan dalam suatu buku.
- Menampilkan langkah-demi langkah pada sebuah instruksi dalam panduan teknik.
- Dan lain sebagainya.

Ilustrasi pada perancangan buku informasi pembinaan usia dini ini bertemakan olahraga. Studi ilustrasi pun dilihat dari beberapa referensi, seperti:



Gambar III.4 Referensi Ilustrasi Berebut Bola
Sumber: bobo.kidnesia.com (4 Juni 2015)



Gambar III.5 Referensi Ilustrasi Menendang Bola
Sumber: pixabay.com (4 Juni 2015)

Ilustrasi yang digunakan adalah realisme atau ikonik dari gambar yang sebenarnya, dengan visual dua dimensi serta elemen-elemen grafis pendukung lainnya, seperti garis, bentuk dan tipografi atau huruf.



Gambar III.6 Referensi Ilustrasi Realisme Panen Padi

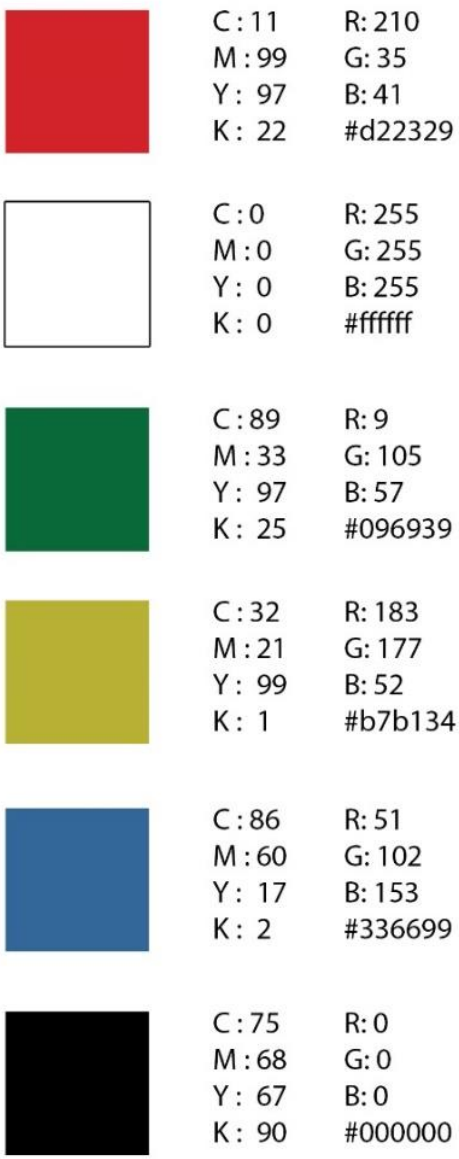
Sumber: https://ilustrasiceritasurosenarobotik.wordpress.com/tag/realisme/ (4 Juni 2015)

III.2.5. Warna.

Molly E. Holzschlag (seperti dikutip Kusrianto, 2007) masing-masing warna mampu memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya sebagai berikut:

Warna	**Respons Psikologis yang mampu ditimbulkan**
Merah	Kekuatan, bertenaga, kehangatan
Biru	Kepercayaan, keamanan, teknologi
Hijau	Alami, kesehatan, pembaruan
Kuning	Optimis, harapan, filosofi
Putih	Suci, bersih, kecermatan, tanpa dosa
Hitam	Kekuatan, kemewahan, ketakutan, keanggunan

Warna yang digunakan pada media ini banyak menggunakan warna yang cerah. Maksud penggunaan warna ini adalah untuk mendapatkan efek psikologis bagi target audiens sehingga memberikan suasana nyaman dan hangat. Dua peruntukan penggunaan yaitu kode warna CMYK untuk kebutuhan cetak sedangkan RBG untuk kebutuhan digital atau tampilan pada layar monitor. Adapun penggunaan warna sebagai berikut:



Gambar III.7 Referensi Warna Yang Digunakan

Sumber: Pribadi (4 Juni 2015)