# BAB III
# STRATEGI KONSEP PERANCANGAN DAN VISUAL

## 3.1 Strategi Perancangan

Permasalahan yang ditemukan pada produk Battersea Jeans adalah kurangnya promosi yang dilakukan, disimpulkan bahwa dalam membuat strategi perancangan pada media promosi produk Battersea Jeans diperlukan metode desain dan panduan media agar diperoleh hasil yang optimal atau maksimal.

### 3.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam pembuatan konsep perancangan promosi Battersea jeans, agar pesan yang ingin disampaikan ke masyarakat luas dapat dimengerti dan diterima dengan baik. Pendekatan komunikasi yang dilakukan pada promosi Battersea Jeans ini yaitu bersifat mengenalkan. Dimana strategi yang dilakukan untuk menyatakan bahwa Battersea Jeans adalah produk baru yang ingin dikenal oleh masyarakat di Bandung khususnya anak - anak muda seperti pelajar dan mahasiswa. Kesimpulan dari pembahasan diatas dapat digambarkan bahwa *tagline* yang akan digunakan, yaitu " The New Denim in Bandung".

#### 3.1.1.1 Pendekatan Secara Verbal

Berdasarkan hasil dari analisa permasalahan seputar Battersea Jeans pada masyarakat dan analisa target khalayak yang dituju sebagai penerima promosi ini, maka dalam perancangan media promosi ini akan dilakukan pendekatan komunikasi dengan cara mengenalkan kepada masyarakat di Bandung melalui jejaring sosial. Berdasarkan data dari sumber informasi tentang penggenalan produk Battersea Jeans pada masyarakat dari sumber yang paling relevan. Semua media promosi yang akan disampaikan menggunakan bahasa Indonesia yang baku dan jelas. Hal tersebut akan mempermudah target khalayak untuk mencerna informasi yang didapat.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

### 3.1.1.2 Pendekatan Secara Visual

Strategi pendekatan visual pada media promosi ini menggunakan ilustrasi fotografi celana jeans yang cukup detail dan menarik lalu objek tempat yang strategis di kota Bandung dan penambahan ilustrasi vektor perahu kertas sebagai *icon* Battersea Jeans. Penyampaian pesan melalui fotografi lalu ditambah sedikit ilustrasi dapat mempermudah pesan informasi tersebut dipahami oleh penerima. Gaya visual fotografi sendiri merupakan gaya visual yang relatif dapat diterima dan dinikmati oleh kalangan remaja. Disamping itu, ilustrasi dengan gaya visual fotografi akan menjadikan media promosi tersebut menjadi terlihat lebih menarik dan tidak menjenuhkan bagi yang melihatnya.

Gaya visual fotografi dipilih dengan alasan anak muda atau remaja saat ini di Bandung sangat banyak yang menyukai fotografi dan kemudian menjadi salah satu hobi mereka, selain itu gambar produk Battersea Jeans yang terlihat asli menjadi daya tarik penglihatnya. Dengan strategi pendekatan visual seperti ini, diharapkan materi informasi yang disampaikan kepada masyarakat khususnya anak muda selaku target utama dapat tersampaikan dengan mudah dan dapat diingat.

### 3.1.2 Strategi Kreatif

Agar promosi mencapai tujuan yang diharapakan maka promosi yang dilakukan harus efektif adalah promosi yang kreatif yakni promosi tersebut berbeda dengan promosi yang lainnya. Hal ini perlu dilakukan karena jika promosi yang dilakukan kurang kreatif maka promosi tersebut dikhawatirkan tidak dapat menembus kerumunan promosi kompetitif dan tidak dapat menarik perhatian orang banyak.

Pencarian gagasan visual berawal dari pemahaman dan pesan yang ingin disampaikan ke masyarakat luas. Berawal dari pesan apa yang harus disampaikan yaitu: Battersea Jeans sebagai produk baru celana jeans di Bandung yang ingin di kenal masyarakat akan ke beradaannya.

Fotografi atau ilustrasi maupun font penulisan yang ditampilkan harus dapat memotivasi target sasaran untuk tertarik melihat.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

### 3.1.3 Strategi Media

Setelah merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif maka yang dibutuhkan adalah bagaimana merancang strategi media promosi komunikasi karena dalam menyampaikan suatu pesan ke masyarakat luas dibutuhkan sebuah media, pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang disampaikan oleh Battersea Jeans bisa dinikmati oleh target sasaran.

Didasarkan pada permasalahan yang menjadi pemikiran, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Berikut ini pemilihan media :

#### 3.1.3.1 Media Promosi Utama Battersea Jeans

- Poster Digital dan Cetak

Poster merupakan medium komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan yang singkat tetapi padat, dan impresif karena ukurannya yang relatif besar. Poster digital yang dimaksud adalah karya poster dibuat dengan menggunakan program grafis di komputer atau dibuat/ digambar secara manual kemudian di *scanned* atau difoto digital agar berwujud digital. Tujuan digitalisasi ini adalah agar mempercepat, mempermudah dan mengurangi pengeluaran biaya percetakan. Poster digital, poster yang dibaca melalui komputer dan bisa di download secara gratis, poster akan ditampilkan di websitenya dan ditambahkan melalui jejaring sosial seperti Facebook, Twiter.

Poster cetak merupakan poster yang di desain menggunakan softwear di komputer lalu setelah desain sudah siap kemudian di print melalui printingan dan hasil yang sudah jadi bisa langsung kita pegang. Media ini digunakan karena memiliki kemampuan untuk tampil lebih terbuka, dengan konsep desain yang berbeda dari lainnya. Poster ini akan ditempelkan di tempat- tempat keramaian seperti di tembok-tembok jalanan, mading sekolah dan *event - event*.

- Brosur Digital dan Cetak

Brosur adalah iklan potongan terutama digunakan untuk memperkenalkan sebuah perusahaan atau organisasi, dan menginformasikan tentang produk atau jasa kepada khalayak sasaran. Brosur didistribusikan melalui surat, diserahkan secara pribadi atau ditempatkan di rak brosur. Jenis yang paling umum dari satu-

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

lembar brosur adalah dua kali lipat (satu lembar dicetak pada kedua sisi dan dilipat menjadi dua bagian) dan tri-lipat (sama, tetapi dilipat menjadi tiga). Sebuah hasil brosur dua kali lipat dalam empat panel (dua panel di setiap sisi), sementara tiga kali lipat hasil dalam enam panel (tiga panel di setiap sisi).

Brosur digital di desain dengan menggunakan program grafis atau softwear di komputer di desain semenarik mungkin atau bisa dibuat difoto digital agar berwujud digital. Brosur digital akan ditampilkan di websitenya dan ditambahkan melalui jejaring sosial seperti Facebook, Twiter.

Brosur cetak brosur yang di desain di softwear komputer setelah jadi desain yang diinginkan kemudian di print biasanya print laser agar bisa di print bolak - balik dengan kertas A4 dan di lipat menjadi tiga lipatan akan dijadikan media panduan praktis dalam menyampaikan informasi media utama Battersea Jeans, dan akan menjelaskan tentang produk Battersea yang dijual saat ini termasuk harga, alamat, *contact person* yang bisa dihubungi untuk via pemesannan. Serta foto-foto produk Battersea Jeans.

### 3.1.3.2 Media Promosi Pendukung

- Vertikal Banner / Banner

Media tersebut digunakan karena media yang dapat ditempatkan di luar ruangan (*outdor*) atau didalam ruangan (*indoor*). Vertikal banner atau banner sendiri mempunyai fungsi sebagai media penyampaian informasi yang isinya *relative* lebih singkat dan mencakup keseluruhan dari pesan atau informasi yang akan di sampaikan. Vertikal banner dan banner biasanya dipasang ketika ada *event* – *event* tertentu atau di pasang di tempat olahraga seperti BMX, Skateboard.

- Media *Merchandise*

*Merchandise* berfungsi untuk mengingatkan kepada sesuatu yang diinformasikan pada media utama. Sebagai media pengingat (*remainding*) akan dibuat media pendukung yang tetap berisikan informasi dengan porsi yang lebih khusus dan berbeda-beda akan tetapi materi visualnya tetap konsisten mengacu kepada media utama. Penyebaran media ini dapat dilakukan di waktu-waktu *event* tertentu. Adapun media merchandise yang yang dipilih adalah:

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

- *Sticker*

*Sticker* atau gambar tempel merupakan media yang dapat diaplikasikan diberbagai tempat. Biaya yang dikeluarkan pun relatif murah dan terjangkau. *Sticker* dapat dibagikan kepada masyarakat secara cuma - cuma pada suatu *event* - *event* tertentu dan pada hari – hari biasa di lingkungan masyarakat.

- Jam Dinding

Jam dinding merupakan benda yang setiap hari selalu dapat dilihat. Jam dinding dapat bertahan dalam jangka waktu yang lebih lama. Sama halnya dengan kalender, mekanisme pembagian media ini pun melalui undian atau lomba yang diadakan pada suatu *event*. *Event* tersebut dapat berupa *event* musik, kejuaraan olah raga seperti BMX, Skateboard.

- *T-Shirt*

*T-Shirt* untuk Battersea merupakan media promosi yang cukup efektif. dibuat pada bahan kain kombet 20 s dengan teknik produksi cetak sablon separasi berukuran S, M dan L. *T-Shirt* dibagikan ke konsumen yang membeli 2pcs produk Battersea Jeans secara langsung dan akan mendapatkan satu *t-shirt limited edition*.

- Pin

Pin merupakan media yang simpel untuk indentitas Battersea Jeans. Pin akan dibagikan pada saat pembelian produk, setiap ada *event* tertentu dan akan di bagikan secara cuma – cuma kepada masyarakat pada saat di tempat sarana olah raga *track* BMX, Skateboard.

- Gantungan Kunci

Media ini sangat mudah untuk dibawa – bawa oleh pengendara motor karena biasanya gantungan kunci selalu menyatu dengan kunci motor atau kunci rumah. Gantungan kunci akan di bagikan pada setiap konsumen yang membeli produk Battersea Jeans, dan akan di bagikan secara cuma – cuma kepada masyarakat pada saat di tempat sarana olah raga yaitu *track* BMX, Skateboard.

- Mug / Gelas

Mug sering digunakan untuk sehari – hari kita minum oleh karena itu mug bisa sebagai media pengingat karena ada logo Battersea di mug tersebut. Mug akan dibagikan pada acara *launching* atau perlombaan.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

### 3.1.4 Strategi Distribusi

Promosi dilakukan dalam waktu 2 bulan dan targetnya adalah anak-anak muda di daerah Jawa Barat khususnya Bandung. Maka strategi penyebarannya adalah di acara musik, acara perlombaan sepeda BMX dan Skateboard, lingkungan sekolah SMA, tempat tongkrongan di Bandung, tempat keramaian dan di harapkan melalui proses promosi ini konsumen tertarik untuk membeli produk Battersea Jeans.

Berikut tabel penyebaran media dan data kegiatan Battersea Jeans ;

Battersea jeans

Tabel Penyebaran Media dan Data Kegiatan Anggota Battersea 2012/2013

| Media | Bulan / Tempat | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Juni | | | | Juli | | | | Agustus | | | |
| Minggu ke- | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| BROSUR | | | | | | | | | | | | |
| POSTER | | | | | | | | | | | | |
| X-BANNER | | | | | | | | | | | | |
| BANNER | | | | | | | | | | | | |
| STIKER | | | | | | | | | | | | |
| PIN | | | | | | | | | | | | |
| GANTUNGAN KUNCI | | | | | | | | | | | | |
| T-SHIRT | | | | | | | | | | | | |
| JAM DINDING | | | | | | | | | | | | |
| MUG | | | | | | | | | | | | |

Tabel III.1 Jadwal penyebaran media dan kegiatan Battersea Jeans

Sumber : Dokumen pribadi (2012)

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

### 3.2 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan promosi Battersea Jeans ini, cover depannya menampilkan posisi foto kaki menyamping ke kanan yang sedang memakai celana Battersea Jeans di jalan raya yang bermaksud bahwa celana jeans cocok digunakan sehari – hari untuk berpergian kemana – mana. Dan *tagline* Battersea Jeans pada brosur *"The New Denim in Bandung"* mempunyai arti bahwa Battersea adalah salah satu produk celana jeans yang baru di kota Bandung. Perahu kertas adalah icon dari Battersea Jeans. Kemudian gambar produk celana Battersea Jeans didukung dengan elemen visual ornament, penambahan warna,dan tipografi yang disesuaikan.

#### 3.2.1 Format Desain

Format desain dalam perancangan media brosur dan poster yang dipakai dominan *landscape* dan *portrait*, seperti di setiap pemilihan media, pengunaan dipakai agar yang sudah melihat tidak merasa bosan dan disesuaikan dengan kebutuhan penempatan desain format desain yang digunakan dalam perancangan media

Format desain brosur menggunakan format ukuran kertas A4 dengan ukuran 29,7 x 21 cm. Dibuat dengan format *landscape* dan dilipat secara vertical sebanyak 2 kali. Sehingga ukurannya menjadi 9,9 x 21 cm.

Sedangkan desain Poster ini menggunakan ukuran kertas A2 dengan ukuran 42 x 59,4 cm. Poster dibuat dengan format *portrait* dengan menggunakan penyesuaian materi informasi dan ilustrasi yang dipakai.

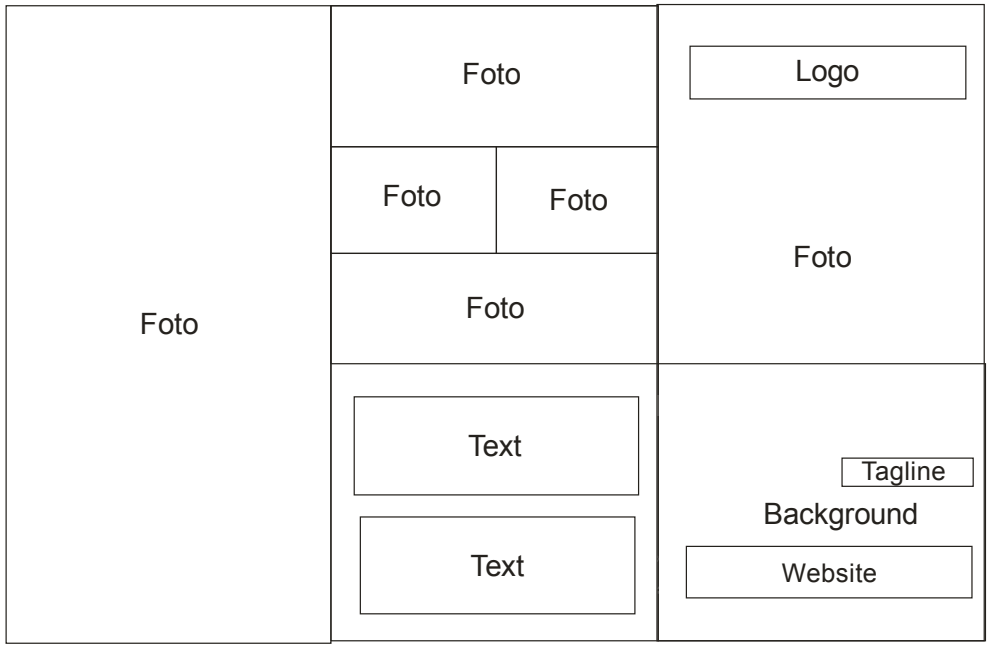
#### 3.2.2 Layout

*Layout* adalah mengatur penempatan berbagai unsur grafis, seperti mengatur tata letak teks, gambar, garis dan sebagainya. Pada Layout media-media promosi terdapat susunan tipografi, illustrasi dan warna yang sesuai dengan konsep sehingga layout terlihat nampak sederhana namun berkesan formal dan elegan. *Layou*t atau tampilan pada desain tersebut akan lebih mengarah pada permainan ilustrasi baik foto ataupun ilustrasi gambar, warna, dan tipografi.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

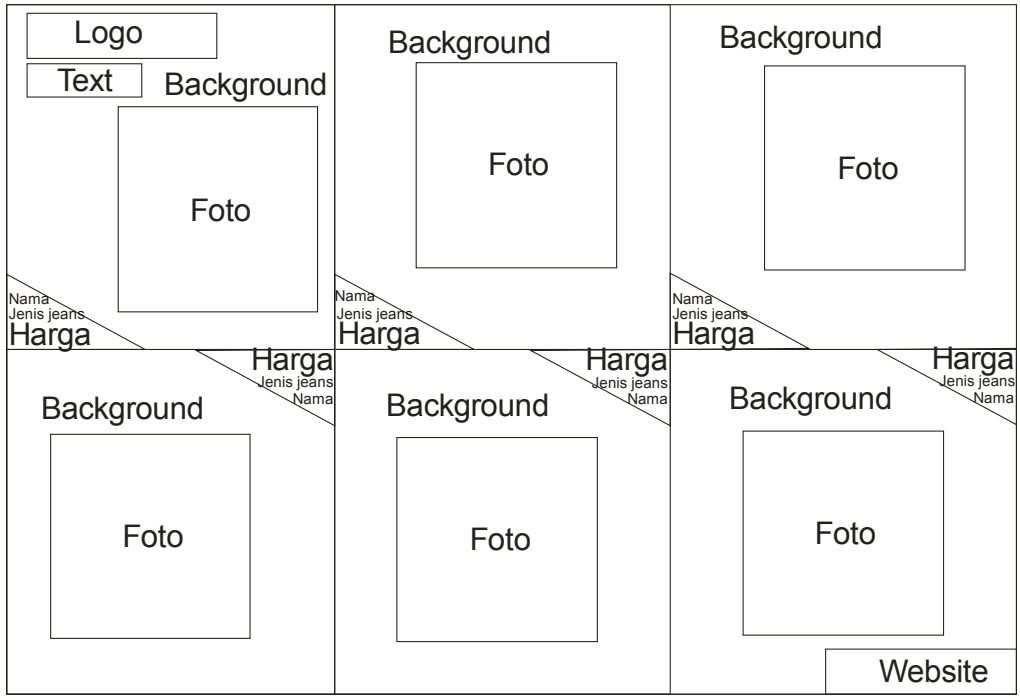



Gambar III.1 Layout Poster




Gambar III.2 Layout depan brosur

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional




Gambar III.3 Layout belakang brosur

Sumber : Dokumen pribadi (2012)

### 3.2.3 Huruf

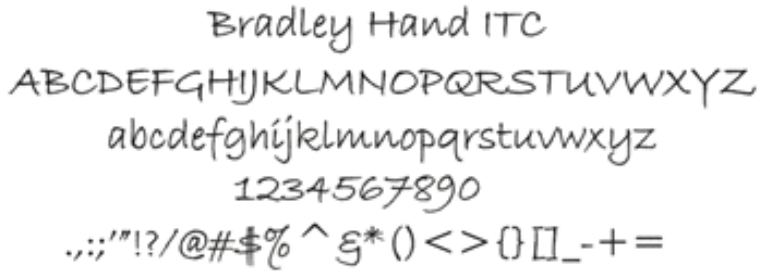
Dalam pemilihan huruf yang baik harus menggunakan huruf yang tingkat kebacaannya jelas dan juga bentuk tipografi yang mudah diingat agar bisa menyampaikan pesan dengan baik dalam perancangan media promosi.

Pada perancangan promosi Battersea Jeans ini digunakan jenis huruf yang akan digunakan untuk logo serta beberapa media visual lainnya menggunakan *Century Gothic* sebagai logo, *Bradley hand ITC* sebagai teks, dan *Freestyle Script* sebagai *tagline*. Penulis memilih tipe huruf - huruf tersebut karena tipe huruf tersebut bisa mewakili identitas dan konsep desain dari informasi yang akan disampaikan dan memiliki tingkat keterbacaan yang sesuai dengan arah segmentasi. Berikut bentuk jenis huruf yang dipilih yaitu ;

Century Gothic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
.,:;'"!?/@#$%^&*()<>{}[]_-+=

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

*Font Century Gothic* digunakan sebagai *font* untuk logo Battersea Jeans, karena dengan *font* yang sangat simple dilihat ini, untuk sebuah logo tulisan lebih cenderung harus terlihat jelas terbaca.




*Font Bradley Hand ITC* digunakan sebagai *font* untuk teks di media ini, karena bentuk *font* yang sangat menarik terlihat trendi diharapkan menarik perhatian untuk membaca isi tulisan yang tertera di media utama ini.




*Font Freestyle Script* digunakan sebagai *font* untuk *tagline* di media ini, karena bentuk *font* yang menarik perhatiana dengan lekukan – lekukan bentuk seperti ombak yang menjadi *image* dari perahu kertas yang terapung di lautan.

Gambar III.4 Jenis Huruf Battersea Jeans

### 3.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang terdapat pada pada media-media promosi ada 2 jenis yaitu ilustrasi dalam bentuk fotografi dan vektor.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional



Gambar III.5 Foto celana dan lokasi tempat sebagai background media utama

Sumber : Dokumen pribadi (2012)

Pada ilustrasi media brosur dan poster terdapat fotografi gambar celana jeans yang sedang dipakai, ini merupakan sebagai media utama produk Battersea Jeans yang menampilkan jeans nya, teknik pemotretannya agak menyerong ke kanan disebabkan agar label Battersea nya terlihat jelas dan terlihat elegan. Celana jeans yang digunakan berwarna abu – abu karena sebagai produk yang terbaru diedisi keempat ini dan menjadi *limited edition* bagi produk Battersea Jeans karena dengan bahan yang terbilang langka, bahan celana ini dinamakan berbahan *Coated*. Tempat yang di pakai pemotretan adalah di sepanjang jalan Babakan Siliwangi atau sering disebut Sabuga tempat ini cukup strategis di Kota Bandung karena sebagai pusat daerah seni di Bandung dan tempat dimana orang – orang penyuka hobi seni berkumpul.



Gambar. III.6 Icon Perahu kertas pada background brosur



Gambar. III.7 Icon air laut pada background brosur

Sumber : Dokumen pribadi (2012)

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Sedangkan ilustrasi vector perahu kertas yang bermaksud sebagai icon Battersea Jeans sebagai background vektor air laut yang menandakan keluasan agar pemikiran setiap orang berwawasan dalam menentukan suatu keputusan. Gambar vector perahu kertas beserta air lautnya di tempatkan posisi halaman background supaya perahu kertas yang di tampilkan terlihat menarik dengan diadakannya icon Battersea Jeans.

Gambar III.8 Logo Battersea Jeans

Logo Battersea Jeans sebagai *headline* brosur atau poster yang mempunyai maksud supaya nama Battersea terlihat lebih jelas dengan posisi di atas yang menjadi patokan utama melihat terlebih dahulu nama produknya.

Gambar III.9 Tagline Battersea Jeans

*The New Denim in Bandung* merupakan *Tagline* Battersea Jeans yang bermaksud sebagai produk denim terbaru yang siap meramaikan dunia *fashion* di Bandung.




Gambar III.10 Info diskon produk Battersea Jeans

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Info diskon merupakan strategi awal dari Battersea Jeans agar masyarakat tertarik untuk membeli produknya.



Gambar III.11 Icon jejaring sosial Facebook dan Twitter

Icon yang menunjukan alamat Battersea Jeans di jejaring sosial Facebook dan Twitter yang merupakan media promosi utama dari Battersea Jeans.




Gambar III.12 Foto detail produk Battersea Jeans
Sumber : Dokumen pribadi (2012)

Foto diatas merupakan detail desain dari celana yang di produksi oleh Battersea Jeans. Pada gambar nomer satu memperlihatkan posisi kaki sebelah kanan dengan maksud agar detail tagline asli Battersea Jeans yaitu “ Dream on

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

your hand " terlihat jelas, kemudaian label Battersea Jeans yang di tampilkan disaku belakang sebelah kanan juga terlihat. Pada gambar nomer dua memperlihatkan bordiran bertuliskan *4th edition* yang artinya produk ini adalah edisi keempat yang diproduksi oleh Battersea jeans dengan detail desain yang berbeda dari desain yang sebelumnya. Lalu pada gambar nomer 3 memperlihatkan kulit *(patch)* berwarna coklat yang dipasangkan pada celana jeans berbahan *stretch* dan kulit yang berwarna hitam dipasangkan pada celana jeans berbahan *coated*. Kulit berada disebelah kiri dengan maksud agar tidak bertabrakan dengan label yang ada disaku belakang sebelah kanan. Lalu pada gambar nomer empat memperlihatkan penyangah ikat pinggang dengan bentuk angka empat dalam bahasa romawi menunjukan bahwa produk ini edisi yang kempat dikeluarkan oleh Battersea Jeans.



Gambar III.13 Foto produk Battersea Jeans
Sumber : Dokumen pribadi (2012)

Gambar diatas merupakan enam artikel Battersea Jeans dari edisi empat yang akan ditampilkan di brosur dengan nama *Bluegrey*, *Blackcoated*,

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

*Greycoated, Blueblack, Bluesky, Bluegold* beserta *rate* harga yang berkisar Rp. 250.000 – Rp. 300.000.

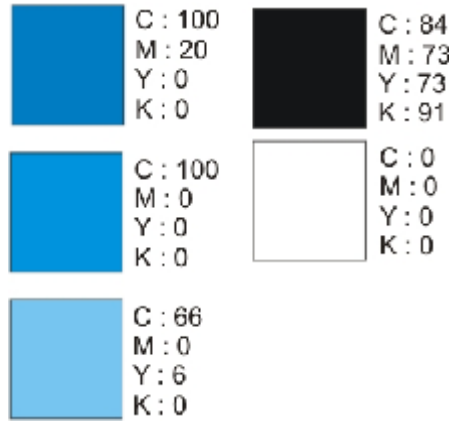
### 3.2.5 Warna

Warna merupakan unsur desain yang mempengaruhi pesan dalam pemilihan warna dalam konsep promosi ini berdasarkan pesan ingin disampaikan penulis memiliki warna-warna selaras dengan pesan untuk menguatkan isi setiap informasinya.

Warna yang digunakan dalam promosi ini berdominasi warna Biru beserta turunannya. warna Biru melambangkan keharmonisan, memberi kesan lapang. Pemakaian warna biru dapat menimbulkan perasaan tenang dan dingin, melahirkan suasana sejuk, tentram, hening, dan damai, memberi kenyamanan dan perlindungan. Warna biru yang dituju Battersea Jeans adalah biru laut.

Warna Hitam merupakan warna yang tegas untuk warna penggunaan font pada Battersea Jeans agar mudah terbaca .

Warna Putih digunakan sebagai warna dominan pada background. Warna putih digunakan agar tidak mengganggu isi dari poster tersebut. Ilustrasi dan teks materi informasi akan terlihat lebih jelas dengan menggunakan latar berwarna putih.




Gambar III.14 Warna Dominan

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional