BAB III
STRATEGI PERANCANGAN dan KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Permasalahan yang ditemukan penulis pada sirih merah adalah kurangnya informasi tentang manfaat sirih merah untuk perawatan tubuh. Dikarenakan masyarakat cenderung merawat tubuhnya dengan produk yang mengandung bahan kimia. Dalam perancangan media informasi sirih merah, perlu adanya strategi perancangan yang tepat agar pesan yang akan disampaikan kepada target penerima dapat diterima dengan baik dan efektif.

Bentuk media yang digunakan pada media informasi ini adalah buku, media tersebut berisi informasi panduan praktis tentang cara penggunaan sirih merah dalam merawat kecantikan tubuh. Media informasi tersebut dikemas dengan bentuk pendekatan komunikasi faktual dengan materi yang relevan dan bahasa yang sederhana.

Adapun tahap-tahap dari srategi perancangan yang perlu dilakukan meliputi:

3.1.1 Pendekatan Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan tahap perencanaan untuk menciptakan sebuah pendekatan komunikasi dari sebuah informasi agar informasi tersebut tepat sasaran dan dapat diterima dengan baik oleh penerimanya. Dalam hal merancang media informasi tentang sirih merah ini, maka diperlukan suatu strategi komunikasi yang ringan, mudah dimengerti, dan jelas.

Strategi komunikasi pada media informasi ini adalah menyampaikan materi-materi dengan komunikasi bersifat informatif dan komunikatif. Tujuanya agar informasi yang diberikan dapat tersampaikan sepenuhnya kepada orang lain yang memerlukan informasi. Selain itu, strategi komunikasi ini harus dipadu dengan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak mengandung ambiguitas.

Semua materi informasi yang disampaikan dikemas dengan sederhana agar mudah dipahami target.

3.1.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam perancangan media informasi ini sangat penting agar informasi yang disampaikan tepat pada sasaran yang dituju. Adapun tujuan perancangan komunikasi ini adalah, selain memberikan informasi dan pengetahuan kepada khalayak wanita tentang manfaat sirih merah bagi perawatan kecantikan tubuh, perancangan ini dapat mengubah prilaku dan menyadarkan masyarakat untuk hidup *"back to nature"* .

3.1.1.2 Pesan Utama

Penulis menentukan sebuah *tag line* untuk judul buku yaitu "Pesona Alami Sirih Merah" yang mengartikan tentang kecantikan secara natural setelah memakai sirih merah merah dalam perawatan kecantikan kulit dan wajah.

3.1.1.3 Tema Dasar Informasi

Tema dasar dari informasi yang disampaikan adalah pengetahuan tentang manfaat sirih merah bagi perawatan kecantikan tubuh. Serta cara pemakaiannya.

3.1.1.4 Pendekatan Secara Visual

Strategi pendekatan visual menggunakan teknik fotografi yang berisi tentang foto yang elegan, modern, fokus, detail, kealamian, dan menarik. Penyampaian pesan visual foto dapat membantu dan mempermudah informasi pesan dari foto tersebut untuk mempermudah para pembaca memahami. Objek foto ini merupakan objek yang dapat dipahami dan diterima oleh golongan para wanita antara usia 25-35 tahun. Disamping itu, foto tersebut akan menjadi perantara media informasi supaya terlihat menjadi lebih baik dan tidak menjenuhkan bagi para pembaca.

3.1.1.5 Materi Pesan

Pesan utama yang akan disampaikan pada media informasi ini adalah segala informasi tentang cara pemakaian masker sirih merah yang berguna untuk perawatan kecantikan tubuh. Media informasi ini menggunakan gaya bahasa dan visual sesuai dengan usia 25 sampai 35 tahun.

3.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dipakai adalah dengan membuat buku kecantikan yang berisi manfaat sirih merah bagi perawatan kecantikan tubuh. Informasi didalamnya dilengkapi dengan foto objek yang menerangkan cara pemakaian sirih merah untuk perawatan kecantikan kulit dan wajah.

3.1.3 Strategi Media

Strategi yang digunakan dalam perancangan media informasi sirih merah untuk wanita dewasa adalah membuat media-media yang betujuan menyampaikan pesan atau informasi yang berhubungan dengan media informasi ini.

Teori penggunaan media untuk perancangan media ini yaitu menggunakan media *primer* dan media *sekunder*. Media *primer* adalah media utama dalam media informasi ini, sedangkan media *sekunder* adalah media yang bersifat melengkapi atau menunjang media utama.

3.1.3.1 Media Utama

Didasarkan pada permasalahanya, maka dalam pemiliham suatu media harus benar-benar tepat dan cermat agar dapat menjadi solusi da menjawab permasalahan, berikut adalah pemilihan media informasi ini adalah:

- **(Buku Informasi)** adalah buku informasi dengan pendekatan atau penyajiannya fotografi

Media utama buku fotografi ini adalah media cetak yang memiliki jangkauan target sasaran yang lebih luas dan memberikan informasi yang lebih banyak.

3.1.3.2 Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama agar penyampaian dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung. Media- media pendukung yang digunakan pada media informasi sirih merah ini yaitu media-media yang efektif untuk menyampaikan pesan dari permasalaha ini.

1. Pembatas Buku

Pembatas buku dapat digunakan untuk membatasi halaman buku.

2. Poster

Poster adalah media yang cukup efektif untuk menarik perhatian audiens. Biaya poster cukup rendah dan dapat menampung informasi-informasi secara lengkap. Poster ini berukuran A2, ditempatkan di toko-toko buku dimana telah tersedia tempat khusus untuk penempelan poster. Poster ini ditempel pada saat buku telah diterbitkan dan dipasarkan.

3. *Gimmick*

- **Tempat Pot**
- **Tempat Bedak**

Gimmick adalah media-media pendukung atau media *sekunder*. Media ini sangat membantu untuk menarik perhatian target sasaran melalui objek-objek khusus, seperti membuat item-item unik yang diberikan secara gratis. *Gimmick* yang diberikan disini berupa kipas, tempat bedak, dan tempat pot ini dibuat sebagai *merchandise.* Konsep

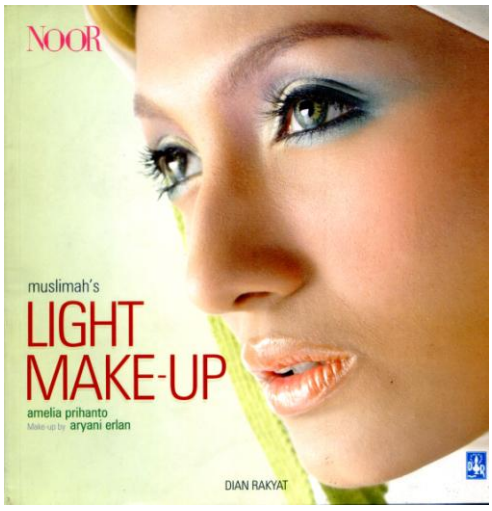
merchandise ini dibuat sebagai media pendukung yang berfungsi untuk mengingatkan kepada audiens visual yang terdapat dimedia utama.

3.1.4 Strategi Distribusi

Media utama yang berupa buku akan ditawarkan kepada pihak penerbit yang mempunyai potensi dalam menerbitkan buku-buku pengetahuan berupa cerita fiksi atau nonfiksi. Toko-toko buku seperti Gramedia menjadi target utama dalam pendistribusian buku ini.

3.2 Konsep Visual

Dalam perancangan media informasi sirih merah ini konsep visual yang dipilih penulis adalah *photography book*. Yang visualisasinya disesuaikan dengan segmentasi informasi yang *simple,* elegan, dan informatif.



Gambar III. 1 Referensi *Cover*

3.2.1 *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.

3.2.2 Tipografi

Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan dan menarik. Selain itu huruf juga menggambarkan karakter dari pesan yang disampaikan. Oleh karena itu penulis menggunakan huruf AlexandriaFLF , Rage Italic, dan Janda Swirly Twirly.



Gambar III.2 GeosansLight



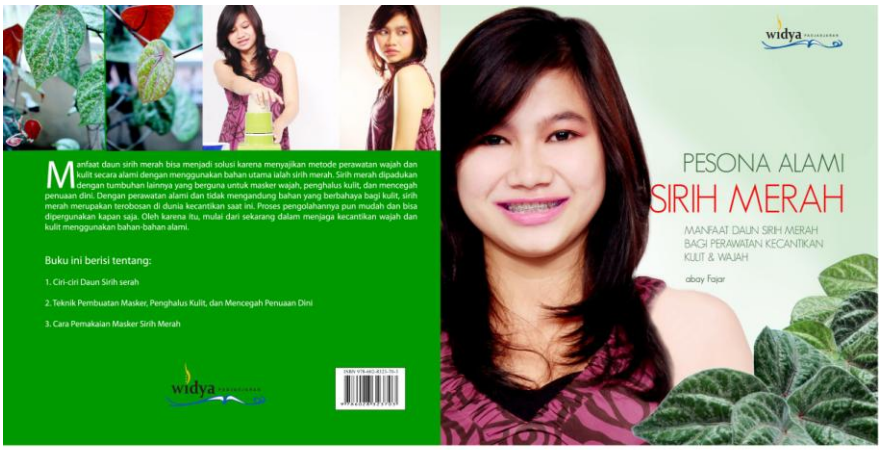
Gambar III.3 Font Myriad Pro

3.2.3 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam buku ini menggunakan teknik fotografi yang disesuaikan dengan target sasarannya yaitu kaum hawa, dengan menggunakan warna-warna *soft* namun juga tetap mengesankan kesan alami sesuai dengan bahasan yang digunakan penulis.

3.2.3.1 Isi Buku

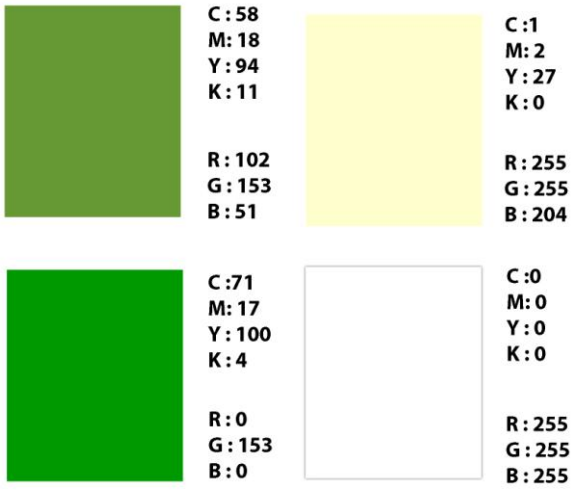
Fotografi yang digunakan pada bagian isi buku ini dibuat dalam satu halaman penuh. Pada bagian *layout* menceritakan manfaat sirih merah bagi perawatan kecantikan kulit dan wajah serta cara pemakaian sirih merah, proses pengolahan sirih merah agar bisa digunakan sebagai masker dan lulur serta penghalus kulit.



Gambar III.4 Contoh *Cover*

3.2.4 Warna

Warna merupakan salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan. pemilihan warna dalam konsep ini berdasarkan kepada kesan yang ingin disampaikan dan kepada siapa pesan ini ditujukan. Penulis memilih warna-warna dominan hijau daun memberi kesan alami yang disesuaikan untuk segmentasi informasinya.



III.5 Dominan Warna