# BAB III

# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

## III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Pendekatan Komunikasi yang dilakukan antara lain :

A. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan sangat dipengaruhi oleh tujuan dasar dibuatnya program promosi SMAK BPPK dan sangat di pengaruhi pula oleh target *Audience*. Sebagai solusi untuk memecahkan masalah, strategi komunikasi yang paling utama yang akan digunakan adalah bersifat persuasif yaitu membujuk, mempengaruhi dan mengajak. Salah satu pesan yang paling utama yang akan disampaikan adalah menpengaruhi kepada masyarakat khususnya dan kepada pelajar umumnya bahwa kegagalan adalah kesuksesan yang tertunda yang nantinya menjadikan motivasi bagi pelajar agar berusaha terus mengejar prestasi dalam menyelesaikan pendidikan,

Strategi komunikasi yang akan di lakukan yaitu :

- Memberi ransangan kepada target *audiance* untuk menggunankan jasa pendidikan.
- Menginformasikan proses pendidikan kepada target *audiance* dalam aktifitas pendidikan sesuai dengan karakter SMAK BPPK..
- Menyampaikan pesan dengan elegan, yaitu elok, dan rapih kepada target *audiance*.

B. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam promosi ini memiliki tiga tujuan *fundamental* yang satu sama lain saling mendukung dan mempengaruhi, ketiga tujuan itu adalah sebagai berikut :

- Mengajak dan memberi peluang bagi pelajar yang kurang prestasi menjadi lebih semangat mengejar prestasi.

- Mempengaruhi, mengubah cara pandang target *audience* yang negatif menjadi postif terhadap jasa pendidikan SMAK BPPK.

C. Tema Dasar Komunikasi

Tema dasar komunikasi akan disesuaikan dengan target *audience* dan karakter SMAK BPPK. Tema dasar komunikasi yang dilakukan adalah harapan baru, berfokus pada ransangan dan ajakan kepada siswa untuk mengejar prestasi.

D. *Positioning*

*Positioning* digunakan untuk menempatkan citra yang akan ditimbulkan di benak masyarakat, dalam hal ini janji SMAK BPPK adalah iman pengharapan dan kasih. Iman SMA Kristen BPPK adalah sekolah religi yang berpedoman dalam ajaran kearifan Tuhan Yang maha Esa. Perngharapan yaitu SMA Kristen BPPK memberikan peluang yang sama kepada semua kalangan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pendidikan secara baik. Kasih karena SMA Kristen BPPK memberikan dasar cinta dalam penyelenggaraan pendidikan sehingga memberikan sifat peduli dan toleransi kepada sesama mahluk hidup.

E. Pendekatan Bahasa

Bahasa yang akan di gunakan adalah bahasa Indonesia yang jelas dan berpedoman pada Ejaan Yang Disempurnakan pada tahun 2009.

F. Materi Pesan

Dalam perancangan program promosi ini materi pesan sangat penting. Agar program promosi berjalan sesuai tujuan. Materi pesan yang akan disampaikan dalam program promosi ini adalah sebagai berikut :

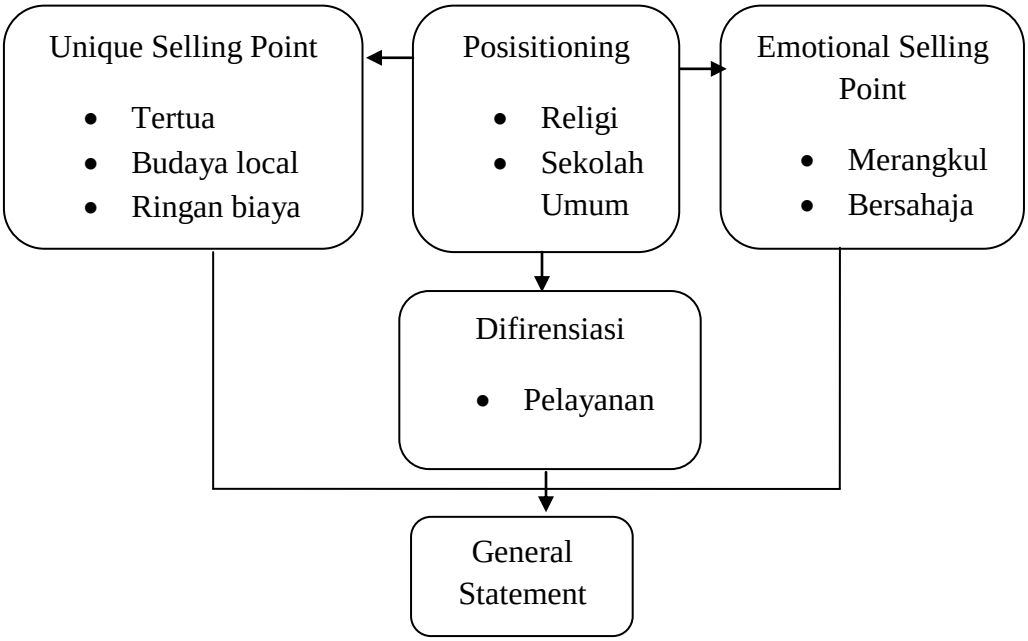
- Nafas yang mendampingi proses dalam mencapai hasil akhir yang tersiran dalam dinamika pelajar yang meloncat.

- Tumbuh di dalam situasi atau keadaan untuk mewujudkan tujuan dalam aktifitas pendidikan yang diberikan SMA Kristen BPPK.
- SMA Kristen BPPK memberikan peluang sama kepada seseorang atau kelompok untuk menggapai tujuan yang diharapkan.

III.1.2 Strategi Kreatif

A. General Statement

*Genaral statement* adalah pernyataan singkat yang mewakili seluruh karakter produk dan *image* produk, atau perusahaan. *General statement* ini penting karena sebagai salah satu acuan bahasa desain pada promosi ini. Pembuatan *general statement* dalam promosi ini adalah sebagai berikut

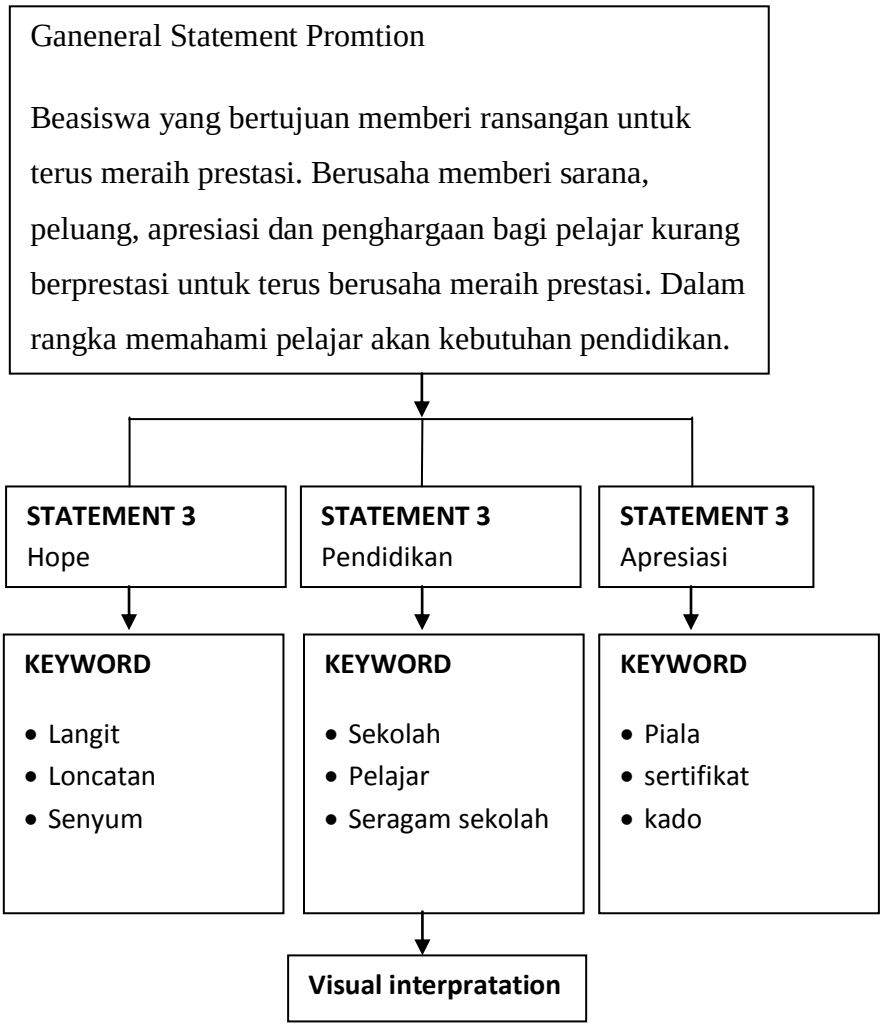



Bagan III.1 Alur pembuatan General *Statement*

Sesuai dengan analasis di atas, dan sesuai dengan alur berpikir dalam pembuatan *General Statement*. Maka program promosi SMA Kristen BPPK ini memiliki *Genaral Stament* sebagai berikut ini yaitu "HOPE" *adalah pembangunan pendidikan yang memberi ruang sama kepada pelajar untuk menuntut ilmu dengan baik serta berusaha memberi sarana, peluang,*

*apresiasi dan penghargaan bagi pelajar dalam meraih prestasi untuk pelajar SMA Kristen BPPK".*

B. Pencarian Gagasan Visual




Bagan III.3 Alur Pembuatan Gagasan Visual

Berdasarkan alur pembuatan gagasan visual, gagasan visual yang akan muncul fokus kepada kesan harapan dalam pendidikan pesan apresiasi dan penghargaan tehadap siswa tumbuh berprestasi. Setiap *statement* yang muncul dari *general statement*, akan mewakili setiap tema *keyword* yang akhirnya *keyword* akan memunculkan tafsiran visual. Tafsiran visual akan muncul sesuai dengan metode *visual brainstroming* berdasarkan *keyword* yang didapat dari alur pembuatan gagasan visual.

C. Rasional Visual

Visualisasi yang akan muncul adalah visualisasi yang akan membentuk kesan semangat yang penuh harapan dan tentunya dengan penghargaan dalam bidang pendidikan sehingga menjadi sebagai daya tariknya. Sesuai dengan *tagline* program promosi yaitu *"Faith Hope and love Beasiswa".* Oleh karena itu Kesan dan pesan yang divisualisasikan adalah harapannya sebagi ajang kompetisi pendidikan yang diadakan di SMA Kristen BPPK kota Bandung.

III.1.3 Strategi Media

A. Pemilihan Media

Pemilihan media berdasarkan solusi untuk menjawab permasalahan dan disesuaikan dengan tujuan perancangan program promosi. Maka dipilih beberapa media sebagai sarana promosi yang menjadi sentral target *audience* yaitu pemilihan media cetak: Majalah, Poster, dan Brosur. Karena ketiga media tersebut dinilai tepat dan sesuai dengan target *audience*. Diharapkan ketiga jenis media tersebut mampu dan dapat menjadi solusi untuk menjawab permasalahan.

B. Media Utama

Media *leaflet* akan ditempatkan di gereja-gereja kota Bandung dan sekolah lanjut tingkat pertama kota Bandung. Menggunakan strategi penyampaian pesan yang persuasif dan informatif. Dengan bahasa visual dan verbal yang menarik bagi kalangan pelajar. Media *leaflet* di pilih karena memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lainnya, *leaflet* langsung menyampaikan pesan kepada target *audience*, *leaflet* dapat menyampaikan pesan relatif lebih detail.

C. Media Pendukung

- Media iklan majalah

  Pada majalah dipilih karena majalah memiliki pembaca yang lebih selektif tidak seperti koran yang memiliki pembaca yang cukup luas. Selain itu media iklan pada majalah memiliki usia iklan yang relatif lama bila dibandingkan dengan televisi yang relatif singkat. Majalah yang dipilih adalah majalah yang bertema religi.

- Media poster

  Media poster ini akan secara bersamaan ditempatkan di gereja-gereja kota bandung dan di perpustakaan sekolah lanjut tingkat pertama kota bandung.Menggunakan strategi penyampaian pesan yang persuasif dan informatif. Dengan bahasa visual dan verbal yang menarik bagi kalangan pelajar. Media poster di pilih karena memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lainnya.

- Media x-banner

  Media ini akan ditempatkan disaat pendaftran siswa baru, Menggunakan strategi penyampaian pesan informasi dalam kebutuhan pendaftaran siswa baru.

- Media *note book*

  Media ini sebagai media pengingat disaat target *audience* sudah melakukan pendaftaran siswa di SMA Kristen BPPK

## III.2 Konsep Visual

### III.2.1 Format Desain

Format desain disesuaikan dengan jenis medianya. semua media *leaflet,* poster dan iklan majalah, format yang akan digunakan adalah *portrait*, sehingga pesan tetap konsisten.

Tata Letak (*layout*)

Tata letak elemen desain yang akan digunakan pada program promosi ini akan di sesuaikan dengan jenis medianya. Agar *layout* mampu mendukung konsep dan pesan program promosi maka *layout* berdasarkan strategi komunikasi dan target *audience*. *Layout* akan menekankan kepada pesan persuasif dan informative.

III.2.2 Tipografi

Pada dasarnya huruf yang akan digunakan harus memiliki kesesuaian dengan target *audience* dan konsep desain. Huruf yang akan digunakan adalah huruf yang bekarakter *simple*, tegas dan mudah dibaca. Huruf yang berkesan modern cocok dengan karakter SMA Kristen BPPK sebagai sekolah yang bergerak di bidang pendidikan ada arial. Huruf yang berkesan modern juga dapat mewakili psikografis target *audience* dalam hal ini masyarakat yang sadar pendidikan khususnya kalangan pelajar. Contoh beberapa huruf yang digunakan adalah sebagai berikut :

A. Arial Font




Gambar III.1 Jenis huruf arial digunakan di media

Arial adalah salah satu huruf yang akan di gunakan pada *body text*, dalam poster dan iklan majalah. Huruf ini dipilih karena memiliki lekukan yang *simple*, struktur huruf tegas dan berkesan modern. Selain itu huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi.

B. Alba Font




Gambar III.2 Jenis huruf alba digunakan di media

ALBA *Font* adalah *font* yang khusus, yang ditempatkan untuk program promosi ini, terinpirasi dan disesuaikan dengan karakter *logotype* program promosi. Huruf ini dipilih karena memiliki kesan yang *Fleksibel*, dinamis dan *simple*

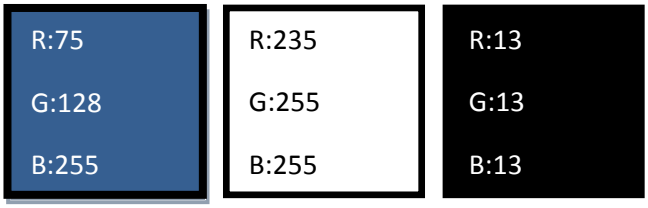
III.2.3 Illustrasi

Illustrasi adalah salah satu elemen desain yang memberi penjelasan kepada konsep desain dan pesan yang akan dikomunikasikan. Pada program promosi ini illustrasi merupakan salah satu elemen desain yang sangat penting. Illustrasi yang akan digunakan adalah ilustrasi berjenis *digital imaging*. Dengan teknik komputer *graphic* menggunakan fotografi, Beberapa objek illustrasi yang akan digunakan diantaranya adalah sebagai berikut : Logo promosi (*vektor*/*bitmap*), *Background* dengan gaya *abstrack* (*bitmap*), dan Semua Illustrasi yang akan digunakan sesuai dengan konsep desain dan pesan yang akan disampaikan. Terutama illustrasi yang digunakan harus bersifat persuasif.

III.2.4 Warna

Setiap warna memiliki arti dan respon psikologisnya masing-masing (Christina Krisnawati, 2005, h.73). Mempertimbangkan bahwa warna dapat mempengaruhi kondisi psikis seseorang maka pemilihan warna yang tepat dalam mendesain adalah salah satu proses yang sangat penting. Oleh kerena itu pemilihan warna harus benar-benar disesuaikan dengan konsep desain agar program promosi berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan. Beberapa

warna yang akan digunakan dalam media pada program promosi ini adalah sebagi berikut :




Gambar III.3 Beberapa warna yang digunakan di media

Beberapa warna di atas adalah warna yang akan digunakan dalam media promosi pada program promosi SMA Kristen BPPK. Penggunaan warna biru, hitam dan putih akan lebih dominan dibandingkan warna lainnya, selain warna di atas ada kemungkinan untuk menggunakan warna-warna yang lain selama warna yang digunakan mendukung konsep media. Penggunaan warna biru yang lebih dominan karena warna biru melambangkan, kepercayaan, pruduktifitas, dan harmoni.