BAB III

Strategi Perancangan dan Konsep Visual

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan didasari dari beberapa pemecahan masalah dari Komunitas Culindra mengenai kurangnya media informasi tentang aktifitas – aktifitas atau *event*, program – program Komunitas Culindra terhadap Taman Kota di Bandung, bahkan profil komunitas itu sendiri. Sehingga dibutuhkan suatu perancangan media informasi yang bersifat informatif dengan tujuan menginformasikan tentang kegiatan - kegiatan positif berupa event - event yang telah maupun akan diadakan Komunitas Culindra terhadap Taman Kota di Bandung.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dilakukan yaitu membuat *target audience* melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media informasi tentang Komunitas Culindra yang berisi tentang informasi – informasi Komunitas Culindra terhadap Taman Kota di Bandung.

a. Tujuan Komunikasi
   - Mengenalkan Komunitas Culindra dan perannya terhadap Taman Kota di Bandung
   - Menginformasikan program - program Komunitas Culindra terhadap Taman Kota di Kota Bandung.
   - Menginformasikan kegiatan – kegiatan yang telah maupun akan dilaksanakan oleh Komunitas Culindra

b. Materi Pesan

   Menginformasikan tentang Komunitas Culindra sekaligus menanamkan sifat kesadaran dan kepedulian terhadap Taman Kota, terutama pada remaja.

c. Pendekatan Komunikasi Visual

   Bahasa visual yang digunakan lebih kearah *minimalist* dan *colorful* namun tidak menghilangkan kesan hijau dan indah sebagai perumapamaan Taman Kota.

d. Pendekatan Komunikasi Verbal

Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dan Bahasa Inggris sebagai bahasa pendukung.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang diambil adalah membuat media informasi berupa situs *website interface* 3.0 yang menarik secara visual dan informasi yang efektif dan informatif untuk *Target Audience*. Selain itu, konsep *website* portal berupa kontribusi *Target Audience* bahkan masyarakat yang ingin berbagi tentang Taman Kota ataupun Ruang Terbuka Hijau (RTH) dapat mengirimkan tulisan atau artikel tersebut dengan ketentuan yang sudah ada.

3.1.2.1 Pendekatan Kreatif

Dalam merancang laman situs internet (*website*) ini, visual bergaya *minimalist* dan *colorful* yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat di Kota Bandung dan *target audience*, yaitu remaja. Tetapi tidak meninggalkan kesan hijau dan indah sebagai perumpamaan Taman Kota itu sendiri. Pendekatan visual yang digunakan yaitu :

- Perancangan gambar - gambar ilustrasi diambil dari elemen - elemen Taman Kota yang akan disampaikan pada *target audience.*
- Elemen - elemen visual yang mendukung ilustrasi utama adalah gaya visual yang menarik dan minimalist, agar *target audience* merasa tertarik dengan multimedia interaktif tersebut dan tidak mudah bosan.
- Pemilihan tipe huruf yang menunjang setiap konten isi agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

III.1.3 Strategi Media

Dalam perancangan media informasi ini, dibutuhkan strategi media yang terperinci dan fokus pada *target audience* agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

1. Media Utama

   Media utama yang yang dirancang adalah laman situs internet (*website) interface* 3.0 sebagai media informasi tentang Komunitas Culindra. Media ini dipilih karena dianggap efektif mengingat perkembangan jaman dan teknologi yang berkembang pesat. Laman situs internet (*website*) *interface* 3.0 dipilih karena *responsive*, sehingga dapat diakses melalui PC atau Laptop, tablet pc , bahkan smartphone.

2. Media Pendukung

   Media pendukung yang digunakan berfungsi untuk mendukung dan memperkuat media utama agar informasi yang disampaikan diterima dengan baik.

   - Poster

     Desain Poster event maupun *infographic* yang menarik dan *eye catchy* merupakan media pendukung lain yang mampu menarik perhatian *target audience.*

   - *Sticker*

     Merchandise yang diberikan berupa *sticker* merupakan media pendukung yang baik untuk promosi *event* maupun promosi Komunitas Culindra itu sendiri.

   - Pin

     Pin yang dibagikan pada saat event berlangsung merupakan salah satu media pendukung untuk promosi *event* maupun komunitas itu sendiri.

   - *Flag Merchandise*

     Bendera kecil yang terbuat dari kertas sebagai *merchandise* maupun hiasan pada saat event berlangsung.

- *Event Flag*

  Bendera kecil yang terbuat dari kertas yang disambung – sambungkan menjadi untaian hiasan pada saat event berlangsung.

- *X Banner*

  X Banner dengan konten salah satu artikel di dalam *website* Komunitas Culindra.

- Laman Facebook (*Fan Page*)

  Membuat laman *social media Facebook* sebagai bentuk promosi dan informasi Komunitas Culindra

- Twitter

  Membuat *Twitter account* sebagai bentuk lain promosi dan informasi Komunitas Culindra

III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang diusung adalah *minimalist,*dan *colorful,* karena *target audience*-nya remaja yang berusia antara 15 – 23 tahun yang dianggap mengerti dan sudah dapat mengikuti perkembangan teknologi.

III.2.1 Format Desain

a) Media Utama

Laman situs internet (*website*) yang dirancang dengan ukuran *landscape* 1024 x 768 pixel yang dapat diakses melalui laptop, PC, maupun *tablet PC* dan ukuran portrait 240 x 360 pixel untuk diakses dengan mudah melalui *smartphone.*

b) Media Pendukung

- Poster

  Poster berukuran A2 yang berisikan informasi – informasi tentang Komunitas Culindra

- *Sticker*

  Sticker sebagai media pendukung diproduksi dalam bentuk persegi panjang dengan ukuran 13 x 7 cm. *Sticker* ini dapat ditempel dimana saja sebagai media promosi.

- Pin

  Pin berukuran diameter 6 cm yang dibagikan pada saat *event* berlangsung. Berfungsi sebagai media promosi *event.*
- *Flag Merchandise*

  Bendera kecil yang terbuat dari kertas berukuran 13,5 cm x 11,5 cm sebagai kenang – kenangan ataupun hiasan pada saat *event* berlangsung.
- *Event Flag*

  Bendera kecil terbuat dari kertas yang disusun menjadi untaian hiasan pada event berlangsung. Masing – masing bagian berukuran 13 cm x 15cm.
- *X Banner*

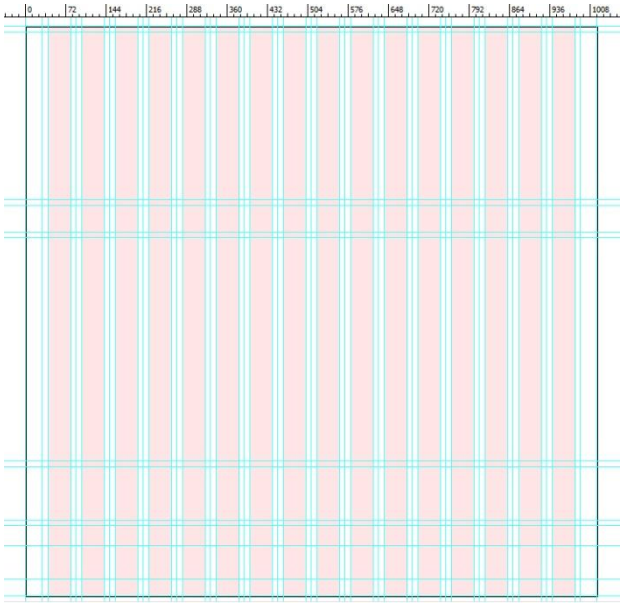
  X Banner berukuran 160 cm x 60 cm yang dipasang saat event berlangusng.
- Laman Facebook (*Fan Page*)

  Cover laman *Facebook* berukuran 851 x 314 px dan *profile picture* berukuran 168 x 168 yang saling menyatu dibuat menarik pengunjung laman *Facebook*
- Twitter

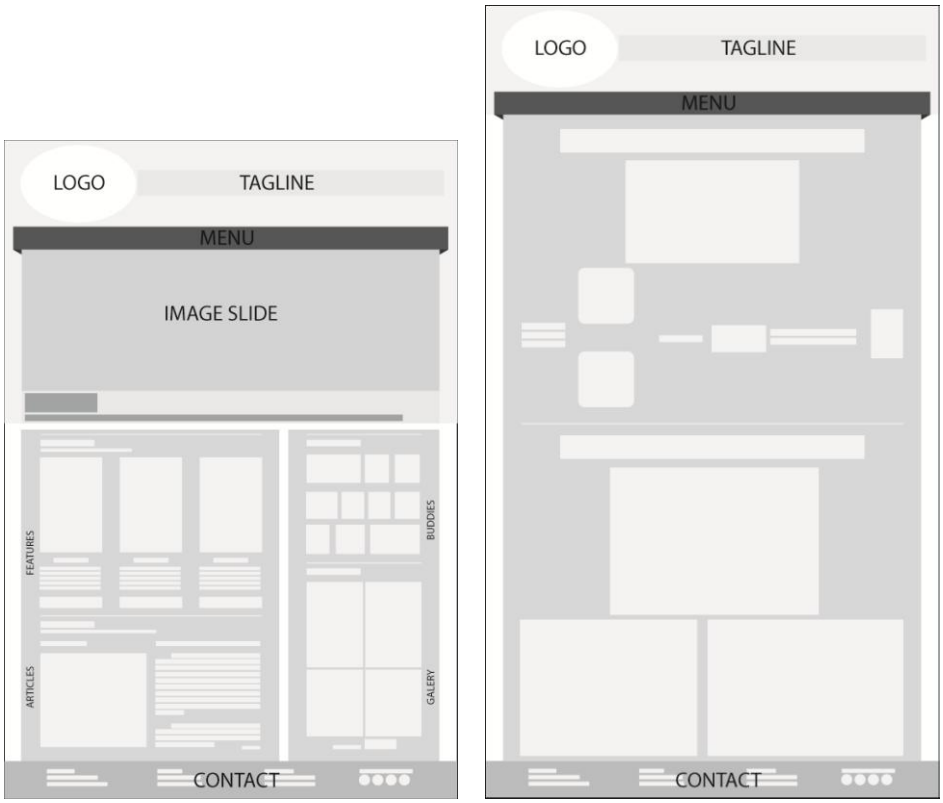
  Header laman *Twitter* berukuran 520 x 260 px yang dibuat menarik pengunjung laman *Twitter*

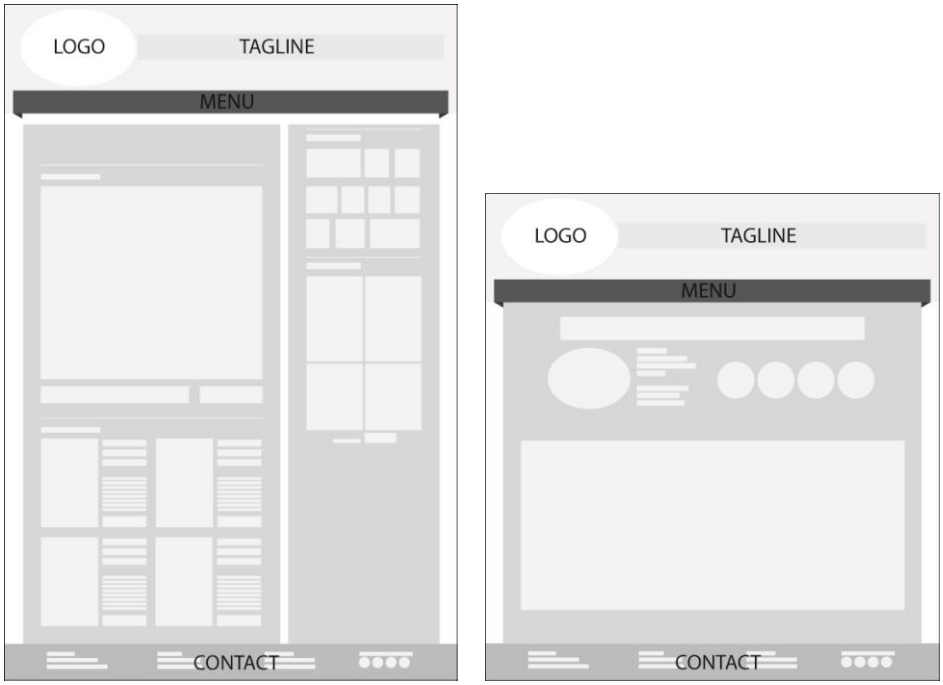
III.2.2 Tata Letak

Tata letak atau *layout* yang digunakan meliputi semua unsur desain, antara lain gambar, teks, ilustrasi, fotografi dan lain – lain. Dengan layout yang menarik, *target audience* yang dituju yaitu remaja dapat memahami dan mengerti pesan atau informasi yang diberikan.



Gambar III. 1 *Grid Sysem*





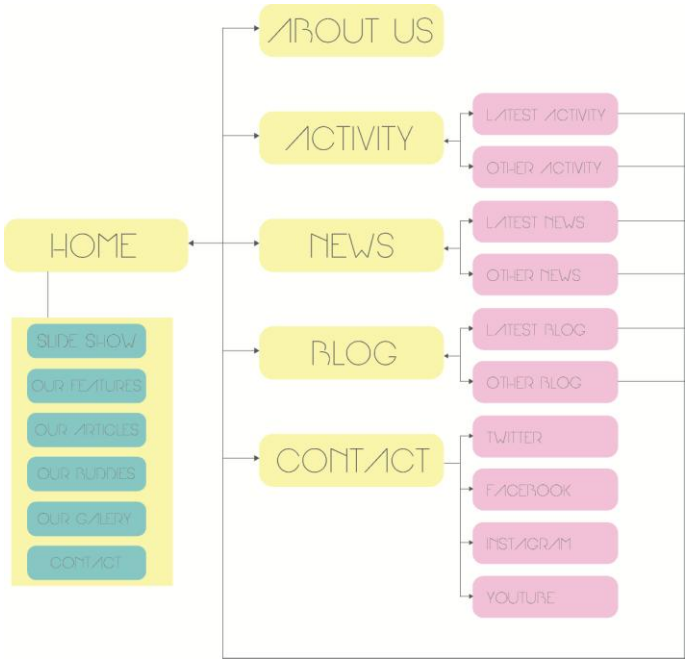
Gambar III. 2 *Wireframe*



Gambar III. 3 *Layout home*

III.2.3 *Sitemap Website*

Berdasarkan data – data yang diperoleh mengenai konsep laman situs internet (*website*) Komunitas Culindra, diperoleh kesimpulan yang dituangkan dalam bentuk *sitemap* sebagai dasar dari sistem navigasi.



Gambar III. 4 *Sitemap*

- *Home*

  Home atau *Index* berisi *slide* foto, O*ur Features* yang terdiri dari *Latest News, Latest Blog,* dan *Latest Activity*. Selain itu beranda juga berisikan *Our Buddies, Our gallery* dan *Contact About Us*

- *About Us* berisikan tentang awal Komunitas Culindra ini berdiri. Selain itu, terdapat *Our Program* yang berisikan tentang program – program Komunitas Culindra terhadapa Taman Kota, khususnya di Kota Bandung.

- *Activity*

  Pada halaman *Activity*, didallamnya berisikian tentang aktivitas – aktivitas yang pernah dibuat oleh Komunitas Culindra.

- *News*

Halaman *News* didalamnya berisikan tentang berita – berita terkini yang berkaitan dengan Taman Kota, Ruang Terbuka Hijau, ataupun kegiatan – kegiatan yang diselenggarakan oleh *Our Buddies.*

- *Blog*

  Pada halaman *Blog*, terdapat artikel – artikel dari redaktur Komunitas Culindra maupun artikel para *audience* yang telah mengirimkan artikelnya pada Komunitas Culindra.

- *Contact*

  Pada halamn terakhir. yaitu halamn *Contact* didalamnya berisikan tentang kontak Komunitas Culindra. Mulai dari alamat, nomor telefon yang bisa dihubungi, alamat *email*, hingga media sosial lainnya

III.2.4 Tipografi

Perancangan multimedia interaktif ini menggunakan beberapa jenis font, antara lain :

- *Headline*

  Headline ini berupa judul *content – conten* utama dan *sub-content*

  Fredricka The Great

  ABCDEFGHIJLKMNOPQRSTUWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890-+=„.?!()”:;'|\

- *Body text*

  Body copy ini untuk isi dari content

  Century Gothic

  ABCDEFGHIJLKMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890-+=,.?!()”:;' | \

Tahoma

ABCDEFGHIJLKMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890-+=,.?!()”:;’|\

III.2.5 Warna

Warna – warna yang digunakan dalam perancangan laman situs internet (*website*) ini adalah warna – warna komplementer atau berkesan berlawanan.

	C:7	M:16	Y:21	K:0	R:235	G:211	B:194
	C:3	M:13	Y:16	K:0	R:244	G:222	B:207
	C:2	M:8	Y:11	K:0	R:248	G:233	B:220
	C:1	M:5	Y:7	K:0	R:251	G:240	B:230
	C:36	M:56	Y:85	K:22	R:141	G:101	B:57
	C:17	M:43	Y:100	K:1	R:210	G:149	B:42
	C:2	M:27	Y:80	K:0	R:247	G:189	B:79
	C:0	M:13	Y:45	K:0	R:255	G:221	B:153
	C:69	M:63	Y:62	K:56	R:54	G:54	B:54
	C:31	M:85	Y:18	K:0	R:178	G:75	B:135
	C:0	M:0	Y:0	K:0	R:255	G:255	B:255

Tabel III.1 Warna