BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan promosi tas Exsport dengan program *Create Your Personal Style Backpack* ini, yaitu dengan membuat sebuah *Tagline,* dimana pada *Tagline* tersebut dapat mempengaruhi konsumen. Maka dari itu untuk dapat memberikan kesan terhadap promosi dari program *Create Your Personal Style Backpack* Exsport ini maka terdapat satu kalimat yang mewakili dari *Tagline* Exsport sebelumnya yaitu *Live Color Fully* dengan *Tagline Create Your Personal Style Backpack "Explore Your Color"* dimana pada *Tagline* tersebut mengandung sebuah ajakan untuk mengeksplor atau menjelajah keunikan dan keragaman warna yang dimiliki, karena warna dapat memberikan unsur keunikan dan membentuk kepribadian dengan tujuan untuk meningkatkan *positioning* terhadap produk tas Exsport sebagai produk tas anak muda yang *Up to date, Stylish* dan *Colorful* berani tampil beda.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Untuk menginformasikan sebuah informasi dibutuhkan komunikasi yang baik dan mampu menyampaikan informasi atau pesan-pesan yang akan disampaikan dengan mudah dimengerti khususnya target audien. Komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi kepada komunikan yang berinteraksi. Agar informasi yang akan disampaikan lugas dan dapat dicerna oleh target audien maka pemilihan komunikasi untuk promosi tas Exsport dengan program *Create Your Personal Style Backpack* ini yaitu dengan gaya bahasa nonformal, persuasif dan komunikatif tujuannya untuk mengajak atau mempengaruhi masyarakat khususnya remaja untuk dapat berkreasi dengan warna khususnya pada media tas. Dengan gaya bahasa tersebut anak muda khususnya dapat dipahami dan dimengerti yang bertujuan untuk mencerna bahasa informasi yang akan di informasikan.

III.1.2 Strategi Kreatif

Untuk mencapai sebuah kreatif pada pengaplikasian promosi produk tas Exsport yaitu dengan program *Create Your Personal Style Backpack* dengan dengan *Tagline Explore Your Color* adalah program kreatif yang dikeluarkan oleh pihak Exsport agar lebih dekat dengan konsumen khususnya anak muda yang dapat mengajak minat/*Interest* konsumen produk tas Exsport untuk ikut serta dalam memilih warna yang disesuaikan dengan karakter kepribadian yang dimilikinya dan dapat langsung melihat proses pembuatan tas di Showroom Exsport yang hanya ada di Exsport Station Jalan Sumatera 28-30 Bandung. Pada program kreatif ini konsumen bebas untuk mengeksplor warna dengan pilihan warna yang ditentukan oleh pihak Exsport, terdiri dari sepuluh warna yang berdasarkan tingkat penjualan dan penyesuaian karakter anak muda yang *Up to date, Stylish* dan *Colorful* yaitu terdiri dari warna coklat, coklat muda, biru, magenta, kuning, hijau, jingga, merah maroon, abu-abu dan hitam, disamping itu konsumen khususnya anak muda dapat memilih warna secara digital yaitu dengan alat *Configurator V.1* yang telah disediakan oleh pihak Exsport yang bertujuan untuk memudahkan konsumen untuk mengeksplor beragam warna yang mereka inginkan sesuai dengan kepribadiannya dan pada program ini juga dapat menambahkan unsur gambar dan identitas seperti nama kedalam bidang tas ada delapan karakter huruf dan sepuluh karakter gambar yang sudah ditentukan oleh pihak Exsport, semua dikerjakan dengan teknik bordir.

Dengan adanya program kreatif dari pihak Exsport tersebut masyarakat khusunya konsemen yang prioritasnya remaja berhak untuk dapat melihat proses serta dapat memilih warna sesukanya dengan tidak ada batasan warna jadi dari kesepuluh warna tersebut bebas untuk diterapkan pada media tas, serta dengan adanya program tersebut dapat sekaligus menerapkan *positioning* terhadap konsumen yaitu Exsport merupakan tas yang *Up to date*, *Stylish* dan *Colorful*.

III.1.3 Strategi Media

Media merupakan alat komunikasi, interaksi dan sarana publikasi yang paling efektif untuk melakukan sebuah promosi, maka untuk melakukan sebuah

promosi agar terciptanya *feedback* (timbal balik) dari *Target Audience* sebagai penyimak dan pendengar perlunya strategi untuk bagaimana *Target Audience* dapat menyimak, menerima dan memahami yang akan di komunikasikan melalui media. Dengan itu untuk menentukan media yang efektif guna tercapainya informasi dan komunikasi tersebut dapat di kelompokan menjadi dua macam media diantaranya.

1. *Above The Line* (Lini Atas) merupakan teknik pemasaran untuk mempromosikan brand melalui media masa seperti *web banner* sangat cocok untuk cakupan brand yang mempunyai target grup yang luas, namun kurang dapat menyentuh *Target Audience* secara personal.
2. *Below The Line* (Lini Bawah) sangat tepat bila digunakan untuk target market yang terbatas dan spesifik. *Direct mail*, *public relation*, *seles promotion* yang menggunakan *flyer*, brosur, iklan di majalah atau di surat kabar dengan segementasi terbatas yang bertujuan merangkul konsumen.

III.1.3.1 Media Utama

Media utama yang digunakan untuk mempromosikan tas Exsport dengan program *Create Your Personal Style Backpack* ini yaitu dengan menggunakan bagian dari *Below The Line* yaitu dengan media poster sebagai alat propaganda dan berfungsi sebagai penyampaian informasi mengenai apa yang akan di promosikan dari produk atau program baru dari tas Exsport yaitu *Create Your Personal Style Backpack*. Penggunaan media ini efektif bila di terapkan pada tempat yang benar dan layak seperti pada umumnya di mading sekolah, kantin dan tempat umum/keramaian dengan maksud untuk memberikan gambaran dan mempengaruhi konsumen mengenai informasi dari produk baru tas Exsport.

III.1.3.2 Media Pendukung

Adapun media pendukung untuk membantu menginformasikan media utama agar dapat tersampaikan dengan tepat kepada *target audience* yang akan dituju dan bermaksud untuk melakukan menginformasikan sekaligus

mempromosikan dan bujukan agar dapat memperoleh hasil yang efektif di benak masyrakat, yaitu :

1. ***Flyer*/Selembaran**

   Berfungsi sebagai media promosi yang murah dan efisien diingat bahwa *flyer* ini selembaran yang hanya berfungsi sebagai ringkasan isi promosi untuk memudahkan masyrakat mengetahui produk terbaru dari tas Exsport dan hanya bersifat sementara/*temporary*, jadi hanya mengandalakan kata-kata saja seperti *headline* dan *tagline* pada media promosi ini, yang dilakukan oleh pihak bersangkutan seperti desainer tas Exsport yang bertujuan menanamkan *positioning* di benak masyarakat.

2. **Brosur**

   Brosur merupakan media promosi yang pada umumnya dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk terbaru yang bertujuan untuk menginformasikan baik itu dari segi detail, keunggulan dan keunikan produk sehingga dapat mempengaruhi masyrakat yang membaca dan melihat brosur tersebut. Penggunaan media ini pada promosi tas Exsport ini sangat tepat dimana dalam promosi program *Create Your Personal Style Backpack* ini terbilang baru dan mempunyai keunggulan tersendiri dengan produk lainnya, pada konten brosur tersebut akan menampilkan detail, fungsi dan karakteristik yang unik dalam produk tersebut dan sekaligus mempersuasi/membujuk atau meninformasikan masyarakat untuk ikut serta dalam rangkaian acara yang dilakukan oleh pihak Exsport.

3. ***X-Banner***

   Standing Banner atau pada umumnya disebut *X-Banner* adalah salah satu media informasi yang umumnya dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk melakukan sebuah promosi berbentuk karya seni yang memuat komposisi gambar dan huruf diatas kertas yang berukuran besar untuk menginfomasikan suatu produk atau detail kegiatan acara yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, biasanya media ini di pamerkan di tempat yang tepat seperti pada kegiatan acara promosi tas Exsport dengan program terbarunya yang

dipamerkan di sudut-sudut *showroom* Exsport sebagai media promosi dan himbauan kepada masyrakat. Pada umumnya dalam penggunaan warna media ini lebih mencolok dan menarik perhatian karena fungsi utama dari media ini yaitu mencari perhatian orang, sama halnya dengan pembuatan *X-Banner* pada produk tas Exsport yang akan menampilkan sisi keceriaan, *Stylish* dan *Colorful* dengan warna-warna yang mencolok dan *eyecatching* untuk mempromosikan produk tas Exsport pada program *Personal Bag*.

4. *Web Banner*

Pada umumnya penggunaan media promosi pada *Web Banner* ini hampir sama dengan media lainnya yaitu bertujuan untuk menghimbau, menginformasikan dan mempromosikan produk kepada masyarakat, yang menjadi pembeda adalah promosi ini bemedia elektronik. Dilihat dari segi konsumtifitas masyrakat Indonesia akan Internet sangat tinggi, merupakan faktor yang menguntungkan bagi sebagian perusahaan untuk melakukan sebuah promosi atau iklan melalui *Web Banner* yang diterapkan pada diatas halaman yang terdapat pada situs seperti pada situs Facebook. Maka peran media ini sangat begitu populer dan menguntungkan sama halnya dengan media promosi yang dilakukan oleh Exsport untuk memperkenalkan produk terbarunya agar masyrakat sebagai *audience* dapat tertarik untuk sekedar melihat, membaca dan akhirnya membelinya.

5. Sticker

Sticker merupakan media promosi yang pengaplikasiannya ditempelkan pada bagian-bagian tertentu seperti di mading sekolah, kaca kendaraan dll, sebagai identitas produk atau merek agar mudah dikenali oleh target *audience* dan akan membedakan dengan pesaing. Sticker yang baik yaitu sticker yang memiliki bentuk visual maupun verbal dapat dengan mudah diingat oleh target *audience*. Pada stiker untuk mempromosikan program terbaru dari Exsport ini akan memakai visual fotografi untuk dapat mengenali identitas dari program *Create Your Personal Style Backpack.*

6. **Pembatas Buku**

Pembatas buku merupakan pembatas yang diberikan untuk menandai lokasi pada suatu karya media cetak seperti pada halaman buku, berfungsi sebagai media remainder atau pengingat dan memunculkan bentuk visual seperti tas yang bertumpuk dimana visual tersebut mempunyai arti bahwa pada program *Create Your Personal Style Backpack* ini dapat menciptakan warna sesukanya dengan pilihan warna yang tidak terbatas.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi promosi diperlukan untuk memudahkan kearah mana dan kapan distribusi promosi itu dilakukan dengan jalur yang benar dan efektif sehingga informasi utama yang dapat disampaikan dengan baik dan pada akhirnya dapat membujuk masyrakat untuk membeli produk yang di promosikan tersebut.

Jadwal penyebaran media promosi ini dilakukan paling efektif empat bulan yaitu Juli hingga Oktober tahun 2013 karena satu bulan untuk mempromosikan seperti penyebaran poster, *flyer*, brosur, *web banner* dan *X-Banner*, media utama poster disebarkan selama empat bulan rutin dilakukan untuk mencakup konsumen karena program *Create Your Personal Style Backpack* ini akan terus berlangsung disesuaikan dengan minat konsumen tas Exsport.

TABEL DISTRIBUSI PROMOSI TAS EXSPORT DENGAN PROGRAM *CREATE YOUR PERSONAL STYLE BACKPACK* UNTUK WILAYAH BANDUNG

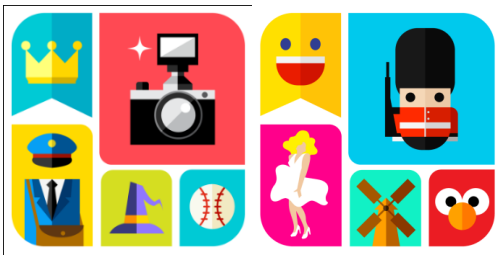
MEDIA UTAMA	**JULI**	**AGUSTUS**	**SEPTEMBER**	**OKTOBER**
Poster				
MEDIA PENDUKUNG				
Flyer				
Brosur				
Web Banner				
X-Banner				
Sticker				
Pembatas Buku				

Tabel III.1 Tabel distribusi media promosi tas Exsport dengan Program *Create Your Personal Style Backpack* untuk wilayah Bandung

Pada bulan Juli yang bertepatan pada bulan liburan anak sekolah akan menyebarkan media poster, *flyer*, *brosur* dan *X-Banner* penyebarannya diberbagai Ex *Showroom* di daerah Bandung sedangkan *web banner* disebarkan di jejaring media sosial seperti facebook, twitter dan instagram. Pada bulan Agustus bertepatan pada bulan *back to school* akan melakukan pembagian promosi media cetak seperti pada media poster, *flyer*, sticker dan pembatas buku, penyebarannya menetap di salah satu sekolah SMP di Bandung. Sedangkan pada bulan September dan Oktober meruapakan bulan kegiatan rutin bersekolah maka penyebaran media hanya media utama yaitu poster yang disebarkan diberbagai tempat seperti di mading sekolah, Ex *Showroom* Bandung dan tempat keramaian seperti di taman dan mal-mal di kota Bandung.

III.2 Konsep Visual

Untuk menyampaikan pesan menggunakan visual harus diperhatikan terlebih dahulu segementasi produk khususnya tas Exsport agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dibenak konsumen. Konsep visual yang akan digunakan untuk mempromosikan produk tas Exsport dengan program *Create Your Personal Style Backpack* ini yaitu dengan mendekati gaya visual ilustrasi Vektor *Pop Art* yang berdasarkan tema produk tas Exsport yaitu *Casual Pop*, *Stylish*, *Up to date* dan *Colorful* dengan warna-warna yang disesuikan dengan ke sepuluh warna tas *Create Your Personal Style Backpack* yang serta mewakili dari identitas Exsport itu sendiri.



Gambar III.1 Visual logo *Pop Quiz*
Sumber : https://mobile.twitter.com/IconPopQuiz/photo &
http://freeappday.com/app.php?id=624552931



Gambar III.2 Visual iklan brosur seluler tri
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Juli 2013)

Serta untuk lebih mengenal dan dapat mempengaruhi konsumen lebih jauh cara atau tahapan pembuatan sebuah tas *Personal Bag* ini maka akan menampilkan tahap-tahap pembuatan tas dengan penggunaan visual realis seperti photo yang bertahap sesuai dengan tahapan pembuatan. Penggunaan aplikasi seperti *Instagram* dapat membantu kesan suasana dengan penggunaan *Filter* agar kesan yang tampak benar-benar dapat mewakili kekhasan Exsport sebagai produk tas yang mengendepankan keceriaan.

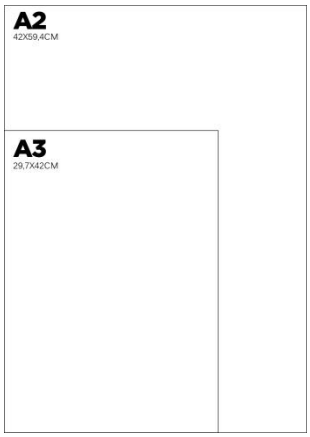
III.2.1 Format Desain

Format desain untuk promosi produk tas Exsport dengan program *Create Your Personal Style Backpack* ini yaitu disesuaikan dengan media yang ditentukan. Adapun untuk format desain menggunakan bentuk *Landscape* dan *Portrait* karena format tersebut sering dijumpai, fleksibel dan formal.

III.2.1.1 Poster

Pada media poster akan memiliki ketentuan format desain seperti ukuran A2 dengan ketentuan ukuran normal A3 dengan ketentuan normal ukuran 29,7x42cm atau kostum bisa kurang atau lebih dari ukuran rata-rata dengan ketentuan sesuai dengan kebutuhan. Ukuran tersebut yang pada umumnya

dilakukan untuk kebutuhan promosi yang membutuhkan visualisasi yang cukup besar seperti gambar dan tulisan yang cukup besar.



Gambar III.3 Ukuran kertas poster A2 & A3
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Juli 2013)

III.2.1.2 *Flyer*

Pada format *flyer* akan memiliki ketentuan format desain seperti berukuran A5 atau berukuran 14,8x21cm normalnya atau bisa lebih sesuai dengan kebutuhan yang digunakan, namun pada dasarnya *flyer* adalah selembaran yang berisikan informasi singkat untuk melakukan serangkaian promosi pada intinya.

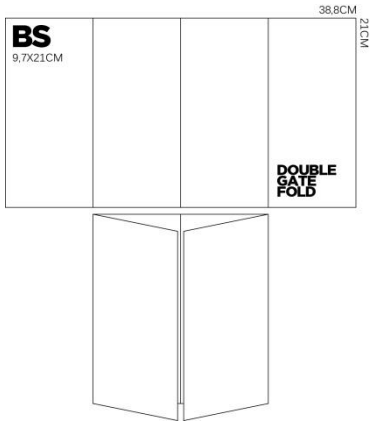


Gambar III.4 Ukuran kertas *flyer* A5
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Juli 2013)

III.2.1.3 Brosur

Pada format Brosur akan memiliki ketentuan format desain seperti berukuran tinggi 21x38,8cm dengan empat lipatan atau disebut *Double Gate Fold.*

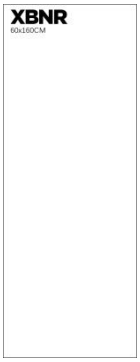
Penggunaan brosur ini bertujuan untuk mempublikasikan produk atau program terbaru yaitu tas Exsport agar lebih luas dan dapat mudah dipahami apa sisi keunikan dan kelebihan yang diberikan suatu produk tersebut.



Gambar III.5 Ukuran kertas brosur
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Juli 2013)

III.2.1.4 *X-Banner*

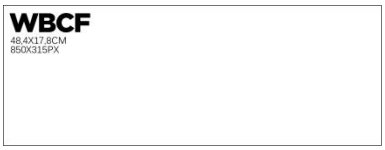
Pada format *X-Banner* ini akan memiliki ketentuan format sebagai berikut dengan tinggi 60x160cm, merupakan ukuran yang pada umumnya diterapkan pada media *X-Banner*. Pada dasarnya *X-Banner* merupakan media untuk dilihat dari berbagai macam sudut dan dipamerkan untuk serangkaian acara promosi yang diselenggarakan oleh sebuah perusahaan tujuannya agar masyarakat yang melihat sebagai audien dapat praktis untuk membaca promosi apa yang dipromosikan dan kegiatan apa yang dilakukan.



Gambar III.6 Ukuran X-Banner
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Juli 2013)

III.2.1.5 *Web Banner*

Pada format *Web Banner* ini akan memiliki ketentuan sebagai berikut dengan ukuran 850x315px atau memanjang yang disebut dengan *banner Leaderboard* akan ditempatkan pada halaman utama paling atas dengan tujuan agar saat memasuki halaman *website* khususnya pada media sosial seperti Facebook dapat terpampang jelas banner promosi Exsport dan pengunjung dapat langsung manarik perhatian untuk melihat dan membacanya. Pemilihan warna sangat menentukan karena dengan warna-warna berani dan cerah secara spontan pengunjung akan merespon apa yang dilihatnya.



Gambar III.7 Ukuran *web banner cover* facebook
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Juli 2013)

III.2.1.6 Sticker

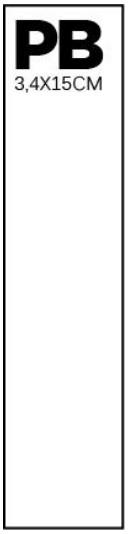
Pada format Sticker ini akan memiliki ketentuan sebagai berikut dengan ukuran 7x7cm atau berbentuk *square*/kotak yang umunya menyerupai bentuk dari foto-foto hasil dari aplikasi Instagram.



Gambar III.8 Ukuran sticker
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Juli 2013)

III.2.1.7 Pembatas Buku

Pada format pembatas buku ini akan memiliki ketentuan sebagai berikut dengan ukuran 3,4x15cm atau berbentuk memanjang yang umunya mengikuti ukuran-ukuran pembatas buku.



Gambar III.9 Ukuran pembatas buku
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Juli 2013)

III.3 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak atau sering disebut *Layout* pada dasarnya dapat dijabarkan sebagai tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang (teks, gambar, kolom dan tabel) dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Elemen *layout* terdiri dari garis, titik, bentuk, tekstur, huruf, warna, value, ukuran dan ruang kosong).

Pada media poster sebagai media utama untuk mempromosikan program Exsport *Create Your Personal Style Backpack* ini maka memiliki ketentuan tataletak atau komposisi dari pendukung dalam suatu poster yaitu seperti penerapan *tagline, name plate, footer, bodycopy/bodytext,* judul, konten/isi dari poster tersebut dapat berupa fotografi maupun ilustrasi yang disesuaikan dengan konteks dan konten yang dituju agar mudah di pahami dan dikenali oleh target *audience.*

III.4 Tipografi

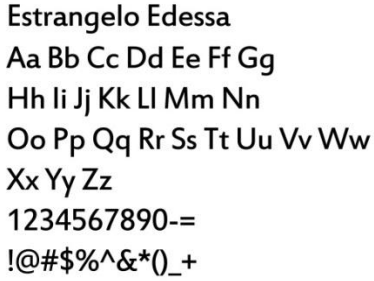
Tipografi atau teks merupakan salah satu elemen layout terpenting. Selain elemen visual. Elemen teks juga memberi segala informasi yang dibutuhkan target audien seperti judul, *bodytext,* subjudul, *copywriting* dan lain-lain. Selain itu

tipografi memberikan kesan tertentu dalam bentuknya seperti tradisional, modern, futuristik dan lain lain serta mempunyai peran sebagai penyampaian pesan komunikasi.



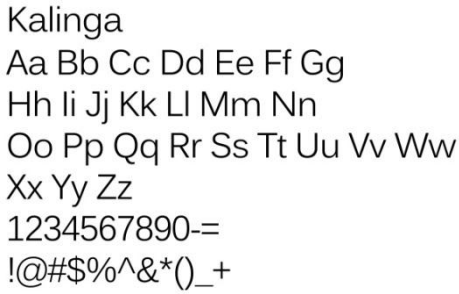
Gambar III.10 Tipografi jenis San Serif Gotham *Black*
Sumber : Dokumen Pribadi (18 April 2013)

Penggunaan jenis tipografi Gotham *Black* ini memiliki kesan Kokoh, kuat, tegas dan teratur, yang biasanya di terapkan pada logo Exsport dan menjadi salah satu *official font type* dari produk tas Exsport pada media utama dan pendukung, dengan menggunakan jenis tipografi ini maka kesan dan makna kokoh, kuat dan tegas serta mewakili dari identitas Exsport yang ingin disampaikan dapat diterima oleh *audience.*



Gambar III.11 Tipografi jenis San Serif Estrangelo Edessa
Sumber : Dokumen Pribadi (18 April 2013)

Penggunaan jenis tipografi Estrangelo Edessa ini memiliki kesan teratur, yang biasanya di terapkan dibagian *body copy/body* text pada media utama dan pendukung, dengan menggunakan jenis tipografi ini maka kesan dan makna teratur dan rapih yang ingin disampaikan dapat diterima oleh target *audience.*



Gambar III.12 Tipografi jenis San Serif Kalinga
Sumber : Dokumen Pribadi (18 April 2013)

Penggunaan jenis tipografi Kalinga ini memiliki kesan teratur, sederhana dan *stylish* yang biasanya di terapkan dibagian *Subheadline/Tagline* berfungsi sebagai penyeimbang huruf Gotham *Black* yang tebal, dengan menggunakan jenis tipografi ini maka kesan dan makna teratur, rapih dan sederhana yang ingin disampaikan dapat diterima oleh target *audience.*

III.5 Ilustrasi

Penggunaan ilustrasi pada media sangat memungkinkan diletakan diberbagai media baik itu media utama maupun pendukung agar kesan yang di sampaikan lebih dapat diterima dalam benak audien. Seperti ilustrasi tas Exsport untuk program *Create Your Personal Style Backpack* menggunakan pendekatan ilustrasi vektor *Pop Art* yang mangacu segmentasi produk tas Exsport yaitu remaja dengan rentan usia 10-15 tahun, dengan pendekatan visual ilustrasi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan disenangi oleh remaja, terdapat gambar ilustrasi yang diterapkan pada media utama maupun pendukung yaitu gambar tas, hewan, binatang, dedaunan yang bertemakan lingkungan agar memiliki gambaran terhadap kehidupan mahluk hidup dan kegiatan aktifitas yang dilakukan oleh remaja yaitu bemain di taman, yang berdasarkan pendekatan karakter produk tas Exsport yang *Stylish* dan *Colorful*.



Gambar III.13 Ilustrasi penguat identitas promosi *Create Your Personal Style Backpack*
Sumber : Dokumen Pribadi (18 April 2013)

III.6 Warna

Warna menurut ilmu bahan, adalah sembarang zat tertentu yang memberikan warna. Warna memegang peran sebagai sarana untuk mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dan mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas (Henry Dreyfuss).

Jadi, pemilihan warna untuk mengkomposisikan dan menggabungakan warna menjadi warna yang menarik perlu memiliki kepekaan terhadap warna yang baik sehingga hasil yang akan dihasilkan dapat mempertegas kesan dan suasana dari aspek identitas. Dilihat dari sifat dan penuh warnanya remaja maka pemilihan warna yang diberikan akan lebih cendurung mengikuti warna yang berani, *eyecatching* yang berdasarkan sifat dan identitas serta mewakili sebuah produk untuk menjadi *postioning* dibenak masyrakat.



Gambar III.14 Sepuluh warna yang dapat mewakili promosi *Create Your Personal Style Backpack* termasuk kedalam warna *Pop Art Solid*.
Sumber : Dokumen Pribadi (18 April 2013)