BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi komunikasi dalam pembuatan konsep perancangan media informasi budi daya ikan gurami digunakan agar pesan yang disampaikan ke masyarakat sampai dan mudah untuk menjangkaunya. Strategi komunikasi yang dilakukan dalam media informasi mengenai budi daya ikan gurami memeberikan informasi pembudidayaan ikan gurami dengan menggunakan *website* dan media pendukung yang dipilih. Adapun pemilihan target audiens dari budi daya ikan gurami dipandang dari segi demografis, psikografis, dan geografisnya adalah sebagai berikut:

a) Demografis

   Usia : 20 tahun ke atas

   Status sosial : Menengah ke atas

   Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

b) Psikografis

   Entrepreneur muda yang memiliki samangat yang tinggi membudi dayakan ikan gurami dan belum mengetahui sepenuhnya tetang tata cara budi daya ikan gurami.

c) Geografis

   Pemilihan target audiens berdasarkan geografis ditujukan kepada *entrepreneur* muda pembudidaya di wilayah perkotaan dan pedesaan yang bisa mengakses teknologi informasi.

3.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam strategi perancangan media informasi mengenai budi daya ikan gurami adalah melalui *website* yang berisi informasi mengenai budi daya ikan gurami mulai dari informasi mengenai proses awal yaitu perencanaan, pembenihan, penetasan telur, pendederan, pembesaran, penaganan sampai pemasaran hingga bisa di konsumsi.

1. Tujuan komunikasi

   komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

   Tujuan komunikasi dalam hal ini adalah memberikan informasi kepada masyarakat tentang budi daya ikan gurami khususnya *entrepreneur* muda agar mereka dapat mepelajari tentang pembudidayaan ikan gurami serta mengetahui bahwa budi daya ikan gurami merupakan peluang usaha yang sangat menjanjikan.

2. Materi pesan

   Menanamkan kepada *entrepreneur* muda bahwa budi daya ikan gurami itu sudah mudah untuk dibudidayakan. melalui tahapan-tahapan awal seperti tahapan perencanaan, di tahapan perencanaan ini para e*ntrepreneur* muda bisa memilih segmentasi mana yang akan dijalaninya sesuai dengan modal dan ilmu pengetahuannya. kemudaian pembenihan, penetasan telur, pendederan, pembesaran sampai kepada penanganan sampai pemasaran hingga bisa di konsumsi.

3. Pendekatan komunikasi visual

   Bahasa visual yang digunakan dalam komunikasi ini adalah memadukan antara ilustrasi, tifografi serta fotografi. Tujuannya adalah memperjelas maksud suatu kalimat-kalimat atau kata-kata tertentu agar dapat tersampaikan dengan jelas dan memiliki nilai estetika.

4. Pendekatan komunikasi verbal

   Bahasa verbal dalam pendekatan komunikasi ini sengaja dipilih bahasa Indonesia. Karena bahasa Indonesia merupakan bahasa kesatuan. bahasa

yang mempersatukan semua daerah di Indonesia. Tujuannya agar masyarakat lebih mudah untuk memahaminya.

3.1.2 Strategi Kreatif

Untuk mencapai suatu tujuan kreatif, maka dibutuhkan strategi yang efektif. Sehingga dapat menjadi perhatian menumbuhkan minat, keingintahuan, samapi sebuah tindakan. Strategi yang dilakukan pada media *website* ini adalah dengan menggunakan desain yang simpel, *Layout* desain yang *flat*, tanpa menghilangkan nilai estetika desain, serta yang terpenting mudah untuk menggunaknnya.

3.1.3 Strategi Media

Setelaha merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif hal selanjutnya yang harus dilakukan adalah merancang strategi media. Media merupakan alat penghubung, perantara, sasaran dan saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat sasaran dengan perencanaan yang sistematika.

A. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah media informasi berupa *website. Website* merupakan media yang lebih efisien dan menarik untuk dijadikan media informasi saat ini. Dengan memberikan konten-konten didalamya berupa proses perencanaan, pembenihan, penetasan telur, pendederan, pembesaran, penaganan sampai pemasaran hingga bisa di konsumsi. Diharapakan dengan adanya media informasi dalam bentuk *website* ini para *entrepreneur* muda dapat dapat memperoleh informasi lebih mudah.

Secara terminologi, *Website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web (WWW)* di dalam internet. Sebuah halaman web biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format *HTML (HyperText Markup Language),* yang selalu bisa diakses melalui *HTTP (Hypertext Transfer Protocol),* yaitu sebuah protokol yang menyampaikan

informasi dari server *website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melelui *web browser.*

Menurut Yuhefizar, Mooduto, dan Hidayat (2009) *website* adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah *domain* yang mengandung informasi (h.2). Selain itu *website* juga dapat menjadi sumber informasi yang memuat perpustakaan berita dan data tentang produk, kategori produk dan topik yang relevan, yang dapat dicari secara online (Sandra Moriarty et al, 2011, h.347).

✓ Konten

- Konten yang terdapat di *website* budi daya ikan gurami ini ada lima halaman terdiri dari :
- halaman 1 (Beranda) Didalamnya merupakan bagian sarana informasi awal dari *website* budi daya ikan gurami.
- Halaman 2 (Tentang)

  Halaman ini memberikan informasi tenteng sebab *website* ini di buat dan bekerja sama dengan dinas perikanan serta pemilik usaha dan pembudidaya gurami.
- Halaman 3 (Budi daya)

  Halamana ini akan menjelaskan tentang proses budi daya ikan gurami mualai dari proses awal yaitu perencanaan, pembenihan, penetasan telur, pendederan, pembesaran, penaganan sampai pemasaran hingga bisa di konsumsigurami.
- Halaman 4 (Blog)

  Halamana ini akan menjelaskan tentang informasi-inforamsi terbarutentang budi daya ikan gurami.
- Halama 5 (Kontak)

  Pada halaman ini terdapat alamat lengkap, dan bisa memberikan pesan lewat email.

✓ Sistem Navigasi

Navigasi *website* adalah bagian dari situs *website* yang berguna untuk memandu pengunjung menjelajahi isi situs *website* dan menghantarkan sipengunjung pada isi yang ingin dicari nya. Di dalam *website* budi daya ikan gurami terdapat lima konten. Beranda, tentang kami, budi daya, blog, kontak. Navigasi dibuat memiliki fungsi yang bisa menuju kemana saja, artinya disetiap konten kita bisa langsung kekonten lain yang bila di klik terdapat beberapa nama konten seperti diatas. Sistem ini akan mempermudah pengunjung situs agar dalam menjelajahi konten-konten yang lainnya.



Gambar : III.20. Sistem Navigasi *Website*

B. Media Pendukung

Media pendukung yang diguanakan merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama agar penyampaian dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung. Media pendukung yang digunakan adalah :

1. Media poster

   Poster dipandang sebagai media efektif karena dapat di tempel dimana saja dan poster lebih mudah menjangkau.
2. Stiker

   Media ini dugunakan untuk mengingatkan dalam bentuk verbal atau tulisan, yang bisa dipasang pada kaca mobil, atau diberbagai tempat yang sering dikunjungi kahalayak orang banyak.
3. Facebook dan Twittwer

   Media sosial ini tidak terbatas oleh wilayah dan waktu yang sangat luas. Media ini memungkinkan semua orang untuk melihatnya dan informasi yang diterima pun akan sangat luas.
4. *Flyer*

   Merupakan media sangat praktis, karena bisa dibagikan langsung kepada target audiensnya ditempat keramaian dijalanan dan ditempat lain yang strategis.

3.1.4 Strategi Distribusi

Media utama akan dimulai dikenalkan kepada masyarakat melalui media *on-line* Facebook dan Twitter serta memberikan promosi dengan mengeluarkan media pendukung berupa *flyer*, stiker dan poster. Media-media tersebut akan disebarkan di tempat-tempat umum, dijalanan, angkutan, Dinas pemerintahan, Universitas, warnet serta ditempat pemilik usaha dan pembudidayaan.

3.2 Konsep Visual

Dalam konsep perancangan terdapat beberapa *point* seperti format desain, *layout*, tifografi, ilustrasi dan warna yang saling berkaitan agar mendapatkan hasil yang

sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin disampaikan. Konsep visual merupakan konsep yang menerjemahkan pesan yang ingin disampaikan kedalam bahasa visual melaui media penghubung.

3.2.1 Format Desain

Format yang digunakan adalah *landscape* atau *potrait*. Untuk format-format tersebut disesuakaian dengan media-media yang dipilih dan sesuai untuk digunakan.

3.2.2 Tata Letak *(layout)*

Menurut Surianto Rustan (2009) *layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. Elemen desain dalam sebuah website terdiri dari *containing block*, logo, navigasi, konten atau isi, *footer*, dan *whitespace* atau ruang kosong (Jason Beaird, 2009).



Gambar III :21 Tata Letak (layout) dan Gambar Aplikasi Media

3.2.3 Tifografi

Kusrianto (2009) menjelaskan “Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja bisa berarti suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Hal itu dikarenakan terdapatnya nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan”. (h,191). Dalam hal desain *website*, tipografi memiliki ruang lingkupnya sendiri. Jason Cranford Teague (2010, h.12) menjelaskan tipografi web adalah penerapan ilmu tipografi yang menggunakan bahasa *HTML* (teks di web) dan ditata dengan CSS. Tidak seperti pada media cetak, tipografi dalam *web* memiliki keterbatsan karena penataanya menggunakan bahasa pemrograman dan ketersediaan jenis huruf pada komputer pengunjung. Jason Cranford Teague (2010, h.12) menjelaskan keterbatasan dalam tipografi web:

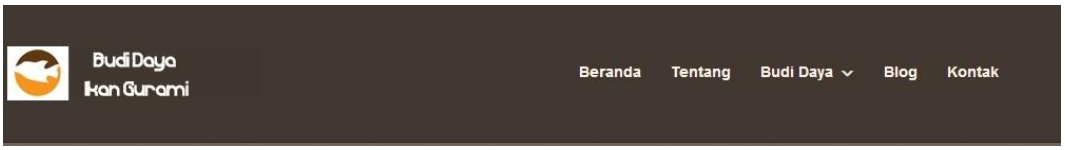
- Keterbatasan pemilihan jenis huruf
- Keterbatasan pemberian efek visual
- Keterbatasan pengaturan paragraf
- Keterbatasan dalam transformasi huruf

Jason Beaird (2009, h.24) menjelaskan, terdapat sembilan jenis huruf yang di *support* oleh kedua sistem operasi besar atau sering disebut *“web safe fonts”*. Ke Sembilan jenis huruf tersebut adalah Arial, Arial Black, Comic Sans MS, Courier New, Georgia, Impact, Times New Roman, Trebuchet MS, dan Verdana.

Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan dan kemenarikan yang baik, selain itu huruf juga harus menggambarkan karakter dari pesan yang disampaikan. Adapun huruf yang digunakan dalam media utama yaitu Font famly yaitu arial dan helvetica . Huruf yang memepunyai keterbacaan yang kuat dan jelas.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk LlMm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
< / ? “ :” .{ }_ - = + ( ) * & ^ % $ # @ !>

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk LlMm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
< / ? “ :” .{ }_ - = + ( ) * & ^ % $ # @ !>



Gamabar III :22 Aplikasi Huruf Pada Navigasi

3.2.4 Ilustrasi yang Digunakan

Identity Block berfungsi memberi tahu pengunjung tenteng *website* apa yang sedang dibuka. Menurut Jason Beaird (2009, h.8) dalam sebuah *website*, *identity block* merupakan bagian yang harus diisi oleh nama atau logo perusahaan dan ditempatkan di atas semua halaman. *Identity block* menambahkan pengenalan *brand* dan memberitahu pengunjung bahwa setiap halaman yang dibuka merupakan bagian dari sebuah *website.* Konsep perancangan logo *website* budi daya ikan gurami menggunakan gambar ikan gurami didalam sebuah lingkaran yang menggambarkan kesatuan, dua warna tersebut terlihat seperti tangan yang sedang menggenggam sedankan gambar ikannya tetap terlihat jelas. Dengan menggunakan dua warna yaitu warna coklat dan warna orange.



Gambar III :23 Logo *Website* Budi Daya Ikan Gurami

3.2.5 Warna

Warna merupakan salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan. Pemilihan warna dalam konsep ini berfungsi menarik perhatian masyarakat. Dalam hal ini warna–warna yang digunakan dalam pembuatan media informasi budi daya ikan gurami ini adalah :

Coklat: adalah warna bumi, memberikan kesan hangat, nyaman dan aman. kesan mahal dan ekslusif ,coklat juga bisa memberikan nuansa dapat di andalkan dan kuat.

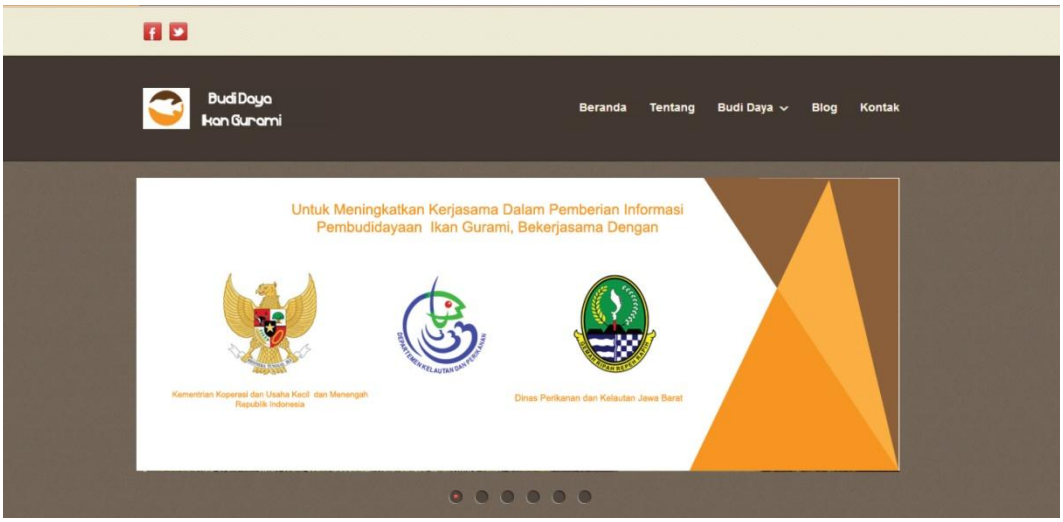
Orange: kombinasi warna merah dan kuning. Merupakan warna hangat dan ramah yang membuat orang merasa nyamantan, antusiasme, persahabatan, pencapaian bisnis, karier, kesuksesan, kesehatan pikiran, keadilan, daya tahan, kegembiraan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh, ketertarikan, independensi. Pada Blog dapat meningkatkan aktifitas mental. Disamping itu warna orange memberi kesan yang kuat pada elemen yang dianggap penting.

.



Gambar III :24 Warna Pada *Website*

Konsep pemilihan warna pada *website* menggunakan warna RGB agar terlihat cerah dan tajam tetapi tidak membosankan. Dibawah ini gambar aplikasi penempatan warna pada *website*.



Gambar III :25 Aplikasi Warna Pada *Website*