BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Untuk melakukan kegiatan promosi rumah industri rajut *Tiara Sweater* maka dibutuhkan hal-hal yang berkaitan tentang citra dan ciri khas dari tempat tersebut serta target *audience* yang ditujukan kepada kalangan dewasa. Buku katalog sebagai media utama mempromosikan produk – produk yang dihasilkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* diharapkan mampu menjual dan dapat bersaing dengan kompotitor. Dengan melewati beberapa pembahasan strategi perancangan dan konsep visual dibawah ini dapat disimpulkan sebuah strategi yang tepat untuk promosi rumah industri rajut *Tiara Sweater*.

III.1.1 Strategi Target *Audience*

a. Demografi

Target audience ditujukan kepada kalangan dewasa, yaitu wanita dewasa sebagai pemakai pakaian rajut dan sebagai reseller serta pria dewasa sebagai reseller pakaian rajut.

b. S. E. S. (Status Ekonomi Sosial)

Target audience dengan status sosial menengah, dan menengah keatas dengan penghasilan Rp. 1.100.000 – Rp. 10.000.000

c. Psikografis

Wanita dengan kebutuhan Fashion tinggi, wanita karier, serta pria dan wanita yang ingin menjadi reseller dan pengecer pakaian rajut produksi rumah industri *Tiara sweater*.

d. Geografis

Target *audience* di Jawa Barat dan Jakarta

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Seperti yang telah ditentukan pada strategi target audience mengenai rumah industri rajut *Tiara Sweater* maka baiknya memperdalam tentang rajutan sebagai sarana bisnis dan usaha di Binong Jati. Dan kita akan menemukan sesuatu hal yang menjadi dan dapat dijadikan media untuk mempromosikan rumah industri rajut *Tiara Sweater* dengan hasil produknya yang berkualitas dan mampu bersaing dengan kompotitor.

Setelah melakukan pendekatan terhadap rumah industri rajut *Tiara Sweater*, maka bisa didapatkan informasi tentang apa yang akan dipromosikan dan dikomunikasikan kepada masyarakat tentang produk rajut yang dihasilkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* serta kualitasnya lebih baik dari kompetitornya. Pesan yang akan disampaikan bahwa rumah industri rajut *Tiara Sweater* memiliki pembeda pada kualitas produk dan cara memproduksi rajutan sehingga dapat dilihat dari cara visualisasinya pada promosi yang akan dilakukan. Target audience yang di tujukan kepada kalangan dewasa yaitu wanita dewasa sebagai pemakai pakaian rajut dan sebagai reseller serta pria dewasa sebagai reseller pakaian rajut menjadi acuan untuk pesan visual yang ditampilkan pada setiap desain yang akan dilaksanakan.

Materi pesan yang akan disampaikan adalah mengenalkan rumah industri rajut *Tiara Sweater*. Didalam media utama materi pesan yang akan disampaikan terdapat pada sistem navigasi dan tentang kami sedangkan pada media penunjang materi pesan yang akan disampaikan terdapat pada katalog produk.

III.1.3 Strategi Kreatif

Untuk membuktikan bahwa rumah industri rajut *Tiara Sweater* memiliki kualitas yang lebih baik dari kompotitornya, maka visualisasi yang akan dilakukan terhadap media–media promosi harus tepat sehingga pesan tersebut dapat tersampaikan kepada target promosi.

Untuk sampai atau tidaknya promosi tentang rumah industri rajut *Tiara Sweater* tergantung pada media – media promosinya, penggunaan materi visual dan penempatan atau pendistribusian media promosinya.

Setelah memperdalam dari keseluruhan hal–hal mengenai rumah industri rajut *Tiara Sweater* telah disimpulkan beberapa hal dibawah ini:

a. Keyword

Gaya masa kini, rajutan kualitas tinggi harga grosir.

b. USP (*Unique Selling Point*)

- Bahan rajutan memakai bahan dengan kualitas yang baik. Dengan model rajutan yang modern.
- Produksi rajutan masih tradisional dengan menggunakan mesin yang dijalankan oleh tenaga manusia.
- Pakaian rajutan memiliki kualitas yang baik.
- Tidak mudah rusak jika telah dicuci.

c. ESP (*Emotional Selling Point*)

- rasa bangga menggunakan produk *Tiara Sweater*.
- Menaikkan status sosial.

d. d. *What to Say*

- Sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik.

III.1.4 Strategi Media

Media yang dipilih untuk melakuka promosi rumah industri rajut *Tiara Sweater* harus tepat pemilihannya. Jika pembentukan dan pesan kreatif telah dapat namun pada saat melakukan eksekusi untuk menjadi media yang dibuat untuk disampaikan terjadi kesalahan maka pesan itu tidak dapat tersampaikan dengan benar.

Setelah melakukan pendalaman mengenai produk rajut yang dihasilkan rumah industri rajut *Tiara Sweater*, maka ada beberapa media yang layak untuk dijadikan sebagai alat yang tepat untuk mempromosikan produk rajut *Tiara Sweater* .

Media–media yang telah ditentukan adalah sebagai berikut :

1. Website Pemasaran

   Website ini akan berisi peta lokasi rumah industri rajut *Tiara Sweater* yang berbentuk vektor, tentang rumah industri rajut *Tiara Sweater*, katalog yang berisi tentang produk dan harga jual rajutan.

2. Buku Katalog

   Media ini berisi katalog pakaian rajut dan model pakaian rajut. Media ini ditujukan untuk konsumen pengecer.

3. Poster

   Poster akan disebarkan di tempat – tempat strategis di kota Bandung agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di rumah industri rajut *Tiara Sweater*.

4. Spanduk

   Media ini dipasangkan di rumah industri rajut *Tiara Sweater* sebagai tanda dari rumah industri rajut *Tiara Sweater* sehingga konsumen tidak kesulitan untuk mencari alamat rumah industri rajut *Tiara Sweater.*

5. Kalender

   Media ini dibagikan kepada para onsumen yang telah mengunjungi rumah industri rajut *Tiara Sweater*. Media ini juga bisa bermanfaat bagi konsumen.

6. Kartu Nama

   Media ini juga sama untuk dibagikan kepada konsumen sebagai media informasi jika konsumen ingin mendapatkan informasi lebih lanjut tentang *Tiara Sweter*

Media diatas dapat disebarkan dan dimanfaatkan oleh konsumen sebagai mana fungsinya.

III.2 Konsep Visual

Untuk menghasilkan media atau visual yang baik maka dibutuhkan konsep visual yang matang untuk menghindari kesalahan dalam menyampaikan pesan dari

rumah industri rajut *Tiara Sweater*. Konsep visual adalah awal dari sebuah ide yang di dapat melalui sebuah proses pendekatan dan pendalaman materi dari semua permasalahan. Konsep visual yang telah didapat harus di ekspolarisasi kedalam sebuah bentuk promosi yang bisa memberikan pesan visual kepada target konsumen.

Berdasarkan teori yang berkaitan dengan desain komunikasi visual yang telah diuraikan secara jelas dan lengkap, bila dihubungkan dengan kasus yang diangkat maka Media promosi merupakan alat untuk menyampaikan pesan dan penempatannya menjadi tujuan untuk menghasilkan kontak terhadap orang yang melihatnya.

Konsep tersebut berkaitan dengan :

- Warna yang akan digunakan merupakan warna – warna lembut seperti produk rajutan yang lembut dan enak digunakan. Warna – warna tersebut akan digunakan untuk melakukan promosi.
- Penggunaan huruf menggunakan jenis huruf yang tegas serta ramping dan enak untuk di pandang.
- Tampilan tata letak menggunakan tampilan yang sederhana supaya enak dipandang.
- Tagline : “gaya masa kini” dengan subtagline “rajutan kualitas tinggi harga grosir”.

Berikut ini adalah konsep pada sistem navigasi yang terdapat didalam website ;

- Help & FAQ
- beranda
- Tentang Kami
- Produk
- Cara Membeli
    - Penawaran Sosial

- Akun Saya
    - Informasi akun
    - Password
    - Buku Alamat
    - Riwayat Pesanan
    - Unduh
- Keranjang Belanja
- Ke Kasir
- Cari
- Informasi
    - Tentang Kami
    - Informasi Pengiriman
    - Kebijakan Prifasi
    - Syarat dan Ketentuan
    - Hubungi Kami

III.2.1 Format Desain

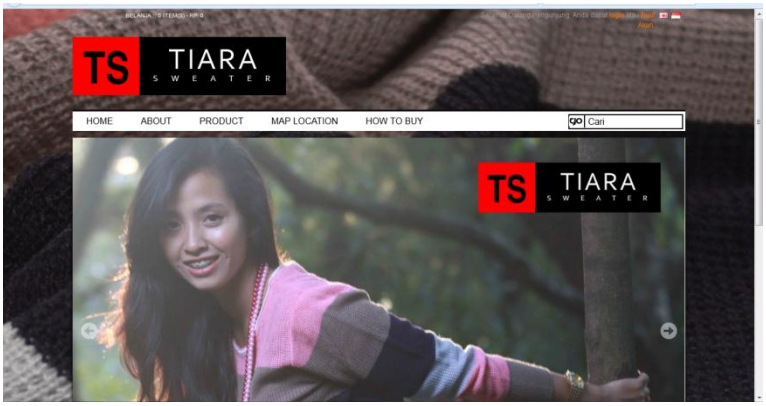
Pada media - media diatas dapat ditemukan gaya yang akan digunakan untuk memudahkan penyampaian bahasa visual sehingga mudah dimengerti oleh para pengunjung. Dengan menggunakan gaya desain yang sederhana serta menggunakan warna–warna yang lembut dan menggunakan jenis huruf sans serif. Dengan mengunakan gaya desain yang sederhana dapat memberikan kesan yang elegan serta dapat dipahami dan dimengerti oleh masyarakat.

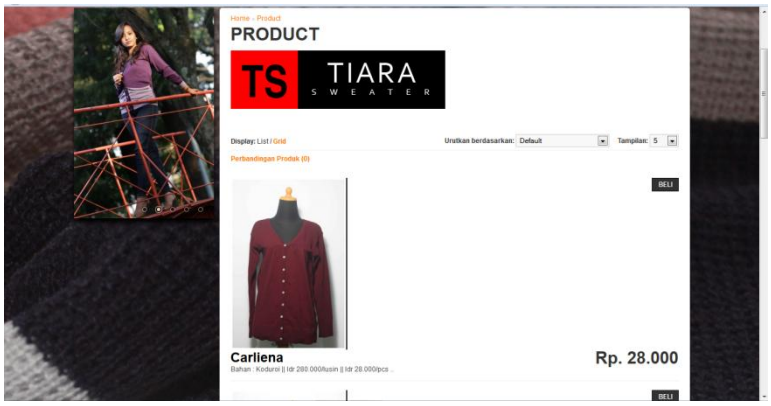
Media–media promosi yang dibuat menggunakan format tersebut seolah– olah memberikan bahasa visual yang digunakan melalui warna, tata letak, tifografi serta ilustrasi yang digunakan. Penambahan objek yang digunakan pun memang harus sesuai dengan konsep rumah industri rajut *Tiara Sweater*.

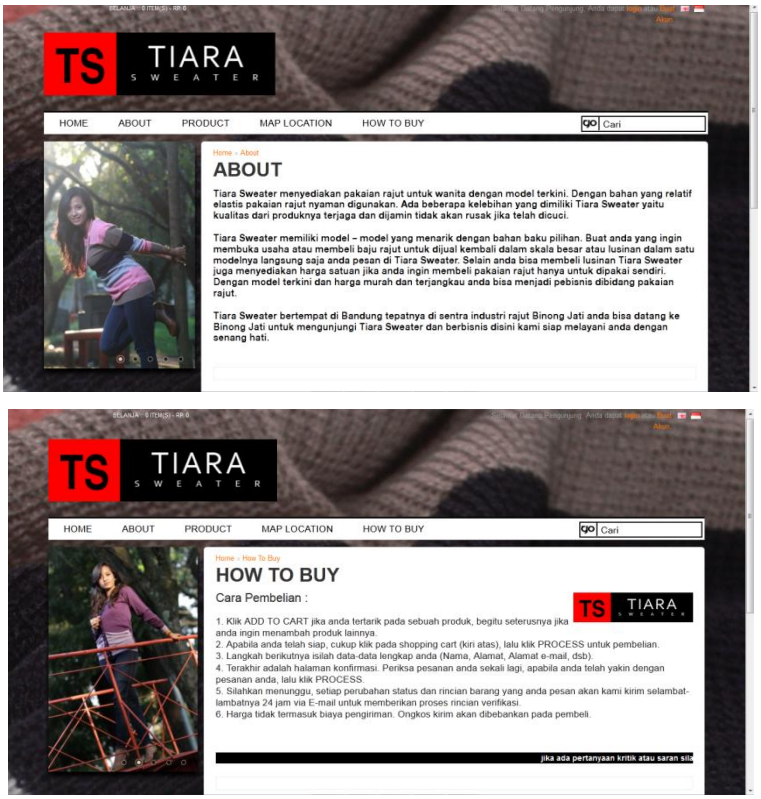


Gambar III.1 Format desain

Sumber : Dokumen pribadi (7 juni 2013)







Gambar III.2 Tampilan media website

Sumber : Dokumen pribadi (7 juni 2013)

III.2.2 Tata Letak (*layout*)

Pembuatan media utama website menggunakan *background* atau tampilan belakang dengan foto tekstur rajutan. Untuk tipografi menggunakan jenis font sans serif font yang tegas dan memberikan efek elegan terhadap layout yang digunakan. Ilustrasi jenis foto pun akan digunakan sebagai media pendukung buku supaya informasi dalam buku tersebut tersamapaikan dan dapat dimengerti oleh masyarakat serta enak untuk dipandang.

III.2.3 Tipografi

Penggunaan huruf pada media – media promosi menggunakan jenis huruf sans serif atau jenis huruf yang tidak berkaki. Penggunaan tipografi pada media – media promosi rumah industri rajut *Tiara Sweater* harus menggunakan kekuatan yang seimbang dalam menyampaikna pesan visual. Penggunaan huruf jenis Helvetica 35

Thin, dan Helvetica 55 roman, mempunyai kesan yang elegan dan nyaman untuk dilihat.

Helvetica 35 Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYJ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyj

1234567890

.,:;"'?!@

Gambar III.3 Helvetica 35 Thin

Sumber : Dokumen pribadi (7 juni 2013)

Helvetica 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYJ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyj

1234567890

.,:;"'?!@

Gambar III.4 Helvetica 55 Roman

Sumber : Dokumen pribadi (7 juni 2013)



Gambar III.5 Aplikasi tipografi pada media

Sumber : Dokumen pribadi (7 juni 2013)

III.2.4 Ilustrasi

Penggunaan material pada media promosi sangat mempengaruhi tampilan dari media promosi itu sendiri. Ilustrasi jenis fotografi digunakan dalam media promosi sebagai bentuk informasi untuk memperkuat konsep desain. Ilustrasi fotografi menjadi kekuatan dalam tampilan desain karena rumah industri rajut *Tiara Sweater* memiliki produk yang berkualitas dan indah serta memiliki cara pengerjaan produksi yang khas.



Gambar III.6 Ilustrasi Fotografi 1

Sumber : Dokumen pribadi (7 juni 2013)



Gambar III.7 Ilustrasi Fotografi 2

Sumber : Dokumen pribadi (7 juni 2013)

III.2.5 Warna

Warna – warna yang lembut digunakan untuk mempengaruhi kesan elegan pada konsep media promosi. Warna yang dominan pada penggunaan media promosi ini adalah warna putih, coklat muda dan biru muda. Warna – warna diatas diambil karena warna – warna tersebut memiliki kesan yang lembut dan elegan untuk media promosi rumah industri rajut *Tiara Sweater*.

	Putih	Coklat Muda	Biru Muda	Hitam
R	255	221	101	0
G	255	170	180	0
B	255	95	224	0

Tabel III.1 tabel warna RGB

Sumber : Dokumen pribadi (7 juni 2013)

	Putih	Coklat Muda	Biru Muda	Hitam
C	0	13	56	0
M	0	34	14	0
Y	0	73	2	0
K	0	0	0	0

Tabel III.2 tabel warna CMYK

Sumber : Dokumen pribadi (7 juni 2013)