BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 *Target Audience*

Dalam proses perencanaan strategi komunikasi dibutuhkan *target audience* yang berhubungan dengan strategi komunikasi yang akan digunakan dalam berkampanye nantinya.

Target audience dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Demografis

  Jenis kelamin : Laki – laki dan perempuan

  Perbedeaan gender tidak dipermasalahkan dalam kampanye aksara lontara ini, hanya saja pada strategi perancangannya nanti perbedaan gender mungkin akan berpengaruh.

  Usia : 15 – 19 tahun (usia SMA)

  Saat SD sampai SMP masyarakat suku Bugis telah dibekali pelajaran aksara lontara dari mulai cara menuliskannya hingga cara membacakannya sedangkan saat tingkat SMA atau sederajat mereka tidak lagi mempelajarinya.

  SES : menengah atas

  Siswa SMA yang memiliki status ekonomi sosial menengah atas yang mempunyai kebiasaan yang modern

- Geografis

  Masyarakat Sulawesi Selatan.

- Psikografis

  Masyarakat suku Bugis yang masih bersemangat dan masih bisa dipengaruhi dengan hal – hal yang mereka sesuai dengan pemikiran mereka. Gaya hidup mereka yang selalu menghabiskan waktu selain untuk bersekolah juga untuk berjalan – jalan dan bermain bersama teman – temannya.

3.2 Strategi Perancangan

Untuk menjalankan kampanye sosial dari program pemerintah yang telah disampaikan sebelumnya dibutuhkan sebuah bentuk komunikasi yang mampu menyampaikan suatu informasi secara akurat dan mudah dimengerti oleh *target*

audience yang telah ditentukan. Dalam hal ini dibutuhkan solusi berkampanye dengan strategi perancangan dengan pendekatan komunikasi sebagai berikut:

3.2.1 Strategi Komunikasi

Sebuah produk (dalam hal ini program pemerintah) dikatakan berhasil apabila mereka mengetahui bagaimana cara menyampaikan pesan dengan baik dan dapat diterima oleh penerima pesan atau *target audience*. Untuk itu, diperlukan adanya sebuah strategi khusus untuk menganalisa setiap permasalahan agar dapat dimengerti oleh *target audience*.

Sesuai dengan unsur demografis, geografis dan psikografis *target audience* sebuah infografis dinilai akan mempengaruhi pola pikir siswa SMA sehingga dapat mebuat mereka bukan tidak hanya mengerti dan dapat membaca aksara lontara karena hal itu telah mereka pelajari pada tingkat SD dan SMP, tetapi juga membangun rasa memiliki dan menjadi bagian dari aksara lontara itu sendiri sehingga aksara ini dapat mereka gunakan dalam kehidupan sehari - hari. Maka kampanye ini akan dirancang menjadi sebuah website yang berisikan tentang pengetahuan dan informasi yang berhubungan dengan aksara lontara yang dapat mereka temukan dalam kehidupan sehari - hari dengan sebuah konsep yang dapat menyampaikan pesan untuk ikut serta dalam melestarikan aksara lontara.

3.2.2 Strategi Media

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi kini semakin pesat. Dengan adanya internet masyarakat kini tak lagi bersusah payah untuk mendapatkan sebuah informasi yang mereka inginkan. Sosial media (internet) menjadi salah satu media yang dipilih untuk digunakan dalam merancang kampanye sosial aksara lontara ini. Perancangan kampanye ini dikemas dengan membuat sebuah website. Hal ini dilakukan berdasarkan unsur – unsur demografis, geografis dan psikografis *target audience*. Selain itu digunakan pula media pendukung lainnya seperti infografis, poster, leaflet, spanduk, baligo, *sticker*, kaos atau *T-shirt*, dan *totebag*. Hal ini disesuaikan dengan kebiasaan *target audience* yang juga suka menghabiskan waktu mereka di luar rumah.



Gambar III.1 contoh website

- **Tujuan Komunikasi**

  Dengan menempatkan aksara lontara dan gambar – gambar yang mewakili pada setiap kampanye diharapkan masyarakat tidak lagi merasa asing karena dapat merasa dekat dan merasa memiliki kebudayaan tersebut sehingga dapat mengubah cara pikir masyarakat serta memotivasi masyarakat untuk bisa menggunakan aksara lontara dalam kehidupannya sehari - hari.

- **Pesan Utama Komunikasi**

  Target audience dapat mengetahui adanya program pemerintah dan ikut serta dalam melestarikan aksara lontara suku bugis dengan menggunakan aksara lontara dalam kehidupan sehari – hari

- **Gaya Bahasa**

  Gaya bahasa yang digunakan dalam kampanye ini adalah gaya bahasa verbal yaitu proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan media baik berupa media surat, lukisan, gambar, grafik dan lain-lain. Selain itu digunakan pula gaya bahasa bercerita juga beberapa majas seperti majas alusio. Majas alusio adalah majas yang menggunakan gaya bahasa pribahasa atau ungkapan

3.2.3 Strategi Kreatif

Kreativitas dalam menyampaikan pesan sangat diperlukan agar *target audience* dapat menerima pesan apa yang ingin disampaikan melalui kampanye aksara lontara ini.

- **Media Utama**

  Media utama dalam kampanye aksara lontara suku bugis ini adalah pembuatan *website* yang terdapat pada sosial media yang biasa diakses oleh *target audience*. *Website* sendiri adalah sekumpulan folder dan file yang mengandung banyak perintah dan fungsi - fungsi tertentu, seperti fungsi tampilan, fungsi menangani penyimpanan data, dan sebagainya. Hal ini dilakukan sebab kebuasaan *target audience* yang kini selalu mengakses internet khususnya sosial media.

  - Konsep *website* :

  - Nama domain : taulolonasawitto.info
  - Nama *Fanpage Facebook : Tau Lolona Sawitto*
  - Nama *Twitter :* @OfficialLontara

    Arti dari kata *Tau Lolona Sawitto* adalah orang muda (anak muda) dari bugis. Kata ini sangat dikenal oleh masyarakat di suku Bugis. Selain itu pada media pendukung disisipkan pula sebuah kata yaitu “ewako” yang berarti memberikan semangat. Kata ini juga sangat dikenal di masyarakat suku bugis.

- **Media Pendukung**

Media pendukung diperlukan untuk menunjang media utama, media pendukung ini terdiri dari :

1. Poster

   Poster mempunyai jangkauan yang cukup luas, selain itu dapat ditempatkan di tempat – tempat yang strategis yang sesuai dengan lingkungan *target audience*.

   Poster akan ditempatkan di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, kantor pemerintahan, museum, dan sekolah – sekolah yang terdapat di Sulawesi Selatan.

2. Katu Pos

   Pada masa kini telah jarang ditemukan sebuah kartu pos yang biasanya terdapat di tempat – tempat dengan ciri khas yang berbeda pula. Untuk itu kartu pos dirasa perlu untuk dijadikan media pendukung pada kampanye ini.

   Kartu pos ini sendiri akan dijual di website yang telah dibuat dengan cara pembelian online.

3. Topi

   Banyak anak muda yang gemar menggunakan topi sehingga topi dianggap perlu untuk dijadikan media pendukung. Selain itu desain tulisan aksara lontara pada topi tersebut ditempatkan ditengah – tengah sehingga membuat target tertarik.

4. Pin

   Pin dapat dijual dengan gambar atau tulisan sesuai dengan pesanan yang ada yang dipasarkan melalui website.

5. Gambar tempel

Gambar tempel digunakan dalam kampanye aksara lontara suku bugis ini ditempel pada angkutan umum dan ditempat umum. Selain itu gambar tempel juga dapat dibagikan kepada *target audience* secara khusus seperti di sekolah – sekolah. Media ini dapat langsung digunakan dan ditempatkan dimana saja saat kampanye aksara lontara ini dimulai.

6. Kaos / *T-shirt*

   Pada program pemerintah, ada acara – acara seperti lomba dan seminar. Kaos/*T-shirt* dapat diberikan kepada peserta yang adalah *target audience* sebagai bentuk *remainding*. Selain itu *t-shirt* ini dapat di dapatkan di website yang telah dibuat.

7. Gantungan kunci

   Seperti halnya dengan pin, gantungan kunci ini dapat dipesan dengan menggunakan aksara lontara yang diinginkan.

8. Gelang

   Selain kaos/*t-shirt* dibuat pula sebuah gelang yang bertuliskan aksara lontara. Gelang ini akan dibuat dari material kulit dengan huruf yang bisa dipesan konsumen atau *target audience*.

9. *Notebook*

   Usia *target audience* adalah usia sekolah. *Notebook* ini dibuat dengan tujuan *reminder* dan bisa berguna bagi *target audience*

10. Mini *x-banner*

    Media ditempatkan di tempat – tempat yang strategis yang sesuai dengan lingkungan *target audience*, seperti di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, kantor pemerintahan, museum, dan sekolah – sekolah yang terdapat di Sulawesi Selatan.

11. Pembatas buku

Selain *notebook* yang bisa berguna bagi *target audience*, pembatas buku ini juga bisa bermanfaat selain itu disisipkan pula kata – kata bijak (*Pappaseng*) pada desain pembatas buku ini.

3.3 Konsep Visual

3.3.1 Format Desain

Format desain dari konsep visual yang digunakan dalam kampanye aksara lontara ini adalah dengan memanfaatkan kebiasaan *target audience* yang sering menggunakan sosial media dalam kehidupannya sehari – hari.

Dengan media ini mereka dapat melihat dengan langsung pesan – pesan yang ingin disampaikan yang berkaitan dengan aksara lontara ini. sehingga dapat membuat *target audience* mengerti. Selain itu, media pendukung lainnya telah disiapkan untuk menunjang kampanye aksara lontara ini.

3.3.2 Tata Letak (layout)

Layout yang digunakan dalam kampanye aksara lontara suku Bugis ini menggunakan istilah *single page* yaitu, sebuah website yang semua halamannya dijadikan satu halaman dimana tiap tiap halamannya berisikan tentang informasi mengenai aksara lontara suku bugis seperti sejarah awal mula terciptanya aksara tersebut, siapa yang membuatnya, dan informasi lainnya yang beehubungan dengan aksara lontara. Desain *lauout website* ini di adaptasi dari bentuk pelaminan suku Bugis. Berikut adalah penataan layout website untuk kampanye aksara lontara suku bugis:



Gambar III.2 contoh website single page

Sumber : http://festaitalianafrederick.com/







Gambar III.3 pelaminan suku Bugis

Sumber : dok. pribadi





Gambar III.4 asesoris pelaminan

Sumber : dok. pribadi



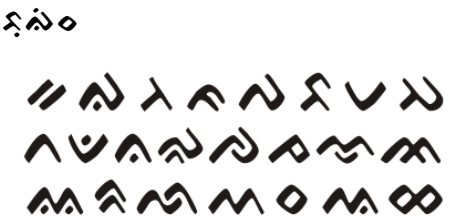
Gambar III.5 layout website

Sumber : dok. pribadi

Layout yang digunakan dalam media pendukung disesuaikan dengan tema dan konsep dari masing – masing media.

3.3.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam kampanye aksara lontara suku bugis ini ada berbagai macam dan dibuat agar dapat mewakili pesan apa yang ingin disampaikan kepada *target audience*. Tipografi yang digunakan tersebut terdiri dari:

- 

- CAC Krazy Legs

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

3.3.4 Ilustrasi

Dalam kampanye sosial ini terdapat ilutrasi yang mencerminkan kata – kata bijak dari suku Bugis. Illustrasi tersebut dibuat agar *target audience* merasa adanya kedekatan. Selain itu ilustrasi dari kampanye ini diseduaikan dengan usia *target audience*.

Kapal pinisi adalah kapal khas dari Sulawesi Selatan. Kapal ini memiliki dua tiang dan tujuh helai layar. Tiga layar di depan berbentuk segitiga lancip terpasang antara tiang depan dan anjong. Layar paling depan yang disebut dengan cocoro pantara sedangkan yang tengah disebut cocoro tangnga dan yang terakhir disebut tarengke. Pada layar utama terdapat layar yang berbentuk trapezium dan layar puncaknya berbentuk segitiga yang disebut tampasere. Ciri – ciri yang disebutkan tadi merupakan ciri – ciri utama yang tidak boleh dilupakan dalam penggambaran kapal pinisi.



Gambar III.6 referensi kapal pinisi

Sumber:

http://i25.photobucket.com/albums/c57/tyka82/pinisi_silolona_watercolor-1.jpg (11 september 2011)



Gambar III.7 referensi kapal pinisi

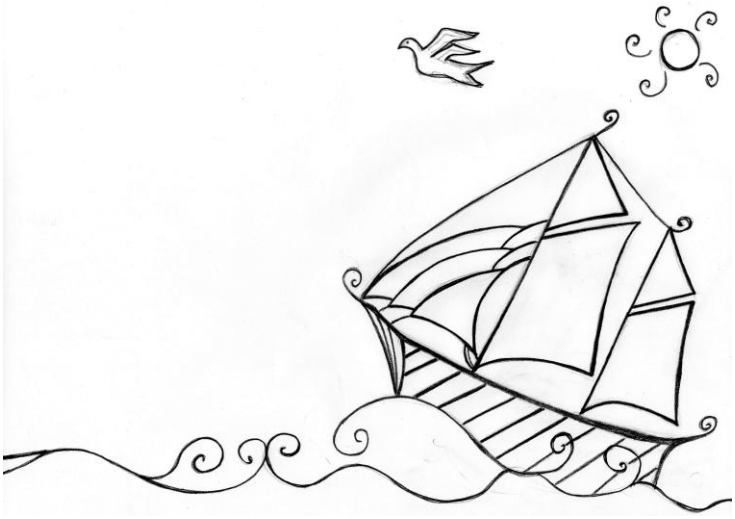
Sumber : http://alman23.files.wordpress.com/2010/03/pinisi-10.jpg (24 maret 2010)



Gambar III.8 referensi penggambaran laut

Sumber : http://depositphotos.com/10090235/stock-illustration-Seamless-ocean-wave-pattern.html

Dari referensi tersebut, juga dengan ketentuan – ketentuan penggambaran khas Sulawesi Selatan maka berikut adalah illustrasi yang dibuat.



Gambar III.9 penggambaran kapal pinisi

Sumber : dok. pribadi

Selain kapal pinisi, Sulawesi selatan juga mempunyai rumah yang khas yaitu rumah panggung yang terbuat dari kayu. Rumah bagi suku bugis bukan hanya tempat yang berfungsi sebagai tempat perlindungan dan tempat istirahat. Rumah tradisional yang biasa disebut *bola* ini juga berfungsi sebagai tempat untuk membina dan mendidik anggota

keluarga dalam rangka memberikan serta melanjutkan norma – norma dan nilai budaya kepada anggota keluarga.

Rumah tradisional bugis ini terdiri dari tiga bagian yaitu tingkat atas yang disebut *rakkeang* (loteng), tingkat kedua disebut *ale bola* (badan rumah), tingkat ketiga disebut *awa-sao* (bawah rumah). Selain rumah yang khas, kantor – kantor pemerintahan juga mempunyai ciri khas yang hamper sama dengan rumah adatnya hanya saja kantor – kantor pemerintahan ini tidak dibuat khusus dari kayu melainkan seperti bangunan biasanya.



Gambar III.10 rumah khas Sulawesi Selatan

Sumber : http://mw2.google.com/mw-panoramio/photos/small/59214839.jpg



Gambar III.11 rumah khas Sulawesi Selatan (atap)

Sumber : http://www.flickr.com/photos/armintoputiri/2395932835/ (5 februari 2005)



Gambar III.12 Perbatasan Kota Maros

Sumber :http://www.flickr.com/photos/armintoputiri/2395945243/in/photostream/ (5 februari 2005)



Gambar III.13 kantor gubernur Sulawesi Selatan

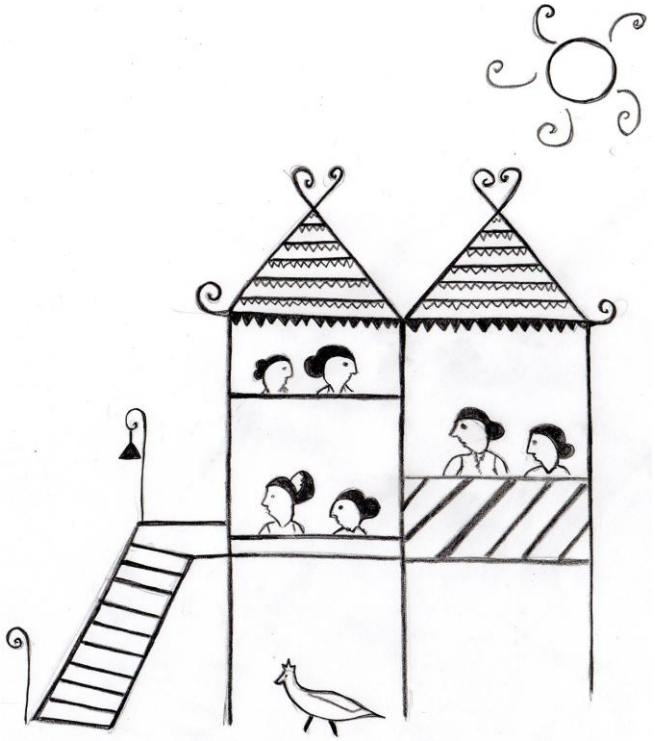
Sumber : http://www.sulsel.go.id/content/kantor-gubernur-provinsi-sulawesi-selatan (20 april 2011)



Gambar III.14 penggambaran khas Sulawesi Selatan

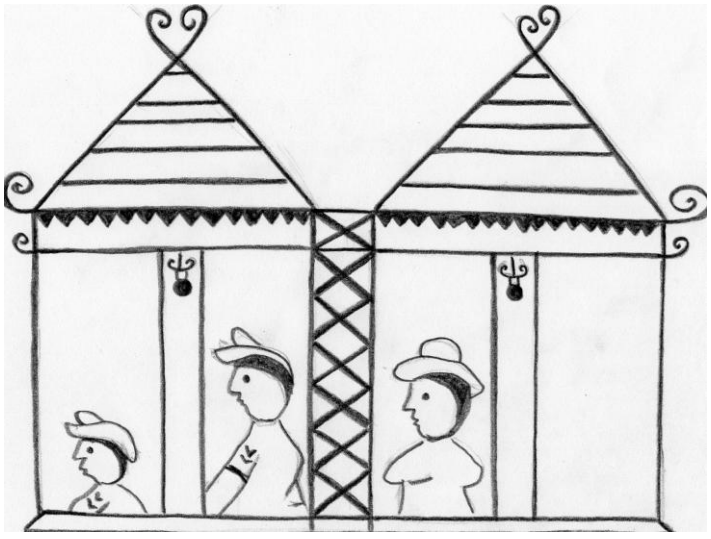
Sumber : dok.pribadi

Dari referensi tersebut maka rumah khas dan kantor pemerintahan Sulawesi Selatan digambarkan sebagai berikut:



Gambar III.15 sketsa rumah khas Bugis

Sumber : dok. pribadi



Gambar III.16 sketsa kantor pemerintahan

Sumber : dok. pribadi

3.3.5 Warna

Warna – warna yang terdapat di media yang digunakan dalam kampanye aksara lontara ini disesuaikan dengan materi kampanye dan juga *target audience*. Hal ini digunakan agar *target audience* tertarik namun, tidak merusak pesan apa yang ingin disampaikan dalam kampanye aksara lontara suku Bugis itu sendiri.



Gambar III.17 warna

Sumber : dok. pribadi