BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dilakukan untuk mempromosikan kerajinan payung milik H. Syahrod, yakni dengan membuat sebuah rancangan promosi berupa media katalog payung geulis Tasikmalaya. Permasalahan yang ditemukan mengenai payung geulis Tasikmalaya yaitu tidak adanya media promosi yang dapat memperkenalkan produk Tasikmalaya yaitu payung geulis, dengan membuat media promosi yang memperlihatkan produk payung geulis yang sudah ada. diharapkan masyarakat Tasikmalaya bisa mengetahui kerajinannya, sebagaimana bahwa payung geulis merupakan kerajinan asli khas Tasik yang dahulunya merupakan salah satu kerajinan yang bisa membanggakan Kota Tasikmalaya, sehingga dibutuhkan perancangan katalog promosi mengenai payung geulis sebagai media informasi bersifat persuasif dengan tujuan untuk mempromosikan segala hal yang berkaitan dengan payung geulis.

Adapun pemilihan Target audiens dipertimbangkan dari segi Demografis, Psikografis, dan Geografisnya adalah sebagai berikut:

a. Demografis

   Secara demografis yang masih produktif dengan spesifikasi sebagai berikut :

   - Usia : 25-40 tahun
   - Status sosial : Menengah sampai menengah atas
   - Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

b. Psikografis

   Secara psikografis dapat disimpulkan denga spesifikasi sebagai berikut :

   - Orang dewasa yang memiliki nilai seni yang tinggi
   - Menyukai hal yang unik

c. Geografis

Dari segi geografis dapat di spesifikasikan sebagai berikut :

- Seluruh Indonesia

3.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam strategi perancangan media promosi mengenai payung geulis Tasikmalaya adalah melalui media katalog produk yang berisi informasi tentang payung geulis mulai dari harga, motif, ukuran diameter payung, hingga cara pembuatan.

a) Tujuan Komunikasi
   - Mempromosikan payung geulis kepada masyarakat dan agrobisnis seperti pengusaha restoran, perhotelan dan tempat wisata lainnya.
   - Agar payung geulis milik H. Syahrod tidak mengalami pengurangan produksi.

b) Materi Pesan

   Mempromosikan payung geulis milik H. Syahrod, agar masyarakat bisa menghargai hasil pekerja seni yang bisa membangun kota-nya sendiri. Generasi muda bisa melanjutkan dan mau membangun kerajinan tangan khas Tasikmalaya.

c) Pendekatan Komunikasi Visual

   Informasi produk-produk yang akan diperlihatkan tersebut menggunakan gambar yang jelas, dengan keunggulan produk payung geulis dapat memengaruhi minat dari target audien.

d) Pendekatan Komunikasi Verbal

   Menggunakan keterangan-keterangan untuk menjelaskan produk-produk payung geulis yang divisualkan melalui gambar yang

terlihat jelas dan menggunakan bahasa indonesia yang baik dan benar agar mudah dimengerti.

3.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif pada katalog produk payung geulis menampilkan informasi tentang payung geulis milik H. Syahrod dengan menggunakan foto poduk dan teks yang dapat mempermudah masyarakat untuk mengetahui payung geulis.

3.1.3 Strategi Media

Media yang akan digunakan berupa katalog produk yang berisi tentang payung geulis Tasikmalaya. Konten pada katalog produk yaitu berupa gambar payung geulis, harga payung geulis, motif payung geulis,dan disisipakan cara pembuatan payung geulis.

Katalog adalah daftar berbagai jenis koleksi perpustakaan yang disusun menurut sistem tertentu. (Fathmi, 2004,h.6). Katalog perpustakaan merupakan suatu rekaman atau daftar bahan pustaka yang dimiliki oleh suatu perpustakaan atau beberapa perpustakaan yang disusun menurut aturan dan sistem tertentu. (Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan, 2003,p.130). Katalog merupakan cara yang tepat untuk mempromosikan produk payung geulis karena mudah didapatkan dan tidak perlu mengeluarkan biaya untuk mendapatkan katalog tersebut, dan masyarakat pun tahu tentang payung geulis dengan adanya foto produk dan teks keterangan produk maka masyarakat mudah memahami isi katalog tersebut.

Media pendukung yang dipilih untuk promosi payung geulis diantaranya :

- Poster A3

  Poster sebagai sarana mensosialisasikan payung geulis kepada masyarakat dan juga kepada agrobisnis wisata.
- Brosur

Brosur sarana pendukung promosi untuk memperkenalkan payung geulis H. Syahrod.

- Pin

  Pin sebagai media sosialisasi payung geulis yang bisa digunakan di tas maupun baju.

- Mug

  Mug sebagai souvenir pembelian payung geulis.

- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci sebagai souvenir pembelian payung, dan gantungan kunci juga bisa bermanfaat bagi konsumen.

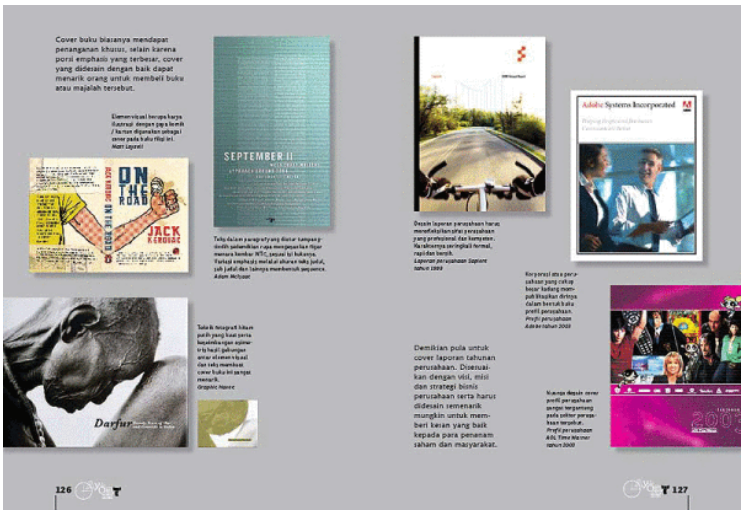
- Mini X banner

  Mini x banner digunakan untuk disimpan di depan toko souvenir daerah pariwisata.

3.2 Konsep Visual

Konsep visual ditampilkan dengan fotografi produk payung geulis yang dijadikan katalog produk dengan gaya yang minimalis dalam pewarnaannya agar terlihat bahwa produk payung geulis mempunyai makna elegan dan unik.

Bahan studi visual yang dipakai :



Gambar III.1 Bahan Studi Visual

3.2.1 Format Desain

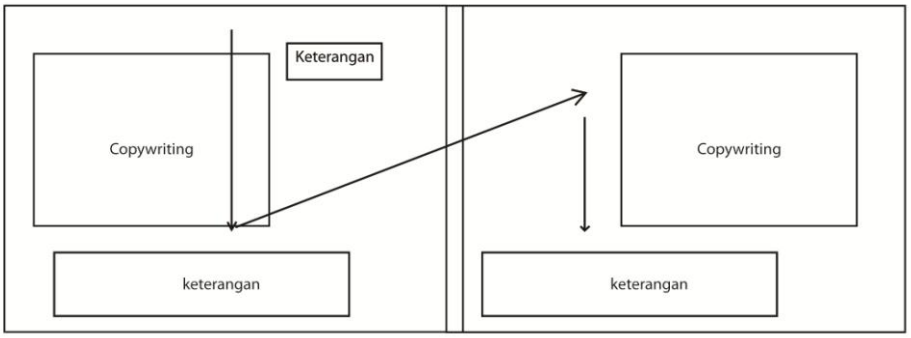
Format desain dari katalog produk payung geulis berbentuk persegi panjang landscape 20 cm x 15 cm.



Gambar III.2 Format Katalog

3.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Pada katalog produk payung geulis Tasikmalaya, layout yang digunakan mengikuti layout pada umumnya katalog yang dimana berisikan panel gambar dan keterangan gambar yang mempermudah pembaca untuk memahami isi katalog tersebut.



Gambar III.3 Cara Baca

Adapun cara membaca pada layout tersebut mengikuti kecenderungan masyarakat Indonesia yang membacanya dari kiri ke kanan, dan dari atas ke bawah, agar masyarakat pun bisa mudah memahami isi dari katalog.

3.2.3 Font

Font yang digunakan pada judul katalog ini menggunakan font "Orial" karena didalam font ini terdapat grasif bunga, sebagaimana didalam kerajinan payung geulis Tasikmalaya yang menggunanakan motif geometris dan non geometris sebagian besar motif yang digunakan pada motif payung geulis yaitu motif bunga.

a) **Judul Teks**

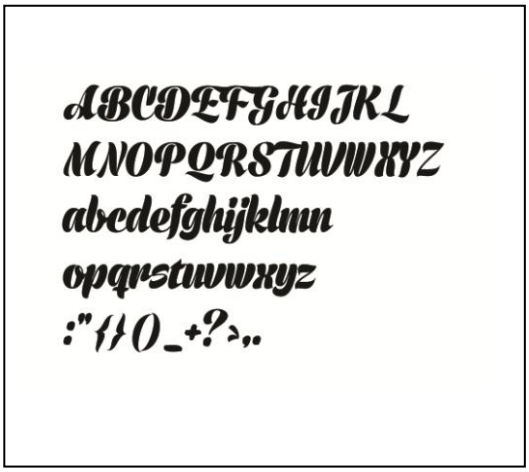




Gambar III.4 Font “Orial” Judul Katalog

Untuk tipografi pada kota pembuatan payung geulis, yaitu Tasikmalaya menggunakan font “Prime Script PERSONAL USE ONLY” dari segi keterbacaan font ini mudah dibaca dan jelas, pada font ini juga dari segi visual sangat indah dan lembut.

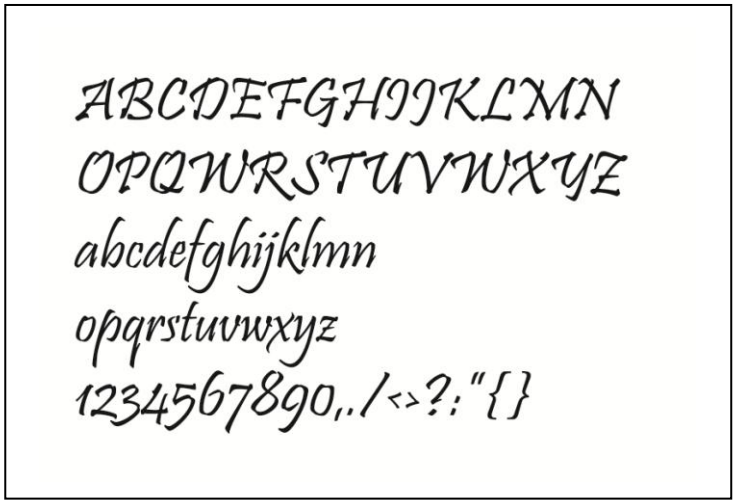




Gambar III.5 Font “Prime Script PERSONAL USE ONLY”

b). **Isi Teks**

Font yang digunakan pada bagian isi teks pada isi halaman buku adalah font “Pristina”, font ini digunakan karena mudah dibaca dan mudah dipahami.



Gambar III.6 Font "Pristina"

3.2.4 Warna

Warna yang digunakan adalah warna-warna yang berkaitan dengan warna payung geulis.

R = 202	C = 16	# D4CDCF
G = 205	M = 16	
B = 207	Y = 13	
	K = 0	

R = 78	C = 69	# 4EB186
G = 177	M = 7	
B = 134	Y = 62	
	K = 0	

R = 24	C = 0	# F47920
G = 121	M = 6	
B = 32	Y = 100	
	K = 0	

Gambar III.7 Penggunaan Warna

3.2.5 Foto Sebagai Ilustrasi

Foto digunakan untuk menampilkan gambar produk payung geulis dan ilustrasi digunakan untuk menambah ornamen visual pada layout katalog, visual ornamen yang digunakan pada layout katalog yaitu ornamen geometris dan non geometris sesuai dengan motif-motif payung geulis. Penggunaan illustrasi pada layout katalog diharapkan dapat menarik konsumen agar bisa membeli produk payung geulis dan menampilkan foto produk payung geulis secara detail dari segi keunikan payung geulis tersebut, sehingga diharapkan masyarakat dan khusunya agrobisnis tertarik pada payung geulis untuk menambah nilai keunikan tersendiri apabila menambahkan ornamen hiasan payung geulis.



Gambar III.8 Produk Payung Geulis

Sumber : Foto Pribadi

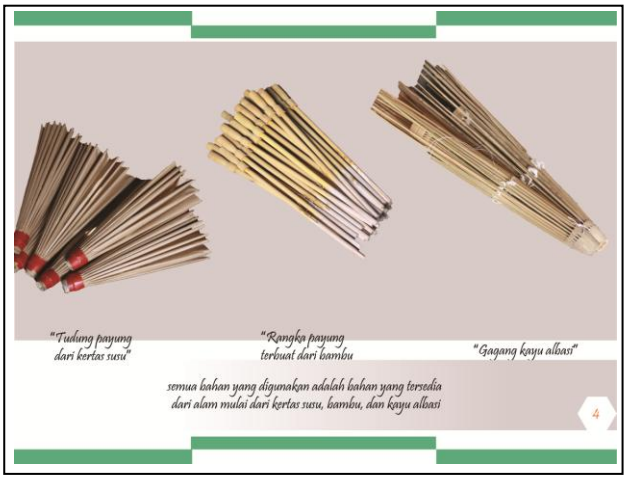
Foto dari produk payung geulis merupakan hasil payung geulis yang sudah jadi dari segi pembuatan, yang ditampilkan pada foto ini dari berbagai motif dan corak warna.

Isi halaman pertama pada katalog :



Gambar III.9 Ilustrasi Katalog Payung Geulis

Isi halaman kedua pada katalog :

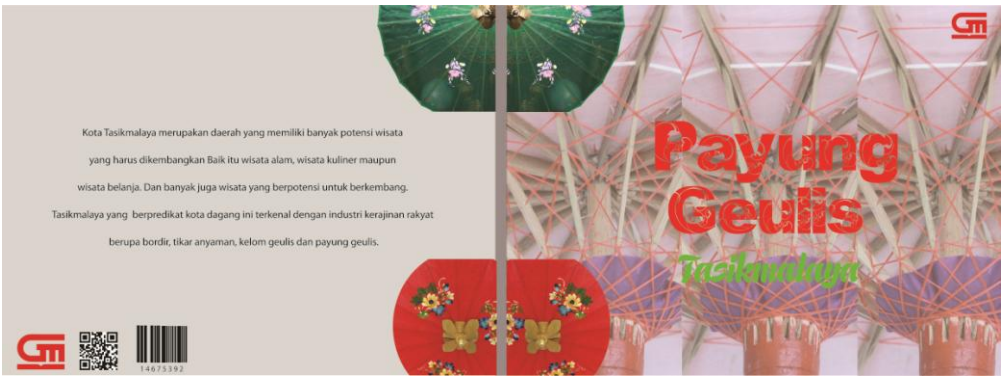


Gambar III.10 Ilustrasi Katalog Payung Geulis

Isi halaman ketiga pada katalog :



Gambar III.11 Ilustrasi Katalog Payung Geulis



Gambar III.12 Cover Katalog Payung Geulis

3.3 Strategi Distribusi Media

Jenis Media	Bentuk Media	Distribusi	Waktu penyebaran		
			September	Oktober	November
Media utama	Katalog	Toko buku			
Media pendukung	Poster	Jalan Raya			
	Brosur	Saat Event			
	Pin	Pembelian produk			
	Gantungan kunci	Pembelian produk			
	Mug	Pembelian produk			

Tabel III.1 Strategi Distribusi Media

Distribusi media dilakukan selama tiga bulan dengan dukungan dan kerjasama dari dinas koperasi UMKM perindustrian dan perdagangan Kota Tasikmalaya, dan didistribusikan oleh toko buku Gramedia.