BAB III
STRATEGI PERANCANGAN MEDIA INFORMASI BANGUNAN AUBON MARCHE

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari bangunan Aubon Marche yaitu merancang atau membuat suatu media informasi berupa buku sejarah dengan ditambahkan gambar ilustrasi. Gaya ilustrasi disesuaikan dengan target sasaran agar dapat diterima, dimengerti, dan mudah dipahami oleh kalangan remaja.

Perancangan media informasi ini dituangkan ke dalam tiga media, yaitu : media utama, media pendukung, dan media kreatif. Dimana bobot pengetahuan informasi lebih mendalam terdapat di media utamanya. Media pendukung dan media kreatif hanya di tujukan sebagai pelengkap saja yang tujuannya agar target sasaran merujuk mendapatkan informasi dari media utama.

III.1.1Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan fenomena permasalahan yang ada, dalam hal ini adalah perlunya media yang dapat memberi informasi yang lebih spesifik tentang bangunan Aubon Marche. Strategi komunikasi dalam perancangan media informasi bangunan Aubon Marche ini adalah mengkomunikasikan informasi bangunan Aubon Marche yang berupa : sejarah bangunan Aubon Marche, penjelasan dari Bangunan Cagar Budaya, dan sejarah singkat tentang kawasan Braga.

Strategi pemecahan masalah mengenai informasi bangunan Aubon Marche adalah menggunakan metode 5W+1H, yakni sebuah solusi membuat media informasi dari bangunan Aubon Marche agar khalayak sasaran mengetahui sejarah dari bangunan tersebut melalui media informasi yang berupa buku dengan ilustrasi. Waktunya adalah disaat sekarang ini, dimana perkembangan zaman dapat mempengaruhi kelestarian dari bangunan Cagar Budaya dan untuk waktu penyebarannya adalah sebulan sebelum dan sesudah acara Braga Festival 2013.

Untuk tempatnya adalah di wilayah kawasan Braga, kota Bandung, tempat dimana bangunan Aubon Marche itu berada. Dengan target sasaran adalah kalangan remaja berusia antara 16-21 tahun, yakni usia pelajar SMA dan mahasiswa dimana pada usia tersebut target sasaran masih diperkenalkan pengetahuan sejarah.

III.1.1.1Studi Target Audience

a. Demografi

- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Usia : 16-21 tahun
- Pendidikan : SMA dan Mahasiswa atau sederajat

b. Geografi

Wilayah perkotaan, kawasan Braga, kota Bandung - Jawa Barat

c. Psikografi

Suka berkumpul bersama temannya, keingintahuan tinggi, senang bereksperimentasi, senang bereksplorasi, mempunyai banyak fantasi, khayalan, dan bualan, kecenderungan membentuk kelompok dan kegiatan berkelompok.

III.1.2Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan digunakan pada perancangan media informasi ini menggunakan pendekatan komunikasi visual dan verbal serta ilustrasi disain yang disesuaikan dan mengacu dengan hasil segmentasi masyarakat yang dituju.

Pendekatan Komunikasi Visual

Tinarbuko (2009) menjelaskan "Komunikasi visual merupakan konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan kedalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen disain grafis yang terdiri atas ilustrasi (gambar), tipografi, warna, komposisi, dan layout" (h.23).

Pendekatan Komunikasi Verbal

Pendekatan komunikasi verbal dalam strategi kreatif perancangan ini menggunakan penyampaian komunikasi bahasa secara sopan namun tidak terlalu formal sesuai target masyarakat yang dituju. Hal tersebut ditujukan agar penyampaian komunikasi menjadi efektif dan efisien serta pesan yang dituju dapat dimengerti oleh penerima pesan.

III.1.3Strategi Media

Dalam perancangan media informasi bangunan Aubon Marche, media merupakan saran yang sangat vital dan sangat berpengaruh terhadap penyebaran informasi. Karena media sebagai alat pendukung perantara serta alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada target masyarakat yang dituju.

Dalam perancangan media informasi bangunan Aubon Marcheini, telah dipertimbangkan akan beberapa penggunaan media yang terkait dengan target masyarakat yang dituju, dengan tujuan efisiensi dan efektifitas dari penggunaan media tersebut, diantaranya asalah sebagai berikut :

- Media Utama

- Buku

  Media ini dipilih sebagai media utama karena buku merupakan sarana pengetahuan yang dalam penggunaanya berisi akan informasi-informasi yang dapat dipertanggung jawabkan. Dengan menggunakan ilustrasi bangunan Aubon Marche tampak depan untuk bagian cover buku dan juga buku mengikuti bentuk dari bangunan Aubon Marche, hal itu agar menimbulkan kesan menarik pada buku.

- Media Pendukung

Beberapa media yang dipilih sebagai media pendukung diantaranya adalah sebagai berikut :

- Poster

- Mini X Banner
- Brosur
- *Digital Ebook*
- Iklan Majalah
- *Papper Bag*

- Media Kreatif

Beberapa media yang dipilih sebagai media kreatif diantaranya adalah sebagai berikut :

- Pembatas buku
- Stiker
- *Mouse Pad*
- Kaos

- Jadwal Penyebaran Media

Jadwal penyebaran dari media informasi bangunan Aubon Marche dijadwalkan bersamaan dengan Braga Festival 2013 yang akan di selenggarakan pada bulan Oktober 2013, hal tersebut ditujukan agar adanya kesan tertentu secara emosional pada target masyarakat yang dituju.

No	Media	September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	**Media Utama**												
	Buku												
2	**Media Pendukung**												
	Poster												
3	Mini X Banner												
4	Brosur												
5	*Digital Ebook*												
6	Iklan Majalah												
7	Papper Bag												
8	**Media Kreatif**												

Tabel III.1 Tabel Penyebaran Media

III.2Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan media informasi bangunan Aubon Marche, adalah menampilkan visualisasi secara menarik. Penyampaian secara informatif dengan menggunakan perpaduan teknik ilustrasi, tipografi, dan *layout design* yang

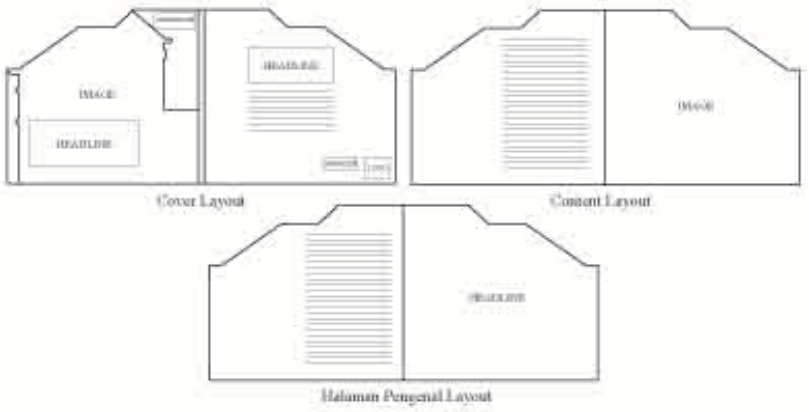
disesuaikan pada konsep penggunaan dasar elemen-elemen disain yang mencitrakan dari bangunan Aubon Marche tersebut.

III.2.1Format Desain

Format disain yang digunakan dalam pembuatan media informasi ini mengacu pada bentuk *portrait* yang dikhususkan pada penggunaan media utama, untuk media penunjang, format disain yang digunakan adalah *portrait* dan *landscape*.

III.2.2*Layout*

Agar pesan yang dituju dapat efisien tersampaikan, peletakan anatara *Body*, *Sub*, dan isi *Body* diatur agar seimbang, memiliki irama dan sebagai kesatuan dari elemen disain yang lainnya pada media utama, contoh *layout* dilihat pada gambar berikut.



Gambar III.1Sketsa *layout*



Gambar III.2 *Layout* hasil akhir

III.2.3Tipografi

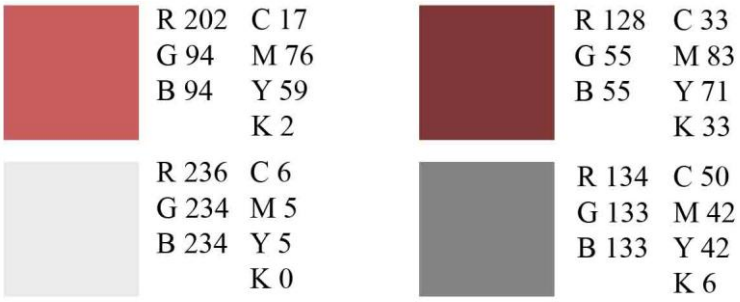
Penggunaan huruf pada judul/headline, isi body text dan subheadline menggunakan jenis huruf yang tingkat keterbacaannya tinggi agar pesan yang terdapat di dalamnya dapat tersampaikan dengan baik.

Bellerose Light:1.0

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
! @ # $ % ^ & * ( ) "
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

III.2.4Warna

Warna yang dipakai merupakan penurunan dari warna asli pada bangunan, namun pada pengaplikasiannya warna yang digunakan lebih diperterang agar menjadi *Point of Interest* target sasaran saat pertama melihatnya, berikut warna-warna yang digunakan :



Gambar III.3*Colour picker*

Untuk penjelasan karakteristik dari warna yang digunakan adalah sebagai berikut menurut Sulasmi (2002) :

Merah : dari semua warna, merah adalah warna terkuat dan paling menarik perhatian, bersifat agresif lambing primitif.

Putih : warna putih memiliki karakter positif, merangsang, cemerlang, ringan, dan sederhana.

Abu-abu : bermacam-macam warna abu-abu dengan berbagai tingkatan melambangkan ketenangan, sopan, dan sederhana. Karena itu, warna abu-abu sering melambangkan orang yang telah berumur dengan kepasifannya, sabar, dan rendah hati.

III.2.5Gaya Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang dipakai adalah gaya ilustrasi realis, hal ini dilakukan karena gaya ilustrasi tersebut dinilai cocok untuk mengilustrasikan bangunan Aubon Marche, gaya ilustrasi realis akan lebih menonjolkan sisi detail dari bangunan tersebut.



Gambar III.4 Gaya Ilustrasi Realis