BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi yang digunakan dalam perancangan media informasi tentang alat keselamatan di kereta api ini disusun dengan menentukan tujuan komunikasi, pendekatan komunikasi, materi pesan, gaya bahasa, khalayak sasaran, strategi kreatif serta strategi media.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Secara garis besar tujuan komunikasi dalam perancangan ini yaitu untuk menginformasikan kepada masyarakat pengguna jasa layanan kereta api tentang alat keselamatan yang ada di kereta api. Tujuan lebih jauhnya lagi yaitu untuk menciptakan rasa aman dan nyaman pada saat menggunakan jasa layanan kereta api.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dilakukan secara visual dan juga verbal. Mengingat informasi yang akan disampaikan merupakan informasi yang tergolong penting, maka selain disajikan melalui gambar, informasi mengenai alat keselamatan kereta api juga akan dilengkapi tulisan dengan tujuan untuk memperjelas gambar. Dengan demikian, sasaran akan menerima pesan yang disampaikan secara utuh.



Gambar III.1 Infografis yang terdiri atas gambar dan tulisan
Sumber: http://www.noupe.com/wp-content/uploads/trans/wp-content/uploads/2010/11/diylinkbait.jpg (12 Juni 2015)

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang terdapat dalam perancangan ini bersifat informatif dan edukatif. Yaitu berupa informasi mengenai dalam kondisi seperti apa alat keselamatan tersebut harusnya digunakan, lalu informasi tentang letak alat keselamatan pada masing-masing gerbong kereta api, dan juga instruksi atau tata cara penggunaan alat-alat keselamatan tersebut.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan bersifat formal. Tidak menggunakan istilah asing, mengingat instruksi tentang alat keselamatan harus dimengerti oleh semua penumpang kereta api. Selain itu, instruksi juga dikemas secara singkat namun tetap jelas.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran perancangan terdiri atas segmentasi serta *consumer journey*.

A. Segmentasi

Segmentasi tersusun atas aspek demografis, geografis, dan psikografis.

- **Demografis**
  - Usia :17 – 35 tahun
  - Jenis Kelamin :Laki-laki dan perempuan
  - Pekerjaan :Semua golongan

- **Geografis**

  Seluruh Daerah Operasi (Daop) Kereta Api, kecuali Daop I (Daop I dikelola oleh PT KCJ) Antara lain: Daop II Bandung, Daop III Cirebon, Daop IV Semarang, Daop V Purwokerto, Daop VI Yogyakarta, Daop VII Madiun, Daop VIII Surabaya, dan Daop IX Jember.

- **Psikografis**

  Pribadi yang tenang dan waspada, mengingat informasi yang disampaikan berupa informasi tentang alat keselamatan, sehingga dibutuhkan tingkat ketenangan dan kewaspadaan yang tinggi ketika mengoperasikan alat keselamatan tersebut dalam keadaaan darurat.

B. Consumer Journey

Waktu	**Tempat**	**Kegiatan**
Pagi	Rumah	Sarapan, bersiap-siap beraktivitas
	Stasiun	Menunggu, duduk
	Kereta	Duduk
	Stasiun	Berjalan
	Sekolah, kampus, kantor	Belajar, bekerja
Siang	Kantin	Makan siang
Sore	Sekolah, kampus, kantor	Berjalan pulang
	Stasiun	Menunggu, duduk
	Kereta	Duduk
	Stasiun	Berjalan
Malam	Rumah	Makan malam, nonton televisi

Tabel III.1 *Consumer journey*

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan media informasi tentang alat keselamatan di kereta api ini terdiri atas *copywriting*, *storyline*, *storyboard*, dan visualisasi.

- ***Copywriting***

  Copywriting yang digunakan dalam perancangan ini, sebagian besar merupakan kalimat perintah jelas dan sederhana seperti “Tarik tuas rem bahaya” atau “Buka kaca pelindung palu pemecah kaca kearah kanan”, dengan demikian penumpang yang membacanya akan dapat langsung memahami pesan yang disampaikan.

- ***Storyline***

  Berikut ini adalah *storyline* yang dibuat untuk masing-masing perancangan instruksi alat keselamatan:

  - **Alat Pemadam Api**
    1) Menekan tombol “PUSH” pada lemari Alat Pemadam Api
    2) Membuka lemari Alat Pemadam Api, lalu mengeluarkan Alat Pemadam Api
    3) Menarik pin yang terdapat pada tuas Alat Pemadam Api
    4) Mengarahkan ujung selang Alat Pemadam Api pada api yang menyala
    5) Menekan tuas Alat Pemadam Api secara perlahan
    6) Semprotkan Alat Pemadam Api dari sisi ke sisi hingga api padam

  - **Palu Pemecah Kaca**
    1) Membuka kaca penutup Palu Pemecah Kaca
    2) Mengambil Palu Pemecah Kaca
    3) Memecahkan kaca jendela

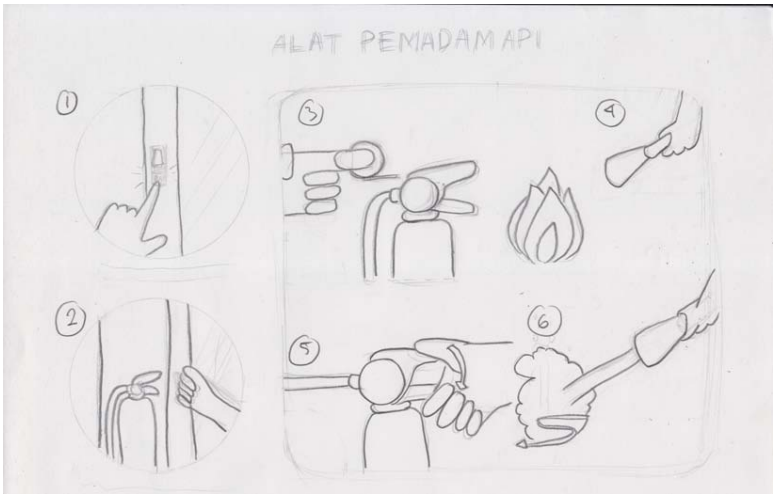
  - **Rem Bahaya**
    1) Membuka kaca penutup Rem Bahaya
    2) Menarik tuas Rem Bahaya

  - **Rem Tangan**
    1) Memposisikan tubuh tepat didepan Rem Tangan
    2) Memutar Rem Tangan searah jarum jam

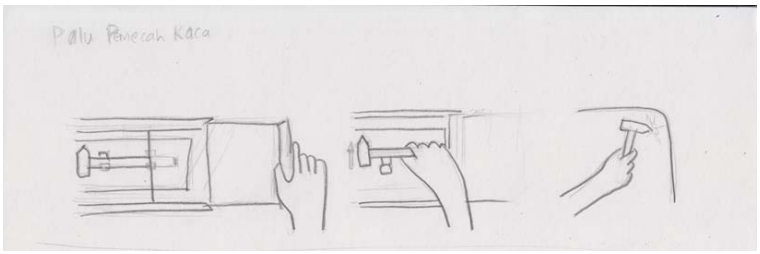
- **Katub Darurat**
    1) Membuka kaca penutup Katub Darurat
    2) Melepas segel pada keran katub darurat
    3) Menarik tuas Katub Darurat kearah atas

- ***Storyboard***

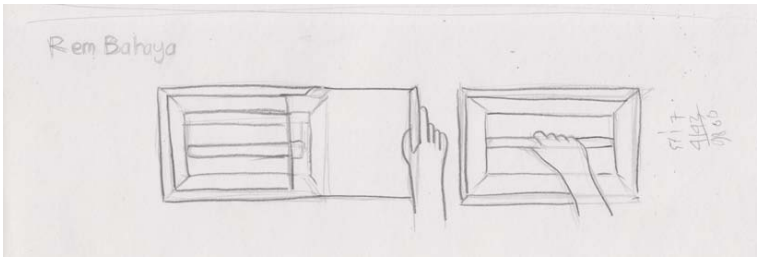
  Adapun *storyboard* atau sketsa visual yang digunakan dalam perancangan media informasi tentang alat keselamatan di kereta api ini, antara lain:



Gambar III.2 *Storyboard* instruksi Alat Pemadam Api
Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

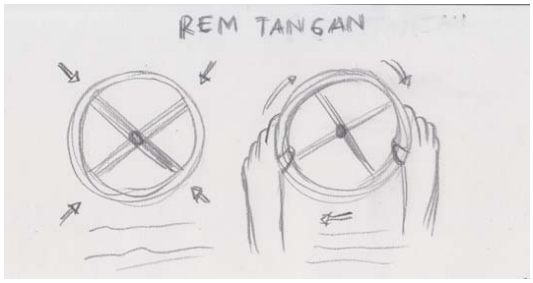


Gambar III.3 *Storyboard* instruksi Palu Pemecah Kaca
Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)



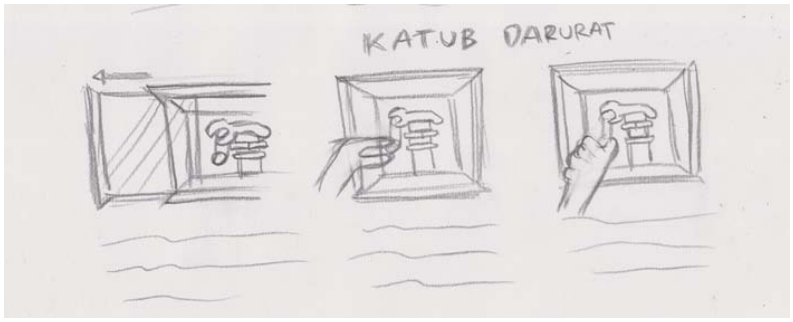
Gambar III.4 *Storyboard* instruksi Rem Bahaya

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)



Gambar III.5 *Storyboard* instruksi Rem Tangan/Parkir

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)



Gambar III.6 *Storyboard* instruksi Katub Darurat

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

- **Visualisasi**

  Berikut ini merupakan referensi visual yang digunakan sebagai acuan gaya ilustrasi nantinya:



Gambar III.7 Referensi visual 1

Sumber: http://www.kreavi.com/data/user-project/13104-66064302b0-kreavi.jpg

(12 Juni 2015)



Gambar III.8 Referensi visual 2

Sumber: http://www.kreavi.com/data/user-project/13104-c05a1a7ec4-kreavi.jpg

(12 Juni 2015)



Gambar III.9 Referensi visual 3

Sumber: http://www.kreavi.com/data/user-project/13104-08b1366504-kreavi.jpg

(12 Juni 2015)

III.1.7 Strategi Media

Media yang digunakan berasal dari analisa *consumer journey*, terdiri atas media utama dan media pendukung.

A. Media Utama

Media yang digunakan sebagai media utama yaitu sticker yang ditempel di dalam gerbong kereta, didekat kursi penumpang, serta di dekat alat keselamatan.



Gambar III.10 Contoh instruksi penggunaan alat keselamatan dalam bentuk *sticker* yang digunakan KRL

Sumber: http://scontent-b.cdninstagram.com/hphotos-xaf1/t51.2885-15/s306x306/e15/10895011_1969042806567694_121809130_n.jpg (9 Juni 2015)

Media tersebut digolongkan sebagai media utama karena dianggap sebagai media yang paling efektif untuk informasi tentang alat keselamatan di kereta api. Media tersebut merupakan media yang paling dekat dengan penumpang saat terjadi keadaan darurat di kereta api.

B. Media Pendukung

Media yang digunakan sebagai media pendukung antara lain:

- ***X-Banner***

  X-banner akan diletakkan didekat pintu masuk stasiun, sehingga setiap calon penumpang diharapkan melihat *x-banner* tersebut.

- **Video Infografis**

  Video infografis tentang alat keselamatan kereta api akan ditampilkan pada layar LCD di tempat tunggu calon penumpang.

- **Brosur**

  Brosur akan disediakan pada setiap loket pembelian tiket, dengan demikian, calon penumpang kereta api dapat mengambilnya setelah membeli tiket.

- **Poster**

  Poster akan dipajang di dalam stasiun, dekat bagian informasi, sehingga penumpang yang sedang melihat jadwal keberangkatan juga dapat melihat poster tentang alat keselamatan ini.

- ***E-Flyer***

  E-flyer akan disebar melalui internet, baik melalui website maupun sosial media yang dikelola oleh PT KAI sendiri maupun oleh akun Paguyuban Pecinta Kereta Api. Dengan demikian media ini akan tersebar dengan luas.

- **Kalender**

  Selain sebagai sarana sosialisasi, media ini juga dapat berguna bagi penumpang kereta api. Kalender akan dibagikan untuk para calon penumpang kereta api secara gratis pada hari-hari mendekati tahun baru. Dengan demikian media ini dapat berlaku sepanjang tahun.

- **Buku Catatan**

  Media ini dibuat untuk para penumpang yang gemar menulis atau menggambar. Akan disediakan di loket pembelian tiket,

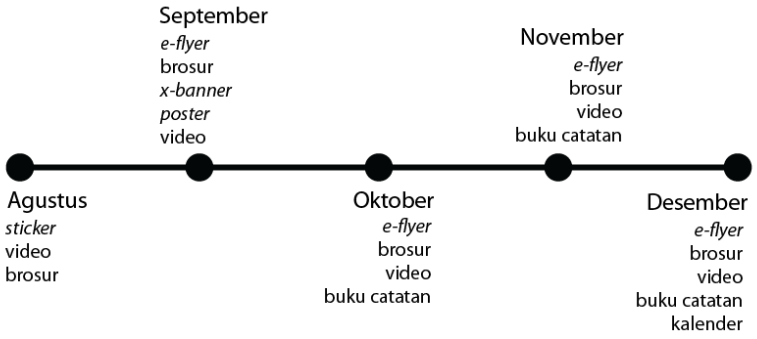
III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Agar penerapan rancangan media informasi ini berjalan dengan efektif, perlu direncanakan strategi distribusi serta waktu penyebaran media. Berikut ini merupakan skema distribusi dan penyebarannya:

- **Strategi Distribusi**

  Seluruh media tersebut akan disebarkan secara serentak ke setiap daerah operasi kereta api, langsung oleh PT KAI dengan bantuan Paguyuban Pecinta Kereta Api masing-masing daerah operasi kereta api. Dengan demikian distribusi media akan terlaksana lebih cepat.

- **Waktu Penyebaran Media**



Gambar III.11 Bagan waktu penyebaran media

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

Penyebaran media dilakukan secara bertahap, sesuai dengan fungsi dari masing-masing media itu sendiri. *Sticker*, video, dan brosur disebarkan pada bulan pertama setelah perancangan mengingat pentingnya media-media tersebut untuk segera diterapkan. Bulan berikutnya mulai disebarkan *e-flyer* melalui internet, lalu pada bulan-bulan selanjutnya mulai disebarkan media pendukung berupa buku catatan. Pada akhir tahun, kalender mulai disebarkan.

III.2 Konsep Visual

Adapun konsep visual dari perancangan media informasi tentang alat keselamatan di kereta api ini, antara lain: format desain, *layout* atau tata letak, huruf, ilustrasi, dan warna.

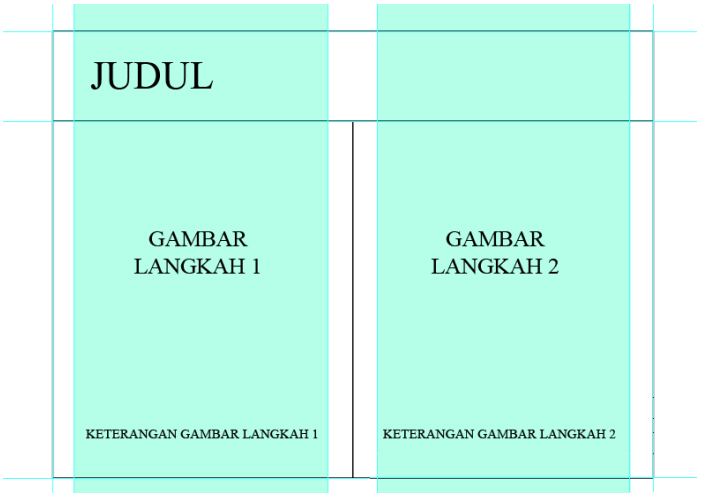
III.2.1 Format Desain

Format desain secara keseluruhan disajikan dalam bentuk infografis. Infografis dipilih karena dianggap sebagai format desain paling efektif dalam perancangan ini. Infografis banyak ditemui di kehidupan sehari-hari. Baik dalam buku literatur, di internet, maupun di koran. Dengan demikian, infografis sudah akrab dengan masyarakat sehingga infografis akan dapat dengan mudah diterima dan dimengerti.

Alasan lainnya, peneliti menemukan bahwa orang-orang yang mengikuti arahan melalui ilustrasi dan teks melakukannya lebih baik 323% dari pada orang-orang yang mengikuti arahan tanpa ilustrasi (http://neomam.com). Infografis akan dicetak dalam bentuk *sticker*. Sedangkan ukurannya disesuaikan dengan *space* kosong sekitar tempat duduk penumpang dan sekitar alat-alat keselamatan di kereta api.

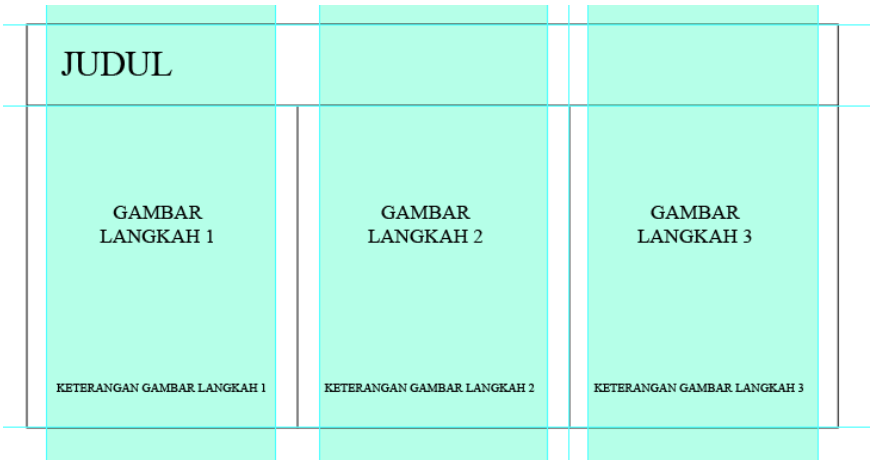
III.2.2 Tata Letak

Perancangan media informasi tentang alat keselamatan di kereta api ini menggunakan *layout* atau tata letak yang sederhana dan konsisten, bertujuan agar dapat dengan cepat dipahami ketika dilihat. Menggunakan kolom *grid* vertikal dan horisontal, dengan jumlah kolom disesuaikan dengan banyaknya langkah-langkah menggunakan alat keselamatan di kereta api itu sendiri.



Gambar III.12 Contoh *layout* yang menggunakan 2 kolom *grid*

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

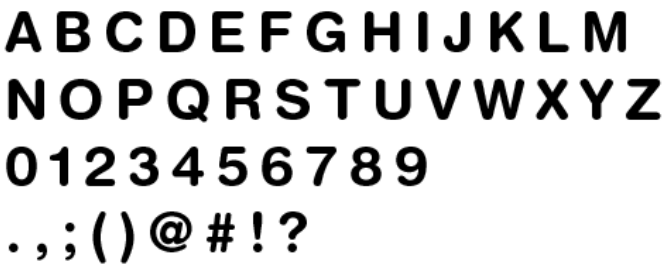


Gambar III.13 Contoh *layout* yang menggunakan 3 kolom *grid*

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

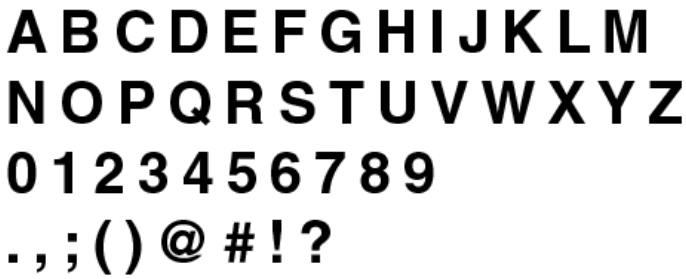
III.2.3 Huruf

Font yang digunakan dalam perancangan ini adalah *Helvetica Rounded*. Menggunakan *typeface Helvetica Rounded Bold* untuk *headline* atau judul. Sedangkan untuk *body text* menggunakan *font Helvetica* dengan *typeface Helvetica Bold* dan *Helvetica Reguler*. Selain untuk menambah nilai estetis, ketiga *typeface* tersebut juga digunakan karena memiliki nilai keterbacaan yang tinggi.



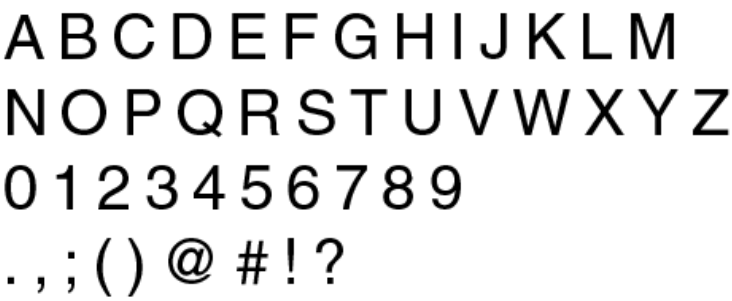
Gambar III.14 *Helvetica Rounded Bold*

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)



Gambar III.15 *Helvetica Bold*

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)



Gambar III.16 *Helvetica Reguler*

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

III.2.4 Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah *flat design* atau desain datar. *Flat design* berprinsip pada kesederhanaan. desain ini memiliki kejelasan yang hanya dapat dicapai dengan menghilangkan efek tiga dimensi seperti *drop shadow, bevels, emboss,* dan *gradient* (www.uxmag.com). Dalam

perancangan ini, ilustrasi atau gambar yang digunakan merupakan representasi dari objek yang sesungguhnya, namun digambarkan dalam gaya flat desain.



Gambar III.17 Alat pemadam api digambarkan dengan gaya flat desain
Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

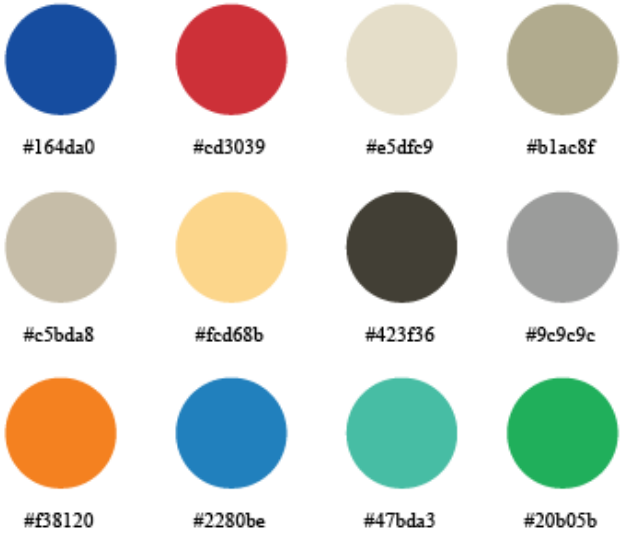


Gambar III.18 Rem Tangan digambarkan dengan gaya flat desain
Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

Dibalik nilai estetiknya, Flat desain memiliki tujuan fungsional bagi yang sasarannya. Desain yang minimalis dianggap akan langsung menarik perhatian (www.tupperware.co.id). Dengan demikian, diharapkan orang yang melihatnya dapat dengan cepat memahami pesan yang disampaikan.

III.2.5 Warna

Warna yang digunakan merupakan warna yang diambil dari benda atau objek sesungguhnya, namun telah disesuaikan dengan warna tren flat desain saat ini yaitu, warna-warna yang senada dan terkesan lembut.



Gambar III.19 Warna yang digunakan dalam perancangan

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

Selain warna-warna itu, digunakan warna merah yang mencolok, untuk menarik perhatian sekaligus mengisyaratkan bahwa ini adalah informasi yang penting.



Gambar III.20 Warna merah, menandakan informasi penting

Sumber: Dokumentasi pribadi (2015)