BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah kelompok masyarakat yang menjadi fokus atau sebagai jaringan layanan sasaran. Dalam perancangan media informasi ini, khalayak sasaran di bagi menjadi dua yakni khalayak sasaran primer dan sekunder. Hal ini dilakukan agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak yang lebih luas. Khalayak sasaran primer merupakan target utama dari perancangan media informasi ini. Sedangkan khalayak sasaran sekunder merupakan target tambahan di luar target audiens utama atau primer.

- **Demografis**

  Masyarakat, mulai dari kalangan remaja hingga dewasa

  a. Target Primer : (20 tahun atau lebih).

     Dipilih karena pada saat usia 20 tahun ke atas adalah usia produktif. Pada usia produktif, masyarakat cenderung lebih banyak melakukan kegiatan aktif untuk mendapatkan informasi dan mengetahui perkembangan dunia luar. Pada usia tersebut pula dianggap sudah mulai memahami pentingnya bahasa dan kesenian daerah sebagai unsur dalam memelihara kebudayaannya.

Usia	:	20 tahun atau lebih
Jenis Kelamin	:	Pria dan Wanita
Pendidikan	:	D1- S2
Pekerjaan	:	Mahasiswa, Guru, Profesional dan Umum
Status Ekonomi	:	Menengah

  b. Target Sekunder : (16 – 20 tahun).

     Dipilih sebagai target sekunder karena pada usia tersebut merupakan masa usia remaja. Usia remaja sangat rentan oleh pengaruh dunia luar karena tingkah laku dan pola hidup mereka cenderung masih kurang konsisten dalam pendiriannya dan juga pada masa tersebut terjadi proses pencarian

jati diri yang dapat menentukan sikapnya terhadap perkembangan kebudayaan daerahnya.

Usia	:	16 – 20 tahun
Jenis Kelamin	:	Pria dan Wanita
Pendidikan	:	SMP, SMA dan Kuliah awal
Pekerjaan	:	Pelajar dan Mahasiswa
Status Ekonomi	:	Menengah

- **Geografis**

  Berdasarkan lokasi, target primer perancangan media informasi ini adalah menyebar di seluruh wilayah Jawa Barat. Sedangkan target sekunder diharapkan dapat mencakup seluruh wilayah Indonesia.

- **Psikografis**

  a. Masyarakat yang memiliki ketertarikan mengenai bahasa dan kesenian daerah.
  b. Masyarakat yang suka mempelajari hal-hal baru.
  c. Masyarakat yang menyukai teknologi dan mengikuti perkembangan *tren.*

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari beberapa pemecahan masalah dari Balai Pengembangan Bahasa Daerah dan Kesenian (BPBDK) mengenai kurangnya informasi yang bisa didapatkan dari BPBDK. Sebagai pemecahan masalah tersebut penulis merancang sebuah informasi yang dapat memuat informasi/data yang valid mengenai BPBDK juga memuat informasi yang berkaitan dengan bahasa daerah dan kesenian di Jawa Barat.

III.2.1 Strategi Komunikasi

Pendekatan/strategi komunikasi yang dilakukan yaitu membuat target sasaran melihat, mengikuti, membaca dan memahami pesan yang disampaikan melalui media informasi yang di rancang dengan menggunakan visual yang menarik, informasi/data yang akurat juga gaya bahasa yang tepat agar dapat menarik perhatian dan mudah dimengerti oleh target sasaran.

- Pendekatan Verbal

  Bahasa utama yang digunakan adalah bahasa Indonesia dengan gaya bahasa yang formal. Hal ini karena BPBDK merupakan lembaga formal pemerintah. Selain itu disisipkan pula bahasa daerah (bahasa Sunda) sebagai identitas BPBDK sebagai fasilitator pengembangan dan pelestarian bahasa daerah di Jawa Barat yang mayoritas menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa daerah yang digunakan.

- Pendekatan Visual

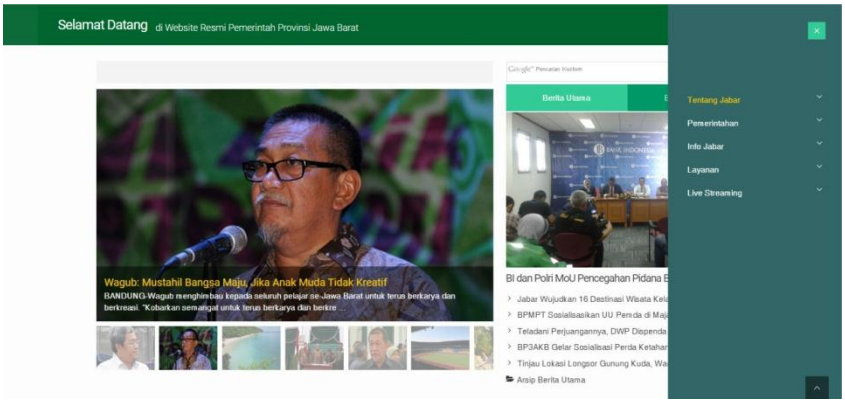
  Pendekatan visual pada perancangan media ini menggunakan gaya modern Indonesia yang dikombinasikan dengan nuansa tradisional Sunda. Alasan penggunaan gaya visual modern adalah agar dapat mengikuti *tren* pada saat ini, juga agar terlihat lebih menarik dan tidak membosankan. Selain itu, disisipkan pula unsur-unsur tradisional Jawa Barat sebagai identitas dari BPBDK. Adapun beberapa referensi visual yang dimaksud adalah sebagai berikut :



Gambar III.1 *Screenshoot* Tampilan *Website* Pemprov Jawa Barat

(Sumber : http://www.jabarprov.go.id/)

Referensi visual yang dimaksud adalah *website* resmi pemerintah provinsi Jawa Barat. Karena pada website tersebut sudah terlihat modern namun tetap berkesan formal dan informatif.



Gambar III.2 *Screenshoot* Tampilan *Website* Pemprov Jawa Barat

(Sumber : http://www.jabarprov.go.id/)

Pada tata letak (Layout) referensi visual yang dimaksud adalah seperti screenshot website resmi pemerintahan Rumania di bawah ini. Pada website tersebut cukup terlihat elegan namun tetap sederhana dan penempatan elemen-elemen desain pada website tersebut cukup baik, sehingga cukup memberikan ruang kosong dan tidak mengganggu informasi yang akan disampaikan.



Gambar III.3 *Screenshoot* Tampilan *Website* Pemerintahan Rumania

(Sumber : http://www.guv.ro/)



Gambar III.4 Poster Lustrum VIII LSS ITB

(Sumber : https://sanggaplacenta.files.wordpress.com/2011/07/poster_final-lustrum-lss-viii.jpg)

III.2.2 Materi Pesan

Memberikan suatu informasi dan penjelasan mengenai balai pengembangan bahasa daerah dan kesenian (BPBDK), menginformasikan program-program yang sedang dan akan dilaksanakan, informasi terkait bahasa daerah dan ksenian di Jawa Barat seperti artikel-artikel yang ditulis oleh para ahli atau pakar bahasa daerah sehingga materi pesan yang disampaikan pada masyarakat dapat dimengerti dan dipahami.

III.2.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan langkah yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan media informasi. Tujuan strategi kreatif adalah untuk menciptakan sebuah media informasi yang unik dan efektif. Membuat sebuah media informasi mengenai Balai Pengembangan Bahasa Daerah dan Kesenian (BPBDK) agar mudah didapatkan dan diketahui oleh masyarakat luas. Hal yang yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan media internet, mengingat pada saat ini media internet sering digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan dalam memanfaatkan internet sebagai media informasi yang dapat lebih memperkenalkan dan memperluas jaringan informasi dan komunikasi bagi BPBDK ke masyarakat luas yakni *website*.

Strategi kreatif yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan penyampaian informasi yang akan dibuat melalui desain yang menarik yang akan membuatnya berbeda dari *website* lain yang sejenis. Seperti pada tata letak atau *layout* dan visual yang minimalis namun tetap informatif dan menarik. Juga mekanisme navigasi yang baik dan jelas agar dapat menarik perhatian dan memberikan kemudahan juga kenyamanan pengunjung dalam mencari informasi mengenai BPBDK.

III.2.4 Strategi Media

Strategi media merupakan salah satu hal yang penting dan berguna dalam penyebaran dan penyampaian informasi. Selain sebagai alat penghubung penyampaian informasi, media juga dapat berfungsi sebagai alat pendukung sebagai perantara alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada target audiens. Maka diperlukan media yang tepat agar informasi yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti dengan baik. Strategi media dipilih berdasarkan kebutuhan dari media informasi yang akan dibuat, diantaranya :

III.2.4.1 Media Utama

- *Website*

  Menurut Yuhefizar, Mooduto, dan Hidayat (2009) *website* adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah *domain* yang mengandung informasi (h.2). Media *website* dipilih karena dapat menyimpan atau memberikan informasi secara efisien sesuai dengan kebutuhan. Media ini dapat menyampaikan pesan dengan mengkobinasikan teks, suara, gambar ataupun video melalui perangkat komputer ataupun perangkat elektronik lainnya seperti, *laptop, handphone,* tablet dan lain-lain.

  Selain daripada itu perancangan situs *website* juga merupakan salah satu kebijakan pemerintah yang kini sedang di giatkan yaitu strategi Nasional Pengembangan *e-Government*, yaitu melaksanakan pengembangan sistematik melalui tatanan yang realistik dan terukur. Dalam tahapan pengembangan *e-Government* di Indonesia dengan sasaran agar masyarakat Indonesia dapat

dengan mudah memperoleh akses kepada informasi dan layanan balai pengembangan bahasa daerah dan kesenian (BPBDK), serta ikut berpartisipasi didalam perkembangan demokrasi di Indonesia dengan menggunakan media internet



Gambar III.5 Sistem Navigasi *Website* BPBDK

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

III.2.4.2 Media Pendukung

- Spanduk *website (Web Banner, Banner Ad)*

  Web banner merupakan bentuk media iklan yang dipakai di jaringan internet sebagai media promosi *online*. *Web banner* digunakan untuk mempromosikan *website* BPBDK ataupun program dan kegiatan yang dilaksanakan. Media ini ditempatkan di *website* pemerintahan lain seperti *website* resmi pemerintah provinsi Jawa Barat. Selain itu, penggunaan *web banner* juga dapat menambah daya tarik *website* tersebut agar tidak membosankan.

- Media sosial

  Media sosial atau situs jejaring sosial yang digunakan adalah *facebook* dan *twitter*. Media social digunakan karena para penggunanya dapat saling berinteraksi, saling mengirim pesan ataupun berbagi informasi. Sehingga

pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat, akurat dan jangkauannya luas.

- Stiker dan *cutting sticker*

  Sebagai media publikasi, promosi juga sebagai souvenir dari hadirnya *website* BPBDK. Stiker ini berisikan alamat dari *website* tersebut.

- *X-Banner*

  Pemilihan *x-banner* dilakukan agar target bisa mendapatkan informasi terkait *website* BPBDK dan dapat ditempatkan di dalam ruangan maupun luar ruang. Selain itu media ini dapat dipergunakan pada saat pelaksanaan kegiatan-kegiatan.

- *Mousepad*

  Mousepad dipilih bertujuan agar berfungsi sebagai *reminder* atau pengingat bagi target audiens yang sedang mempergunakan perangkat komputer.

- Poster

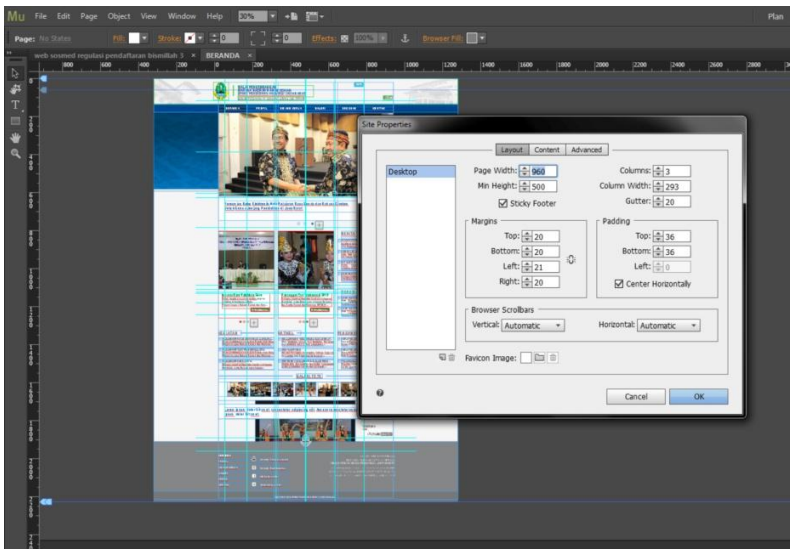
  Media poster dipilih bertujuan untuk menginformasikan kegiatan ataupun program yang akan dilaksanakan. Pada poster terdapat alamat *website* BPBDK.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan website BPBDK merupakan visualisasi dari kesatuan elemen-elemen desain yang akan menjadi faktor pendukung dalam penyampaian informasi atau pesan. Sehingga informasi atau pesan dapat tersampaikan dengan baik. Dalam konsep visual terdapat beberapa elemen desain seperti, tata letak *(layout)*, tipografi, ilustrasi dan warna yang menjadi satu-kesatuan dalam mendukung perancangan *website* (media utama) dan media pendukung lainnya agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

III.3.1 Format Desain

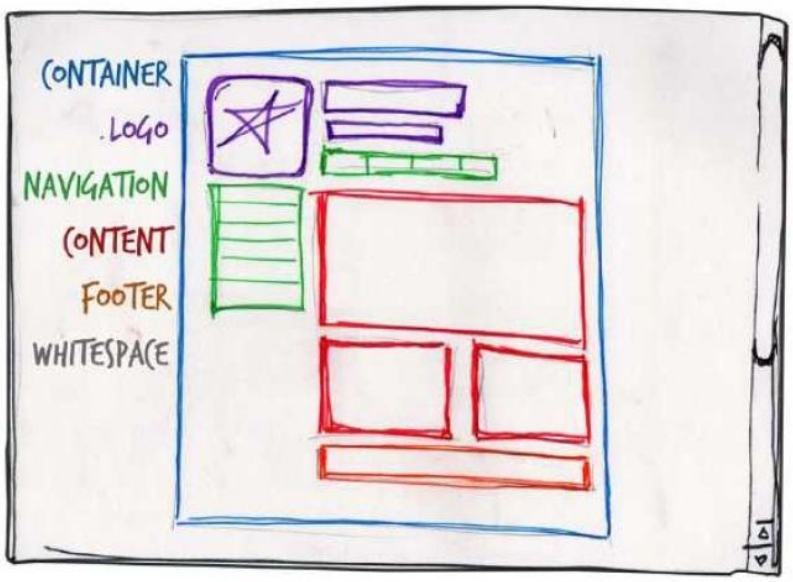
Format desain yang digunakan adalah menggunakan orientasi portrait dengan area kerja yang berukuran *width* 960 dan *height* minimal 500 *pixel*.



Gambar III.6 Tampilan format desain *website*

III.3.2 Tata Letak *(Layout)*

Menurut Rustan (2009) *layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. Adapun komposisi *layout* dalam sebuah *website* terdiri dari *containing block*, logo, navigasi, konten atau isi, *footer*, dan *whitespace* atau ruang kosong (Jason Beaird, 2009).

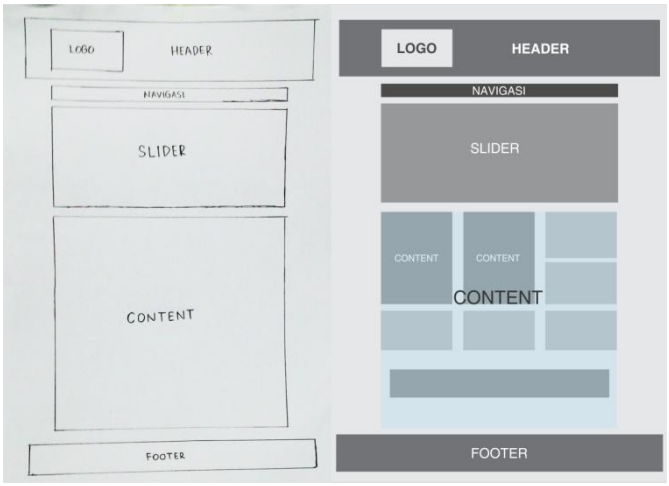


Gambar III.7 Anatomi *Web*

(Sumber : *The Principles of Beautiful Web Design*, 2009)

Tata letak atau *layout* merupakan salah satu faktor yang penting dalam perancangan sebuah desain agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan

baik. Pada perancangan *website* BPBDK, elemen-elemen desain disusun sedemikian rupa agar berkesan formal dan rapih sesuai dengan entitasnya yang bersifat formal. Hal ini bertujuan agar dapat memberikan kenyamanan dan mempermudah pada penggunanya dalam mencari informasi terkait BPBDK. Jenis *layout* yang digunakan adalah dengan menggunakan lebar *fixed*.



Gambar III.8 Sketsa *Layout*

III.3.3 Tipografi

Menurut Supriyono (2010) tipografi berasal dari kata Yunani *tupos* (yang diguratkan) dan *graphoo* (tulisan). Saat ini pengertian tipografi sudah berkembang lebih luas, yaitu mengenai pada disiplin ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, bagaimana memilih dan mengelola huruf untuk tujuan-tujuan tertentu. (h.20).

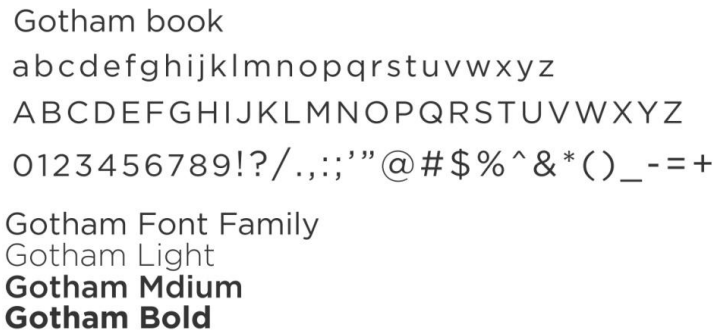
Dalam hal desain *web*, tipografi memiliki ruang lingkupnya sendiri. Jason Cranford Teague (seperti dikutip Aldila, 2013) menjelaskan tipografi web adalah penerapan ilmu tipografi yang menggunakan bahasa *HTML* (teks di *web*) dan ditata dengan *CSS*. Tidak seperti pada media cetak, tipografi dalam *web* memiliki keterbatsan karena penataanya menggunakan bahasa pemrograman dan ketersediaan jenis huruf pada komputer pengunjung.

Pada perancangan website BPBDK, jenis huruf yang digunakan adalah jenis huruf *sans serif*. hal ini dimaksudkan agar dapat memaksimalkan keterbacaan sehingga

teks atau visual yang terlihat dapat dipahami dan pesannya dapat tersampaikan dengan baik. Adapun huruf yang digunakan adalah *Helvetica font family*.



Gambar III.9 *Helvetica Font Family*



Gambar III.10 *Gotham Font Family*

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Supriyono (2010) fungsi ilustrasi adalah untuk memperjelas teks dan sekaligus sebagai *eye-catcher*. Bentuk ilustrasi dalam desain komunikasi visual tidak selalu berupa gambar (*hand drawing*), namun bisa berupa foto, goresan abstrak, garis, warna tekstur, huruf dan sembarang elemen visual yang dapat mendukung tujuan komunikasi dan estetika.

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan *website* BPBDK adalah dengan menggunakan fotografi, yang merupakan hasil dari dokumentasi kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan oleh BPBDK. Penggunaan foto dokumentasi kegiatan dimaksudkan agar dapat lebih memberikan gambaran yang nyata dari informasi atau pesan yang disampaikan. Ilustrasi berupa foto juga dapat

dikombinasikan dengan elemen tipografi ataupun elemen desain lainnya sehingga dapat terlihat lebih menarik.



Gambar III.11 Contoh foto dokumentasi kegiatan
(Sumber : Dokumentasi BPBDK, 2015)

Adapun elemen lain yang digunakan dalam perancangan *website* BPBDK adalah penggunaan motif batik mega mendung dan foto gedung sebagai latar. Penggunaan motif mega mendung dimaksudkan agar memberikan kesan tradisional jawa barat. Motif mega mendung digunakan tidak terlalu dominan agar konsep formal pada *website* tetap konsisten.



Gambar III.12 Motif megamendung
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2015)

Penggunaan motif mega mendung dipergunakan pada halaman beranda pada *website* dan hampir keseluruhan media pendukung. Pada halaman beranda di letakan pada bagian belakang slider utama dengan menggunakan motif mega mendung berwarna biru yang merupakan warna utama.



Gambar III.13 Motif mega mendung pada *website*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2015)

Sedangkan penggunaan motif mega mndung pada tampilan media pendukung dipergunakan sebagai pemberi kesan tradisional Jawa Barat sekaligus penghias pada tampilan media pendukung. Agar tidak mengganggu informasi yang akan disampaikan, pada beberapa media pendukung digunakan motif mega mendung dengan warna transparan agar dapat menyatu dengan *background* yang ada.



Gambar III.14 Penggunaan motif mega mendung pada *poster*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2015)

Sementara itu, penggunaan foto atau gambar gedung dimaksudkan agar lebih memberikan kesan formal. Foto yang digunakan adalah foto gedung dari dinas pendidikan provinsi Jawa Barat dan gedung sate di Bandung. Penggunaan gambar

gedung sate dikarenakan gedung ini merupakan gedung yang ikonik di Jawa Barat. Sama halnya dengan elemen motif mega mendung, elemen gambar gedung dibuat berwarna hitam putih atau *grayscale* dengan transparansi hingga 90% agar dapat menyatu dengan *background* yang ada. Pada media utama, elemen ini terdapat pada bagian *header website.*



Gambar III.15 Penggunaan gambar gedung
(Sumber : Dokumentasi BPBDK)

Adapun elemen ilustrasi lain terdapat pada media pendukung stiker. Pada media ini digunakan gambar yang menyerupai kursor pada komputer. Penempatan elemen ini berada pada posisi di bawah alamat *website* BPBDK. Warna yang digunakan pada media stiker pun menggunakan warna biru agar sesuai dengan tema utama. Hal ini dimaksudkan agar dapat membuat khalayak yang melihat dapat tergiring untuk membuka alamat *website* dari BPBDK.



Gambar III.16 Elemen visual pada stiker
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

III.3.5 Logo

Secara sederhana logo dibagi menjadi dua bagian yaitu nama *brand (logotype)* dan lambang *(logogram).* Pada *logotype*, tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu

ataupun dapat berupa elemen *logogram*, gambar, ilustrasi dan lain-lain. Sedangkan logogram adalah sebuah simbol tulisan yang mewakili sebuah kata atau makna. (Rustan, 2009, h.12).

Adapun fungsi logo menurut Rustan (2009) adalah sebagai :

- Identitas diri, untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain
- Tanda kepemilikan, untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain
- Tanda jaminan kualitas
- Mencegah peniruan/pembajakan. (h.13).

Dalam desain *website*, logo dapat juga disebut sebagai *identity block. Identity block* berfungsi untuk memberitahu pengunjung tentang web apa yang sedang di buka. Menurut Jason Beaird (2009, h.8) Dalam sebuah web, *identity block* merupakan bagian yang harus di isi oleh nama atau logo perusahaan dan ditempatkan di atas semua halaman.



Gambar III.17 Logo pada *Header Web*

III.3.6 Warna

Warna merupakan unsur yang sangat penting dalam tampilan visual pada sebuah *website*. Menurut Graham (2008) warna dapat digunakan untuk mengkomunikasikan *mood*, menarik perhatian, mengidentifikasikan produk, ataupun mengorganisir suatu informasi. Dalam hal pemilihan warna untuk desain sebuah *web*, terdapat tiga hal yang harus dipertimbambangkan yaitu estetika, identitas dan *usability* yang menyangkut fungsi. Psikologi warna dapat berperan dalam proses pemilihan warna. Tidak ada warna yang salah untuk digunakan, keberhasilan skema warna tergantung pada harmoni diantara semua warna yang dipilih. (Jason Beaird, 2009).

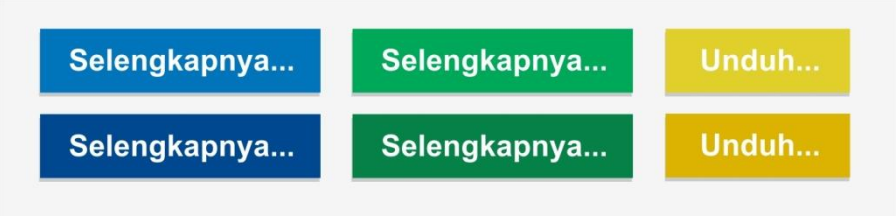
Dalam perancangan *website* BPBDK, jenis warna yang dipilih yaitu warna-warna *RGB* agar terlihat lebih jelas dan cerah. Penggunaan warna yang tepat dapat membantu menciptakan mood dan membuat teks dapat lebih mudah di baca.

Warna yang digunakan pada perancangan *website* ini antara lain warna biru, hijau, kuning dan abu-abu. Warna biru digunakan sebagai warna utama dalam tema *website* ini karena, biru dapat menyiratkan profesionalisme, integritas yang diharapkan dapat mempresentasikan kinerja dari BPBDK itu sendiri. Selain itu warna biru juga dapat menyiratkan rasa ketulusan dan ketenangan.



Gambar III.18 Skema Warna

Warna hijau dan kuning digunakan sebagai aksen atau penyeimbang agar tidak terlihat monoton dan membosankan. Warna hijau dan kuning dipilih sebagai unsur dari identitas visual dari BPBDK itu sendiri yang menggunakan logo pemerintah provinsi Jawa Barat yang didominasi warna hijau dengan aksen biru dan kuning. Selanjutnya, warna abu-abu digunakan untuk elemen *background* dan *footer*. Dipilih agar tampilan *web* terlihat lebih bersih, rapih dan elegan namun juga tetap bernuansa formal, sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar III.19 Contoh *button* pada *website*