BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi yang digunakan untuk solusi masalah FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) adalah perancangan media informasi . Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju perima.Sedangkan pengertian dari informasi adalah data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Abdul Kadir (2002:31) atau sekumpulan fakta- fakta yang telat diolah menjadi bentuk data, sehingga dapat menjadi lebih berguna data-data tersebut sebagai pengetahuan ataupun dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Jadi media informasi adalah "alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual".

FPSI sudah memiliki media informasi *website* tetapi masalahnya masih kurang informasi yang bisa didapatkan. Sebagai pemecahan masalah tersebut penulis mendesain ulang website FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) dengan informasi yang dapat mudah dimengerti juga memuat informasi yang berkaitan dengan Salon Foto Indonesia dan membuat media informasi lain yang bertujuan untuk menginformasikan keberadaan *website*.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Memberikan suatu informasi yang mendetail tentang FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) fungsi dan peran FPSI untuk Indonesia di bidang fotografi.Telah menaungi 28 komunitas di indonesia dan menggabungkan diri ke organisasi fotografi dunia yaitu FIAP (*Federation Internationale De L'art Photographique*) yang bergerak di persalonfotoan atau ajang pencarian gelar dalam lingkup fotografer. Dengan ini diharapkan komunitas fotografi yang baru atau yang telah ada sebelumnya dapat mengetahui keberadaan FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) sekaligus tertarik untuk bergabung.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat khususnya komunitas fotografi dibutuhkan pendekatan komunikasi agar informasi yang disampaikan dapat dengan mudah diterima dan dipahami oleh sasaran sehingga dibuatlah strategi komunikasi visual dan strategi komunikasi verbal untuk menyampaikan informasi mengenai FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia).

Berikut ini merupakan pemaparan dari komunikasi verbal dan komunikasi visual yang digunakan dalam menyampaikan informasi mengenai Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia.

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan dimunculkan dalam situs FPSI yaitu nasionalis dan minimalis.Unsur-unsur yang akan digunakan merupakan interpretasi dari konsep tersebut. Konsep ini diterjemahkan dalam beberapa pilihan untuk unsur visual nasionalis diantaranya warna utama website merah dan putih yang mencirikan sebuah federasi dari Indonesia. Didominasi oleh foto foto kegiatan FPSI dan salon foto yang fotonya menggambarkan budaya dan pemandangan Indonesia juga agar terlihat lebih menarik dan tidak membosankan. Unsur visual minimalis diantaranya *layout website* yang sederhana dan navigasi yang sedikit tapi sangat jelas informasinya.

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan menggunakan 2 bahasa yaitu bahasa Indonesia yang mudah dimengerti dan jelas keterbacaannya, sederhana singkat sehingga dapat mudah dipahami dan bahasa Inggris agar informasi yang karena target audien *website* bukan hanya warna negara Indonesia tetapi warga negara asing juga.

III.1.3 Materi pesan

Materi pesan yang akan disampaikan yaitu :

- Menyampaikan informasi terkait FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) seperti sejarah, fungsi, anggota, dan sebagainya, sekaligus

menampilkan tentang Salon Foto yang merupakan acara akbar FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia).

- Mengajak komunitas yang berada di Indonesia untuk bergabung FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) agar turut memajukan seni fotografi Indonesia di mata dunia.

III.1.4 Strategi Kreatif

Dalam perancangan informasi ini, perancang membuat strategi kreatif untuk mendesain ulang visual dari *website* FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) salah satu solusi yang dapat dilakukan, mengingat pada saat ini media internet sering digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menambah elemen elemen penting yang mendukung *website* menjadi lebih baik dan dari segi *layout* dan visual yang baru, menggunakan *website* dengan tipe dinamis dan lebih informatif akan lebih memudahkan khalayak sasaran dalam mengakses dan mendapatkan informasi tentang FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia).

- Perancangan gambar-gambar diambil dari berbagai macam elemen dan genre fotografi dan menampilkan foto dari katalog salon foto agar khalayak sasaran lebih sering mengunjungi *website* karena ketertarikan pada foto foto yang ditampilkan.
- Layout dan elemen - elemen visual yang mendukung *website* dibuat menarik, agar khalayak sasaran merasa tidak mudah bosan dengan *website* yang informatif.
- Pemilihan tipe huruf yang baik dan tidak kaku di setiap konten agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan audien tidak lelah membacanya. Tipografi untuk *headline/ tagline* akan dibuat lebih mencolok dari teks agar informasi yang disampaikan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran.
- Pemilihan warna primer menggunakan warna yang berkesan sebuah federasi dari Indonesia dengan warna pendukung yang menambah kesan elegan.

III.1.5 Strategi Media

Media utama yang digunakan dalam perancangan informasi FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) meliputi media utama *website*. *Website* menurut Dewanto (2004:7) adalah sebuah situs pada *world wide web* dimana situs terdiri dari sebuah home page, dimana kita dapat melihat halaman pertama yang dilihat oleh pengguna dan dapat melanjutkan ke halaman selanjutnya dan beberapa media pendukung dengan tujuan mendukung keberadaan media informasi *website* dan meningkatkan eksistensi FPSI dan ketertarikan komunitas untuk bergabung. Adapun media utama dan media pendukung sebagai berikut:

Media Utama

- *Website*

Website adalah media yang pada umumnya digunakan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk membuktikan eksistensi dan solidnya perusahaan atau organisasi tersebut, media ini dapat menampilkan berbagai macam jenis informasi dalam bentuk foto, teks, suara dan video. Dengan media ini semua informasi mengenai FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) dapat dengan mudah diketahui oleh khalayak sasaran sekaligus dapat disebarkan lewat jejaring sosial secara efisien dan efektif.

Media Pendukung

- Poster

Poster adalah salah satu media informasi dan promosi yang pada pengaplikasiannya dengan cara ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Rancangan media poster ini lebih difokuskan untuk memberi informasi serta mengajak komunitas fotografi agar tertarik bergabung di FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia). Nantinya media ini akan ditempel pada dinding-dinding bangunan sekitar universitas, instansi yang bergerak di bidang fotografi dan tempat keramaian lainnya yang sesuai dengan khalayak sasaran.

- Brosur

Brosur adalah salah satu media informasi dan promosi yang cukup efektif, dapat memuat banyak informasi berupa teks dan gambar terkait FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia). Dengan tujuan agar masyarakat mengetahui keberadaan FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) dan tertarik bergabung sekaligus mencari informasi lebih lanjut lewat website FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) yang tertera di brosur. Media ini akan disimpan di sekretariat FPSI dan dibagikan ketika pameran atau kegiatan lainnya yang diadakan FPSI.

- *X-Banner*

X Banner adalah salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi penyangga berbentuk "X" sehingga banner dapat berdiri sendiri. Pengaplikasiannya yaitu pada saat diadakannya pameran foto dengan adanya *X-banner* ini maka khalayak sasaran dapat tertarik mendatangi pameran dan mengerti ringkasan informasi mengenai FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia).

- *Facebook*

Karena media informasi ini melalui *website*, maka media sosial adalah salah satu acuan untuk mensosialisasikan informasi FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia).

- *Twitter*

Membuat *Twitter account* sebagai bentuk lain media sosial untuk mensosialisasikan informasi FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia).

- *T-Shirt*

T-shirt ini berfungsi sebagai merchandise FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) di acara salon foto dan pameran (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia), selain itu *T-shirt* ini berfungsi sebagai media informasi yaitu berupa logo yang di aplikasikan pada desain *T-shirt* sehingga jika ada anggota yang memakai kaos ini maka orang lain yang melihatnya akan mengetahui FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia)

- *Cutting* dan Stiker

Cutting dan Stiker adalah salah satu media informasi. Stiker dibuat sebagai media penunjang yang akan di bagikan kepada publik dan bisa juga di tempel di tempat dimana orang-orang dapat melihat stiker tersebut seperti di Pintu, Motor, Kaca Mobil, dll

- Pin

Pin sebagai merchandise yang diberikan ketika membeli *T-shirt* , Pin ini di diberikan jika ada orang yang membeli *T-shirt*. Selain itu berfungsi sebagai media informasi.

III.1.6 Sasaran Perancangan

A. Consumer Insight

Consumer Insight yaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan.

Khalayak sasaran FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) adalah remaja dewasa kelas menengah dan menengah keatas khususnya fotografer baik penghobi pemula dan professional yang tergabung di komunitas. Sasaran yang dituju adalah yang memiliki pendapatan tinggi dan memiliki hobi atau kesenangan dalam membuat karya seni fotografi. Dengan pendapatan yang tinggi sangat dimungkinkan target menggabungkan diri serta komunitas nya dan mengikuti kegiatan FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) yang cenderung menggunakan biaya.

Insight dari sasaran yaitu memiliki gaya hidup *lifestyle* yang suka bersosialisasi dalam organisasi adanya rasa kebanggaan ketika diapresiasi karyanya oleh orang lain dan senang menilai dan memberikan apresiasi terhadap karya orang, maka perancangan informasi FPSI (Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia) dibuat dengan melibatkan khalayak sasaran secara langsung, dengan arti kata media ataupun pesan yang ditujukan diketahui dan diikuti oleh khalayak sasaran.

B. Consumer Journey

Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam media-media yang akan digunakan maka diperlukan perencanaan yang baik agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat maka diperlukan daftar aktifitas dari khalayak sasaran. *Consumer journey* ini lah yang nantinya akan digunakan untuk aplikasi dari media yang dibentuk.

Tabel III.1 *Consumer Journey*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

NO	Kegiatan	Tempat	Media
1	Bangun Pagi	Kamar Tidur	*Website*, Media sosial
2	Pergi Beraktivitas	Jalan	Poster, Stiker, *T-shirt*
3	Tempat Beraktivitas	Kampus Kantor Tempat Umum	Poster, Brosur, Stiker,
4	Istirahat	Café Kantin	*Website*,Media Sosial ,
5	Jalan Jalan	Mall/Toko Pameran Acara Fotografi	Brosur,*X-banner*,Poster, ,Stiker,*T-shirt*
6	Pulang	Rumah	Website,Media sosial

III.1.7 Strategi Distribusi Media

Strategi distribusi media yang dilakukan untuk penyebaran informasi FPSI berbarengan dengan jadwal dilaksanakannya musyawarah nasional dan kegiatan salonfoto 2015 agar khalayak sasaran dapat langsung mencari tahu keberadaan FPSI.

Tabel III.2 Strategi Distribusi Media

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Media	Tempat/Lokasi	Waktu Penyebaran 2015											
		Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Website, Media Sosial	*Online*												

Brosur,Poster	Instansi yang bergerak di Fotografi												
X-Banner	Acara SalonFoto												
T-shirt,Pin, Stiker	Pameran												

III.2 Konsep Visual

Konsep Visual merupakan pembahasan mengenai ide warna ilustrasi layout dan tipografi yang digunakan pada media informasi FPSI. Karena sangat penting untuk membatasi elemen-elemen desain yang digunakan. Konsep visual yang diusung adalah memperlihatkan kegiatan FPSI dengan gambar foto-foto kegiatannya dengan pemilihan lebih mecirikan sebuah federasi foto yang ada di indonesia dan dukungan warna warna gelap untuk menambah kesan elegan . Mengutamakan tampilan *layout* dan elemen grafis yang tidak terlalu rumit sehingga sasaran dapat memahami dan mengerti pesan atau informasi yang diberikan.

III.2.1 Format Desain

A. Media Utama

- Laman situs internet (*website*) yang dirancang dengan ukuran *landscape* 1024 x 768 pixel yang dapat diakses melalui laptop dan PC.

B. Media Pendukung

- Poster

Poster berukuran A3 (42 cm x 29,7 cm) yang berisikan informasi tentang FPSI.

- Brosur

Brosur yang digunakan adalah brosur ukuran A4 (29,7 cm x 21 cm) lipat 3 berisi informasi singkat FPSI.

- *X-Banner*

X Banner berukuran 160 cm x 60 cm yang dipasang saat FPSI sedang mengadakan acara.

- Laman *Facebook (Fan Page)*

Cover halaman *faceboo*k berukuran 851 x 314 px dan *profile picture* berukuran 168 x 168 yang saling menyatu dibuat menarik pengunjung laman *facebook.*

- *Twitter*

Header laman *twitte*r berukuran 520 x 260 px yang dibuat menarik pengunjung laman *twitter.*

- *T-shirt*

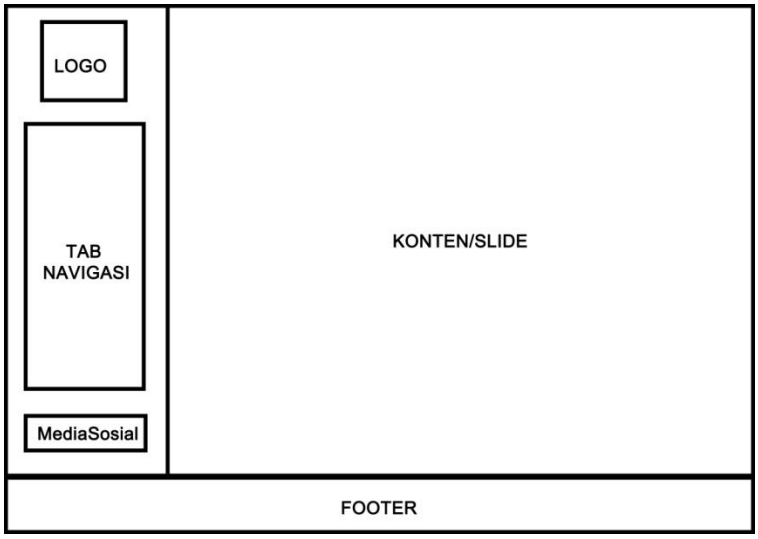
Bahan kain *combed* 24s berkarakteristik memiliki tekstur yang halus, dingin, nyaman, dan menyerap keringat, sehingga sangat nyaman dan cocok dipakai di Negara tropis seperti Indonesia.

- *Cutting*

Cutting ukuran 15cm x 10cm dan untuk stiker ukuran diameter 7cm dengan bahan *vinyl*

III.2.2 Tata Letak

Tata letak atau *layout website* yang digunakan meliputi semua unsur desain, antara lain gambar, teks, elemen grafis, fotografi dan lain – lain. Dengan *layout* yang simple dan menarik serta informatif khalayak sasaran yang dituju dapat memahami dan mengerti pesan atau informasi yang diberikan dan tidak bosan untuk mengunjungi *website*.



Gambar III.1 Tata Letak

Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.2.3 Tipografi

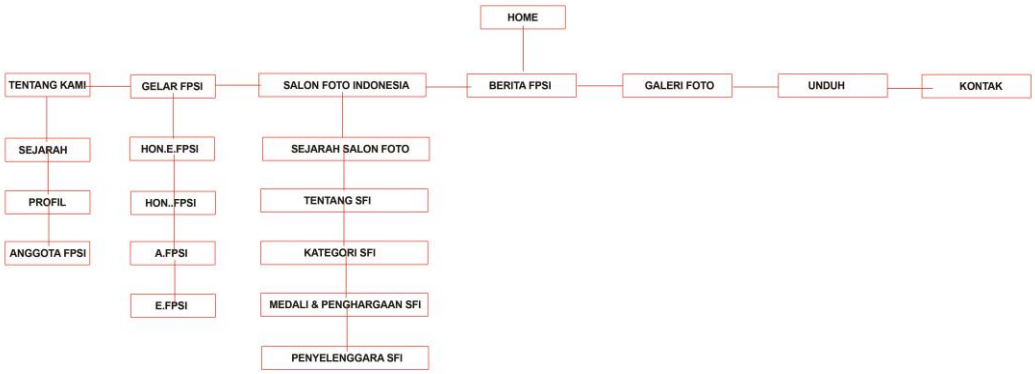
Dalam hal desain web, tipografi memiliki ruang lingkupnya sendiri. Jason Cranford Teague (seperti dikutip Aldila, 2013) menjelaskan tipografi web adalah penerapan ilmu tipografi web menggunakan bahasa HTML (teks di web) dan ditata dengan CSS. Tidak seperti pada media cetak, tipografi dalam web memiliki keterbatsan karena penataanya menggunakan bahasa pemrograman dan ketersediaan jenis huruf pada komputer pengunjung. Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan dan kemenarikan yang baik, Pemilihan huruf yang digunakan berdasar pada kesan visual yang ingin dicapai, huruf yang digunakan dalam media informasi ini adalah jenis huruf :

- Letter Gothic Std
  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
  1234567890.,”!?-+=:;{}/
- Arial
  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
  1234567890.,”!?-+=:;{}/

Huruf yang digunakan untuk sistem navigasi pada *website* menggunakan huruf *Letter Gothic Std* karena memiliki jenis huruf serif tegak tipis sehingga kesan yang terlihat dari huruf ini modern. Huruf Arial digunakan untuk isi konten teks dari *website*.

III.2.4 Navigasi

Berdasarkan data – data yang diperoleh dan untuk memperbaiki navigasi website yang sebelumnya konsep laman situs internet (*website*) Federasi Perkumpulan Seni Foto Indonesia dibuat lebih mengutamakan unsur informasi yang penting , diperoleh kesimpulan yang dituangkan dalam bentuk *sitemap* sebagai dasar dari sistem navigasi.

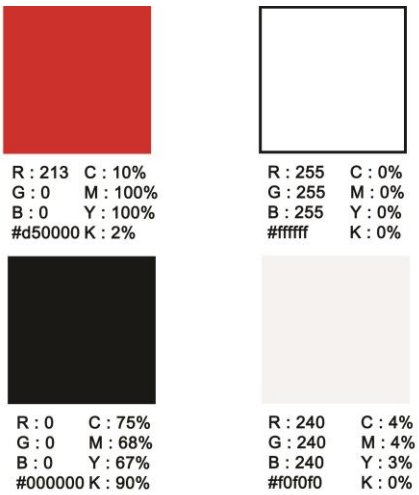


Gambar III.2 Navigasi

Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.2.5 Warna

Dalam hal pemilihan warna untuk desain sebuah *website*, 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). Konsep dari pemilihan warna pada *website* menggunakan warna-warna RGB agar terlihat lebih cerah dan tajam, *website* tersebut menggunakan warna dengan warna merah, putih abu-abu dan hitam.



Gambar III.3 Warna

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Warna Merah dan putih diambil dari warna bendera Negara Indonesia , sehingga kesan sebuah federasi dari indonesia benar-benar muncul sedangkan warna abu-abu dipilih sebagai *background* agar tingkat keterbacaan maksimal menambah kesan serius dan warna hitam pada website menambah kesan elegan karena FPSI merupakan satu-satunya federasi fotografi yang ada di Indonesia.

2.6 Logo

Logo yang dipakai dalam desain ulang *website* ini masih menggunakan logo lama dari FPSI. Menampilkan logo dalam *website* ini bertujuan sebagai informasi yang kuat dalam tampilan website dan menjadi sebuah identitas FPSI.

Gambar III.4 Logo FPSI
Sumber : http://fpsi.web.id/wp-content/uploads/2014/07/FPSI-TextLogo-White-2.png (7 Mei 2015)

2.7 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam *website* baru FPSI menggunakan ilustrasi fotografi, foto" yang digunakan merupakan foto" dari katalog salon foto Indonesia yang bertema budaya dan alam indonesia . Menggunakan foto" salon foto Indonesia bertujuan untuk menambah kesan *website* Federasi foto Indonesia.



Gambar III.4 Ilustrasi
Sumber : Katalog Salon Foto Indonesia 35 (7 Mei 2015)