BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi Perncangan merupakan cara untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran sehingga dapat mengerti apa yang telah disampaikan. Pembuatan media informasi ini dibuat lebih bertahap dan interaktif sehingga diharapkan pesan yang dimuat dalam media informasi ini dapat tersampaikan dengan baik.

Dalam perancangan media ini dilakukan bertahap, yang pertama yaitu menentukan informasi apa saja yang akan disampaikan di dalam media yang akan dibuat. Informasi ini berisikan tentang batik-batik apa saja yang ada di Kota Pekalongan, baik batik kontemporer dan juga batik filosofi. Kemudian, setelah menentukan informasi apa yang akan disampaikan, tahap berikutnya adalah cara penyampaian informasi mengenai batik Pekalongan. Penyampaian informasi ini menggunakan beberapa elemen yang digunakan untuk menarik perhatian. Lalu tahap selanjutnya adalah menentukan visualisasi yang berhubungan dengan batik Pekalongan. Dan tahap terakhir adalah pemilihan media yang sesuai dengan khalayak sasaran yang telah disusun.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Perancangan media ini dibuat berdasarkan khalayak sasaran ang telah disusun, selain itu juga menyesuaikan dengan khalayak sasaran perancangan media ini memiliki beberapa tujuan yaitu:

- Untuk memberikan informasi mengenai batik yang ada di Pekalongan, baik batik yang termasuk batik kontemporer maupun batik filosofi.
- Dapat mengetahui perkembangan batik Pekalongan yang dibuat oleh para pengrajin batik yang ada di Pekalongan.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

- **Pendekatan Visual**

  Pendekatan visual yang diterapkan dalam perancangan ini menggunakan beberapa gambaran atau visual tentang motif batik yang diambil dari batik kontemporer yang kemudian diubah menjadi sebuah ilustrasi yang berbeda namun masih serupa.



Gambar III.1 Contoh Batik Kontemporer

Sumber : Dokumen Pribadi (23 April 2015)

- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan verbal yang digunakan dalam pembuatan media informasi ini menggunakan bahasa Indonesia karena khalayak sasarannya adalah masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Pekalongan dan juga menggunakan bahasa yang informatif agar informasinya dapat tersampaikan dengan baik.

III.1.3 Materi Pesan

Dalam perancangan media informasi ini, materi pesan yang akan disampaikan yaitu beberapa hal tentang batik Pekalongan, seperti :

- Penjelasan singkat mengenai sejarah batik Pekalongan.
- Penjelasan mengenai batik Filosofi.
- Penjelasan mengenai batik Kontemporer.
- Gambar-gambar motif batik Pekalongan.
- Beberapa acara yang berkaitan dengan batik Pekalongan.

III.1.4 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran yang dituju adalah masyarakat Kota Pekalongan baik para remaja, pegawai, pengusaha maupun para pengrajin batik. Selain itu juga, tidak menutup kemungkinan masyarakat diluar Kota Pekalongan untuk bisa melihat media informasi ini.

- Demografis

  Usia : 20 – 40tahun
  Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
  Pendidikan Terakhir : Tamatan SMA dan S1/D3
  Pekerjaan : Buruh, pegawai swasta/BUMN dan IRT
  Status : Belum menikah dan yang sudah menikah memiliki anak
  Ekonomi : Menengah keatas

- Geografis

  Perancangan ini ditujukan untuk wilayah sekitar Kota Pekalongan, namun tidak menutup kemungkinan untuk wilayah luar Kota Pekalongan untuk mengetahui mengenai batik Pekalongan karena batik Pekalongan telah banyak diketahui oleh masyarakat luas.

- Psikografis

  Khalayak sasaran yang ditujukan dalam perancangan ini adalah masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai batik Pekalongan namun ingin mendapatkan informasi yang tepat dan juga mudah mendapatkannya dan juga masyarakat yang selalu ingin mengetahui perkembangan batik Pekalongan.

Consumer Journey

Hal yang dilakukan pertama oleh khalayak sasaran ketika bangun tidur adalah bersiap untuk melakukan aktivitas yang biasa dilakukan. Untuk remaja yang dilakukan adalah mandi bersiap untuk berangkat kuliah. Lalu untuk para pegawaidan pengusaha, hal yang dilakukan adalah bersiap untuk berangkat ke kerja dengan menggunakan pakaian rapi. Sedangkan untuk para pengrajin batik adalah bersiap untuk melakukan aktivitasnya yaitu membuat batik dengan mempersiapkan berbagai keperluan batik. Setelah melakukan aktivitas paginya,

pada siang hari ketika istirahat siang, khalayak sasaran beristirahat siang sambil mencari berbagai informasi melalui *gadget*sambil menghabiskan waktu istirahat siangnya, untuk para pengerajin juga mencari informasi mengenai perkembangan batik yang ada. Dan ketika malam harinya, para khalayak sasaran memikirkan apa yang telah dilakukannya pada hari ini dan mepertimbangkan berbagai kemungkinan yang didapat dari informasi yang dilihatnya.

Consumer Insight

Khalayak sasaran yang dimaksud adalah para penggemar batik dan juga masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai batik Pekalongan. Karena mnerupakan penggemar batik Pekalongan, khalayak sasaran selalu ingin mengetahui perkembangan pembaharuan informasi mengenai batik Pekalongan dengan cepat dan juga mudah.

III.1.5 Strategi Kreatif

Penerapan strategi kreatif dalam media informasi ini yaitu dengan memberikan informasi mengenai berbagai hal yang membahas tentang batik Pekalongan, seperti pengertian batik secara umum, perkembangan batik Pekalongan, berbagai motif batik Pekalongan, berbagai acara yang membahas tentang batik Pekalongan dan juga beberapa informasi mengenai para pengerajin batik yang ada di Kota Pekalongan. Batik Pekalongan sekarang sudah banyak diketahui oleh berbagai masyarakat, namun karena masih sedikitnya media yang membahas tentang batik Pekalongan mungkin media ini bisa membantu para pencari informasi mengenai batik Pekalongan untuk mengetahui batik apa saja yang telah di buat di Kota Pekalongan.

Media informasi ini dibuat dengan melakukan bebagai pertimbangan, yaitu pemilihan warna, tata letak dan juga tipografi yang mencerminkan batik Pekalongan. Selain itu dalam media informasi ini memberikan beberapa pengertian mengenai batik dan juga beberapa acara mengenai batik Pekalongan.

III.1.6 Strategi Media

Berdasarkan objek perancangan yang akan dibuat, media haruslah dapat menjadi solusi yang bisa menjawab permasalahan. Media yang digunakan terdiri dari duaj enis, yaitu media utama yang memberikan informasi secara rinci dan juga media pendukung sebagai pelengkap dari media utama.

- **Media Utama**

  Media utama yang digunakan untuk perancangan media informasi mengenai Batik Pesisir Khas Pekalongan ini adalah sebuah *website. Website* dianggap sebagai salahsatu media yang bisa media utama karena dapat diakses dimana saja oleh siapa saja dengan cepat dan mudah. Selain itu juga penggunaan *gadget* yang banyak dilakukan oleh masyarakat sebagai sarana berkomunikasi satu sama lain, memudahkannya mendapatkat berbagai informasi dengan mengaksesnya melalu *gadget* tersebut.

- **Media Pendukung**

  a. Tahap Informasi

  - Katalog

    Katalog hampir mirip seperti buku, katalog hanya menampilkan gambar-gambar mengenai batik dan juga pengertian baik nama maupun jika batik itu mempunyai makna.

  - Media Sosial

    Media informasi yang digunakan yaitu media sosial yang biasa dipakai oleh kebanyakan masyarakat, beberapa di antaranya:

    1. Facebook
    2. Twitter

  - Poster

    Poster ditempelkan pada tempat-tempat yang dilihat oleh banyak orang. Biasanya ada pusat-pusat kearamaian.

  - Brosur

    Media yang bisa memberikan isi informasi dan bersifat personal. Media ini bersifat luas dalam penyebarannya.

- *X-banner*

  Seperti poaster dan juga brosur, x-banner berisikan informasi mengenai acara yang berlangsung yang di letakkan dibagian depan agar terlihat oleh orang-orang

b. Tahap Pengingat

- Tempat Katalog

  Tempat yang dibuat sebaga packaging untuk katalog agar mudah dibawa. Totebag didesain dibuat agar bisa dipakai lagi sebagai tempat meletakkan atau membawa beberapa barang.

- Stiker

  Stiker media yang bisa dimana saja diaplikasikan, maka dari itu stiker salah satu media pendukung yang tepat untuk dijadikan media pengingat.

- Gantugan Kunci

  Gantungan kunci adalah media yang biasa digunakan dan banyak ditemukan sebagai sebuah penanda untuk kunci atau mempermudah membuka tas dan lain-lain.

- *Tote Bag*

  Tote bag mulai banyak digunakan oleh banyak orang sebagai salah satu benda yang mudah dibawa kemana saja dan sederhana.

- *Packaging*

  Tempat untuk meletakkan batik, merchandise dan lain-lainnya.

- *Paper bag*

  Paper bag terbuat dari kertas art paper yang digunakan untuk membawa packaging.

- Memo

  Agenda kecil yang dapat digunakan untuk menuliskan hal-hal penting ataupun sebagai pengingat

- Pin

  Salah satu dari merchandise yang pada pakaian atau media yang lainnya sebagai salah satu pengingat pada batik Pekalongan.

- Kalender

  Kalender berisikan kalender tahun 2016 dengan format kalendernya adalah kalender duduk.

- Canting

  Salah satu dari merchandise yang merupakan salah satu alat untuk membuat batik.

III. 1.7 Strategi Distribusi

Pendistribusian media dilakukan agar masing-masing media yang telah dibuat dapat tersampaikan sesuai dengan tujuan yang dimaksud. Selain itu juga dapat memaksimalkan promosi *website* dan juga media pendukung lainnya. Berbagai promosi dilakukan dengan bekerja sama dengan berbagai pihak yaitu Dinas Perhubungan, Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekalongan, Museum Batik Kota Pekalongan dan juga para pengerajin batik yang ada di Kota Pekalongan. Pendistribusian *website* ini bersamaan dengan pelaksanaan acara Pekalongan Batik *Week Festival* yang akan berlangsung pada tanggal 1 November 2016 yang berlokasi di Jalan Jatayu sekitar Museum Batik Pekalongan (Alun-alun Jatayu).

Tabel III.1 Strategi Distribusi

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

Media		**Oktober**				**November**				**Desember**			
Media Utama													
a	*Website*												
Media Pendukung													
Media Informasi													
a	Katalog												
b	Media Sosial												
c	Brosur												
d	Poster												
e	*X-banner*												
Media Pengingat													
a	Tempat Katalog												
b	Stiker												
c	Gantungan Kunci												
d	*Tote Bag*												
e	*Packaging*												

f	*Paper Bag*												
g	*Memo*												
h	PIN												
i	Kalender												
j	Canting												

Acara Pekalongan Batik *Week Festival* berlangsung selama 1 minggu lebih, dengan bebagai kegiatan seperti menampilkan berbagai produk dari batik Pekalongan serta ada juga pembagian *merchandise* yang diberikan kepada para pengunjung secara gratis dan juga dengan cara mengikuti *live* kuis yang diadakan pada media sosial seperti *facebook* dan juga *Twitter*.

Selain mempromosikan *website* ini, sekaligus juga bertanggung jawab mengenai kemasan untuk setiap pembelian produk batik yang dijual pada acara tersebut. *Website* ini dijalankan oleh perkumpulan para pecinta batik Pekalongan, yang diperintahkan oleh Dinas Perhubungan, Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekalongan sebagai *admin website* ini yang dimaksudkan memberikan berbagai informasi mengenai batik yang ada di Pekalongan dan juga memperbaharui *website* ini sesuai dengan perkembangan batik Pekalongan.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang dibuat yaitu mengambil dari beberapa motif batik kontemporer Pekalongan kemudian sedikit diubah dan beri warna yang menggambarkan kecerian agar ketika melihatnya tidak bosan. Salain itu disetiap gambar diberikan penjelasan sehingga dapat mengetahui nama dan juga makna pada motif batiknya.



Gambar III.2 *Screenshot* Referensi *Layout Website*

Sumber : http://www.bootstraptaste.com (30 Juni 2015)

Untuk motifnya mengambil konsep dari sebuah kain batik kontemporer dari Pekalongan yang kemudian ditambah beberapa ornamen yang kemudian dipadukan dengan warna-warna yang beragam.

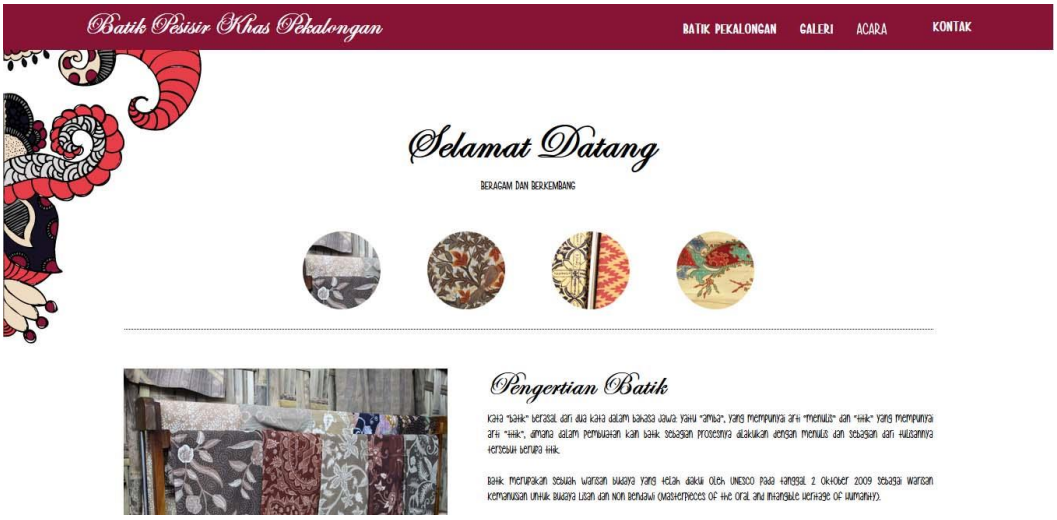


Gambar III.3Contoh Referensi Motif Batik.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

III.2.1 Format Desain

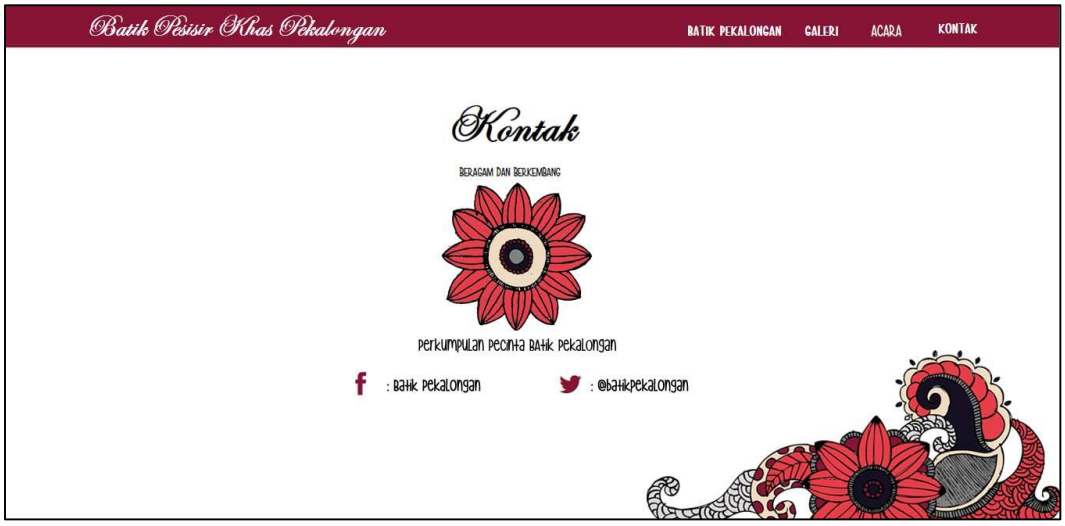
Website ini dibuat dalam ukuran 1366 pixel x768 pixel. Dapat diakses dengan menggunakan komuputer ataupu nmenggunakan handphone atau gadget.



Gambar III.4 *Screenshot Layout Website*

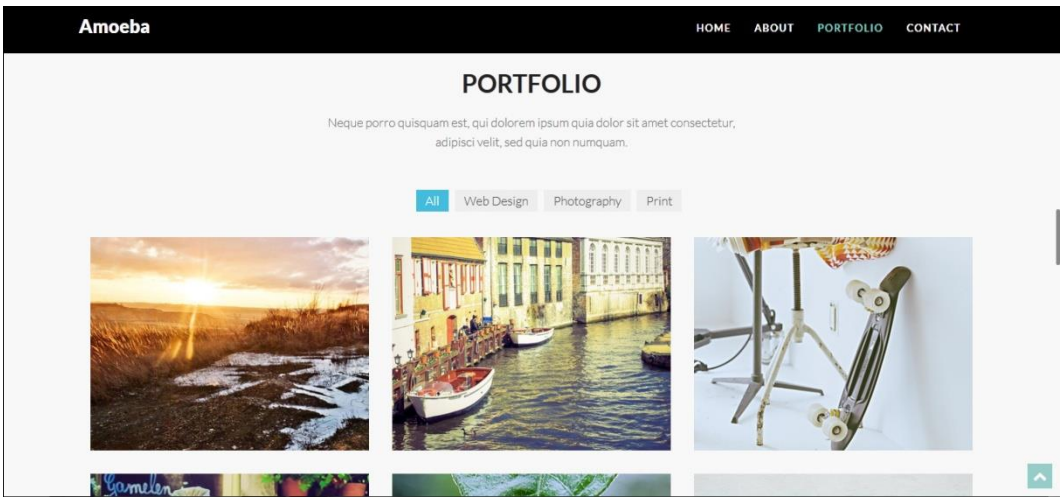
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

III.2.2 Tata Letak/*Layout*



Gambar III.5 *Screenshot Layout Website*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

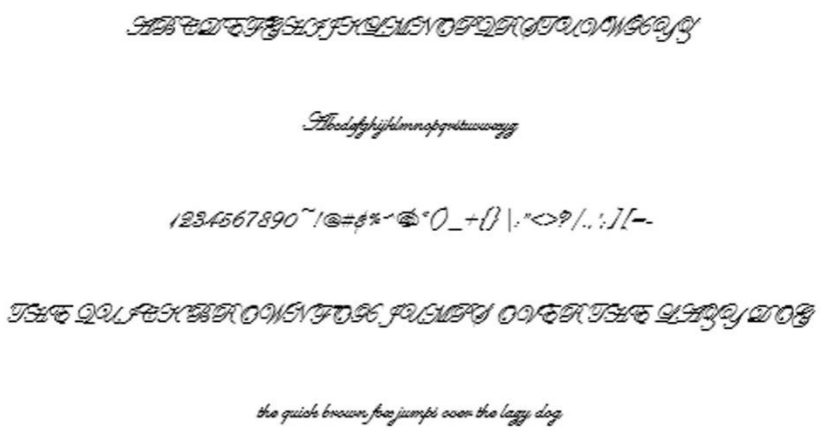


Gambar III.6 *Screenshot* Referensi *Website*

Sumber : http://www.bootstraptaste.com (30 Juni 2015)

III.2.3 Tipografi

Dalam embuatan media informasi menggunakan jenis huruf *handwriting* yang disesuaikan dengan motif-motif batik yang melengkung-lengkung. Jenis huruf yang dipakai yaitu”Edwardian Script ITC”. “Edwardian Script ITC” dipakai untuk menuliskan header dan juga untuk setiap judul dalam *website*.



Gambar III.7a Jenis Huruf "Edwardian Script"
Sumber : http://www.myfonts.com (Juni 2015)

Sedangkan untuk isi konten dari websitenya menggunakan jenis huruf Hey Pretty Girl. Pemilihan jenis huruf ini karena hampir sama dengan tulisan tangan sangat tinggi bila huruf dibuat besar ataupun kecil, sehingga tidak menyulitkan bagi pembaca yang melihatnya.



Gambar III.7b Jenis Huruf "Hey Pretty Girl"
Sumber : http://www.myfonts.com (Juni 2015)

III.2.4 Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang digunakan dalam membuat media informasi *website* ini adalah mengambil motif batik yang dikombinaskan dengan sejenis bunga, dengan menggunkan berbagai warna yang dikombinasikan.

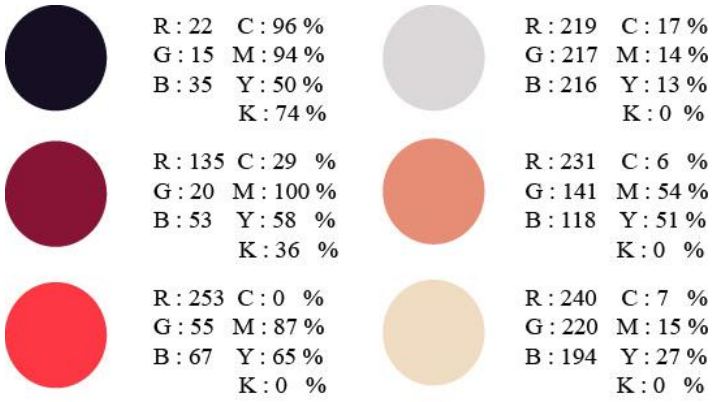


Gambar III.8 *Screenshot Layout Website*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (Juli 2015)

III.2.5 Warna

Penggunaan warna menggunakan warna-warna yang kontras, yang menggambarkan warna-warna dari batik Pekalongan yang memiliki banyak warna disetiap kainnya. Walaupun bukan merupakan warna pada umumnya pada batik Pekalongan, namun batik Pekalongan yang sedang berkembang sekarang mulai menggunakan warna-warna yang keluar dari ciri khas warnanya, beberapa diantaranya warna-warna ini. Warna-warna tersebut adalah:

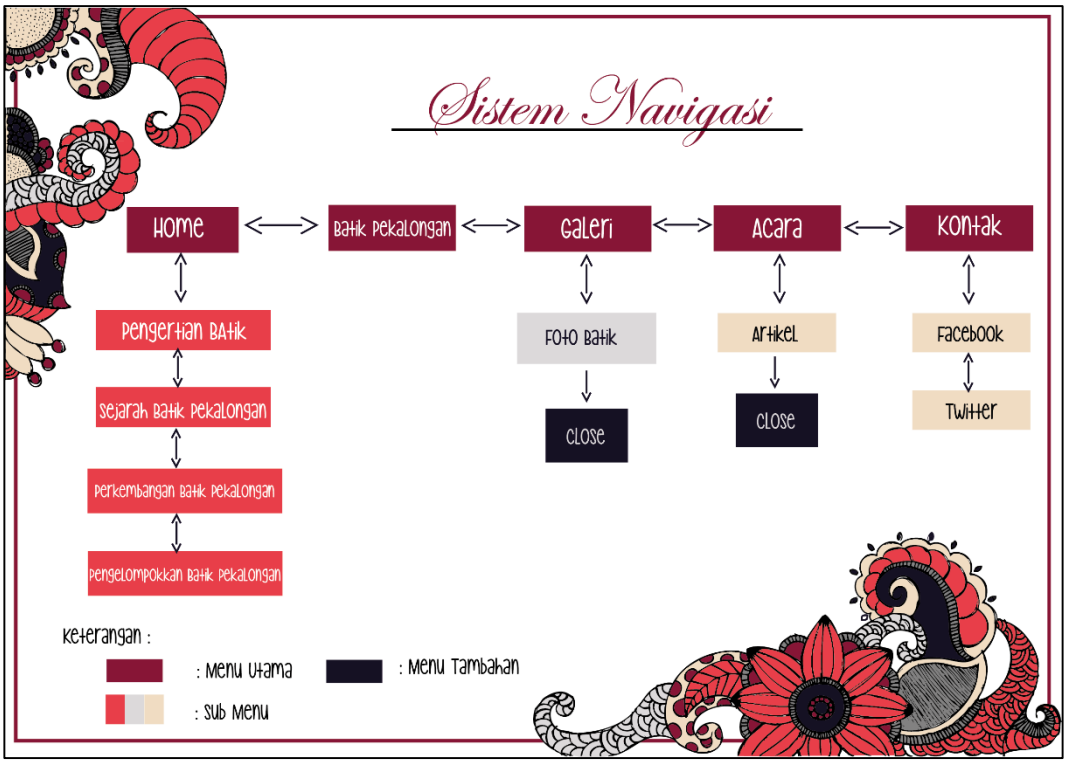


Gambar III.9 Warna yang Digunakan Pada Media

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

III.2.6 Sistem Navigasi *Website*

Untuk mempermudah mengakses *website* ini, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu sistem navagasi. Sistem navigasi dibuat secara rinci agar tombol dapat berfungsi dengan baik. Berikut adalah sistem navigasi dari *website* ini :



Gambar III.10 Sistem Navigasi *Website*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)