BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 STRATEGI PERANCANGAN

III.1.1 PENDEKATAN KOMUNIKASI

1. Tujuan Komunikasi :

Komunikasi adalah sebuah pesan yang disampaikan *who, says what, in which channel, to whom, with what effect* dengan tujuan agar pesan dapat diterima oleh target audience, Tujuan Komunikasi sangatlah penting agar media kampanye yang disampaikan bisa lebih tepat pada target sasaran yang ditujukan adalah sebagai berikut :

- Mengenalkan informasi yang jelas mengenai program Bandung Belajar Berkebun di komunitas BdgBerkebun.
- Masyarakat mengetahui program Bandung Belajar Berkebun
- Masyarakat diharapkan untuk ikut aktif program Bandung Belajar Berkebun

2. Pendekatan Komunikasi :

- Pendekatan Verbal : memberikan pendekatan berupa komunikasi emotional yaitu menyenangkan, program Bandung Belajar Berkebun mengajak masyarakat untuk berkebun dimanapun mereka berada melalui cara berkebun yang *fun* (menyenangkan) di tempat masing-masing.
- Pendekatan Visual : menggambarkan keadaan berkebun secara visual ditambah elemen- elemen berkebun seperti peralatan berkebun dan instalasi berkebun dengan visual ilustrasi yang menyenangkan .

3. Materi Komunikasi :

Perancangan media promosi memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dari kegiatan promosi, materi yang disampaikan adalah :

- Pentingnya untuk memahami apa itu dasar- dasar berkebun dan cara berkebun yang meyenangkan sehingga masyarakat diharapkan untuk ikut aktif di program Bandung Belajar Berkebun .
- Program Bandung Belajar Berkebun ini menjadi stimulus bagi para peserta untuk melakukan kegiatan berkebun di lingkungan sekitarnya.

III.1.2 STRATEGI KREATIF

Strategi Kreatif :

Sesuai dengan hasil survey sebagian masyarakat kota Bandung yang belum mengetahui program Bandung Belajar Berkebun, maka yang dilakukan pertama kalinya adalah mengenalkan masyarkat tentang program Bandung Belajar Berkebun (informasi), selanjutnya mengajak kepada masyarakat untuk ikut program Bandung Belajar (persuasi), dan yang terakhir memberikan persepsi kepada masyarakat mengenai program Bandung Belajar Berkebun ini.

Program Bandung Belajar ini akan dikemas menjadi media komunikasi persuasi berupa *website* yang dikemas dengan unsur desain yang sesuai dengan pendekatan komunikasi verbal. Agar kampanye ini berjalan dengan lancar, dan sesuai dengan yang diharapkan. Maka kampanye harus dilakukan dengan seefektif mungkin. Beberapa hal yang dibuat untuk mempengaruhi target sasaran oleh kampanye adalah sebagai berikut :

Pembuatan Tag Line Visual

Konsep strategi kreatif dalam pembuatan tag line visual yaitu " Berkebun menyenangkan dimanapun anda berada " Kalimat ini menjadikan kalimat penegasan tentang cara berkebun yang menyenangkan dimanapun itu.

Pencarian gagasan visual :

Pencarian gagasan visual berawal dari pesan yang akan disampaikan melalui kampanye ini, yaitu berkebun bersama teman dan keluarga pasti menyenangkan. Kalimat ini dapat mempengaruhi target sasaran. Sehingga gambaran visual yang ingin disampaikan dan di tampilkan dari gagasan visual kampanye ini adalah memunculkan suasana berkebun dengan pesan menyenangkan

Strategi Visual :

Strategi visual yang ditampilkan dalam perancangan media kampanye program Bandung Belajar Berkebun ini, menggunakan visual penjelasan,dengan menggunakan media komunikasi persuasi berupa *website* yang dikemas dengan unsur desain yang sesuai dengan pendekatan komunikasi verbal. Agar kampanye ini berjalan degan lancar, dan sesuai dengan yang diharapkan. Maka kampanye harus dilakukan dengan seefektif mungkin.

III.1.3 STRATEGI MEDIA

Program Bandung Belajar Berkebun ini sudah dilakukan sebanyak dua kali oleh komunitas Bandung Berkebun tetapi banyak masyarakat kota Bandung yang belum mengetahui informasi tentang program Bandung Belajar Berkebun oleh karena itu diperlukan ketersampaian kelengkapan informasi tentang program Bandung Belajar Berkebun melalui media informasi yang baik dan efektif.

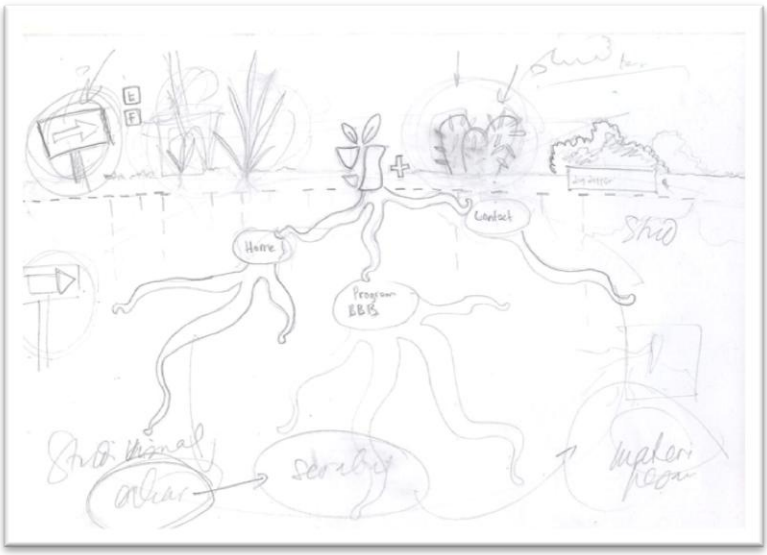
Pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang disampaikan bisa dirasakan oleh target sasaran yang dituju ataupun khalayak. Gambaran yang ingin ditampilkan dari gagasan visual perancangan media kampanye ini adalah berupa website, media website ini lebih efektif untuk usia 18-22 tahun, website ini akan dibuat sedemikian mungkin agar program Bandung Belajar Berkebun dapat diterima oleh masyarakat kota Bandung sehingga masyarakat ikut aktif di program ini. Baik bahasa dan visual dapat menggugah dan memotivasi target sasaran terhadap kesan menyenangkan.

Selain itu diperlukan media pendukung yang bisa membantu dalam mensosialisasikan program Bandung Belajar Berkebun antara lain :

1. Media Sosial seperti *twitter* , *facebook* , *whatsapp* , media ini bisa membantu media utama *website* dalam mensosialisasikan program ini .
2. Media promosi seperti baju , *sticker*, topi , payung yang akan mendukung media lain dalam mensosialisakan program Bandung Belajar Berkebun.

III.2 KONSEP VISUAL

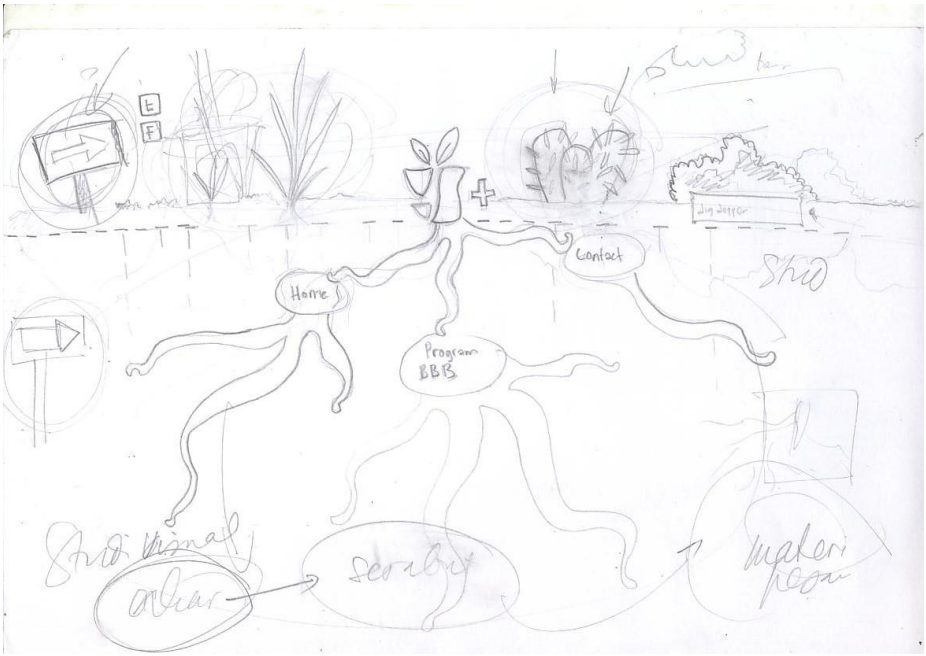
III.2.1 FORMAT DESAIN



Gbr.III.2.1
Sketsa Awal Desain

Format Desain yang digunakan adalah *landscape* dengan bidang pixel, karena memiliki keluasan pada bidang karya yang dilihat dari komposisi bidang ataupun persepektif ruang sehingga menarik perhatian, menurut Supon Phornirunlit Seseorang harus mengenal aturan -aturan terlebih dahulu, sebelum ia melanggarnya (Kusrianto,2009, hal : 27).

III.2.2 TATA LETAK



Gbr.III.2.2
Desain Awal Website

Konsep tata letak dalam membuat media *website* ini dengan komposisi yang baik dan teratur, gambar yang digunakan adalah ilustrasi berkebun dengan peralatan berkebun ditambah dengan konsep dekoratif di akar , pemilihan font yang menarik membuat visual ini memberikan kesan menyenangkan, menurut S.Terry (1966) *Layout* atau tata letak dipandang sebagai proses penentuan kebutuhan akan ruang dan tentang cara penggunaan akan ruang.

Menurut Tom Lincy (dalam *Design Principle for Desktop Publishing*) *Layout* terdiri dari proporsi (ukuran kertas), keseimbangan, kontras, irama dan kesatuan (Kusrianto,2009, hal : 277).

III.2.3 TIPOGRAFI

Menurut Sihombing (2001:58) Tipografi merupakan representasi visual dan sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif, setiap jenis huruf mempunyai sifat/ dapat memberi kesannya masing- masing yang berbeda satu dengan lainnya.

Sedangkan menurut Roy Brewer (1971) Tipografi dapat memilki pengetian luas, yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak atau dalam pengertian yang lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan dan berbagai hal yang bertalian pengaturan baris-baris.

BASIC TITLE FONT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:,;'"(!?)+-*/=

Tujuan memilih font ini adalah memberikan kesan santai di tampilan website Bandung Belajar Berkebun melalui *font* tersebut dan digunakan sebagai *body text* pada *tagline* dan *headline* .

Estrangelo Edessa
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.;'"/:

Tujuan memilih font ini adalah memberikan kesan elegan pada font Bandung Berkebun melalui font tersebut . *Font* yang berdiri kokoh, sehingga mudah dibaca dan mengerti oleh target audience.

ato bondoluo peek
abcefgijklmnopqrstuvwxyz
.::"

Tujuan memilih font ini adalah memberikan kesan santai di tampilan website Bandung Belajar Berkebun melalui font tersebut .

LITTLEBIRD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmopqrstuvwxyz
1234567890..?

Tujuan memilih font ini adalah memberikan kesan santai di headline tampilan awal website Bandung Belajar Berkebun.

Ⓑ Ⓐ Ⓒ Ⓚ Ⓢ Ⓟ Ⓐ Ⓒ Ⓔ Ⓡ Ⓣ Ⓡ Ⓘ Ⓑ Ⓤ Ⓣ Ⓔ Ⓣ Ⓞ Ⓟ Ⓔ Ⓐ Ⓡ Ⓛ Ⓙ Ⓐ Ⓜ

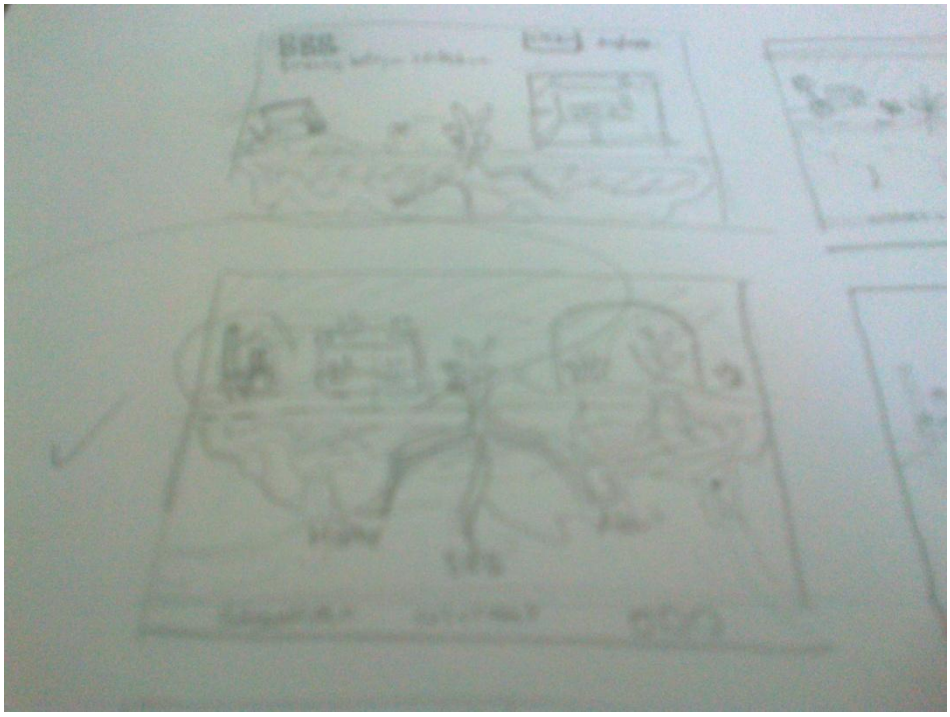
Ⓐ Ⓑ Ⓒ Ⓓ Ⓔ Ⓕ Ⓖ Ⓘ Ⓙ Ⓚ Ⓛ Ⓜ Ⓝ Ⓞ Ⓟ Ⓠ Ⓡ Ⓢ Ⓣ Ⓤ Ⓥ Ⓦ Ⓧ Ⓨ Ⓩ
Ⓐ Ⓑ Ⓒ Ⓓ Ⓔ Ⓕ Ⓖ Ⓗ Ⓘ Ⓙ Ⓚ Ⓛ Ⓜ Ⓝ Ⓞ Ⓟ Ⓠ Ⓡ Ⓢ Ⓣ Ⓤ Ⓥ Ⓦ Ⓧ Ⓨ Ⓩ
⓵ ⓶ ⓷ ⓸ ⓹ ⓺ ⓻ ⓼ ⓽ ⓾

Tujuan memilih font ini adalah memberikan kesan hiphop di headline tampilan awal website Bandung Belajar Berkebun yang bertujuan untuk mengajak kalangan muda .

III.2.4 ILUSTRASI

Menurut (Kusrianto, 2009, hal :139), Sebuah ilustrasi mampu membantu pembaca untuk menggambarkan apa yang tertulis dalam suatu artikel maupun cerita. Seorang Ilustrator yang baik mampu berperan sebagai *visualiser* atas sebuah naskah.

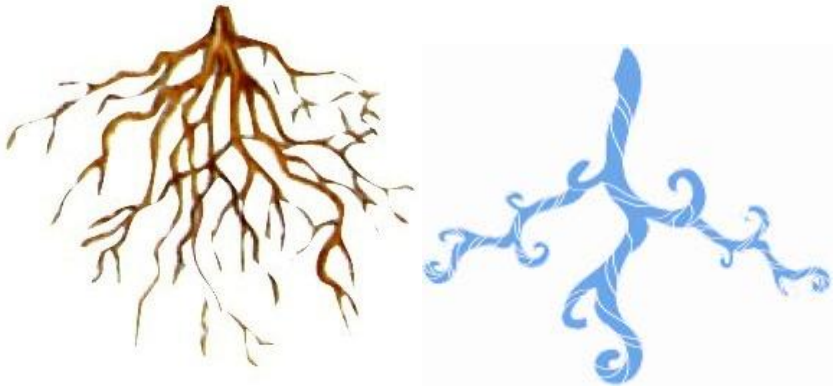
Konsep ilustrasi yang digunakan adalah menggambarkan keadaan berkebun secara visual ditambah dengan konsep akar yang dibuat dengan gaya dekoratif menambah kesan menyenangkan dalam website ini , penulis ingin mengajak pengunjung untuk merasakan kesan menyenangkan dalam berkebun sehingga masyarkat tertarik untuk mengikuti program Bandung Belajar Berkebun.



Gbr.III.2.3

Home Website

Bagian - Bagian ilustrasi dari tampilan di atas adalah :



Gbr.III.2.4
Visual dari akar

Akar ini di ambil dari akar serabut dengan maksud program ini akan bisa menghasilkan regenerasi baru Bdgberkebun yang dilihat dari sebuah akar yang menyebar.



Gbr.III.2.5
Visual dari tudung saji

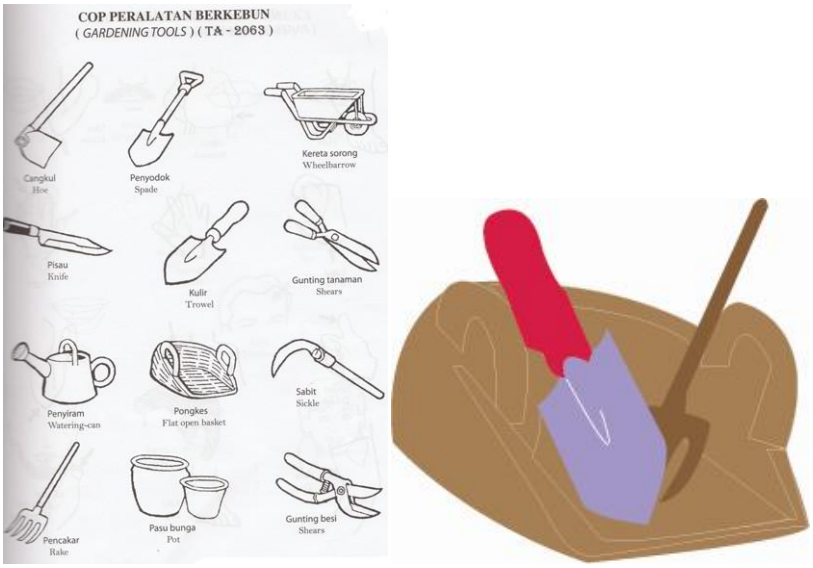
Konsep ini di ambil dari instatalasi berkebun dengan tujuan untuk memberikan kesan bahwa berkebun mudah



Gbr.III.2.6

Visual dari instalasi berkebun

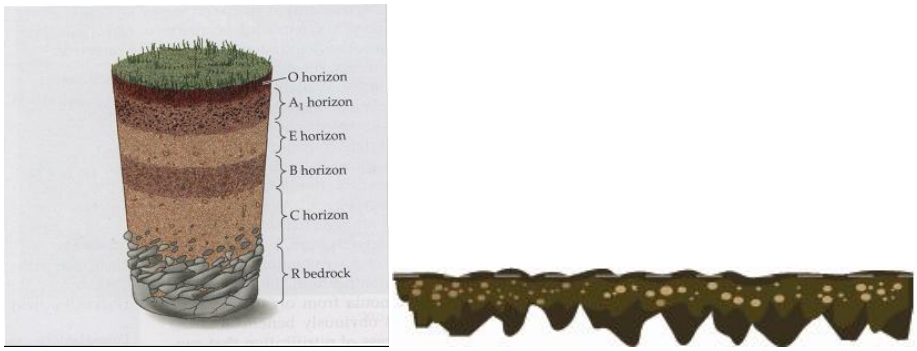
Konsep ini diambil dari instatalasi berkebun dengan tujuan untuk memberikan kesan bahwa berkebun mudah dan bisa dimana saja.



Gbr.III.2.7

Visual dari peralatan berkebun

Konsep ini diambil dari peralatan berkebun dengan tujuan untuk mengenalkan kepada masyarakat.



Gbr.III.2.8

Visual dari strukur tanah

Ilustrasi ini mengambil dari sebagian struktur tanah bagian atas yang dikembangkan menjadi sebuah ilustrasi yang menarik.

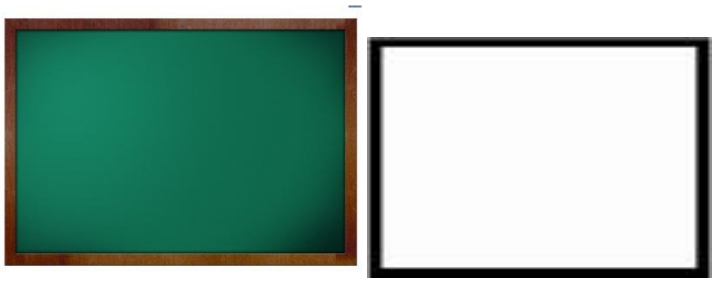
Selain itu terdapat bagian - bagian *icon* di dalam tampilan website :



Gbr.III.2.9

Icon School Urban Farming

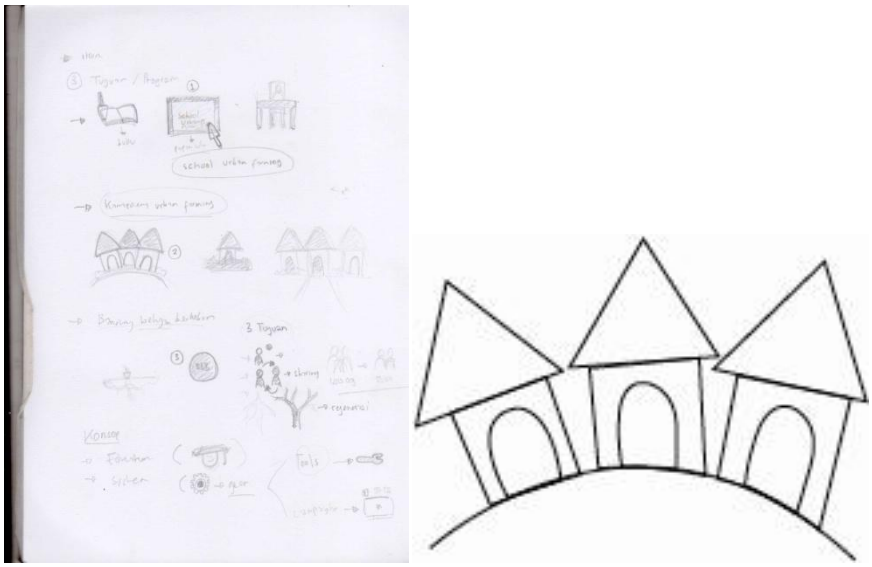
Icon ini diambil dari sebuah buku karena buku memilki kaitan dengan sekolah yang dibuat menjadi sebuah icon yang menarik.



Gbr.III.2.10

***Icon* Bandung Belajar Berkebun**

Icon ini diambil dari papan tulis karena papan tulis alat untuk belajar.



Gbr.III.2.11

Icon Kampoeng Urban Farming

Icon ini diambil dari bentuk gubuk yang menandakan sebuah kampung yang di buat menjadi icon.

III.2.5 WARNA

Menurut Molly E. Holzschlag, dalam tulisannya " Creating Color Schme" warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya dan memberikan respons secara psikologis (Kusrianto,2009,hal :47)

Menurut Teori Sir Isaac Newton (1642-1727) , menyimpulkan bahwa apabila dilakukan pemecahan warna spektrum dari sinar matahari,

akan dihasilkan warna merah, jingga, kuning, hijau, biru dan ungu. Warna - warna ini bisa ditangkap mata manusia pada saat ada pelangi (Kusrianto,2009,hal :48).



PALE YELLOW

#EBEMBE

R: 235 , G: 228, B: 190

C: 8, Y:6, M:29, K:0



PALE BROWN

#8B5E3C

R:139,G:94,B:60

C:35,M:60,Y:80,K:25



PALE BLUE

#8AD1D2

R:138, G:209, B:210

C:44, M:0,Y: 19, K:0



#B5D69E

R: 181, G: 214, B: 158

C: 31, M:1, Y:48, K:0



#587736

R:88, G:19, B:54

C:68, M:34, Y:100, K:19



#FFFFFF

R:255, G:255, B:255

C:0, M:0, Y:0, K:0



#603913

R: 96, G: 57, B: 19

C: 40, M:70, Y:100, K:50



#29AAE1

R:41, G:170, B:225

C:70, M:15, Y:0, K:0

Warna pada desain visual

Cyan , warna yang mewakili ketenangan jiwa , Cyan yang diaplikasikan menjadi akar memperkuat kesan santai .

Brown, warna yang menggambarkan tentang kestabilan yang bisa dilihat dari bentuk visual tanah ,warna ini sangat cocok sekali digunakan pada visual ini.

Green, warna yang mewakili natural ,alam dan keseimbangan sangat cocok terhadap visual ini .

Blue, warna yang memilki arti mendalam dalam sebuah kesabaran (akar) yang berujung manis ,warna ini sangat menggambarkan arti dari akar tersebut.

White, warna yang memiliki arti baru yang terlihat pada font menggambarkan kesederhanaan pada visual ini .