# BAB III
# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL MEDIA INFORMASI RAGAM HIAS RUMAH ADAT BATAK TOBA *(Gorga)*

## III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah proses yang dilakukan untuk menentukan strategi atau arahan, serta mengambil keputusan untuk menyampaikan tujuan. Saat ini media informasi yang membahas tentang Gorga sangat kurang, inilah yang menjadi faktor utama kurangnya pemahaman tentang janis dan makna dari Gorga tersebut. Sangat menarik bila memahami jenis dan makna dari Ragam Hias Rumah Adat Batak Toba (*Gorga),* sebagai pencitraan diri orang Batak Toba. Untuk mencapai pemahaman tersebut dibutuhkan suatu solusi perancangan dengan ide-ide yang kreatif dan inovatif. Strategi tersebut meliputi pendekatan visual dan verbal yang mempunyai peranan penting kepada target audience agar pesan mudah diterima.

### III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Menurut Sumbo Tinarbuko, “Seorang pemikir desain adalah orang kreatif dan inovatif. Ia senantiasa berfikir secara konvergen dan divergen. Ia melahirkan fantasi dan imajinasi yang sangat berguna untuk menelurkan berbagai macam ide pada karya desain komunikasi visual yang komunikatif dan persuasif.” Pendekatan konvergen dan divergen ini dinilai sangat signifikan dalam memecahkan komunikasi visual.

Pendekatan konvergen yang dimaksud adalah mengedepankan keterampilan dengan intuisi dan citarasa yang tinggi untuk mengolah bahan. Tujuannya hanya satu mencari keunikan dan keindahan.

Sedangkan divergen diartikan dengan merumuskan atau menganalisis seluruh permasalahan yang ada. Mencari sitetis dan melakukan evaluasi.

Dalam dogma kreatifnya, Imam Buchori Zainuddin (2010) menegaskan, pendekatan konvergen dan divergen merupakan gabungan proses berfikir kreatif. Dengan mengedepankan keterampilan lalu

melakukan pendekatan modern dengan cara analisis, sintetis dan evaluasi sebagai ujung tombaknya.

Penggabungan kekuatan ini memunculkan suatu pendekatan komunikasi yang akan digunakan dalam perancangan media informasi. Pendekatan komunikasi tersebut adalah pendekatan visual dan verbal, yang berhubungan kepada target audience.

#### III.1.1.1 Target Audience

1. Demografis:
    - Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
    - Usia : 18-25 tahun
    - Tingkat Sosial : Tingkat Menengah
    - Pendidikan : Perguruan Tinggi (mahasiswa)
    - Pekerjaan : Peminat seni rupa, peneliti seni budaya.
2. Geografis:

    Para remaja di setiap Nusantara, khususnya di daerah perkotaan.
3. Psikografis:
    - Rasa keingintahuan pada kebudayaan Batak Toba, salah satunya *Ragam Hias Rumah Adat Batak Toba(Gorga).*
    - Remaja yang aktif, lebih terpengaruh oleh modernisasi dan lingkungan.
    - Remaja yang memasuki tingkat dewasa dimana pada usia tersebut tingkat emosional yang lebih tinggi.

#### III.1.1.2 Pendekatan (Visual)

Dalam upaya pemecahan masalah dalam halnya terdapat dua hal yang penting, yaitu proses dan konsep. Proses meliputi penggabungan antara fakta, konstruksi, fungsi dan estetika, sedangkan konsep adalah pemecahan fenomena bentuk, bahan, teknik, rupa dan fungsi yang dinyatakan dalam bentuk gambar (visual). Pada hakikatnya sebuah desain merupakan sebuah proses

yang dimulai dari penggalian ide, memilih dan menyusun elemen desain (keterampilan), bentuk dan bahan, sampai pada tahap pemecahan masalah yang dicipta menjadi suatu tatanan atau susunan bentuk yang harmonis, estetis dan komunikatif.

Pendekatan visual yang dipakai untuk merangsang khalayak pembaca adalah dengan memakai teknik gambar rendering pada setiap ornamen atau ragam hias. Pendekatan visual seperti ini tetap mengedepankan kebudayaan lokalitas Indonesia dipadukan oleh inovasi dan keunikan karya agar konten atau isi di dalam media informasi tersebut tidak bersifat kaku, atau dengan kata lain para pembaca tidak bosan untuk melihatnya.

### III.1.1.3 Pendekatan Verbal (Teks)

Komunikasi verbal atau teks bersifat intensional atau harus dibagi *(shared)* di antara orang-orang yang terlibat dalam tidak komunikasi. Dalam perancangan media informasi diperlukan perpaduan yang akurat antara pendekatan visual dan verbal. Oleh karena itu pendekatan verbal yang dimaksud menyampaikan informasi berupa jenis dan makna Ragam Hias Rumah Adat Batak Toba *(Gorga)* yang lebih mengarah pada reaksi alami seperti perasaan atau emosi. Dengan menampilkan nilai magis, pengertian dan makna yang terkandung di setiap jenis *Gorga*. Dimana setelah para pembaca mengetahui informasi tersebut, mereka dapat sumber pengetahuan, suatu gagasan atau ide yang akan di-implementasikan ke dalam bentuk hal lain, yang tidak terlepas dari prinsip-prinsip pembuatan *Gorga.*

Dalam pencapaian informasi ragam hias ini, adanya penambahan *tagline* sebagai pengingat dan pendukung. *Tagline* tersebut adalah, **"Sebagai Tanda Pengharapan Jiwa, Sifat, dan Pengharapan."**

### III.1.2 Strategi Kreatif

Untuk pencapaian yang maksimal diperlukan proses kreatif dan efektif seperti yang dikatakan Sumbo Tinarbuko tadi bahwa proses kreatif adalah pendekatan konvergen dan divergen. Divergen disini menganalisi Ragam Hias Rumah Adat Batak Toba beserta maknanya dengan evaluasi yang matang. Hal itu dikaitkan dengan Konvergen yang mengedepankan ketetrampilan yang akan bertajuk kepada keunikan dan keindahan dari media informasi.

Teknik rendering merupakan penyajian gambar yang lebih representatif, dilengkapi dengan garis-garis ornamen yang memunculkan nilai gelap dan terang. Dengan teknik seperti ini, ornamen atau ragam hias yang di informasikan akan terlihat lebih menarik.

Didukung juga oleh informasi E-Book sebagai media informasi *digital.*

` **III.1.3 Strategi Media**

Media merupakan suatu wadah atau sarana dalam menyampaikan suatu informasi dari pengirim kepada penerima. Media adalah segala bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi.

#### III.1.3.1 Media Utama

Media utama sebagai media yang dapat memberikan informasi kepada target audience, yang dipakai dalam *Perancangan Media Informasi Ragam Hias Ruma Gorga* ini adalah berupa media buku. Buku adalah salah satu media informasi yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan pengetahuan. Dengan konten-konten yang ada, buku dapat membuat si pengguna *(user)* ikut berinteraksi dalam mengikuti setiap informasinya. Dengan kata lain, media buku memfokuskan permasalahan dan informasi yang tepat dan mudah dipahami. Selain itu buku penyebarannya sangat luas dan juga dapat disimpan sebagai pedoman untuk dipelajari. agar dapat dijadikan sumber ilmu pengetahuan

yang menarik, bersifat tahan lama, dan dapat diwariskan lagi oleh generasi berikutnya.

### III.1.3.2 Media Pendukung

- E-Book

  E-book adalah singkatan dari Electronic Book atau buku elektronik. E-book tidak lain adalah sebuah bentuk buku yang dapat dibuka secara elektronis melalui komputer.

- Pembatas Buku *(Bookmark)*

  Sebagai media yang cukup penting agar para pembaca mengetahui sampai dimana tingkat halaman yang telah dia baca.

- Media Sosial *(Facebook dan Twitter)*

  Sebagai media yang tingkat peminatnya sangat banyak, merupakan salah satu solusi untuk menarik target audience. Dan juga dapat menginformasikan keberadaan buku secara luas.

- Display Buku

  Untuk mendukung agar buku mendapatkan upayan penjualan yang maksimal dibutuhkanlah display yang menunjangnya.

- Poster

  Poster adalah gambar pada selembar kertas berukuran besar yang digantung di dinding atau permukaan lain. Poster merupakan alat untuk mengiklankan sesuatu, sebagai alat propaganda atau maksud-maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan. Poster akan dicetak berukuran A3 (29.7cm x 42cm) .

- Mini X Banner

  Standing banner atau kebanyakan orang menyebut x-banner merupakan suatu media yang sifatnya flexible. Media ini sangat cocok untuk menginformasikan peluncuran buku.

- Flag Chain

  Media iklan berbentuk bendera dengan ukuran kecil yang dibuat dari bahan plastic Napfa. Media ini sangat penting pada saat buku dikeluarkan pertama kali yang akan dipakai di sekitar toko-toko buku.

- Gantungan Kunci

  Sebagai media pengingat yang mudah untuk dibawa.

- Gelas *(Mug)*

  Sebagai salah satu media pengingat.

### III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah bagaimana suatu barang atau jasa dapat menjangkau sasarannya. Pendistribusian awal akan dilakukan peluncuran buku atau *book launch*, yang menghadirkan penulis buku "Ornamen Nusantara" yaitu bpk Drs. Aryo Sunaryo, M.Pd. Seni, sebagai salah satu pengkaji budaya, untuk mendapatkan audience yang banyak. Lalu pendistribusian berikutnya melalui toko buku seperti Gramedia atau Gunung Agung. Hal ini bertujuan agar para masyarakat di penjuru Indonesia dapat mengetahui dimana buku ini tersedia. Dan juga penyebaran media informasi ini, dilakukan pada akhir agustus dan awal september ketika mulai memasuki ajaran baru.

| Media | Distribusi |
|---|---|
| Buku | Pendistribusian awal di CCF Bandung yang menghadirkan Bpk Drs. Aryo Sunaryo, M.Pd. Seni, setelah itu pendistribusian berikutnya di toko buku, Gramedia dan Gunung Agung, perpustakaan Jurusan Desain, Seni Rupa, dan Sekolah Menengah Kejuruan. |
| E-Book | E-Book yang dikemas dalam bentuk CD akan disatukan di dalam buku. |
| Bookmark | Diselipkan ke dalam buku. |
| Social Media | Akan dilakukan sebulan sebelum peluncuran buku. |
| Display Buku | Akan ada pada saat peluncuran awal. |
| Poster | Akan dipasang di jalan-jalan, di papan informasi atau mading Kampus dan Sekolah agar lebih efektif. |
| Mini X-banner | Pemasangan mini x-banner akan dipasang pada saat peluncuran awal dan di toko-toko buku. |
| Flag Chain | Flag chain akan dipasang pada saat peluncuran buku dan di sekitar toko buku. |
| Gantungan Kunci | Gantungan kunci ini akan dijadikan bonus pada saat pembelian buku |
| Gelas | Gelas ini akan di tempatkan di kantin-kantin kampus atau sekolah, sebagai media pengingat. |

**Tabel 3.1** Tabel Distribusi

| Media | Agustus | | | | September | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Minggu | | | | Minggu | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Buku dan Bookmark | | | | | | | | |
| E-book | | | | | | | | |
| Media Sosial | | | | | | | | |
| Display Buku | | | | | | | | |
| Poster | | | | | | | | |
| Mini X-banner | | | | | | | | |
| Flag Chain | | | | | | | | |
| Gantungan Kunci | | | | | | | | |
| Gelas | | | | | | | | |

**Tabel 3.2** Jadwal Distribusi Media

### III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah dengan melakukan teknik rendering untuk setiap jenis Gorga. Lalu dilakukan proses *layout* atau tata letak, mengkomposisikan isi teks dengan jenis ukiran.

### III.2.1 Format Desain

Format yang dipakai dalam media informasi ini berukuran 18cm x 22cm.

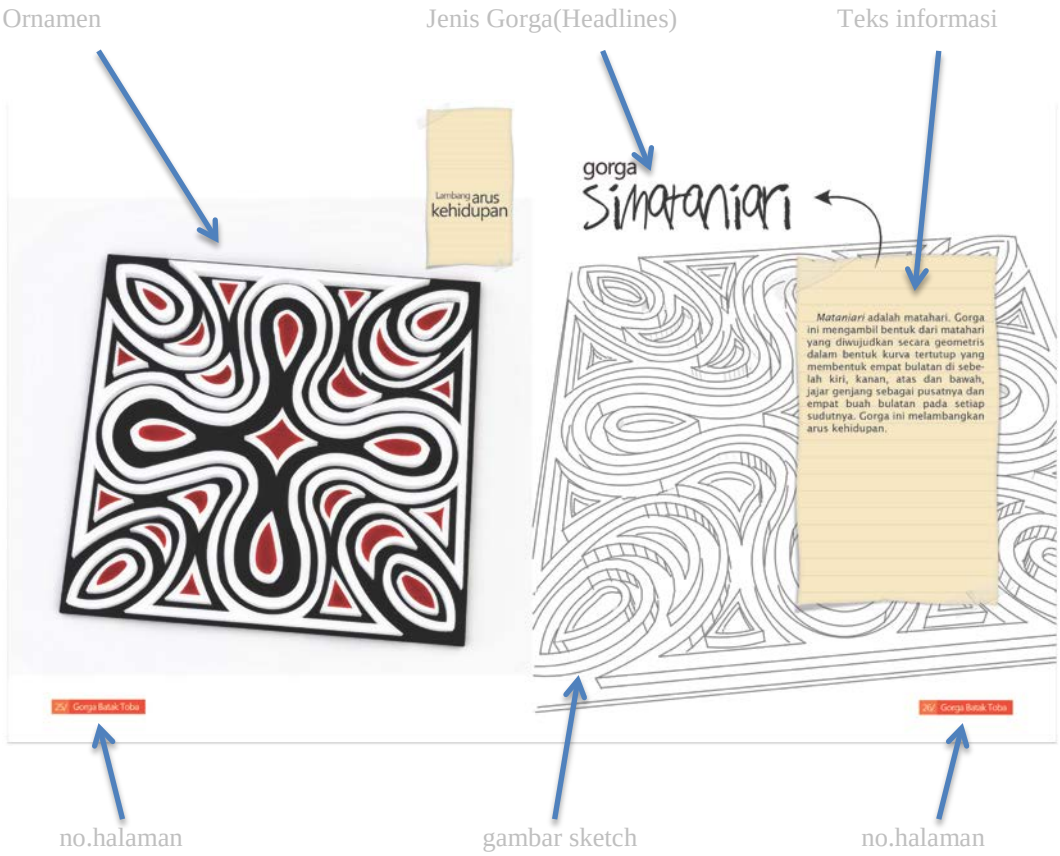



**Gambar 3.1** Format Cover Buku.

### III. 2. 2 Tata Letak *(Layout)*

Menurut James M. Apple perancangan tata letak didefinisikan sebagai perencanaan dan integrasi aliran komponen- komponen suatu produk untuk mendapatkan intelerasi yang paling efektif dan efisien.

Arah gerak mata dipengaruhi juga oleh suatu objek, warna dan ukuran. Dalam desain media buku, alur tetap membaca dari kiri ke kanan. Namun penulis membuat untuk setiap ornamen berada disebelah kiri dan untuk penjelasannya berada disebelah kanan halaman.




**Gambar 3.2** Gambar Tata Letak Halaman Isi

### III.2.3 Tipografi

Jenis font yang digunakan pada perancangan media informasi "Ragam Hias Rumah Adat Batak Toba *(Gorga)*", menggunakan jenis font serif yang lebih mengarah pada kebudayaan yaitu font 'FTF Indonesiana Sketch Book Serif' pada cover. Agar tidak menghilangkan kesan modern, penulis menambahkan jenis font tulisan tangan yang menarik pada setiap Headlines yaitu font 'Hand Writing' pada setiap jenis Gorga. Dan yang terakhir menggunakan font 'Khmer UI' pada setiap isi teks informasi agar mudah dibaca.

- ftf indonesiana sketch book serif

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

- Hand Writing:

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890.,:;?!()_ -

- Khmer UI:

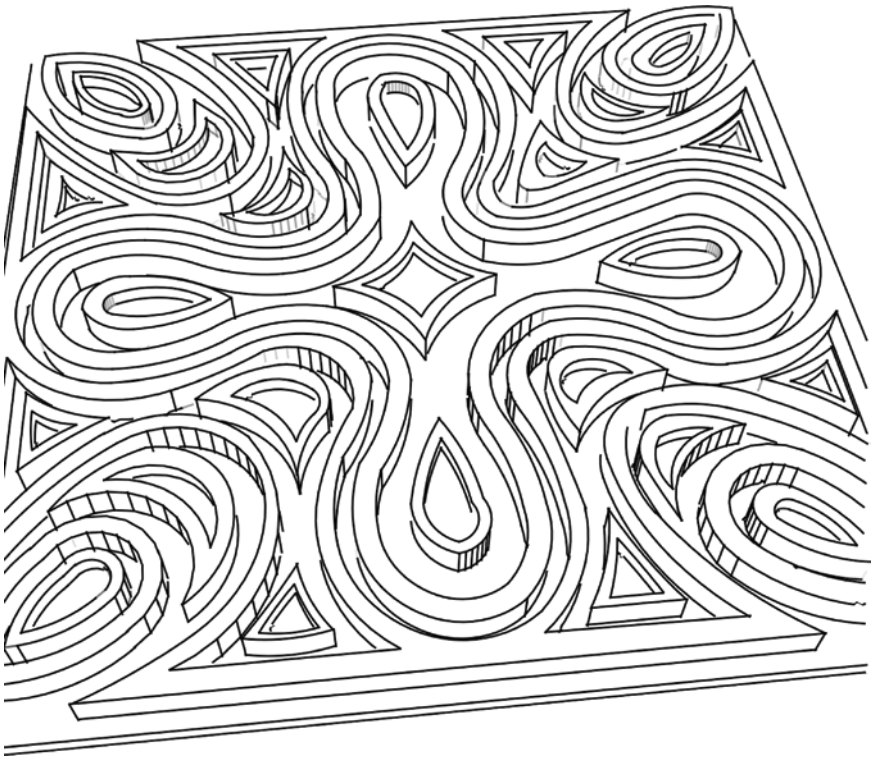
  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890,.:;"'?!/\[]{}@#$%^&*()_+-*=

### III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang dipakai bersifat penambahan. Untuk mengoptimalkan penggunaan *space* halaman.

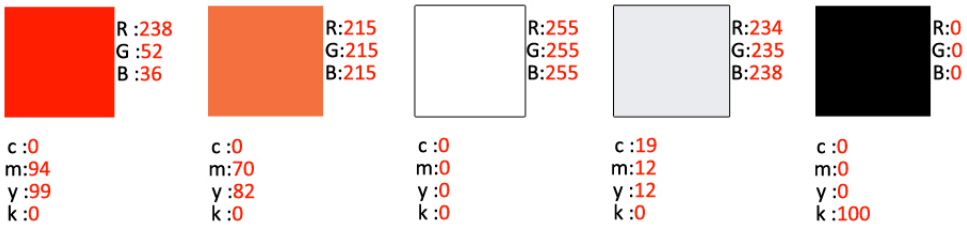


**Gambar 3.3** Ilustrasi

### III.2.5 Warna

Warna adalah suatu yang sederhana yang hanya mendapat respon akibat tangkapan mata, sehingga terkadang sebagian pihak

tidak mempedulikan, namun tak jarang orang memilihnya. Agar warna terkesan menarik maka warna yang digunakan dalam media informasi ini adalah warna merah, oranye, putih, abu-abu, dan hitam.




**Gambar 3.4** Pemilihan Warna

Pengambilan warna ini karena menyesuaikan dengan warna khas *gorga*, yaitu Merah, Hitam dan Putih. Warna abu-abu tidak dipakai dalam pembentukan jenis *gorga*, warna tersebut sebagai warna pendukung atau background yang memiliki tone rendah. Warna abu-abu dipakai pada backcover, dan warna oranye dipakai pada border halaman.