BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Strategi Komunikasi

Konsep kreatif yang akan dirancang berupa media informasi yang berguna dan informatif bagi khayalak luas. Tentu saja yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat mengenai kehidupan sosial masyarakat Kota Merauke. Dan apa yang bisa digambarkan melalui visual seperti foto-foto yang mencitrakan kehidupan mereka sehari-hari dan mengenalkan sisi lain dari Merauke. Disertai dengan bahasan yang menarik dan informatif pula.

Komunikasi yang dilakukan disesuaikan oleh khalayak sasaran. Agar pesan tersampaikan dengan baik, bahasa maupun tampilan visual disesuaikan dan diolah agar mampu mewakili khalayak sasaran. Khalayak sasaran berdasarkan pendekatan dan analisis secara :

a. Demografi

- Pria, Wanita 17–50 Tahun
- Warganegara Indonesia
- Strata sosial menengah ke atas

b. Psikografi

-*Personality* : Mandiri, Cepat beradaptasi, suka mencoba hal-hal baru, Efisien, fleksibel, selalu penasaran, *humble,* sensitif.

-*Behaviour* : Suka berpetualang, senang akan kebudayaan masyarakat, *update* dengan trend terbaru, tertarik akan hal–hal yang unik.

- *Hobby* : *Traveling*, Membaca Buku, suka menulis.

c. Geografi

- *Traveller*
- Tinggal di luar atau di dalam Papua

III.1.2 Pendekatan Komunikasi Verbal

Strategi komunikasi yang akan dipakai berdasarkan data khalayak sasaran. Menggunakan unsur kebudayaan lokal dan yang berhubungan dengan alam dan yang ada di dalam kehidupan sehari–hari. Bahasa yang digunakan bahasa Indonesia dan diselingi dengan bahasa daerah, agar lebih menarik dan menambah sedikit pengetahuan tentang bahasa daerah Kota Merauke.

III.1.2.1 *Tagline*

Tagline yang digunakan adalah " Kota di ujung Timur Indonesia "

Dan "*Izakod Bekai Izakod Kai"* (Satu Hati Satu Tujuan). Untuk Kota di Ujung Timur Indonesia, digunakan karena Merauke berada paling ujung timur dari Indonesia, untuk menunjukkan betapa luasnya Indonesia dan bagaimana kehidupan di Kota Merauke yang berada paling jauh di timur Indonesia. Untuk Semboyan " *Izakod Bekai Izakod Kai* " yang begitu melekat pada masyarakat Merauke, karena itu dipakai pada media pendukung untuk lebih menarik.

III.1.3 Pendekatan Komunikasi Visual

Pendekatan visual yang akan digunakan yaitu mengenai kehidupan sosial yang ada di Kota Merauke atau kehidupan sehari- hari mereka. Gambaran yang yang ditampilkan mulai dari tentang Kota Merauke, Penduduk asli Merauke dan kebudayaan mereka, serta kehidupan mereka dengan gamabaran yang berkesinambungan, agar tidak membingungkan khalayak sasaran dan tetap tertarik untuk melihat.

Menggunakan foto anak kecil sebagai *cover* untuk menunjukkan generasi muda atau penerus bangsa yang bejuang untuk kehidupan dan masa depan mereka, walau hanya di daerah yang paling sulit dijangkau sekalipun dapat menginspirasi. Dan mampu menampilkan rasa kepedulian terhadap sesama.

III.1.4 Strategi Kreatif

Media informasi yang akan dirancang yaitu *Coffe Table Book*. *Coffe Table Book* yaitu salah satu jenis buku bacaan yang santai dan ringan. Sesuai dengan namanya, buku yang diletakkan di atas meja dan dengan suguhan visual yang dapat menarik perhatian untuk dibaca.

Strategi Kreatif yang akan dipakai yaitu mengacu dan sesuai dengan khalayak sasaran. *Coffe Table Book* ini diharapkan akan sesuai dengan kebutuhan khalayak sasaran. Mengkomunikasikan segala aspek yang berhubungan dengan Kota Merauke. Visual yang ditampilkan ekspresif dan informatif.

Pengembangan ide kreatif dengan menggunakan karya fotografi. Yang akan ditampilkan adalah tentang hal yang positif dan negatif agar seimbang dan mengetahui permasalahan yang diangkat.

Visual yang dimadsud yaitu dengan menghadirkan Karya Fotografi tentang kehidupan sosial di Kota Merauke. Dalam Karya Fotografi ini bekerjasama dengan aktivis lingkungan Wianimo Yolmen dan Ketua 1 Lembaga Masyarakat Adat Malind Anim Ha Albert Gebze Moyuend. Agar foto–foto yang akan ditampilkan dari sumber yang paling mengetahui dan paling dekat dengan masyarakat yang ada di Merauke dan tentang kehidupan sosial.

III.I.5 Strategi Media

III.1.5.1 Publikasi

Dengan mengadakan *launching* pada saat pameran saat Festival Kebudayaan Nusantara Indonesia atau *event-event* yang digelar di Papua maupun luar Papua.

Dapat menggunakan poster yang dapat ditempel tempat keramaian seperti di *tourism center* yang tersedia ataupun *flier* yang dapat dibagikan saat *event* tertentu atau toko buku yang populer. Ataupun dapat dipromosikan di pesawat dengan membagikan atau menyertakan *flier*.

III.2.5 Strategi Distribusi

Strategi distribusi yang digunakan bisa dilakukan kerjasama dengan Dinas Pemerintah setempat ataupun dari relatif ataupun perusahaan-perusahaan yang ada di Kota Merauke. Dapat bekerja sama dengan maskapai penerbangan tertentu, pemerintah Merauke mempunyai pesawat komersil sendiri, akan dengan mudah menawarkan kepada para penumpang, pesawat tersebut transit di beberapa tempat dan jarak yang jauh sehingga peluang untuk mempunyai bahan bacaan ataupun sekedar sharing pengalaman setelah berkunjung dari Merauke ataupun bagi yang ingin berkunjung ke merauke tetapi belum ada gambaran dapat mendapatkan buku ini dengan cara membelinya.

Pada saat *launching* atau pameran, apabila diadakan selama tiga hari media utama akan di-*display* dengan media pendukung seperti *x- banner* yang kaos, pembatas buku, pin, stiker, yang akan dipromosikan bersamaan saat pameran berlangsung. Ditargetkan pada Pameran Budaya diadakan pada bulan Mei 2015.

Media	Februari				Maret				April				Mei			
Buku																
Pin																
Stiker																
Pembatas Buku																
X-Banner																
Poster																
Flier																
Kaos																

Tabel III.1 Tabel Distribusi buku

Sumber : Dokumen Pribadi

Buku didistribusikan mulai pada bulan Februari sehubungan dengan ulang tahun Kota Merauke, ditargetkan dapat diperkenalkan pada publik di Kota Merauke serta media pendukung lainnya. Untuk *flier* karena lebih mudah dibaca dan sebagai media *awareness*, maka mulai bulan Februari sampai nanti untuk target *launching* pada bulan Mei maka akan didistribusikan terus. Poster didistribusikan jangka waktu satu bulan sebelum *launching*.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Desain

Format Desain, dalam bentuk *Coffe Table Book*. Berukuran 18x18 cm (7x7 *inch*) berbentuk segi empat. *Hardcover Dove,* isi halaman dapat kurang atau lebih dari 35 halaman. Kertas halaman *art paper* atau jenis kertas yang digunakan pada majalah atau buku pada umumnya.

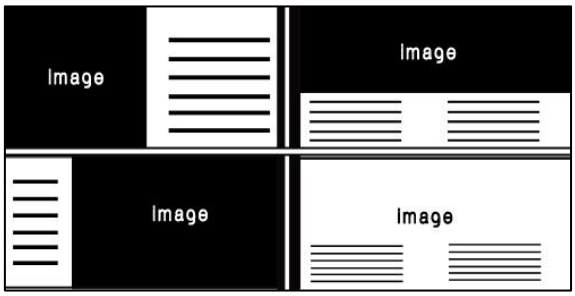


Gambar III.2 Contoh *cover layout* pada buku

Sumber : Dokumen Pribadi

III.2.2 Tata Letak

Tata letak atau *layout* pada buku tergantung dengan *space* yang ada. Karena buku berukuran tidak terlalu besar dan memang *Coffe Table Book* memakai teks dengan informasi yang standart. *Layout* yang digunakan dirancang dengan prinsip *layout* yang mengutamakan agar mudah dilihat atau dibaca, fokus, seimbang dan memiliki kesatuan dari halaman ke halaman berikutnya.



Gambar III.3 Contoh *Grid* untuk *layout* halaman pada buku
Sumber : Dokumen Pribadi

III.2.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan menggunakan *font Fette Egyptienne, Austie Bost Rest of our Lives, Dancing Script OT* untuk *title* dan *Aovel sans* untuk *body text. Font–font* tersebut dipilih dan dirasakan sesuai. Dipilih *font Fette Egyptienne,* karena karakternya kuat tetapi terlihat lembut juga dan ini seperti menggambarkan masyarakat Merauke yang di luar terlihat keras tetapi bila sudah kenal dekat sebenarnya sangat lembut dan ramah.

Untuk *Aovel sans* cocok untuk anak muda yang fleksibel. Untuk font *Austie Bost Rest of our Lives, Dancing Script OT* terlihat feminim dan manis, cocok untuk anak muda dan yang lebih dewasa, menggambarkan seperti tulisan tangan wanita, dan mencerminkan rambut perempuan papua yang keriting serta berkesan ramah. *Font* ini dirasakan

bersifat hangat dan pengertian. *Font Century* untuk *body text* agar mudah terbaca dan tidak membuat mata menjadi lelah dan tetap enak untuk dilihat.



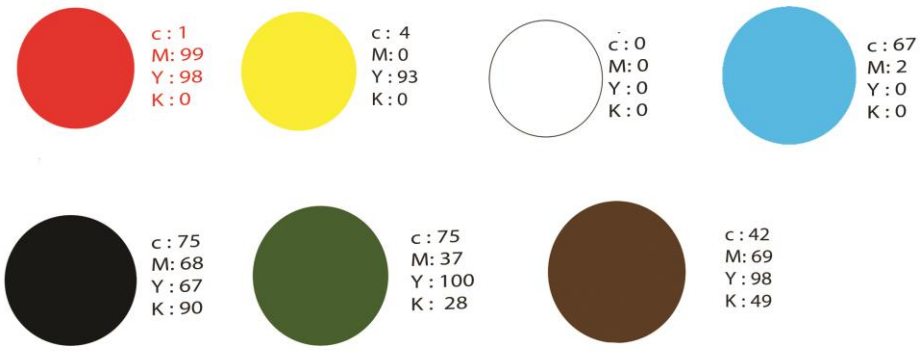
Gambar III.4 Font yang akan digunakan

Sumber : Dokumen Pribadi

III.2.4 Warna

Warna yang digunakan digunakan warna yang biasa seperti hitam dan putih untuk warna pada *body text* atau judul. Dan terinspirasi oleh warna-warna alam Merauke yang kaya. Warna yang dipakai seperti hijau, merah, kuning, hitam, putih, biru dan coklat. Warna tersebut diambil dari warna yang digunakan Suku Marind untuk menyimbolkan apa yang menjadi tradisi Suku mereka. Sedangkan warna hijau dari alam merauke yang sebagian besar wilayahnya rawa-rawa hijau dan ditumbuhi dengan teratai yang cantik serta lahannya yang luas.

Warna hitam dan putih digunakan untuk menguatkan konsep tentang Papua dengan sisi positif dan sisi kelemahannya. Dan juga bahwa hidup berdampingan dengan perbedaan bukan menjadi halangan untuk bersatu. Apalagi Papua dikenal dengan Hitam kulit dan keriting rambut yang hitam pekat dan tidak semua suku-suku yang berada di Merauke kulitnya berwarna hitam. Warna biru menjadi warna favorit sebagian besar khalayak, karena itu digunakan warna biru muda untuk menarik perhatian dan menggambarkan sesuatu yang *fresh* dan fleksibel.



Gambar III.5 Warna yang akan digunakan dalam CMYK

Sumber : Dokumen Pribadi