BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Perancangan Promosi Media

Dalam strategi perancangan promosi media mengenai Reading Lights ditujukan untuk masyarakat umum namun dikhususkan kepada target market. Strategi perancangan yang akan dilakukan mengenai permasalahan yang ada di Reading Lights yaitu meningkatkan jumlah pengunjung baik yang sudah mengetahui maupun yang belum mengetahui mengenai toko buku bekas Reading Lights. Untuk mencapai suatu tujuan diperlukan beberapa media yang saling melengkapi dan saling menguatkan. Strategi perancangan ini akan dibuat media Poster yang akan di tempatkan di berbagai tempat yang strategis, yang akan dilakukan dengan memfokuskan promosi terhadap Reading Lights.

Maka *target audiens* yang ditentukan berdasarkan segi demografis, psikografis dan geografis sebagai berikut.

a. Demografis
   - Usia : Dewasa awal usia 19 tahun – 40 tahun
   - Status ekonomi sosial : menengah keatas
   - Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
   - Status : mahasiswa, pegawai, pengusaha

b. Psikografis
   - Target audiens yang berkpribadian santai, bebas, supel.
   - Target audiens yang suka membaca, ingin membeli buku, bersantai.

c. Geografis
   - Target audiens mencakup wilayah Bandung dan sekitarnya dikhususkan untuk mahasiswa dan pegawai.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dilakukan dalam pelaksanaannya menggunakan media poster yang akan memberikan informasi mengenai toko buku bekas Reading Lights yang mempromosikan bahwa ada toko buku bekas di bandung dengan buku - buku langka yang jarang di jual seperti halnya di toko buku bukas seperti biasanya.

- Tujuan Komunikasi

  Komunikasi ini bertujuan untuk mempromosikan pada masyarakat mengenai toko buku bekas Reading Lights dan memberikan informasi bahwa Reading Lights memiliki kelebihan tertentu.

III.1.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan promosi Reading Lights dengan menampilkan *tagline* dan beberapa kata pendukung dengan menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris yang dipadukan, hal ini dikarenakan target konsumen dari perancangan promosi yaitu di tujukan kepada kalangan dewasa muda seperti mahasiswa dan pegawai kantoran.

III.1.2.2 Pendekatan Visual

Strategi atau pendekatan visual yang dilakukan dengan perancangan yang dapat mewakili semua pesan utama secara singkat padat dan dapat dimengerti oleh target sasaran. Dengan menggunakan unsur grafis seperti garis dan latar belakang agar desain terlihat lebih menarik. ilustrasi yang digunakan sebagai gambaran Reading Lights digunakan agar lebih jelas Reading Lights ditujukan kepada konsumen tertentu.

III.1.3 Strategi Kreatif

Untuk mencapai suatu tujuan kreatif, maka dibutuhkan strategi yang efektif sehingga dapat meraih perhatian (*attention*), menumbuhkan minat (*interest*), merangsang keinginan (*desire*), dan memperoleh tindakan (*action*).

Untuk menghasilkan desain promosi toko buku Reading Lights yang lebih baik maka rancangan disesuaikan dengan target konsumen dengan menggunakan strategi kreatif yang tepat pada sasaran pertama - tama membuat sebuah *tageline* atau slogan yang akan ada pada media promosi. Reading Lights mempunyai *tageline* yaitu *"Costumer is a friend not a king"* Hal ini juga dikarenakan target konsumen berdasarkan segmentasi yaitu sebagai kalangan dewasa muda yang memiliki daya tarik akan buku bekas bebahasa asing, terutama di Reading Lights. Sedangkan untuk kata pendukung di pilih berdasarkan karakteristik dari Reading Lights itu sendiri yaitu Reading Lights sebagai toko buku bekas.

III.1.4 Strategi Media

Adapun strategi media yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

- Pemilihan media poster promosi yang efektif dan disesuaikan dengan *target audience*.
- Memaksimalkan media *online* untuk meluaskan promosi.
- Penggunaan media lini bawah diperuntukan sebagai pendukung media dan pengingat seperti, *Print advertisement.*

III.1.4.1 Tujuan Media

Tujuan dari media ini adalah sebagai media promosi yang memperlihatkan Reading Lights yang memiliki koleksi buku - buku berbahasa asing kususnya berbahasa inggris. Sehingga memudahkan pelanggan buku bekas untuk mencari buku yang ber kualitas.

III.1.4.2 Pemilihan Media

Untuk menyampaikan isi pesan yang informatif dan tepat sasaran, digunakan media yang disesuaikan dengan *target audience* toko buku bekas Reading Lights, maka promosi utama yaitu media poster dalam bentuk *digital*

printing sebagai media iklan. Media ini dipilih karena dapat memberikan pesan secara luas kusunya mencangkup area bandung. Selain itu alasan memilih media poster promosi, karena dapat mempertegas mengenai toko buku bekas Reading Lights yang mudah akan mencari buku bekas berbahasa asing oleh *target audiens*.

III.1.4.3 Media Utama

Adapun media utama yang akan digunakan dalam perancangan media promosi Reading Lights ini adalah Poster. Guna mempermudah pencarian Reading Lights terhadap pelanggan, maka di gunakan media poster sebagai media utama. bagi wisatawan asing maupun lokal dengan adanya poster Reading Lights yang cangkupanya di tempat tempat ramai diharapkan dapat mempermudah mencari informasi mengenain Reading Lights.

III.1.4.4 Media Pendukung

Adapun media pendukung yang menjadi suatu media tambahan atau media promosi yang dibuat oleh sebuah perusahaan untuk mempromosikan produknya sekaligus menjadi media alternatif yang berfungsi sebagai *reminder* terhadap media utama, maka media pendukungnya meliputi:

1. *X-Banner*

   Media yang digunakan sebagai informasi dari Reading Lights yang berfungsi agar mengajak orang yang melihat untuk mengunjungi Reading Lights sebagai toko buku bekas. Penempatannya bisa diletakan saat membuka *stand* di acara bazar, dan bisa diletakan diatas meja untuk *banner* ukuran kecil, sedangkan untuk *banner* ukuran besar biasanya diletakan di depan pintu masuk Reading Lights.

2. flyer

   Sebagai media pendukung yang disebarkan kepada orang yang berjalan di sekitar keramaian dan dibagikan kepada tempat-tempat tertentu. juga di simpan di depan meja kasir Reading Lights.

3. Website

   Sebuah media promosi digital yang di tampilkan melalui media internet dan dapan mencangkut kawasan luas di manapun dapan di akses guna mengetahui mengenai Reading Lights.

4. Stiker

   Stiker dapat dibagikan kepada konsumen secara cuma - cuma yaitu pada saat pembelian buku bekas yang meliputi produk dari Reading Light itu sendiri.

5. Web Banner

   Sebuah media promosi digital dalam bentuk gambar dalam ukuran tertentu yang nantinya akan dipasang pada sebuah halaman *website* dan mengandung pranala atau *link* yang akan menuntun *user* ke halaman *website* Reading Lights tersebut. Web banner ini nantinya akan diletakan di facebook dan jejaring sosial lainnya.

6. Kartu Member

   Kartu member di sini berfungsi sebagai sarana discount untuk pembelian tepatnya di Reading Lights. kartu member yang di miliki konsumen memiliki discount 25% untuk pembelian buku, discount 10% untuk pembelian di *Coffee Corner* dan mendapat stamp setiap pembelian buku untuk di tukar dengan buku kembali.

7. Brosure

   Sebagai fungsi keterangan mengenai kartu member, fasilitas yang ada di Reading Lights, dan juga berisi profil mengenai Reading Lights.

8. Pembatas Buku

   Pembatas buku yang dapat berfungsi sebagi penanda halaman buku, media ini juga sebagai mercendise dan souvenir yang dapat di beli di Reading Ligts.

9. Iklan Media Cetak

   Iklan medi cetak yang dapat berfungsi sebagai media promosi yang dapat mencangkup di banyak kawasan, dengan biaya yang cukup murah.

III.1.4.5 Strategi Distribusi

Bulan / Media	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Poster					
flyer					
Web banner					
website					
brosur					
X banner					
Kartu member					
stiker					
Pembatas buku					
Iklan media cetak					

Pelaksanaan Promosi Aktif

Tabel III.1 Tabel Strategi Distribusi

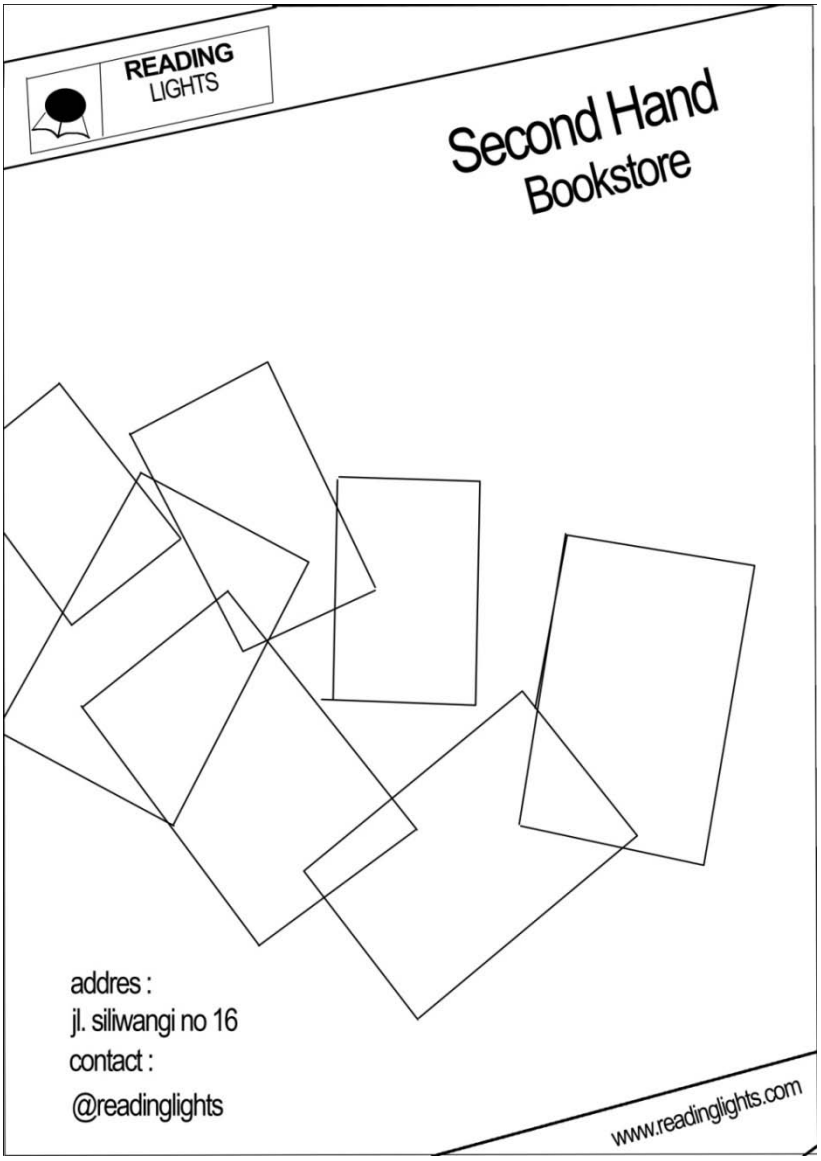
Sumber : dokumen pribadi (2014)

III.2 Konsep Visual

Konsep visual Penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama konsep visual adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Dalam pembuatan poster sebagai media utama ialah dengan pengambilan beberapa karakter yang terkandung di Reading Ligts, seperti unsur rak buku dengan ciri khas kayunya, warna coklat yang mendominasi, buku yang terdapat di Reading Lights.

III.2.1 Format Desain

Desain yang akan dibuat menggunakan format desain *lanscape*, simetris dan komposisi yang teratur dengan maksud agar mudah dibaca dan jelas sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh konsumen. Elemen yang terdapat dalam media berupa ilustrasi, logo Reading Lights, tipografi yang terdiri dari *Tagline*.



Gambar III.1 Konsep Visual Poster

Sumber dari : Dokumen pribadi

III.2.2 Tipografi

Font yang digunakan adalah font yang sedikit lebih formal namun tetap menjangkau semua kalangan, font ini berkesan tegas Modern. Walaupun huruf yang akan digunakan sedikit formal namun tetap terlihat menarik dengan hadirnya ilustrasi yang ada menjadikan semunya terkesan bermain namun tetap elegan. Selain itu terdapat font yang mempuyai kesan santai elegan untuk *tagline* dalam media Font yang digunakan antara lain :

1. Philosopher

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()-=

III.2.3 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan desain ini yaitu berupa perpaduan antara kayu dan buku yang terdapat di Reading Lights kususnya rak buku yang terbuat radi kayu dan buku yang ada di Reading Lights sebagai perpaduan yang pantas untuk Reading Lights.



Gambar III.2. Ilustrasi kayu dan buku

Sumber dari : Dokumen Pribadi

III.2.4 Warna

Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya karena warna memberikan suatu kesan tersendiri, maka dalam hal ini peranan warna juga sangat menentukan. Warna yang digunakan Dominan ke merah hati gradasi ke coklatan dengan nuansa kayu yang elegan dan tegas yang di miliki Reading Lights.



Gambar III.3 Warna

Sumber dari : Dokumen pribadi