BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Target *Audiens*

1. Demografis

Kelas Sosial	: Menengah
Usia	: Berkisar antara usia 14 – 20 tahun
Jenis Kelamin	: Pria dan Wanita.
Siklus Hidup Keluarga	: Muda, Lajang.
Pekerjaan	: Pelajar, Mahasiswa
Pendidikan	: Anak sekolah SMP, SMA, Mahasiswa.
Kewarganegaraan	: Indonesia

2. Psikografis

Gaya Hidup	:Santai, Bebas berekspresi, Suka bergaul & berkomunitas, dan lain-lain.
Kepribadian	:Berkelompok, Suka musik *underground*, Mengikuti perkembangan teknologi.

3. Geografis

Secara geografis, bisa lebih meluas tidak hanya menunjuk satu daerah tertentu, ditinjau dari faktor geografi, yaitu di daerah mana yang akan dijadikan sebagai tempat penyampain pesan seperti Jawa Barat (Bandung dan sekitarnya). Sasaran dari penyampaian media ini adalah pelajar, mahasiswa, masyarakat umum dan semua kalangan yang menyukai musik band indie.

III.2 Strategi Perancangan

III.2.1 Strategi Komunikasi

Perancangan media promosi sekaligus informasi mengenai Distro Rottensoul dilakukan dengan media *website.* Penyampaian pesan utama mengenai Distro Rottensoul dilakukan dalam bentuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan produk dari Rottensoul serta untuk meningkatkan nilai kepercayaan terhadap konsumen dan sebagai identitas pencitraan dalam memiliki sebuah *website* pribadi. Penggunaan media *website* dibuat agar *audiens* dapat dengan mudah mengakses informasi tentang Distro Rottensoul, dan agar dapat menginformasikan keberadaan dan produk dari Distro Rottensoul sebagai Distro band indie secara luas kepada *audiens*. Sehingga yang diharapkan tidak hanya masyarakat Bandung saja yang mengenal tentang Distro Rottensoul dan masyarakat diluar Bandung pun dapat mengetahui tentang keberadaan Distro Rottensoul melalui *website* Distro Rottensoul.

III.2.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan media promosi ini ialah untuk menyampaikan informasi mengenai Distro Rottensoul sebagai salah satu Distro band indie dan sekaligus memperkenalkan produk dari Distro Rottensoul guna untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan antusias terhadap Distro Rottensoul . Serta untuk meningkatkan nilai kepercayaan terhadap konsumen dan sebagai identitas pencitraan dalam memiliki sebuah *website* pribadi. Hal ini dirancang agar masyarakat dapat mengenal dan memahami tentang Distro Band indie maupun *underground* untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat.

III.2.3 Materi Pesan

Adapun pesan yang akan disampaikan oleh media promosi ini mengenai Distro Rottensoul kepada *audiens* bahwa Rottensoul ialah salah satu Distro band indie yang secara khusus mengedepankan konsep dan karakteristik bandnya tersendiri terhadap produk rilisannya.

III.3 Pendekatan Komunikasi

III.3.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan menjadi tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan promosi *website* Distro Rottensoul dengan menampilkan *tagline*, konten, menu, *header, footer* dan beberapa kata pendukung dengan menggunakan Bahasa Indonesia formal dan informal yang dipadukan, dan juga sedikit Bahasa Inggris, hal ini dikarenakan target konsumen dari perancangan *website* Distro Rottensoul ialah remaja dari SMP, SMA hingga Mahasiswa.

III.3.2 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 *layout*, konten, menu, *header, footer* yang dirancang dengan gaya visual yang modern guna disesuaikan dengan target *audiens* yakni anak remaja. Serta penambahan ilustrasi yang digunakan dengan gaya visual dari berbagai genre musik band indie yang didesain sesuai kategori genrenya masing-masing melalui teknik *digital imaging*. Ilustrasi digunakan sebagai gambaran pesan yang tak terbaca, namun bisa mengurai cerita sehingga pesan dapat lebih berkesan. Dan ditambahkan beberapa elemen visual lainnya untuk *background* agar media promosi terlihat lebih menarik.

III.4 Strategi Kreatif

Dalam perancangan *website* Distro Rottensoul yang lebih baik dan menarik maka rancangan disesuaikan dengan target konsumen dengan menggunakan strategi kreatif yang pas dan tepat sasaran, dengan penambahan *tagline* yaitu "*warehouse of the underground rock*". Serta menampilkan produk-produk dari Rottensoul dengan cukup mencolok pada bagaian *header slider* dan kontennya yang dibuat berupa *slide* yang bisa bergerak dan berganti ganti *slide*nya. Dan penambahan *detail zoom* pada bagian konten produk sehingga

audiens dapat melihat serat bahan dan kualitas sablon secara detail dengan begitu audiens bisa leluasa untuk melihat produknya sebelum membelinya.

III.5 Strategi Media

III.5.1 Media Utama

Adapun media utama yang akan digunakan dalam mempromosikan Distro Rottensoul ini adalah multimedia interaktif *online* yaitu *website* dengan cara menonjolkan sisi karakteristik Rottensoul sebagai Distro band indie atau *underground* melalui proses teknik *digital imaging*. *Website* sebagai halaman yang dapat menampilkan informasi tertentu melalui internet yang dapat diakses secara cepat dan secara luas oleh *audiens.* Media ini dipilih karena melihat gaya hidup target *audiens* yang kebanyakan tidak terlepas dari internet sehingga praktis untuk digunakan, tahan lama, dapat dibaca berulang ulang, dapat diakses secara leluasa dan dapat diperbaharui sehingga pengguna tidak merasa bosan dalam menggunakan media *website* ini. Serta untuk meningkatkan nilai kepercayaan terhadap konsumen dan sebagai identitas pencitraan dalam memiliki sebuah *website* pribadi.

III.5.2 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. *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* Distro Rottensoul tersebut. *Web banner* ini nantinya akan diletakan di *facebook* dan jejaring sosial lainnya.

2. Sosial Media Internet

   Sebagai media pendukung berupa pranala atau *link* yang menginformasikan keberadaan *website* Distro Rottensoul tersebut.

3. *X-Banner*

   Media yang digunakan sebagai informasi dari Distro Rottensoul yang berfungsi agar mengajak orang yang melihat untuk mengunjungi *website* Distro Rottensoul. Penempatannya bisa diletakan di depan Distro Rottensoul dan pada saat Rottensoul *open booth* di acara musik *underground* dan kegiatan acara lainnya.

4. Poster

   Poster yang memberikan informasi kepada target *audiens* agar mengajak orang yang melihat untuk mengunjungi *website* Distro Rottensoul. Media promosi ini ditempel di kampus, sekolahan, studio musik, acara musik, dan disetiap sudut jalan di kota Bandung khususnya yang menjadi tempat banyaknya anak muda berkumpul.

5. Stiker

   Stiker atau gambar tempel merupakan media yang dapat diaplikasikan diberbagai tempat. Biaya yang dikeluarkan pun relatif murah dan terjangkau. Stiker dapat dibagikan kepada *audiens* secara cuma - cuma pada suatu *event* musik *undergorund* ataupun diberikan pada setiap pembelian produk dari Rottensoul.

6. *Flyer*

   Flyer sebagai media pendukung yang disebarkan kepada orang yang berjalan di sekitar keramaian dan dibagikan kepada tempat-tempat tertentu dan pada saat berlangsungnya *event* musik *underground*.

7. *Member Card*

   Media promosi ini sebagai kartu member untuk konsumen Rottensoul yang nantinya akan diberikan ketika *audiens* membeli produk minimal hingga Rp.300.000, Dengan kartu member ini maka *audiens* akan mendapatkan diskon hingga 25% untuk semua jenis barang, serta mendapatkan harga khusus untuk produk Rottensoul *Merch*.

8. Pin

   Pin dapat dibagikan sebagai *gimmick* secara cuma-cuma untuk setiap pembelian produk Rottensoul dan pada saat Rottensoul *open booth* di acara musik *underground.*

9. Gantungan Kunci

   Gantungan kunci dapat digunakan sebagai *gimmick* dan dibagikan secara cuma-cuma untuk setiap pembelian produk Rottensoul dan pada saat Rottensoul *open booth* di acara musik *underground.*

10. *T-shirt*

    T-shirt sebagai media pendukung yang selain di perjual belikan juga digunakan oleh *crew* Rottensoul pada saat berada di Distro Rottensoul dan pada saat Rottensoul *open booth.*

III.6 Konsep Visual

Konsep visual yang berawal dari sebuah ide yang didapat melalui sebuah proses pendekatan dan pendalaman materi dari semua permasalahan. untuk menghasilkan perancangan visual promosi yang baik maka dibutuhkan konsep visual yang matang dan tepat sasaran untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam penyampaian pesan dari Distro Rottensoul .

III.6.1 Format Desain

Desain yang dibuat menggunakan teknik *digital imaging* ,dan dinamis dengan komposisi yang teratur dengan maksud agar mudah dibaca dan jelas sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh *audiens*. Format *website* yang digunakan menggunakan *html* dengan persentase 100% yang dimaksudkan supaya tetap terlihat *fit on size* jika dibuka dalam *browser* dan ukuran monitor apapun. Elemen yang terdapat dalam media berupa *menu bar*, *sub menu*, konten, *features*, *tagline*, *headline*, dan keterangan pendukung lainnya yang dibuat secara *modern* dengan gaya *hard metallic* sehingga semakin terasa nuansa *underground* dan tetap *eye catchy*.

III.6.2 Tipografi

Penggunaan tipografi pada *website* ini dipilih berdasarkan pedekatan pola perilaku target audiens yang dirumuskan melalui studi indikator. Berikut adalah sampel tipografi yang kini digemari oleh target audiens yang dilihat dari pola perilaku gaya hidup.



Gambar III.1 *Logo Brand & Band*

Sumber : http://hdwallsource.com/img/2013/17/nike-cool-logo-1062.jpg (27 Maret 2014)

Dari hasil studi indikator tersebut terlihat bahwa target audiens menyukai tulisan yang memiliki sifat tegas, elegan, *simple*, dan eksklusif. Hasil dari pendekatan tersebut kemudian direalisasikan kedalam bentuk tipografi sebagai berikut :

1. DEFUSED

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIZKLMNOPQRSTUVWQYZ

1234567890

,./?;:’”reticula.net`!@#$%^&*()reticula.net-+=

Font jenis *Defused* ini berkarakter keras dan cocok untuk nuansa *underground*, maka *font* ini akan digunakan dalam *sub tittle* dari menu dan lainnya sehingga terlihat cocok *eye catchy* dengan thema metalnya.

2. Swis721 Hv BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghizklmnopqrstuvwqyz

1234567890

,./?;:”{}[]~`!@#$%^&*()_-+=

Font jenis Swis721 Hv BT ini berkesan tegas dan kuat dan berkarakter, maka *font* ini akan digunakan dalam *tagline* dan untuk headline *text* deskripsi sehingga terlihat *simple,* formal dan mudah untuk dibaca.

3. Swis721 BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghizklmnopqrstuvwqyz

1234567890

,./?;:’”{}[]~`!@#$%^&*()_-+=

Font jenis Swis721 BT ini berkesan eksklusif, *simple* dan mudah untuk dibaca, maka *font* ini akan digunakan dalam deskripsi dan keterangan-keteangan lainnya.

III.6.3 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan desain ini yaitu dengan gaya ilustrasi teknik *digital imaging* dengan cara menggabungkan beberapa gambar dan diberi pewarnaan yang diolah hingga menjadi satu kesatuan yang sesuai dengan genre bandnya masing-masing. yang digabungkan kedalam sebuah *layout* sehingga menjadi harmonis dan *eye catchy*. Dengan konsep penggabungan ilustrasi dari berbagai macam genre band indie yang dipadukan kedalam sebuah *layout* sehingga menjadi kuat dengan karakternya masing-masing, dan gaya ilustrasi yang disesuaikan dengan kegemaran target *audiens* masa kini.



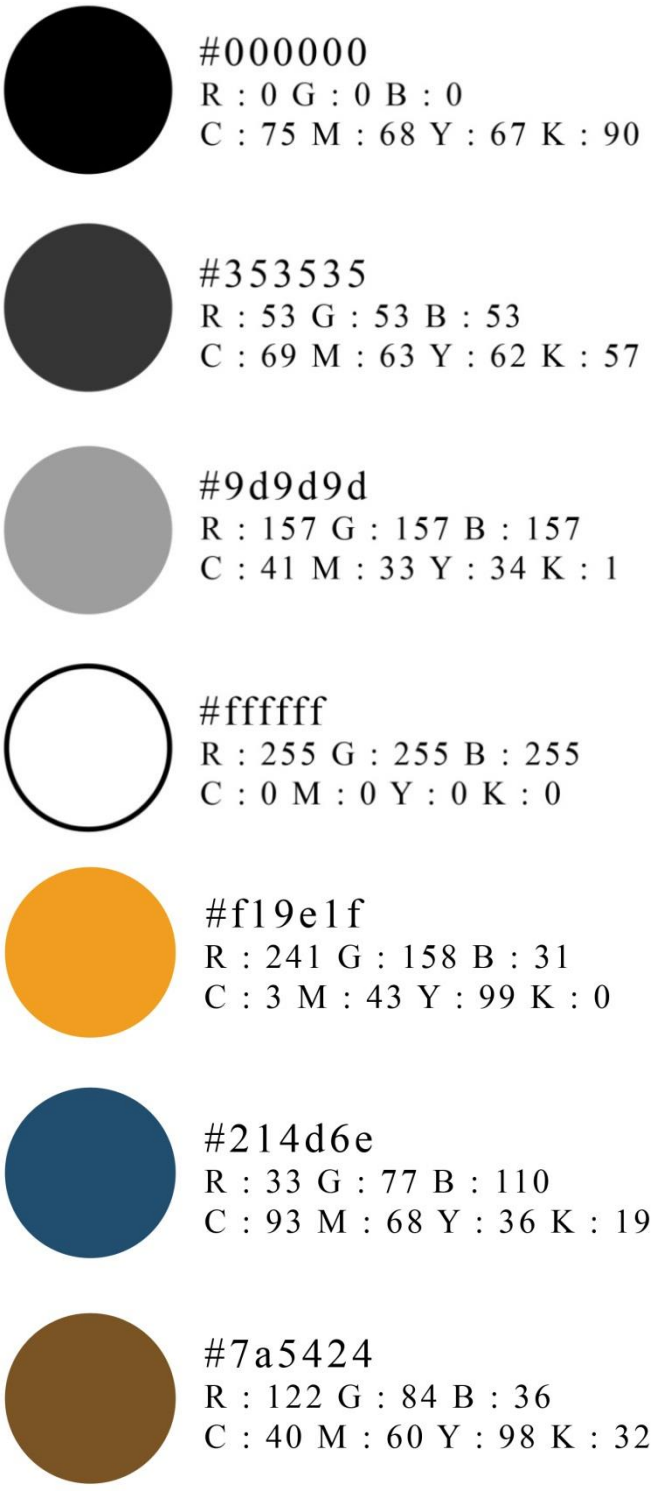
Gambar III.2 Ilustrasi Teknik *Digital Imaging*

Sumber : http://3.bp.blogspot.com/- zo_ARM018KY/U01KMnPndKI/AAAAAAAAIRQ /mtEtC3TO3BA/s1600/Sinister_The_Post-Apocalyptic_Servant_Cover.jpg (27 Maret 2014)

III.6.4 Warna

Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya karena warna memberikan suatu kesan dan makna tersendiri, maka dalam hal ini peranan warna juga sangat menentukan. Warna yang digunakan

dominan hitam gradasi dengan nuansa *dark* yang mewakilkan Distro Rottensoul yang mayoritas sebagai *underground merch* dan supaya lebih terasa nuansa metal.



Gambar III.3 Warna

Sumber : Dokumentasi Pribadi (27 Maret 2014)