BAB III
STRATEGI PERANCANGAN KONSEP DAN VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Di dalam sebuah perancangan diperlukan strategi yang dapat menjadi pendukung dalam memenuhi tujuan dan perancangan tersebut. Museum Batik Pekalongan yang diresmikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2006 adalah tempat wisata edukasi yang memberikan banyak informasi mengenai batik-batik yang ada di Indonesia. Sebagai sarana edukasi dan pembelajaran, Museum Batik Pekalongan perlu mengoptimalkan fungsi dari media informasi yang terdapat di Museum. Guna mempermudah pengunjung memperoleh informasi serta memberikan informasi yang informatif serta edukatif untuk kalangan pelajar sekolah dasar sebagai strategi perancangan.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan Komunikasi dalam perancangan ini meliputi pendekatan visual dan pendekatan verbal yang disesuaikan dengan psikologis untuk anak-anak. Adapun pendekatan visual dan verbal sebagai berikut :

III.1.1.1 Pendekatan Visual

Museum Batik Pekalongan adalah salah satu ikon pariwisata budaya di kota Pekalongan, sebagai sarana edukasi budaya untuk pelajar tingkat dasar maka dilakukan pendekatan visual yang ditandai dengan elemen-elemen visual yang di kemas dengan tampilan yang memiliki warna-warna yang cerah dan bentuk-bentuk kartun karena media kartun memiliki kedekatan dengan pelajar seusia tingkat dasar juga dipadukan dengan kebudayaan batik itu sendiri yang tidak akan menghilangkan ciri dari Museum Batik Pekalongan sendiri hilang.

III.1.1.2 Pendekatan Verbal

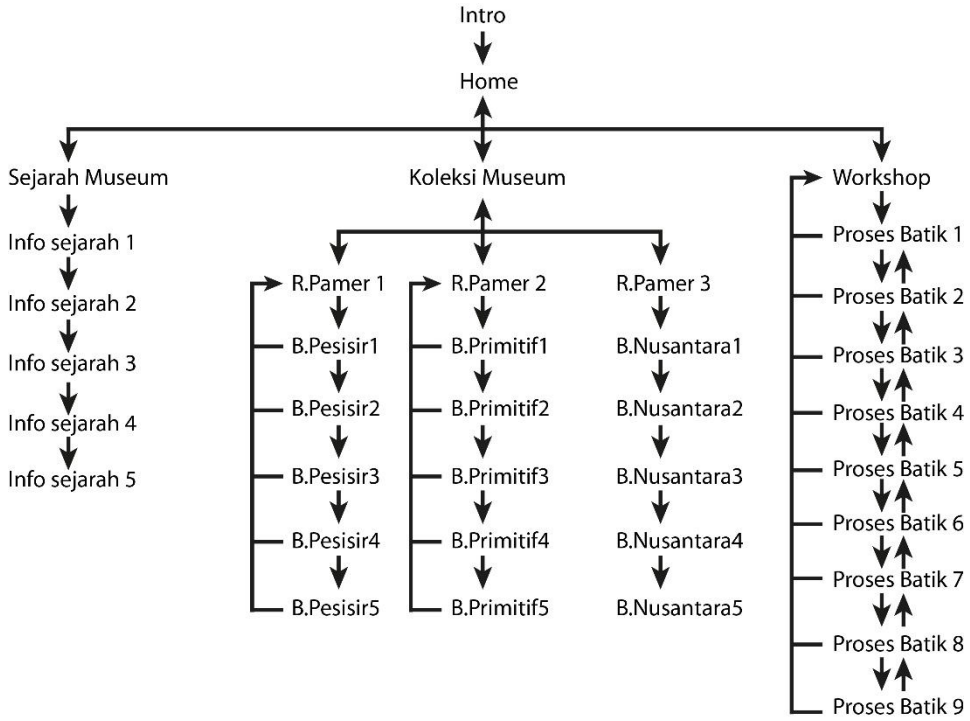
Museum Batik Pekalongan adalah museum sejarah kebudayaan yang mengangkat batik sebagai objek edukasi. Pendekatan verbal dilakukan dengan menggunakan nilai-nilai kebudayaan yang akan disisipkan kedalam media informasi disesuaikan dengan bahasa sehari-hari pelajar tingkat dasar, yang bertujuan meningkatkan pemahamanan informasi serta memepermudah penyampaian informasi yang akan disamapaikan dan tetap menanamkan rasa memiliki akan budaya itu sendiri.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif informasi yang akan digunakan adalah dengan memunculkan beberapa motif batik yang menjadi kekhasan kota Pekalongan, dengan tujuan dapat mengenalkan motif-motif batik khas kota Pekalongan. Serta multimedia interaktif yang akan dirancang untuk mengedukasikan atau mengenalkan koleksi batik bersejarah Museum Batik Pekalongan kepada para pelajar yang berkunjung, dengan menampilkan foto-foto batik serta informasi tentang batik tersebut yang dianimasikan berpindah pada gambar lain atau keterangan informasi lain. Pada multimedia interaktif juga akan memunculkan proses membuat batik yang bisa memberikan pengetahuan pada pengunjung yang melihat media interaktir tersebut sebelum melakukan praktek membuat batik.

III.1.3 Strategi Media

Strategi media merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada target audien, agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan mudah, strategi media digunakan untuk menentukan media yang akan di aplikasikan kepada rancangan, baik itu berupa media utama maupun media pendukung. Adapun navigasi menjadi bagian dari strategi kreatif dimana navigasi dirancang untuk mempermudah akses.



Gambar III.1 Navigasi Media Interaktif Museum Batik Pekalongan

A. Media utama

Media utama yang akan digunakan adalah Multimedia interaktif *offline*. karena media ini mampu menyampaikan pesan yang mengkombinasikan teks, suara, dan gambar melalui media komputer atau perangkat elektronik lainnya, di media ini akan terjadi interaksi antara alat yang akan di gunakan dan pengguna.

B. Media pendukung

Pada perancangan multimedia interaktif *offline* ini akan dilakukan pendekatan dengan menggunakan media-media pendukung yang meliputi:

1. **X-banner**

   X-banner digunakan untuk memberitahukan kepada target audien, bahwa telah adanya multimedia interaktif *offline* Museum Batik Pekalongan. Media ini akan ditempatkan di lokasi acara berlangsung.

2. **Poster**

   Poster digunakan sebagai media penunjang guna menginformasikan pesan yang akan disampaikan berupa ajakan untuk berkunjung ke Museum Batik Pekalongan. Media ini akan ditempatkan di beberapa institusi dan sekolah-sekolah terkait yang juga merupakan target audiens dari Museum Batik Pekalongan.

3. **Buku Panduan**

   Buku Panduan digunakan untuk menginformasikan tata cara penggunaan multimedia interaktif museum batik, sehingga dapat mempermudah penggunaan dalam pengoperasian multimedia interaktif Museum Batik Pekalongan.

4. **Stiker**

   Sticker merupakan media *reminder*, media ini diplih karena bisa di tempatkan di mana saja.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi Pendistribusian media informasi ini akan disosialisasikan dan di distribusikan di tempat-tempat yang terkait atau berhubungan dengan Museum Batik Pekalongan seperti halnya institisusi sekolah-sekolah yang menjadi salah satu bagian dari program Museum Batik Pekalongan. Media interaktif ini akan publikasikan bertepatan dengan hari batik nasional pada tanggal 2 Oktober 2015.

Media	Tempat /Lokasi	Waktu Penyebaran							
		September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4
Poster	Sekolah-sekolah dan Universitas								

Flyer	Sekolah-sekolah dan Universitas dan kawasan *car free day.*								
Media Interaktif	Museum Batik Pekalongan.								
x-banner, Stiker dan Poster.	Museum Batik Pekalongan								

Tabel III.1 Tabel distribusi

III.2 Konsep Visual

Konsep visual merupakan merancangan penggayaan yang bertujuan untuk menyampaian pesan melalui visual, agar informasi yang ingin disampaikan mudah diterima dan dapat memperkuat kemampuan komunikasi dari pesan yang akan di sampaikan kepada target audien, Adapun diantaranya bagian dari konsep yang meliputi :

III.2.1 Format Desain

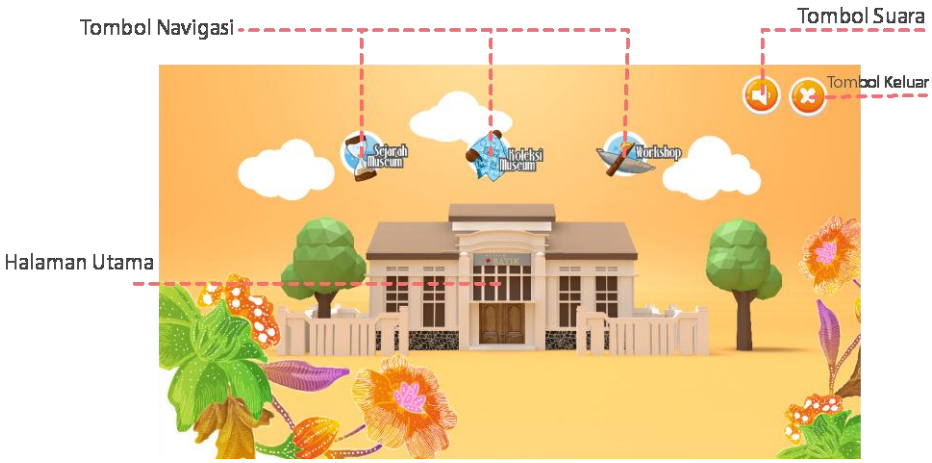
Format desain yang akan di pakai adalah menggunakan format landscape dan menggunakan bidang yang berukuran lebar 1280 pixel x tinggi 720 pixel, dan resolusi akan menggunakan 72 pixel/ inch.

III.2.2 Tata Letak

Tata letak (*layout*) adalah merupakan proses penataan, dan pengaturan teks atau grafik pada halaman *layout* meliputi penyusunan, pembagian, tempat dalam suatu halaman, pengaturan jarak spasi, pengelompokan teks dan grafik. Sesuai data yang akan banyak di gunakan. Maka, Penggunaan tata letak pada media interaktif ini menggunakan konsep dan penelitian yang dilakukan oleh dr. Mario R. Garcia dan

Pegie Stark yang mengatakan bahwa didaerah yang menggunakan bahasa latin umumnya manusia membaca dari sebelah kiri ke sebelah kanan, serta dari atas ke bawah. Selain itu gerak mata juga dipengaruhi oleh pembeda dalam suatu tata letak misalnya warna, ukuran, style.

Pola pembacaan lain misalnya membaca mengikuti pola seperti huruf Z, T, L, I, dan C. Maka tata letak yang akan digunakan dalam perancangan multimedia interaktif ini ialah pola huruf Z dan L karena setiap halaman yang ada pada media, akan diisi oleh gambar visual dan teks yang saling berhubungan.



Gambar III.2 Tampilan tata *layout*

III.2.3 Tipografi

Tipografi adalah seni huruf, meliputi pemilihan huruf, penentuan ukuran yang tepat, spasi jarak. Di perancangan media informasi interaktif ini akan menggunakan jenis huruf *Familian Elder* yang bersifat tidak terlalu serius, bermain dan ada beberapa unsur yang memiliki kemiripan dengan batik sehingga tepat apabila dimunculkan pada media interaktif untuk pelajar sekolah dasar yang memiliki kemiripan sifat.

Jenis huruf *Familian Elder* :



Gambar III.3 Jenis Huruf *Familian Elder*

Dan pada isi teks akan tetap menggunakan jenis font *Familian Elder,* karena jenis huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang cukup jelas sehingga mempermudah audiens memperoleh informasi yang akan disampaikan.

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan di multimedia interaktif *offline* ini, akan menggunakan gambar-gambar dengan gaya ilustrasi kartun yang berhubungan dengan Museum Batik Pekalongan seperti beberapa motif batik dan alat-alat membatik yang terdapat di Museum Batik Pekalongan.

- **Studi ikon**

  Di dalam laman utama, terdapat potongan gambar alat-alat membatik dan elemen batik. yang diharapkan dapat menarik perhatian dari target audien dengan tidak meninggalkan kesan Batik itu sendiri.




Gambar III.4 Jam pasir




Gambar III.5 *Display* batik



Gambar III.6 Alat membatik



Gambar III.7 Tampilan ikon

- **Studi karakter**

  Karakter yang digunakan dalam media interaktif ini adalah seorang pembatik pria. Karakter pria dipilih karena pembatik asal kota pekalongan lebih banyak pembatik pria dewasa dibandingkan wanita. Karakter ini digunakan sebagai penunjang visual dalam proses membatik.



Gambar III.8 Karakter pembatik

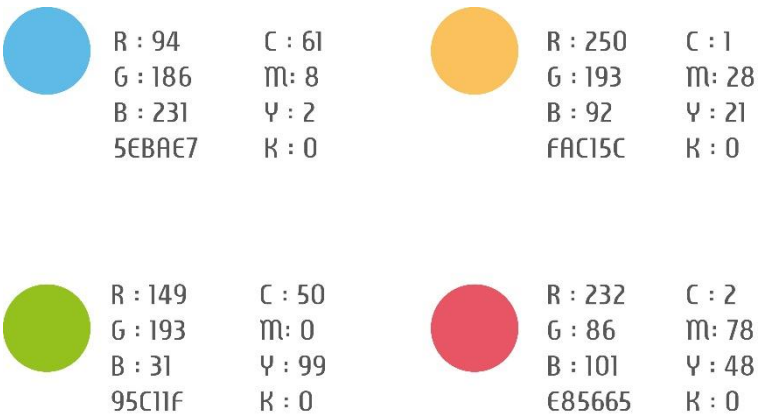
- **Studi properti**



Gambar III.9 Gedung Museum Batik Pekalongan

III.2.5 Warna

Warna yang akan digunakan di fokuskan ke perpaduan warna warna cerah. Mode warna dalam perancangan ini akan menggunakan mode warna RGB. RGB adalah warna utuk tampilan layar yang lebih baik, karena RGB merupakan suatu kumpulan warna cahaya yang berupa pixel.



Gambar III.10 Warna yang digunakan

Warna mempunyai arti emosi yang melekat, yang bisa ditimbulkan dengan memperlihatkan keserasian warna dengan cara yang benar. Seperti warna yang akan di pakai di multimedia ini diantaranya yaitu :

- **Biru**

  Biru memberikan rasa kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, keteraturan, damai, menyejukkan, spiritualitas, kontemplasi, misteri, dan kesabaran.

- **Hijau**

  Kesan alami, sehat, keberuntungan, pembaharuan, pertumbuhan, kesuburan, harmoni, optimisme, kebebasan, dan keseimbangan.

- **Jingga**

  Warna jingga menunjukan kesan energi, kehangantan, kesegaran. Menekankan sebuah produk yang tidak mahal. warna ini paling banyak di pakai untuk menarik perhatian orang.

- **Merah**

  Merah merupakan simbol dari energi, gairah, *action*, kekuatan dan kegembiraan.