BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari beberapa pemecahan masalah dari objek monumen tempat lahir Jenderal Soedirman mengenai kurangnya promosi dan informasi tentang keberadaan monumen tempat lahir Jenderal Soedirman dan penurunan jumlah pengunjung setiap tahunnya. Sebagai pemecahan masalah tersebut penulis merancang suatu media berbasis *website* yang menampilkan data-data yang valid mengenai monumen tempat lahir Jenderal Soedirman, juga menampilkan sebuah gambar foto yang disertai dengan penjelasannya untuk memudahkan target audiens mengetahui objek monumen tempat lahir Jenderal Soedirman yang berada di kabupaten Purbalingga yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat di Kabupaten Purbalingga dan wisatawan.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan/Strategi komunikasi yang akan dilakukan yaitu dengan membuat target sasaran melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media promosi dan informasi dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat, data-data yang valid dan juga visual yang moderen, agar dapat dimengerti oleh target sasaran, dan yang paling penting adalah menyebarkan media promosi pada tempat yang tepat.

III.1.1.1 Komunikasi Visual

Perancangan media ini menggunakan gaya modern karena jaman sekarang masyarakat suka dengan gaya-gaya yang moderen agar tidak jenuh dan bosan untuk melihatnya. Tampilan gaya modern pada media *website* Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman mengutamakan tampilan tata letak yang sederhana, dalam artian bahwa media ini memiliki sistem navigasi yang tidak terlalu rumit sehingga pesan yang akan disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat dan wisatawan.

III.1.1.2 Komunikasi Verbal

Berdasarkan penentuan target audiens yang telah dibuat, dilihat dari geografi yaitu masyarakat Kabupaten Purbalingga, wisatawan luar kota dan mancanegara yang berdekatan dengan Indonesia. Dengan demikian bahasa yang digunakan dalam menyampaikan informasi pada *website* monumen tempat lahir Jenderal Soedirman memakai dua bahasa, yaitu Indonesia dan Inggris.

III.1.2 Strategi Kreatif

Membuat sebuah media promosi dan informasi berbasis *website* monumen tempat lahir Jenderal Soedirman agar para masyarakat, wisatawan dari luar kota ataupun wisatawan mancanegara mudah untuk mengetahuinya. Dengan pemasangan media *website* maka akan mudah diketahui oleh banyak masyarakat dan wisatawan, karena jaman sekarang banyak orang yang sudah menggunakan internet.

III.1.3 Strategi Media

Setelah merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif hal selanjutnya yang harus dilakukan adalah merancang strategi media. Dalam hal ini pemilihan media diharapkan dapat menjadi sebuah solusi untuk dapat memecahkan permasalahan dan menyampaikan pesan kepada target secara informasi dan persuasif, sehingga dalam penggunaan media yang akan dipilih pesan yang akan disampaikan dapat tersampaikan dan diterima dengan mudah. Pengaplikasian media harus dilakukan secara konsisten serta sistematis agar ketepatan dan kesesuaian dalam media ini tetap konsisten.

III.1.3.1 Media Utama

Media utama yang digunakan adalah media promosi dan informasi berupa *website*. Media *website* merupakan media yang lebih efisien dan menarik untuk dijadikan media promosi untuk saat ini. Dengan memberikan konten-konten didalamnya berupa waktu kunjungan dan harga tiket masuk, alamat atau akses menuju monumen, sejarah yang menjelaskan biografi singkat Jenderal Soedirman dan sejarah singkat terbentuknya monumen tempat lahir Jenderal Soedirman. Dan

menambahkan konten foto-foto yang ada di monumen tempat lahir Jenderal Soedirman. Harapannya dengan memberikan informasi dalam bentuk *website*, masyarakat dan wisatawan dapat mengetahui adanya monumen tempat lahir Jenderal Soedirman dan dapat menaikan jumlah pengunjung.

- Konten

Dalam pembuatan *website*, konten yang terdapat di *website* monumen tempat lahir Jenderal Soedirman terdapat lima halaman yang terdri dari :

1. Halaman 1 (Beranda*/Home*)

   Didalamnya merupakan bagian awal dari *website*, *icon* menu konten, beberapa aksen seperti identitas.
2. Halaman 2 (Kunjungan/*Visit*)

   Halaman ini menginformasikan tentang artikel, waktu kunjungan, layanan monumen, tiket masuk, biografi jenderal soedirman dan sejarah monumen jenderal soedirman.
3. Halaman 3 (Galeri/*Gallery*)

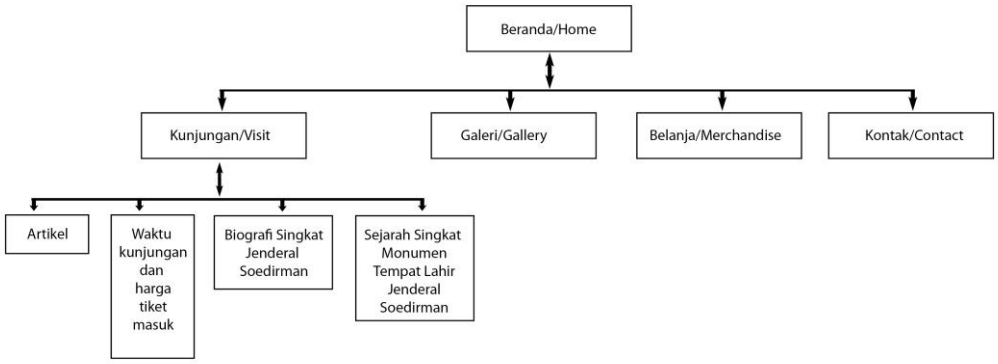
   Konten ini menginformasikan galeri beberapa foto yang ada di monumen tempat lahir Jenderal Soedirman dengan penjelasannya.
4. Halaman 4 (Belanja/*Merchandise*)

   Dihalaman ini menginformasikan beberapa *Merchandise* seperti, pin, kaos, mug, buku, stiker dan lain-lain untuk diperjual belikan kepada pengunjung wisatawan.
5. Halaman 5 (Informasi Kontak/*Contact*)

   Dihalaman lima ini merupakan halaman yang menginformasikan kontak seperti nomor telpon, alamat *website*, media sosial, dan pesan yang bisa dikirm langsung ke *email* monumen tempat lahir Jenderal Soedirman.

- Sistem Navigasi

Navigasi *website* adalah bagian dari situs *website* yang berguna untuk memandu pengunjung menjelajahi isi *website* dan mengantarkan pengunjung pada isi yang ingin dicari (Pupung Budi Purnama, 2004). Dalam *website* monumen tempat lahir Jenderal Soedirman, terdapat lima konten, pilihan Bahasa, beranda, kunjungan, koleksi, belanja, dan kontak. Navigasi yang dibuat memiliki fungsi yang bisa menuju kemana saja, artinya di semua halaman terdapat semua tombol konten. Sistem ini akan mempermudah bagi audien dalam menjelajahi konten-konten yang lainnya.



Gambar III.1. Sistem Navigasi *website* Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman
Sumber: Pribadi, tanggal 29 April 2014

III.1.3.2 Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama agar penyampaian dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung dan sebagai media pelengkap yang berfungsi sebagai pengingat.

Media pendukung yang digunakan adalah :

- Media Poster.

  Poster dipandang sebagai media efektif karena dapat di tempel dimana saja dan poster lebih bisa menjangkau target sasaran lebih banyak sehingga pesan dapat tersampaikan. Media poster ini media gambar yang berisikan gambar foto monumen juga kata-kata ajakan dan alamat *website* untuk menarik perhatian orang yang melihat dan membacanya.
- Brosur.

  Media pendukung brosur ini dibuat agar *target audience* dapat melihat langsung penjelasan tentang monumen tempat lahir Jenderal Soedirman dan lokasi monumen, juga disertakan alamat *website* dari media utama tersebut. Brosur dipilih karena penyebaran brosur mudah dan praktis. Dalam segi ukuran, brosur adalah media promosi yang cukup kecil namun mampu memuat informasi-informasi yang ingin disampaikan.
- Spanduk

  Media Spanduk ini berisikan foto beberapa bangunan di monumen, alamat website dan terdapat kata-kata agar menarik orang yang melihatnya.
- Media Sosial Twitter

  Media sosial ini berisikan informasi mengenai monumen tempat lahir jenderal soedirman, media sosial dipilih karena pemberitahuan melalui jejaring sosial sangat efektif untuk sekarang ini.
- Media Sosial Facebook

  Media sosial ini berisikan informasi mengenai monumen tempat lahir jenderal soedirman, media sosial dipilih karena pemberitahuan melalui jejaring sosial sangat efektif untuk sekarang ini.

III.1.3.3 *Gimmick* (*merchandise*)

Gimmick menurut kamus bahasa Inggris adalah tipu muslihat atau alat, tetapi menurut kamus istilah periklanan Indonesia *Gimmick* adalah usaha untuk menarik perhatian khalayak melalui objek atau cara yang dianggap sebagai hal baru dan luar biasa sehingga menimbulkan minat untuk membeli produk tersebut. Selain

itu, *Gimmick* juga dibuat atas dasar sebagai media pengingat setelah menggunakan media utama.

Adapun *Gimmick/merchandise* yang diperjulbelikan adalah:

- Pin

  Pin dapat digunakan sebagai bagian dari aksesoris untuk tas, sehingga diharapkan dapat menjadi media yang efisien.

- Stiker

  Media pendukung stiker ini dibuat agar *target audience* dapat mengingat, media stiker ini terdapat gambar logo monumen tempat lahir Jenderal Soedirman dan tokoh pahlawan Jenderal Soedirman.

- Kaos

  Kaos dalam penyampaian informasinya dapat mencakup banyak target sasaran karena dapat dilihat oleh masyarakat luas. Karena kaos dapat digunakan sehari-hari oleh target audiens sehingga jangka waktu penyampaian pesan dapat bertahan secara lama.

- Mug

  Gelas/mug karena dalam penyampaian informasinya media tersebut bisa langsung disampaikan pada sasaran karena dapat dipakai sehari-hari oleh audien. Gelas/mug akan selalu dipakai, terutama masyarakat atau wisatawan yang menyenangi minuman kopi, susu, teh dan lain-lain.

- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci dapat digunakan sebagai bagian dari aksesoris untuk tas, kunci dll sehingga diharapkan dapat menjadi media yang efisien.

- Buku/*Notebook*.

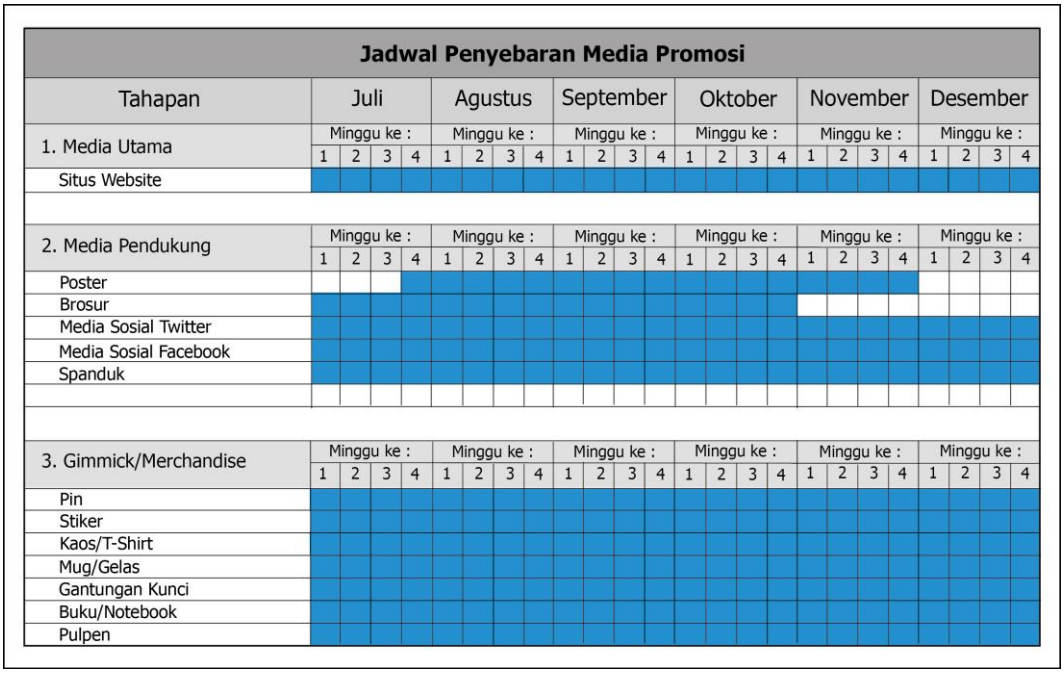
  Buku/*Notebook* dapat digunakan sebagai bagian dari alat tulis dan lain-lain sehingga diharapkan dapat menjadi media yang efisien.

- Pulpen

  Pulpen dapat digunakan sebagai bagian dari alat tulis sehingga diharapkan dapat menjadi salah satu media yang efisien.

III.1.3.4 Jadwal Penyebaran Media

Tabel III.1 Jadwal Penyebaran Media



Jadwal Penyebaran Media Promosi																								
Tahapan	Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember			
1. Media Utama	Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Situs Website																								
2. Media Pendukung	Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Poster																								
Brosur																								
Media Sosial Twitter																								
Media Sosial Facebook																								
Spanduk																								
3. Gimmick/Merchandise	Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :				Minggu ke :			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pin																								
Stiker																								
Kaos/T-Shirt																								
Mug/Gelas																								
Gantungan Kunci																								
Buku/Notebook																								
Pulpen																								

Diharapkan dengan media-media tersebut promosi Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman dalam penyampaian promosi dan informasinya bisa dengan mudah sampai kepada target sasaran. Karena media-media ini bisa dijangkau oleh target sasaran yang dituju dan penempatan media yang strategis sehingga dapat ditemukan dengan mudah.

Dalam penyebaran media-media yang telah disebutkan diatas, akan melibatkan pihak-pihak yang dapat dengan mudah membantu penyebaran media promosi ini. Seperti dinas pariwisata dan kebudayaan serta departemen pendidikan nasional terkait.

III.1.4 Strategi Distribusi

Supaya kegiatan kampanye dapat berjalan dengan efektif, maka harus diadakan sebuah sistem distribusi media-media promosi secara sistematis. Promosi ini sendiri akan diselenggarakan selama 6 bulan, dengan masing-masing tahapan promosi. Waktu penyelenggaraan promosi ini akan digelar mulai dari bulan Juli sampai dengan bulan Desember.

Adapun jalur-jalur distribusi adalah:

- Poster

  Alun-Alun di wilayah Kabupaten Purbalingga
- Spanduk

  Alun-alun dan jalan-jalan raya di wilayah Purbalingga dan jalanan yang umum dilalui wisatawan
- Brosur

  Alun-alun dan jalan raya yang banyak masyarakat dan dilalui wisatawan.
- *Gimmick/Merchandise*

  Diperjual belikan pada saat masyarakat atau wisatawan yang datang berkunjung.

III.2 Konsep Visual

Tema pada perancangan media promosi ini memperlihatkan tampilan *website* monumen tempat lahir Jenderal Soedirman dengan gambar foto-foto, sejarah monumen, biografi Jenderal Soedirman. Keselarasan format desain, tata letak, huruf, ilustrasi dan pemilihan warna yang sesuai dengan konsep *website* agar terkesan realistis. Konsep dalam perancangan media ini menggunakan tampilan kreatif dengan mengutamakan tampilan tata letak, media *website* ini memiliki sistem navigasi yang tidak terlalu rumit sehingga tampilan yang akan disampaikan dapat dengan mudah diketahui dan dipahami.

III.2.1 Identitas Visual

Identitas visual Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman ini berupa logo.



Gambar III.2 Identitas Monumen

Sumber: Data Pribadi, 9 Juli 2014

III.2.2 Format Desain

Format desain yang digunakan adalah *landscape* dan *portrait*. Untuk format tersebut disesuaikan dengan media-media yang dipilih dan sesuai untuk digunakan. Terutama dalam media utama desain konsisten dengan format *landscape.* Dan untuk format *portrait* digunakan dalam pembuatan media pendukung seperti poster dan lain-lain.

III.2.3 Tata Letak (*layout*)

Tata Letak yang digunakan dalam penataan visual dari *website* Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman untuk memberikan kesan formal pada media promosi yang akan dibuat maka warna juga mempengaruhi pendekatan dengan *website*, yang diharapkan dapat mengkomunikasikan konsep yang dimiliki oleh *website* Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman yang dapat menarik perhatian target sasaran yang telah ditentukan. Di bawah ini tampilan tata letak *website.*



Gambar III.3 Tata letak (*Lay Out*) *Website* Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman

Sumber: Pribadi, tanggal 29 April 2014

III.2.4 Tipografi

Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan, selain itu bentuk huruf juga harus menggambarkan karakter dari isi pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, huruf yang dipilih dimaksudkan untuk memaksimalkan keterbacaan serta kerapihan.

Beberapa jenis huruf yang digunakan :

Cuprum
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
. , : ; " ? / > < ( ) _ - + = * & ^ % $ # @ ! { } [ ]

Source Sans Pro
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
. , : ; ” ? / > < ( ) _ - + = * & ^ % $ # @ ! { } [ ]

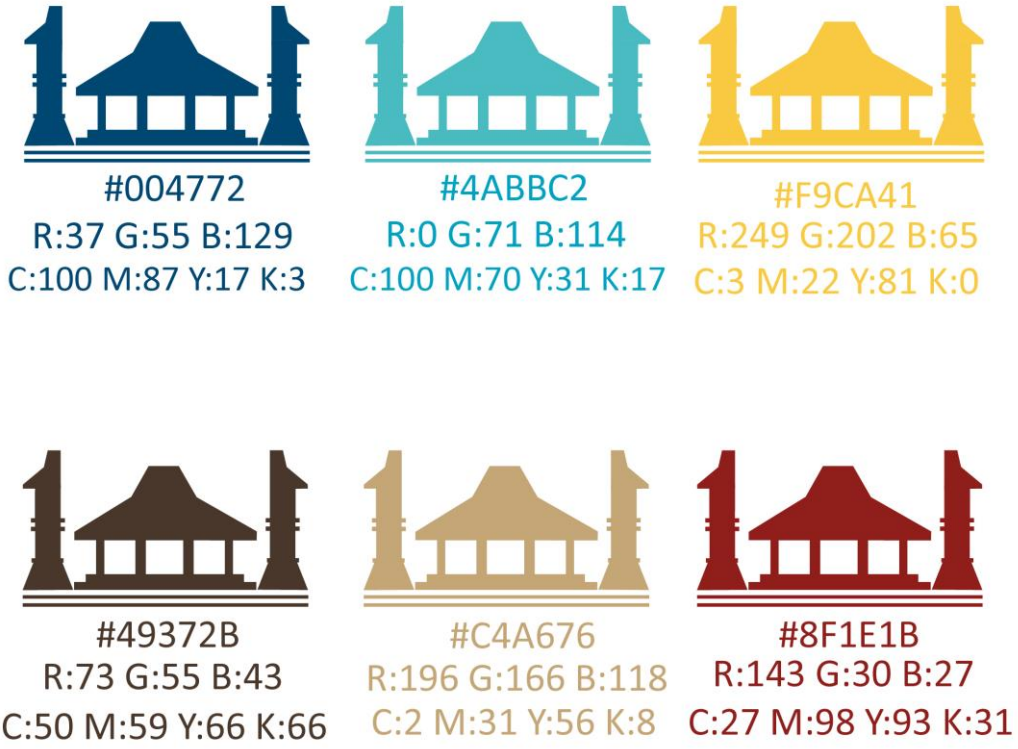
Jawa Palsu
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
. , : ; ″ ? / > < ( ) _ - ÷ = * & ^ % $ # @ ! { } [ ]

III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan media promosi ini adalah studi ilustrasi *website* yang melihat dari berbagai referensi *website* lainya, agar media *website* yang dibuat terlihat menarik dan orang yang melihatnya tidak cepat bosan. Media *website* yang dibuat dengan menampilkan warna yang sesuai, teknik ilustrasi ini menggunakan teknik fotografi agar hasil foto yang diambil menimbulkan kesan realistisnya sesuai dan juga menjelaskan berbagai penjelasan tentang Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman.

III.2.6 Warna

Warna merupakan salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan. pemilihan warna dalam konsep ini berdasarkan pendekatan *website* Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman. Kesan yang ingin disampaikan dan kepada siapa pesan ini ditujukan, adapun warna-warna yang di gunakan dalam pembuatam media *website* ini adalah :



Gambar III.4 Skema Warna *Website* Monumen Tempat Lahir Jenderal Soedirman

Sumber: Pribadi, tanggal 05 Mei 2014

Konsep dari pemilihan warna pada *website* menggunakan warna-warna RGB agar terlihat lebih cerah dan tajam, *website* tersebut menggunakan warna dengan warna biru tua, biru muda, dan kuning. Sedangkan untuk penggunaan warna medi pendukung menggunakan warna coklat tua, coklat muda, dan merah.