BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Konsep perancangan sesungguhnya, bisa juga disebut "perencanaan" atau planning (Sanyoto, 2005 : 61). Konsep merupakan dasar untuk menterjemahkan ide kedalam bentuk karya.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan Visual

Adapun pertimbangan-pertimbangan untuk pemilihan gagasan visual yaitu:

- Pemilihan gambar / foto untuk media tersebut akan didominasi oleh foto petarung dan objek tindak kriminal atau kekerasan.
- Warna-warna yang digunakan pada media visual tersebut adalah warna kontras dengan kesan berani, tegas, kuat, dan solid.
- Tipografi untuk headline/ tagline akan berkesan kuat, tegas, dan keras. Bodytext akan menggunakan font formal sejenis arial dan helvetica.
- Layout akan menggunakan jenis landscape untuk website dan brosur, sedangkan jenis potrait untuk poster, *x'banner* dan stiker agar penempatan gambar dan text lebih maksimal.

Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal akan menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dibaca dan jelas keterbacaannya, sederhana dan singkat sehingga dapat mudah dipahami oleh target audience, sedangkan bahasa Inggris akan digunakan pada *Tagline*, konten kelebihan, dan manfaat, agar istilah-istilah yang terdapat pada pesan menjadi lebih ringkas. Pesan tersebut berisikan informasi-informasi mengenai Gym KBI. Pendekatannya bersifat membujuk secara tidak langsung lewat objek jenis-jenis tindak kekerasan dan tulisan *"we're fight against violence & abuse"*.

Tujuan Komunikasi

memberikan suatu informasi yang mendetail tentang Gym KBI dan program KBI tentang "Anti Tindak kekerasan" yang dapat mencegah / meminimalisir kemungkinan seseorang menjadi korban dari tindak kekerasan. Dengan ini diharapkan masyarakat mengetahui keberadaan Gym KBI sekaligus tertarik untuk bergabung.

Pesan Utama

Materi pesan yang akan disampaikan oleh perancang yaitu :

- Menyampaikan informasi terkait Gym KBI seperti program latihan, prestasi, kelebihan, manfaat latihan, dan sebagainya, sekaligus menampilkan program KBI tentang Anti Tindak Kekerasan.
- Menggugah kesadaran masyarakat untuk berlatih beladiri *kickboxing* agar tidak menjadi korban *bullying*, tindak kriminal dan kekerasan.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan diterapkan oleh perancang yaitu, seluruh pesan dalam media-media tersebut akan bersifat informatif sekaligus menarik berisi informasi mendetail tentang Gym KBI. Konsep yang digunakan yaitu bertema *retro* dan *boxy*(kotak) yang diambil dari kata *kickboxing* dan karakter font pada judul film *kickboxing,* nantinya konsep ini akan diterapkan pada *layout website* dan brosur, Sedangkan untuk poster dan *x'banner* menggunakan konsep *sign system* dimana objek yang ditampilkan berupa ikon agar dapat lebih mudah dipahami sekaligus menarik target audience. Ilustrasi yang ditampilkan berupa objek serta aktifitas di Gym KBI dan beberapa ikon gambar tindak kriminal atau kekerasan. Ide kreatif untuk penyebarannya yaitu lewat diadakannya stand promo/Booth di beberapa SMP/SMA/Universitas dimana semua rancangan media visual(khususnya brosur) akan disebarkan.

III.1.3 Strategi Media

Strategi adalah siasat atau kebijakan/ langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Strategi media dibentuk untuk target sasaran*(audience)* dengan panduan media, yang terdiri dari pilihan media dan jadwal media, yang disusun dengan memperhitungkan kebiasaan target (audience) masing-masing pangsa pasar dalam penggunaan media. *Target audience* inilah yang menentukan saluran media mana yang paling efektif dan efisien. Efektif artinya cocok untuk mengiklankan produk yang dirancang, dan efisien artinya yang terjangkau(Sanyoto, 2006:66-67).

Media Utama

a. *Website* (www.kickboxing-indonesia.com)

Media utama yang akan digunakan sebagai media informasi adalah media *Website. Website* adalah media yang pada umumnya digunakan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk membuktikan eksistensi dan solidnya perusahaan tersebut, media ini dapat menampilkan berbagai macam jenis informasi dalam bentuk gambar, teks, suara dan video. Dengan media ini semua informasi mengenai Gym Kickboxing Indonesia dapat dengan mudah diketahui oleh *target audience* sekaligus dapat disebarkan lewat jejaring sosial secara efisien dan efektif.

Media Pendukung

Media pendukung adalah media alternatif untuk mendampingi media utama, tujuannya agar pengaplikasian media utama lebih efektif. Media pendukung yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Brosur

Brosur adalah salah satu media informasi dan promosi yang cukup efektif, brosur yang digunakan adalah brosur jenis *3 fold* dimana brosur 6 halaman ini dapat memuat banyak informasi berupa teks dan gambar terkait Gym KBI. Pengaplikasiannya yaitu dengan disebarkan ketika diadakannya stand promo dengan tujuan agar masyarakat mengetahui keberadaan Gym KBI dan tertarik bergabung sekaligus mencari informasi lebih lanjut lewat website KBI yang tertera dibelakang brosur.

b. Poster

Poster adalah salah satu media informasi dan promosi yang pada pengaplikasiannya dengan cara ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Rancangan media poster ini lebih difokuskan untuk menggugah kesadaran masyarakat agar tertarik berlatih ilmu beladiri kickboxing supaya tidak menjadi korban tindak kekerasan. Nantinya media ini akan ditempel pada dinding-dinding bangunan sekitar sekolah, universitas dan tempat keramaian lainnya yang sesuai dengan *target audience*.

c. *X-Banner*

X Banner adalah salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi penyangga berbentuk "X" sehingga banner dapat berdiri sendiri. Pengaplikasiannya yaitu pada saat diadakannya *stand promo/ booth*, dengan adanya X-banner ini maka target audience dapat tertarik mendatangi booth dan mengerti ringkasan informasi mengenai Gym KBI.

d. Stiker

Stiker adalah salah satu media promosi/ informasi/ *reminder*(pengingat). Dalam kegiatan promosi, bentuk dan gambar stiker yang menarik dapat meningkatkan image suatu *brand* atau perusahaan sehingga dapat membuat masyarakat tertarik pada *brand* atau perusahaan tersebut.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi Distribusi adalah strategi dimana media informasi yang didesain akan disebarkan kepada target audience. Seluruh media-media yang telah dibuat tersebut akan disebarkan lewat *stand promo/ Booth*. Adapun jadwal pendistribusiannya seperti dibawah ini :

Media / Bulan	Juni 2014	Agustus 2014	Oktober 2014	Desember 2014	Februari 2015	April 2015
MEDIA UTAMA						
Website	✓	X	X	X	X	X
MEDIA PENDUKUNG						
Poster	✓	✓	✓	✓	✓	✓
X-Banner	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Stiker	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Brosur	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Lokasi	SMUN 9 Bandung	ASMTB Taruna Bakti	SMP Angkasa II	ITHB	SMA BPI	SMPN 22

Tabel III.1 Jadwal Distribusi Media

Jadwal penyebaran media dilakukan dua bulan sekali selama satu tahun. Penyebaran dilaksanakan pada awal bulan Juni 2014 dan berakhir pada bulan April 2015, kemudian akan ditinjau atau diulang bila diperlukan. Penyebaran dilakukan lewat diadakannya stand promo/ booth di beberapa lokasi dimana semua media utama dan pendukung yang telah dibuat akan disebarkan/ digunakan.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual dalam media informasi ini menampilkan visual karakter objek-objek yang terdapat di Gym KBI dan menampilkan visual tindak kekerasan, teknik yang digunakan yaitu tracing dan fotografi yang diolah lewat perangkat komputer menggunakan *software* desain grafis, Dengan dengan demikian informasi visual dapat mudah dimengerti dan menarik perhatian target sasaran.

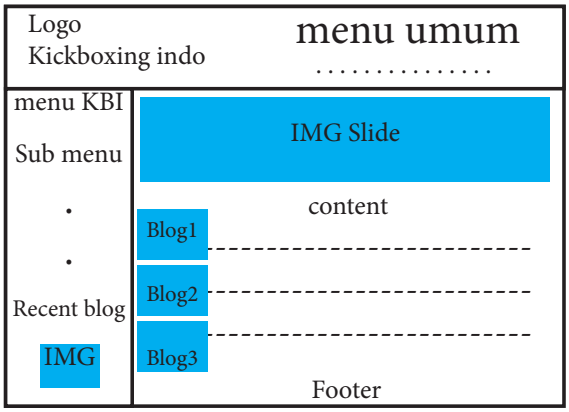
III.2.1. Format Desain

Berikut ini adalah format ukuran media-media desain komunikasi visual yang akan dibuat :

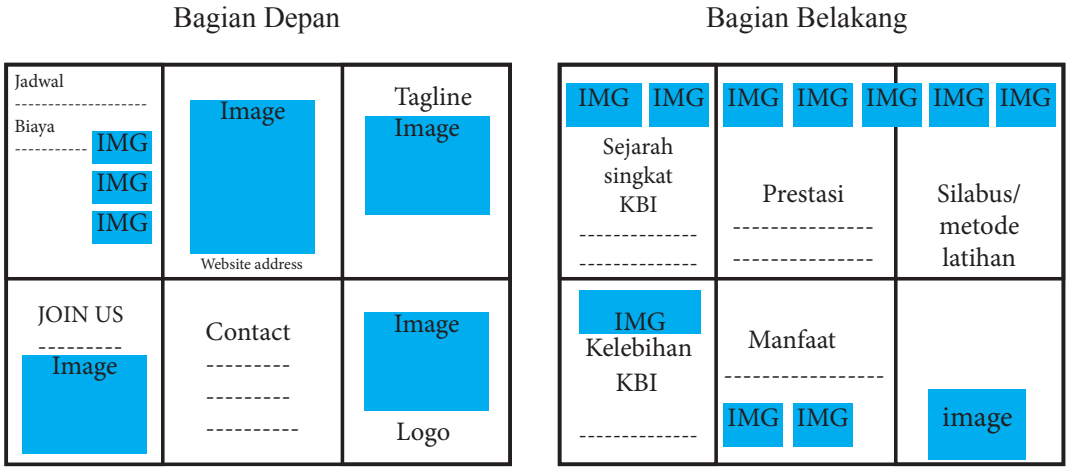
- Format desain Website adalah berukuran 1024px x 768px
- Format desain Brosur adalah berukuran 17cm x 24cm
- Format desain Poster adalah berukuran A2 (42cm x 59,4cm)
- Format desain X-Banner adalah berukuran 160cm x 60cm
- Format desain Stiker adalah berukuran 4cm x 4cm, 10cm x 10cm, 50cm x 50cm

III.2.2 Tata Letak (Layout)

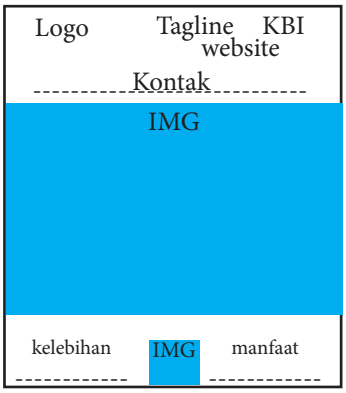
Tata letak yang digunakan pada setiap media informasi yaitu landscape untuk Website dan Brosur, sedangkan Potrait untuk X-banner, poster dan stiker. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif sehingga memudahkan pembaca untuk menerima informasi yang disajikan. Teknik yang diterapkan pada layout ini menggunakan teknik overlay, pengaturan opacity dan displacement.



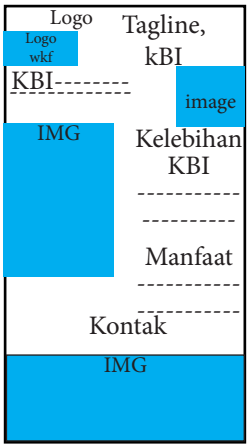
Gambar III.1 Layout Website



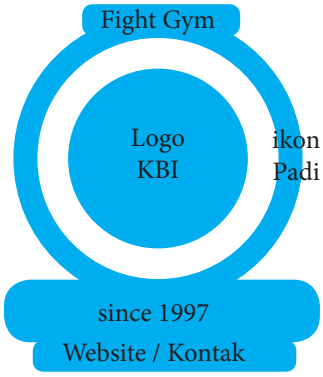
Gambar III.2 Layout Brosur 3 fold



Gambar III.3 Layout Poster



Gambar III.5 Layout *X-Banner*



Gambar III.6 Layout Stiker

III.2.3 Tipografi

Tipografi untuk headline/ tagline akan berkesan kesan kuat, tegas, dan keras seperti *font Machine BT, Loserboi Allstar, Anthology* dan *Top Secret*. Bodytext akan menggunakan font formal sejenis Arial dan Abadi MT *condensed Light*.

a. Judul/ *Headline*/ *Tagline*

Font ini memiliki kesan visual yang kuat, tegas dan solid. *font* yang digunakan adalah *Machine BT, Loserboi Allstar, Anthology* dan *Top Secret*.

KICKBOXING

(Machine BT)

KICKBOXING

(Stencil)

KICKBOXING

(Swis721 BlkEx BT)

KICKBOXING

(Top secret)

Gambar III.7 Font untuk Judul/ Headline dan Tagline

b. *Body Text*

Tipografi yang digunakan untuk bodytext yaitu bergaya kasual/ formal. *Bodytext* akan menggunakan *font* formal Arial dan Abadi MT *condensed Light*.

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.~!@#$%^&*()_+":?
(Arial)

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.~!@#$%^&*()_+":?
(Abadi MT condensed Light)

Gambar III.8 *Font* untuk *Body text*

III.2.4 Foto

Berikut ini adalah beberapa foto yang akan diolah lewat komputer dan digunakan sebagai media informasi Gym Kickboxing Indonesia :



Gambar III.9 *Kick*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2014)



Gambar III.10 *Body*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2014)



Gambar III.11 *Muay Boran*
Sumber : http://www.ericnotes.blogspot.com(2011)



Gambar III.12 *Strike pose*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2014)



Gambar III.13 *Kickboxing Indonesia back*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2014)



Gambar III.14 Member KBI
Sumber : Dokumentasi KBI (2012)



Gambar III.15 Pelantikan angkatan I KBI
Sumber : Dokumentasi KBI (1998)



Gambar III.16 Atlit Indonesia dari KBI
Sumber : Dokumentasi KBI (2012)



Gambar III.17 *Sparing Partner*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2014)



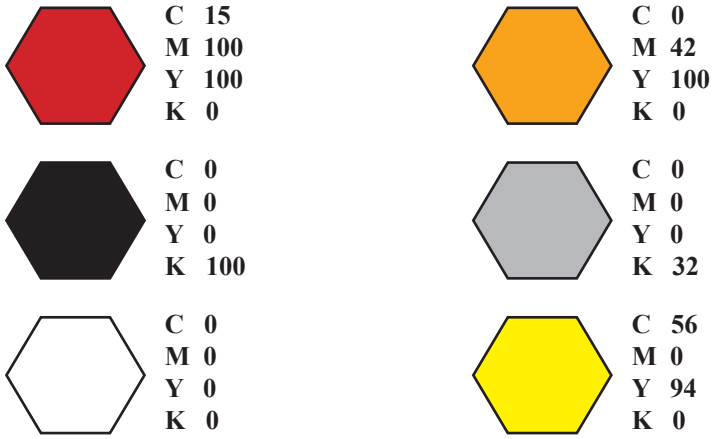
Gambar III.18 *Side Kick*
Sumber :Doumentasi Pribadi (2014)



Gambar III.17 Anggota KBI 2014
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2014)

III.2.5 Warna

Warna yang digunakan pada media-media ini disesuaikan dengan kombinasi karakter warna / teori warna yang menonjolkan kesan kuat, *retro*, solid, berani dan tegas seperti warna komplementer dan *clash*. Mode warna yang digunakan adalah warna CMYK.



Gambar III.20 Warna yang akan digunakan pada media

III.2.6 Sistem Navigasi Website (www.kickboxing-indonesia.com)

Hal yang harus dilakukan sebelum mulai membuat sebuah web tentunya adalah pembuatan konsep dari website itu sendiri. Konsep tersebut akan memuat navigasi dasar dalam bentuk "*tree view*"(bercabang dan beranting) dari mulai konten yang bersifat umum hingga konten yang bersifat mendetail.

Pada bagian menu utama dan menu umum panel dibuat lebih menonjol atau *eye-catching* agar mudah dikenali, hal ini pun telah disesuaikan dengan konsep *web* yang akan dibuat. *Links* dibuat berbeda saat di *hover*/diklik agar pengunjung merasakan perubahan yang terjadi, dan menginformasikan bahwa *links* tersebut dapat di klik dan menuntun pengunjung ke halaman lain. Kata-kata yang mewakili isi konten yang terdapat pada panel menu akan menggunakan petunjuk yang jelas dan singkat seperti pada menu Galeri, Forum, Alamat, Agenda & Berita, Jadwal Latihan, dan sebagainya.

Layout dan penempatan menu telah disesuaikan dengan konsep yang sudah ditentukan yaitu *Retro Boxy* dimana layout berbentuk kotak-kotak dengan gaya visual *Retro*.

Berikut ini adalah tampilan navigasi dari situs yang akan dibuat:



Tabel III.2 Sistem navigasi website