BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi perancangan

Strategi perancangan yang dilakukan dengan cara mensosialisasikan olahraga *airsoftgun* kepada masyarakat kota bandung khususnya. Yakni dengan membuat rancangan sosialisasi yang akan diaplikasikan kedalam media brosur, *x-banner*, poster, spanduk, baju, stiker, mug dll. Agar masyarakat mengetahui apa perbedaan *airsoftgun* dengan senjata api dan mereka tau cara memperlakukan *airsoftgun* itu sendiri.

Adapun pemilihan *target audience* di pertimbangkan dari segi Demografis, Psikografis, dan Geografis adalah sebagi berikut :

a. Demografis

   Secara demografis yang masih produktif dengan sepesifikasi sebagi berikut :

   - Usia : 18 Tahun keatas (usia ini sudah memiliki kedewasaan berfikir dan memiliki rasa tanggung jawab) Menurut aturan AD/ART PORGASI.
   - Status sosial : Menengah sampai menengah atas
   - Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan

b. Psikografis

   Secara Psikografis dapat disimpulkan dengan spesifikasi sebagi berikut :

   - Orang dewasa yang menyukai olah raga yang beradrenalin tinggi.
   - Menyukain hal-hal yang bersangkutan dengan ke militeran.
   - Mempunyai jiwa kepemimpinan dan kerjasama yang baik.
   - Sportifitas individu yang diutamakan.

c. Geografis

Dari segi geografis dapat dispesifikasikan sebagi berikut :

- Bandung

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan Visual

Adapun pertimbangan untuk pemilihan gagasan visual, yaitu:

- Pemilihan gambar/foto untuk media sosialisasi akan menggunakan foto para pemain *airsoftgun* dengan berpakaian lengkap.
- Warna yang digunakan pada media sosialisasi adalah warna-warna yang memiliki kesan berani, tegas, berwibawa dan jujur.
- Tipografi untuk headline/tagline akan berkesan kuat ,rapih, elegan dan moderen. *Bodytext* akan menggunakan *font* Serifa Th BT yang memiliki karakter rapih dan elegan.
- Layout akan mengunakan konsep landscape agar penempatan gambar dan text bisa lebih maksimal.

Pendekatan Verbal

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam strategi perancangan media mengenai sosialisasi *airsoftgun* yaitu dengan cara melakukan pendekatan komunikasi verbal dan membuat *event airsoftgun* atau dengan cara bersosialisasi di acara *car free day*. Agar pesan yang akan disampaikan kemasyarakat itu tercapai.

Pendekatan verbal akan menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dibaca, sederhana dan singkat sehingga dapat mudah dipahami oleh target *audience*, khusus untuk *tagline* menggunakan bahasa Inggris yang memiliki arti yang sangat baik.

Tujuan Komunikasi

Memberikan suatu informasi yang menarik dan mendetail tentang permainan *airsoftgun* kepada masyarakat kota Bandung khususnya,

dengan harapan masyarakat mengetahui dan paham apa itu permainan *airsoftgun*.

Pesan Utama

Pesan utama yang akan disampaikan, yaitu:

- Pengertian *Airsoftgun*
- Prosedur keamanan *Airsoftgun*
- Jenis-jenis permainan *Airsoftgun*

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif pada media sosialisasi *airsoftgun* yang akan mengarah ke target sasaran yaitu masyarakat awam yang belum begitu paham akan olah raga atau permainan *airsoftgun* ini, maka perlu diperhatikan dalam penyampaian pesan akan disampaikan secara informatif dan persuasif. Pesan bersifat informatif dan persuasif dalam hal ini adalah upaya menyampaikan informasi secara langsung kepada target sasaran dengan menyampaikan infomasi tentang permainan *airsoftgun* adalah suata permainan yang mempunyai adrenalin tinggi serta mementingkan faktor keselamatan atau pun keamanan bagi pemilik dan pemain *airsoftgun* itu sendiri.

III.1.3 Strategi Media

Strategi Media yang dilakukan untuk sosialisasi permainan *airsoftgun* meliputi media cetak dan media elektronik, dikarnakan media tersebut sangat tepat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak umum yang tidak dapat berhubungan langsung dan mendapat tanggapan yang positif dari masyarakat.

Media yang digunakan dalam komunikasi ini adalah media yang menyampaikan pesan yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat yang tidak mau dipusingkan dengan banyaknya kata-kata yang terdapat dalam media, cukup singkat jelas dan padat.

Kata-kata yang singkat itu lebih cepat dicerna oleh pembaca dan tidak banyak membuang waktu untuk membacanya.

Berikut ini adalah media–media yang akan digunakan dalam sosialisasi *airsoftgun* :

1 . Media Utama

- Poster

  Poster digunakan dalam media informasi ini dikarnakan mempunyai keunggulan bentuk atau ukuran yang cukup besar, visual yang menarik, bahan dan kualitas produksi yang baik.tingkat keterbacaan tinggi dan mempunyai jangkauan luas serta berfungis sebagi media pengingat.

2 . Media Pendukung

- Brosur

  Brosur menampilkan garis besar tentang informasi apa itu permainan *airsoftgun* , sehingga target sasaran atau si pembaca mengerti dengan pesan yang akan disampaikan.

- Stiker

  Media stiker akan di berikan kepada pengunjung yang hadir dan dapat di tempelkan di kendaraan atau dimana pun yang mereka inginkan.

- Mug

  Mug bisa diperjual belikan kepada pengunjung atau penghobi *airsoft* dan dikemas dengan menarik agar masyarakat tertarik untuk memiliki dan dapat digunakan saat dia minum atau sebagai penghias pajangan di lemari rumah.

- *T-Shirt*

  T-Shirt sebagai alat pengingat atau penyampai pesan kepada masyarakat yang belum tahu tentang sosialisasi ini. Bisa digunakan dalam kegiatan sehari-hari.

- Pin

  Pin sebagai media sosialisasi *airsoftgun* yang bisa dikenakan dipakaian maupun ditas.
- Umbul-umbul

  Umbul-umbul adalah bendera beraneka warna yang dipasang memanjang ke atas sebagai alat atau media untuk memeriahkan suasana serta menarik perhatian.
- Baliho

  Baliho adalah suatu sarana atau media berpromosi yang mempunyai unsur memberitakan informasi *event* atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat luas.
- Undangan dan amplop

  Undangan adalah sebuah ajakan berbentuk selembaran atau surat, yang biasanya digunakan untuk mengajak orang-orang agar menghadiri suatu acara tertentu.
- *Name Tag*

  Name Tag adalah sebagai alat penanda.
- Flyer

  Flyer atau *leaflet* merupakan sebuah media iklan kertas yang ditujukan untuk didistribusikan di tempat umum. Isi *flyer* berisikan jadwal, tempat, tanggal, dan *rundown* acara.
- Emblem (bordir)

  Emblem adalah tanda pengenal pita silang lukisan pada kain, dan logam yang dipakai didada untuk menunjukan keanggotaan suatu perkumpulan, kesatuan, angkatan dan kontingen.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah strategi dimana media yang didesain akan dimunculkan/diterbitkan dan disebarkan kepada target *audience*. Seluruh media yang telah dibuat akan disebarkan lewat *stand/booth* yang akan di tempatkan di acara *Car Free Day* Dago dan Buah Batu. Adapun jadwal pendristribusiannya seperti dibawah ini:

Tabel II 1 Jadwal Distribusi Media

Media / Bulan	Sept 2014	Okt 2014	Nov 2014	Des 2014	Jan 2015
MEDIA UTAMA					
Brosur	√	√	√	√	√
MEDIA PENDUKUNG					
Poster	√	√	√	√	√
X-Banner	√	√	√	√	√
Stiker	√	√	√	√	√
Undangan peserta	√	√	√	√	√
Lokasi	CFD	CFD	CFD	CFD	CFD

Jadwal penyebaran media dilakukan sebulan sekali selama lima bulan sebelum event yang akan dilaksanakan pada tanggal 24 Januari 2015.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang akan ditampilkan dalam media brosur yaitu dengan mengabungkan teknik *fotografi* dan menambahkan element *typografi*, lalu diediting dengan mengunakan *software* komputer agar informasi visual mudah dimengerti dan menarik perhatian target sasaran.

Studi Logo

Fungsi logo dalam event ini adalah sebagai identitas yang mana identitas tersebut akan muncul di semua media baik media utama mauoun media pendukung. Penggunaan simbol atau tanda "target" sasaran tebak adalah sebagai bukti permainan *airsoftgun* pasti ada sasaran tembaknya dengan arti lain *airsoftgun* ini adalah permainan yang sudah ditetapkan target dan tempatnya yaitu disebuah tempat yang sudah ditentukan dan tidak disembarang tempat dapat digunakan untuk bermain *airsoftgun*.

Tag-line atau slogan yang digunakan merupakan sebuah informasi bahwa dengan bermain *airsoftgun* kita akan mendapatkan keuntungan (non-profit) sebuah pengetahuan tentang permainan atau aturan *airsoftgun*.



Gambar III. 1 Logo

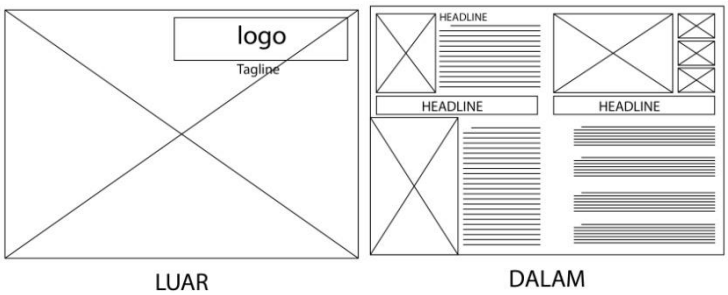
III.2.1 Format Desain

Format desain yang akan dilakukan dengan merancang sebuah media sosialisasi *airsoftgun* yang akan memberikan informasi tentang cara bermain dan mengunakan unit *airsoftgun* dengan cara baik dan benar, serta akan menampilkan gambar dan slogan yang mudah dipahami oleh target sasaran. Berikut ini adalah format ukuran media-media desain komunikasi visual yang akan dibuata :

- Format Brosur adalah berukuran 29,7cm x 21cm
- Format Poster adalah berukuran 42cm x 29,7cm
- Format *X-Banner* adalah berukuran 160cm x 60cm
- Format Baliho adalah berukuran 3m x 2m
- Format *Stiker* adalah berukuran 10cm x 3cm
- Format *Name-tag* adalah berukuran 10,5cm x 14,8cm

- Format Undangan adalah berukuran 14,8cm x 21cm
- Format Amplop adalah berukuran 15,8cm x 22cm
- Format *Photo Booth* adalah berukuran 3m x 2m
- Format *Flyer* adalah berukuran 14,8cm x 21cm
- Format Umbul-umbul adalah berukuran 1m x 3m
- Format *T-Shirt* adalah berukuran 29,7cm x 21cm
- Format Pin adalah berukuran diameter 5cm
- Format Emblem adalah berukuran 9cm x 5cm

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)



Gambar III. 2 *Layout*

Tata letak atau *layout* akan digunakan pada setiap media sosialisasi yaitu *landscape* dan *potrait*. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi lebih menarik sehingga memudahkan pembaca untuk menerima informasi yang disampaikan.

III.2.3 *Font*

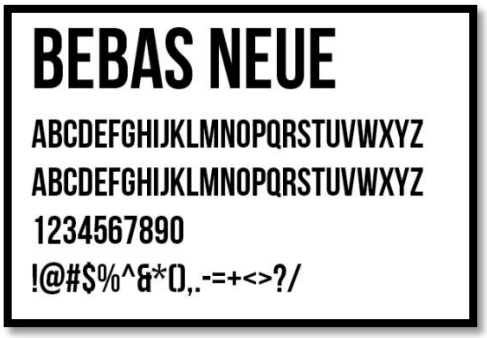
Dalam perancangan media informasi ini, terdapat beberapa jenis *Font* atau *Typografi* yang digunakan sebagai berikut :

- Body Text akan mengunakan huruf Serifa Th BT yang memiliki karakter rapih dan elegan.



Gambar III. 3 Huruf Serifa Th BT

- Sedangkan Headline akan mengunakan huruf Bebas Neue yang memiliki karater tangguh dan punya kesana berani.



Gambar III. 4 Huruf Bebas Neue

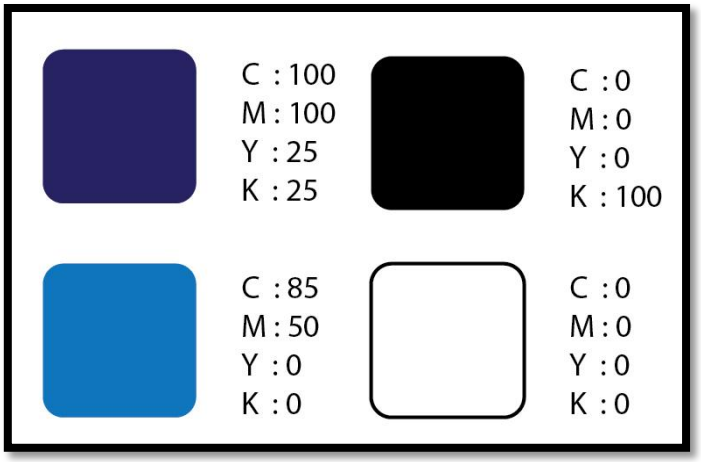
- Konten dan headline dimedia pendukung memakai huruf Neogrey Regular yang memiliki karakter atau kesan modern.



Gambar III. 5 Huruf Neogrey Regular

III.2.4 Warna

Warna yang akan digunakan adalah warna – warna yang memiliki arti keberanian dan sportifitas. Karena dalam permainan airsoftgun para pemain harus dituntut dalam hal kejujuran atau sportif yang paling utama.



Gambar III. 6 Warna

Menurut Johan Felisitas warna memegang peranan penting dalam desain grafis. Maka warna-warna diatas memiliki kesan sebagai berikut :

- Warna biru tua memiliki arti semangat jiwa yang penuh energik dan memberi kesan keberanian
- Warna biru muda memiliki arti kedamaian semangat dan kepercayaan diri.
- Warna hitam memberikan kesan dan karakter tegasa dan berwibawa.
- Warana putih memberikan kesan kejujuran, kedamaian dan persatuan.