BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Strategi perancangan yang akan dibuat untuk memecahakan masalah tentang pengembangan media perangko jalan bersejarah di kota Bandung agar terlihat menarik, yang bertujuan untuk melestarikan nilai sejarah perangko yang saat ini mulai ditinggalkan karena perkembangan jaman. Seperti yang sudah direncanakan sebelumnya perancangan yang dilakukan bertujuan untuk melestarikan dan menginformasikan pada masyarakat luas, maka dari itu masyarakat disini yang akan dijadikan target audien dimana media yang dirancang bertujuan untuk keberadaan perangko di masyarakat.

III.1.1 Pendekatan verbal

Bentuk materi yang akan disampaikan pada media informasi ini adalah muatan tentang sejarah yang terkandung dalam perangko, agar dapat dipahami yang dikemas secara menarik dan menyenangkan dengan menambahkan unsur ilustrasi yang dibuat semenarik mungkin.

Dengan bahasa Indonesia baku dan mudah dimengerti, dengan maksud menyampaikan muatan pesan yang terkandung dalam perangko, agar target audien dapat mengerti dan memahami maksudnya.

III.1.1.1 Pendekatan Visual

Dengan penggambaran ilustrasi dengan gaya *art deco* agar terkesan *vintage* atau jaman dahulu dan dengan menggunakan warna pastel untuk menambah kesan yang *soft* pada ilustrasi *art*

deco dan diharapkan agar mendapat ketertarikan bagi kolektor perangko atau masyarakat luas. Dan bertujuan agar target audien memahami makna dari isi pesan yang disampaikan. Sesuai dengan target yang akan dituju yaitu para kolektor perangko.

III.1.2 Target Audien

Untuk merancang media informasi berupa perangko, dengan memperlihatkan bagaimana perangko yang menarik pada kolektor atau *filatelis*. Maka perlu diberikan dengan beberapa segmentasi, yaitu :

1. Demografis
   - Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
   - Pendidikan : Pelajar,mahasiswa, pekerja, umum.
   - Status social ekonomi : Semua lapisan Masyarakat
   - Target market : Semua lapisan masyarakat
   - Target audien : *Filatelis* (kolektor perangko)
2. Geografis

   Di seluruh kota besar di Indonesia dan Mancanegara, untuk target penyebaran pertama dilakukan di kota Bandung karena tema dari perangko tersebut adalah jalanan bersejarah di kota Bandung.
3. Psikografis
   - Gaya hidup : Sosial, aktif
   - Kepribadian : Peduli, bebas
   - Manfaat : Bertujuan untuk melestarikan keberadaan perangko terhadap masyarakat dengan cara yang menarik.

Tujuan yang ingin dicapai pada perancangan ini adalah bersifat inovatif, memberi muatan pesan yang terkandung dalam perangko, agar jelas dan mudah dimengerti oleh target audien serta dibantu dengan penggunaan media pendukung agar target audien dapat mengtahui informasi yang terkandung.

Komunikatif, pesan yang disampaikan kepada target audien memberikan kesan dan pemahaman makna yang sama dengan makna pesan yang ingin disampaikan komunikator. Serta persuasive, pesan yang disampaikan bersifat untuk mengajak target audien untuk mengikuti maksud dari media informasi ini. Dan juga edukatif, pesan yang disampaikan dapat menambah keilmuan dan memberi pembelajaran pada komunikan tentang muatan pesan yang terkandung dalam perangko jalan bersejarah di kota Bandung.

III.1.3 Strategi Media

1. Media Utama

   Media utama yang digunakan dalam penyampaian informasi tentang jalan bersejarah di kota Bandung yaitu dengan menggunakan perangko, selain menarik untuk dilihat prangko pun dapat menjadi bahan koleksi, karena perangko dapat menginformasikan berbagai kejadian, tidak hanya sejarah tetapi seperti keindahan, event olahraga dan sebagainya dan di terapkan pada perangko.

2. Media Pendukung

   Media pendukung dapat membantu dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan benda pos kembali. Media pendukung yang digunakan adalah buku prangko (*booklet*), carik kenangan (*souvenir sheet*), poster dan *flyer*. Sedangkan media informasi yang akan di kemas satu paket

dalam perangko adalah poster dan buku tentang sejarah jalan kota Bandung dengan media penunjang ini memungkinkan kolektor dan masyarakat untuk menggunakan atau menjaga perangko agar tidak hilang.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi untuk media informasi ini akan dilakukan dengan cara bertahap, yaitu di tampilkan pada pameran-pameran filateli dan disebar dikalangan para kolektor perangko dan. Dan setelah itu lalu diproduksi secara masal di setiap kantor pos di Indonesia.

III.1.5 Strategi Kreatif

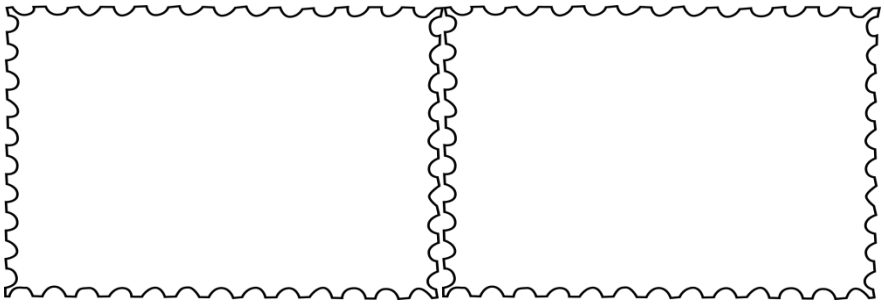
Dalam melakukan sebuah perancangan tentunya dituntut untuk melahirkan sebuah ide cemerlang agar hasil yang didapat menjadi efektif dan efisien serta ketersampaiannya informasi secara tepat terhadap target audien. Tema yang gunakan dalam perancangan media perangko ini adalah menyampaikan tentang sejarah jalan bersejarah dengan dibuat secara menarik yang bertujuan untuk keberadaan perangko yang ada tidak semakin tersisihkan oleh media elektronik. Dengan ilustrasi yang menarik itulah menjadi hal yang menjadi penarik perhatian target audien untuk mengikuti informasi yang disampakan, informasi yang disampaikan kepada target audien

Bahwa perangko tidak saja digunakan sebagai ongkos pengiriman surat tetapi dalam perangko memiliki sisi lain yang menarik untuk diketahui yaitu sebagai koleksi yang memberi pengetahuan lebih dan juga banyak mengandung nilai sejarah bagi para yang mengkoleksi perangko–perangko tersebut.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Desain

Desain perancangnan perangko dengan tema jalan – jalan yang memiliki nilai sejarah di kota Bandung dan ilustrasi perangko tersebut berbentuk vektor. Biasanya kertas Perangko yang digunakan dengan kertas cetak salut satu muka berperakat, kertas cetak salut memiliki serat kuning kehijauan dibawah sinar UV dan dengan tanda air. Pada media dasar bentuk perangko yang digunakan berupa segi empat yang disetiap sisinya terdapat lekukan – lekukan.



Gambar III.1 Elemen bentuk dasar perangko

III.2.2 Tata Letak atau *Layout*

Tata letak atau *layout* yang digunakan pada perangko yaitu dengan menyesuiakan bentuk dasar perangko tersebut. Dengan penambahan tipografi seperti tahun, harga dan seri perangko untuk mewakili dari informasi agar menambah menarik dari perangko tersebut.



Gambar III.2 Referensi *Layout* Perangko

Sumber : http://www.bfdc.co.uk/2013/london_underground/resources/stamps/6540 (diakses pada tanggal 17 Juni 2014)

III.2.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan pada perancangan perangko yang di pakai ini berjenis sans serif atau tidak berkaki, sehingg agar huruf tersebut memberi kesan yang elegan. Huruf yang digunakan yaitu Cassannet Bold dan ukuran huruf tersebut di sesuaikan dengan kebutuhan *layout.*

Cassannet Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X YZ

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.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi berguna untuk menjelaskan isi dari media informasi tersebut. Ilustrasi juga sebagai pesan yang mewakili tulisan. Sebagai gambaran dari illustrasi yang diusung dalam perangko ini adalah seagai berikut.



Gambar III.3 Referensi ilustrasi perangko

Sumber : www.behance.net/gallery/10287675/New-York-illustrations (diakses pada tanggal 8 Juni 2014)

Berikut foto yang digunakan dalam pembuatan perangko :








REPUBLIK INDONESIA
Rp 1500
BANDOENG
2014
JALAN BRAGA




REPUBLIK INDONESIA
Rp 1500
BANDOENG
2014
JALAN BANCEUY



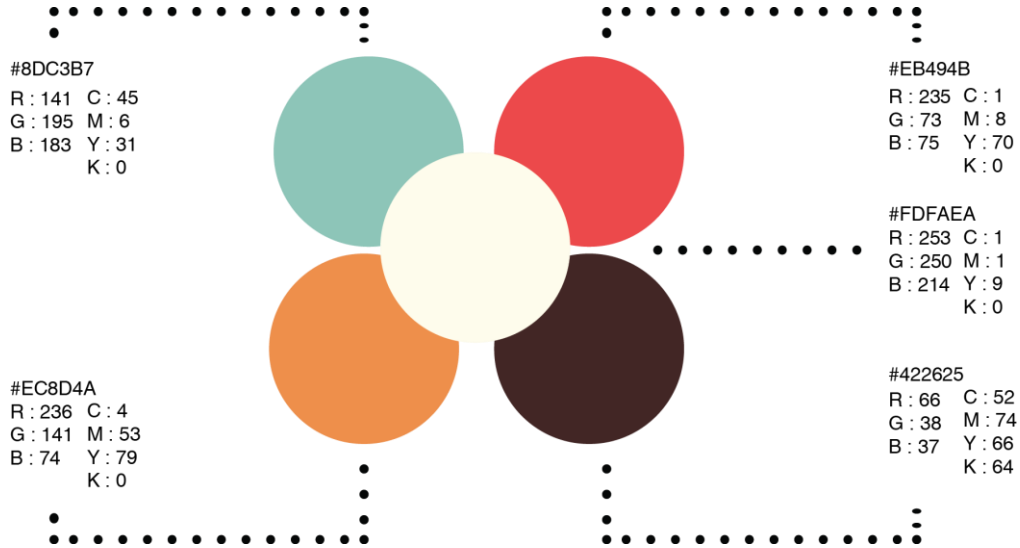

REPUBLIK INDONESIA
Rp 1500
BANDOENG
2014
JALAN MERDEKA


GKP-RI
LENGKONG


REPUBLIK INDONESIA
Rp 1500
BANDOENG
2014
JALAN LENGKONG

III.2.5 Warna

Warna yang akan diterapkan dalam media informasi berupa perangko ini adalah dengan menggunakan nuansa warna-warna *vintage* yang terlihat *soft* agar dengan tema yang diangkat terlihat menyatu. Penggunaan warna dalam perancangan perangko bertujuan agar perangko itu berbeda dan menarik untuk dilihat.



Gambar III.4 Warna yang diterapkan pada perangko