BAB III
STRATEGI PERANCANGAN dan KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Perancangan promosi Kampung lukis Jelekong ini dimaksudkan untuk mengembangkan potensi-potensi yang ada di Kampung Jelekong dengan memberikan alternatif baru dalam pengembangan lukisan Kampung Jelekong pada media – media yang dapat dijadikan sebagai cinderamata, kemudian memasarkannya melalui media *website*. Strategi promosi mempunyai peranan penting dalam perkembangan karya lukis Jelekong agar maksud dan tujuan dari promosi ini bisa disampaikan dengan baik. Selain itu, dengan adanya promosi akan member informasi dan mengetahuan yang lebih luas bagi masyarakat terhadap Kampung Jelekong.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Seperti yang telah disampaikan, bahwa Kampung Jelekong memiliki tema lukisan dan cara melukis yang khas dari para pelukisnya. Hal ini juga merupakan bentu komunikasi yang efektif untuk mempromosikan Kampung Jelekong sebagai sentra lukisan.

1. Bahasa Verbal

Bahasa yang digunakan adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia dengan alasan agar dapat dimengerti oleh semua kalangan di Indonesia. Selain itu bahasa Indonesia digunakan untuk berkomunikasi dalam aktifitas sehari-hari.

2. Bahasa Visual

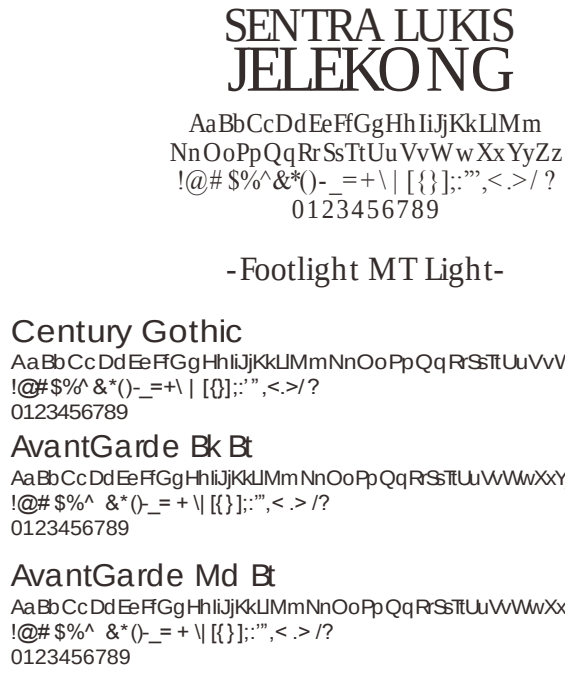
Menggunakan gaya bahasa metafora. Metafora adalah pengalihan suatu sifat ke sifat lain sehingga timbul arti baru. Alasan penggunaan metafora karena visual yang menggunakan gaya bahasa visual ini akan lebih mempunyai perhatian yang cukup tinggi karena biasanya menampilkan visual yang terlihat lebih unik.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan dilakukan adalah dengan menonjolkan hasil karya para pelukis Jelekong dengan tema lukisan yang menjadi ciri khas dari lukisan Jelekong yaitu bertema naturalistis. Hal ini akan memberikan citra positif terhadap karaya seni lukis Jelekong dan mencerminkan keindahan alam yang ada di Kampung Jelekong. Selain itu, pengemasan media promosi ini akan dilakukan dengan cara mempublikasikan lukisan Jelekong melalui media *website*.

III.1.3 Tipografi

Jenis huruf yang digunakan untuk aplikasi pada logo adalah. Footlight MT Light. Sedangkan font sekunder yang boleh digunakan untuk keperluan lain adalah Century Gothic, AvantGarde Bk Bt dan AvantGarde Md Bt. Selain font Footlight MT Light dan Century Gothic, tidak diperkenankan menggunakan font lain untuk kepentingan yang berhubungan dengan Sentra Lukis Jelekong.



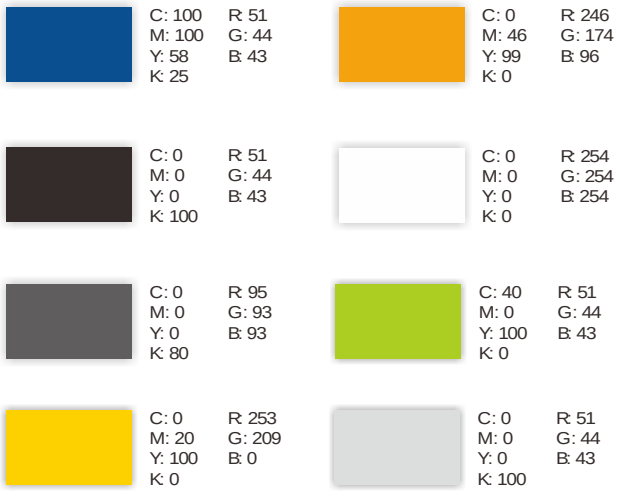
Gambar III.1 Tipografi yang digunakan pada logo website dan media pendukung lainnya.

Sumber : www.fontspace.com

III.1.4 Warna

Warna memegang peranan penting dari sebuah karya visual, warna juga bisa menjadi referensi dari bentuk komunikasi.

Untuk aplikasi pada media promosi maupun logo, terdapat ketentuan warna yang harus diperhatikan. Warna-warna yang digunakan pada media promosi Kampung lukis Jelekong ini adalah warna-warna yang mencerminkan kreatifitas, kedewasaan dan kemapanan. Berikut ini adalah warna primer yang bisa dugunakan.



Gambar III.2 Warna yang digunakan pada logo website dan media pendukung lainnya.
Sumber : dokumentasi pribadi

Strategi Media



Gambar III.3 Contoh media yang digunakan untuk promosi Kampung lukis Jelekong.
Sumber: dokumentasi pribadi

Media dipilih untuk menyampaikan maksud dan tujuan dapat disampaikan secara informatif dan persuasif agar pesan yang disampaikan dapat diterima. Maka, pemilihan media promosi ini perlu dibuat secara efektif dan efisien.



Gambar III.4 Tampilan website sentra lukis Jelekong.
Sumber: dokumentasi pribadi

Selain itu, dengan dibuatkannya *website* dan menjual produk sekunder dari Kampung Jelekong, maka akan menambah keunikan dan kekhasan dari seni lukis Jelekong. Hal ini akan sangat mendukung untuk pengembangan Kampung Jelekong sebagai kampung tujuan wisata yang menarik.