BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai, maka dibutuhkan strategi atau perencanaan yang perlu direncanakan terlebih dahulu. Strategi adalah suatu teknik yang disusun untuk mencapai kemenangan atau tujuan tertentu. Menurut Stephanie Marrus, strategi adalah "suatu proses penentuan rencana para *top leader* yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai". Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Menurut Nafisah, perancangan sistem dapat dirancang dalam bentuk bagan alir sistem (*system flowchart*), yang merupakan alat bentuk grafik yang dapat digunakan untuk menunjukan urutan-urutan proses dari sistem. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi perancangan adalah tata cara yang telah disusun dan ditetapkan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Agar perancangan informasi mengenai Pencak Silat Tadjimalela ini menjadi efektif dan seluruh informasi dapat tersampaikan kepada khalayak sasar, maka dibutuhkan perancangan yang tersusun dengan baik.Berikut merupakan tahapan strategi perancangan dalam pembuatan informasi mengenai Pencak Silat Tadjimalela.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan informasi ini adalah untuk memberikan informasi mengenai seluruh atribut yang digunakan oleh peserta didik Pencak Silat Tadjimalela dan seluruh proses kegiatan pengajaran di Pencak Silat Tadjimalela. Pencak Silat Tadjimalela memiliki ciri khas dari warna pakaian yaitu jingga dan hitam. Perguruan Pencak Silat Tadjimalela selalu mengajarkan kepada setiap peserta didiknya untuk selalu taat kepada orang tua, tidak menyalahgunakan ilmu yang diajarkan dan selalu tenang dalam menghadapi situasi apapun.

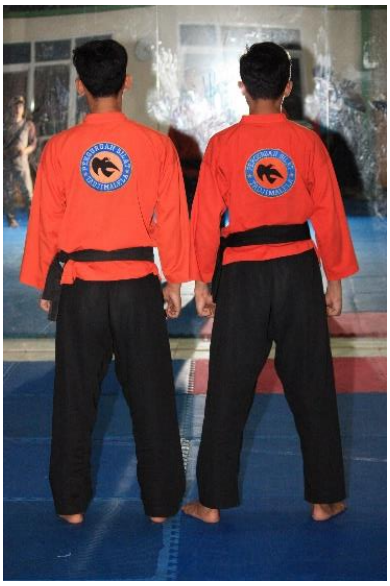
III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Agar khalayak sasar lebih mudah memahami isi dari informasi yang ingin disampaikan, perlu juga dilakukan pendekatan komunikasi. Komunikasi (seperti dikutip Mualif Lilhawa, 2012) adalah penyampaian pikiran atas perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan mengunakan lambang lambang yang bermakna bagi kedua bela pihak. Untuk memperkenalkan informasi mengenai Pencak Silat Tadimalela, diperlukan pendekatan kepada khalayak sasar. Hal ini bertujuan agar khalayak sasar dapat merasakan suasana seperti peserta didik Perguruan Pencak Silat Tadjimalela. Pendekatan komunikasi dibagi menjadi dua bagian, yaitu pendekatan komunikasi visual dan pendekatan komunikasi verbal.

III.1.2.1 Pendekatan Komunikasi Visual

Pendekatan komunikasi visual yang akan digunakan dalam perancangan informasi mengenai Pencak Silat Tadjimalela menggunakan ciri khas warna pakaian yang digunakan para peserta didik Perguruan Pencak Silat Tadjimalela. Hal ini dilakukan agar khalayak sasar dapat mengetahui warna yang menjadi ciri khas Perguruan Pencak Silat Tadjimalela. Berikut referensi visual yang akan digunakan dalam perancangan informasi ini adalah:

Untuk refrensi warna khas yang akan digunakan pada perancangan informasi ini mengacu pada gambar dibawah ini.



Gambar III.1. Warna Pakaian Tadjimalela
Sumber : Dokumentasi pribadi (2017).

III.1.2.2 Pendekatan Komunikasi Verbal

Pendekatan verbal untuk perancangan informasi ini adalah menggunakan bahasa Indonesia. Pendekatan verbal ini dilakukan karena diasumsikan semua remaja yang memiliki pendidikan pada jenjang telah bisa berbahasa Indonesia. Dalam perancangan informasi ini akan ada beberapa istilah yang sering digunakan pada Perguruan Pencak Silat Tadjimalela, tetapi istilah tersebut akan diberi penjelasan agar khalayak sasar langsung mengetahui istilah tersebut.

III.1.3 Materi Pesan

Pesan yang ingin disampaikan pada perancangan ini adalah memperkenalkan tentang ciri khas atribut yang digunakan para peserta didik, cara pengajaran, tingkatan peserta didik dan sejarah singkat Perguruan Pencak Silat Tadjimalela.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang akan digunakan dalam perancangan informasi ini adalah gaya bahasa Indonesia baku. Hal ini bertujuan agar khalayak sasar dapat menerima seluruh informasi yang akan disajikan dengan baik.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran perancangan adalah kelompok sasaran atau segmen pasar yang dituju secara khusus. Khalayak sasar dapat juga disebut sebagai pendengar, pemirsa, hadirin, penonton atau pembaca suatu media yang menjadi sasaran. Khalayak sasar (seperti dikutip Yuda Pramono, 2012) menurut Armstrong (2008) adalah sekelompok pembeli atau *buyer* yang memiliki kebutuhan dan karakteristik yang sama menjadi tujuan promosi perusahaan.

Demografis

- Gender : Perempuan dan lak-laki
- Usia : 15 – 17 Tahun
- Pekerjaan : Siswa Sekolah Menengah Atas
- Pendidikan : SMA

Geografis

Wilayah Kota Bandung.

Psikografis

Menurut S. Yusuf dalam bukunya yang berjudul "Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja, 2011, perkembangan psikologi pada remaja dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

Perkembangan Emosi

Remaja mengalami puncak emosionalitasnya, yaitu perkembangan emosi tingkat tinggi. Berikut ciri-ciri emosi pada remaja :

- Menunjukkan sifat sensitif, reaktif yang kuat, emosinya bersifat negatif dan tempramental (mudah tersinggung, marah, sedih dan murung)
- Agresif (melawan, keras kepala, berkelahi dan suka mengganggu.
- Regresif atau lari dari kenyataan
- Menyukai tantangan yang datang dari luar maupun dari dalam dirinya.

Perkembangan Kognitif (Kemampuan Berpikir)

- Secara intelektual, remaja mulai dapat berpikir logis tentang gagasan abstrak.
- Berfungsinya kegiatan kognitif tingkat tinggi, yaitu membuat strategi, membuat keputusan serta memecahkan masalah.
- Sudah mampu membedakan yang konkrit dengan yang abstrak.
- Munculnya kemampuan nalar secara ilmiah, belajar menguji hipotesis.
- Mulai menyadari proses berpikir efisien dan belajar berintrospeksi.

III.1.5.1 Consumer Insight

Perencanaan *consumer insight* perlu dilakukan agar mengetahui khalayak sasar untuk mendekati secara perilaku atau kebiasaan.*Consumer insight* (seperti ditulis Amalia Maulana, 2009) adalah "Proses mencari tahu secara lebih mendalam dan *holistic*, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya".

Perancangan informasi Pencak Silat Tadjimalela ini memilih remaja sebagai khalayak sasar. Pada kehidupan sehari-hari, remaja berperilaku sebagai berikut:

- Sudah mampu membedakan yang konkrit dengan yang abstrak.
- Munculnya kemampuan nalar secara ilmiah, belajar menguji hipotesis.
- Mulai menyadari proses berpikir efisien dan belajar berintrospeksi.

III.1.5.2 Consumer Journey

Tabel III.1. *Consumer Journey*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

No	Kegiatan	Tempat	*Point of Contact*
1	Bangun Tidur	Rumah, melalui media sosial	Jam dinding
2	Perjalanan ke Sekolah	Jalan, Lingkungan Sekitar Sekolah	Poster, *Stiker*
3	Sekolah	Majalah Dinding	Poster, Kalender
4	Istirahat	Kantin	Poster, *Stiker*
5	Jam pulang sekolah	Sekitar lingkungan sekolah, warung, kafe	*Sticker*, Poster
6	Pulang ke Rumah	Jalan, Lingkungan Sekitar Sekolah	Poster, *Sticker*
7	Libur - Rumah	Melalui media sosial	*Tas Ransel*
8	Libur - Car Free Day	Sekitar car free day	Poster, *Stiker*, X-Banner
9	Belanja	Distro, toko baju	Mini X Banner, *Sticker*

Perencanaan *consumer journey* perlu dilakukan agar mengetahui lokasi-lokasi yang biasa dituju oleh khalayak sasar pada kegiatan sehari-hari dengan tujuan untuk menjangkau setiap tempat yang memungkinkan untuk dikunjungi oleh khalayak sasar. *Consumer Journey* (seperti dikutip Abraham Ryan, 2015) menurut Gani Italo adalah tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum mencapai goal atau tujuan dari kampanye *digital marketing.*

III.1.5.3 Indikator Konsumen

Indikator konsumen memperlihatkan bagaimana ciri-ciri fisik tampilan konsumen atau khalayak sasar secara garis besar. Berikut ini adalah tampilan fisik sebagian besar remaja yang bersekolah di perkotaan Kota Bandung.



Gambar III.2. Tampilan Fisik Remaja Bandung
Sumber : http://www.pikiran-rakyat.com/sites/files/public/image/2016/08/pil.jpg (2014).

III.1.6 Strategi Kreatif

Perancangan Informasi Gerakan Silat Tadjimalela Melalui Buku Tutorial ini berisi tentang informasi yang dapat menambah wawasan kepada khalayak sasar mengenai Perguruan Pencak Silat Tadjimalela. Buku Tutorial Gerakan Pencak Silat Tadjimalela ini berisi informasi tentang ciri khas peserta didik Perguruan Silat Tadjimalela, tingkatan peserta didik dalam perguruan dan filosofi pengajaran yang diterapkan pada Perguruan Silat Tadjimalela. Perancangan Informasi Gerakan Silat Tadjimalela Melalui Buku Tutorial ini dirancang agar khalayak sasar mudah mengerti informasi yang akan disajikan dan seluruh istilah asing yang digunakan akan diberi penjelasan.

- ***Copywriting***

Untuk menghubungkan antara produk dan khalayak sasar, diperlukan *copywriting* untuk lebih menarik perhatian khalayak sasar. *Copy* (seperti dikutip Fauzan, 2013) menurut Sandra Moirarty adalah teks dari suatu iklan atau kata-kata yang diucapkan orang dalam iklan. Jadi dapat diartikan, *copywriting* adalah proses atau cara untuk menciptakan teks iklan tersebut.

Dalam perancangan informasi ini, *copy* yang akan digunakan adalah *"Ulah Poho Ka Jati",* atau bias di artikan "Jangan Lupakan Dengan Jati" karena sesuai dengan pola pikir remaja yang mulai melupakan bela diri tradisional karena dianggap kuno dan ketinggalan zaman.

- **Visualisasi**

Setelah seluruh proses strategi kreatif telah selesai, proses selanjutnya adalah visualisasi. Visualisasi (seperti dikutip Roli, 2015) menurut Schneiderman adalah penggunaan komputer pendukung, penggambaran data visual interaktif untuk memperkuat pengamatan. Visual yang akan digunakan pada buku essay ini adalah berupa foto-foto. Hal ini dilakukan agar khalayak sasar lebih jelas dalam memahami informasi dalam bentuk visual.

III.1.7 Strategi Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata "medium". Media (seperti dikutip Fajar, 2013) menurut Wilbur Schramm, 1973, media adalah "teknologi pembawa pesan yang dapat dimanfaatkan untuk pembelajaran".

III.1.7.1 Media Utama

Media utama yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi tentang Perguruan Pencak Silat Tadjimalea adalah Buku Tutorial Perancangan Informasi Gerakan Silat Tadjimalela Melalui Buku Tutorial. Berikut penjelasan tentang Buku Tutorial Gerakan Pencak Silat Tadjimalela yang akan dirancang:

- Sejarah

Sejarah yang akan dicantumkan pada Buku Tutorial Gerakan Pencak Silat Tadjimalela ini adalah informasi asal-usul Perguruan Silat Tadjimalela, dari mulai berdirinya perguruan sampai berkembang hingga saat ini.

- Teknik Gerakan Silat

Teknik gerakan silat Tadjimalela ini berisi informasi tentang pengajaran gearaka silat pada usia muda 15-17 tahun diseratai foto dan keterangan gearakan agar memudahkan generasi muda memahami magsud buku ini.

III.1.8 Strategi Distribusi

Penyebaran media dibutuhkan perencanaan distribusi agar lebih mudah dalam melakukan kegiatan promosi. Menurut Kotler (1997), distribusi adalah sekumpulan organisasi yang membuat sebuah proses kegiatan penyaluran suatu barang dan jasa sehingga siap untuk dipakai atau dikonsumsi oleh para konsumen (pembeli). Berikut waktu yang telah ditentukan untuk penyebaran media:

Tabel III.3. *Timeline* Penyebaran Media Utama
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017).

NO	LOKASI	Juli				Agustus				September			
	Toko Buku												
1.	Gamedia Elti												
2.	Herya Media												
3.	Gramedia Toko Buku												

Tabel III.4. Media Pendukung
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017).

NO	LOKASI	Juli				Agustus				September			
	Media Pendukung												
1.	Poster Cetak												
2.	Post Kalender												
3.	Tas Ransel												
4.	Gantungan Kunci												
5.	Jam Dinding												
6.	Gelas Mug												
7.	Stiker												
8.	Mini x Banner												

III.1.9 Mandatory

Untuk menyampaikan informasi Perguruan Pencak Silat Tadjimalela, diperlukan mandatory sebagai pihak yang menjadi penanggung jawab dalam media Buku Tutorial Gerakan Pencak Silat Tadjimalela. *Mandatory* yang akan menjadi pihak yang bertanggung jawab atas seluruh produksi Buku Tutorial Gerakan Pencak Silat Tadjimalela pada Abad Pertengahan ini adalah Dinas Pendidikan dan Kebudayaan.

III.2 Konsep Visual

Untuk mengaplikasikan ide-ide visual yang akan digunakan untuk pembuatan perancangan informasi ini, dibutuhkan pembuatan konsep agar seluruh objek visual lebih mudah untuk diterapkan. Konsep visual yang akan digunakan pada perancangan informasi Perguruan Pencak Silat Tadjimalela adalah:

III.2.1 Format Desain

Format Perancangan Informasi Gerakan Silat Tadjimalela Melalui Buku Tutorial ini akan dibuat dengan ukuran 18.29 cm x 25.4 cm agar informasi berupa visual foto dan informasi teks dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasar. Buku Tutorial Gerakan Pencak Silat Tadjimalela ini akan dicetak menggunakan kertas *Art Paper* 250 gram.

III.2.2 Tata Letak (Layout)

Penyusunan *layout* diperlukan untuk menentukan komponen-komponen yang akan ditampilkan dalam sebuah format desain buku. Layout adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya melalui jenis layuout yang akan di desain pada media perancangan makan dari itu tata letak konten yang pas pada layout sangat di butuhkan untuk penempatan konten. Menurut (Surianto Rustan, 2008). Untuk Perancangan Informasi Gerakan Silat Tadjimalela Melalui Buku Tutorial adalah sebagai berikut layout yang di pakai adalh sebagi berikut:



Gambar III.5. *Layout* Media Utama
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017).

III.2.3 Tipografi (Huruf)

Penulisan informasi berupa teks, dibutuhkan pemilihan ukuran, peletakan dan jenis huruf agar informasi berupa teks dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasar. Tipografi (seperti dikutip Gunawan Budianto, 2012) menurut Roy Brewer, 1971, dapat memiliki pengertian luas yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak. Atau dalam pengertian lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan dan berbagai hal bertalian pengaturan baris-baris susun huruf (*typeset*), tidak termasuk ilustrasi dan unsur-unsur lain bukan susun huruf pada halaman cetak. Pada perancangan informasi ini akan menggunakan Fighting Spirit 2 Bold jenis *font* sebagai berikut:



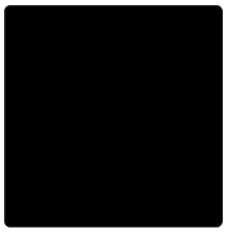
Gambar III.6. *Font* pada cover *buku Fighting Spirit 2 Bold*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017).

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi (seperti dikutip Marhendra, 2010) menurut Kusmiyati adalah gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan slah satu adegan. Ilustrasi yang akan digunakan pada perancangan Perancangan Informasi Gerakan Silat Tadjimalela Melalui Buku Tutorial ini adalah menggunakan Fotografi.

III.2.5 Warna

Warna adalah unsur yang cukup penting untuk membedakan identitas produk dengan produk lain. Warna (seperti dikutip Nugroho, 2011) menurut Albert Munsell merupakan elemen penting dalam semua lingkup disiplin seni rupa, bahkan secara umum warna merupakan bagian penting dari segala aspek kehidupan manusia. Warna dominan yang akan digunakan pada Perancangan Informasi Gerakan Silat Tadjimalela Melalui Buku Tutorial ini adalah sebagai berikut.



#000000
R : 2
G : 2
B : 2

C : 75%
M : 68%
Y : 67%
K : 90%



#e15834
R : 225
G : 88
B : 52

C : 7%
M : 80%
Y : 89%
K : 1%

Gambar III.7. Pemilihan Warna
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017).