# BAB III. STRATEGI DAN PERANCANGAN KONSEP DESAIN

## III.1 Strategi Perancangan

Dalam strategi perancangan promosi mengenai Vilour Sport ditujukan untuk seluruh kalangan namun dikhususkan kepada *target market*. Strategi perancangan yang akan dilakukan adalah dengan mendekatkan Vilour Sport dengan para konsumen, agar konsumen dapat mengetahui produk Vilour Sport lebih dalam. Hal tersebut juga dilakukan agar mengubah perilaku konsumen dalam mempertahankan loyalitas terhadap Vilour Sport.

### III.1.1 Khalayak Sasaran

a. Demografis
   Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
   Umur : 18 tahun keatas (Mahasiswa)
   Status Ekonomi Sosial : Menengah
   Kewarganegaraan : Indonesia
b. Geografis
   Daerah kota Bandung dan sekitarnya
c. Psikografis
   Memiliki ketertarikan terhadap olahraga dan memiliki rasa cinta yang tinggi akan produk Indonesia

Penentuan khalayak sasaran ini tentu bukan tanpa alasan, pemilihan demografis yang lebih dominan kepada kalangan pelajar atau mahasiswa disebabkan oleh peningkatan gaya hidup sehat yang lagi *tren* di kalangan anak muda. Pemilihan geografis sendiri dikarenakan Vilour Sport yang berada di Bandung dan juga Bandung merupakan kota yang banyak memiliki universitas. Sementara dari psikografis lebih ditekankan kepada orang – orang yang meyukai olahraga dan produk Indonesia, karena Vilour Sport juga merupakan produk asli Indonesia.

### III.1.2 Strategi Komunikasi

#### III.1.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan yang lebih difokuskan pada pemakaian ilustrasi foto dan tipografi. Beberapa kata pendukung menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris yang dipadukan, hal ini dikarenakan demografis yang lebih ditujukan kepada kalangan dewasa muda seperti mahasiswa.

#### III.1.2.2 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang dirancang adalah dengan memperlihatkan kesan tegas, berani, semangat, dan mencakup seluruh informasi mengenai *event* yang akan dilakukan. Referensi visual yang diikuti adalah mengacu pada kegiatan olahraga seperti berikut.




Gambar III.1 Referensi Visual
Sumber : http://3x3indonesia.com/?author=1
( 31 Juli 2016 )

Berdasarkan referensi visual tersebut dapat disimpulkan pendekatan visual yang dilakukan adalah :

a. Menggunakan *font* sebagai logo, dan sebagai identitas yang akan digunakan pada media-media promosi sehingga media tersebut memiliki identitas yang jelas.
b. Tipografi yang lebih kontras diperuntukan agar pembaca dapat lebih fokus.
c. Ilustrasi foto dan warna yang cerah dan gelap sehingga dapat menarik perhatian serta membangkitkan semangat para pembaca.

### III.1.3 Strategi Kreatif

*Brand activation* adalah salah satu bentuk promosi merek yang mendekatkan merek dengan penggunanya melalui berbagai aktivitas yang menarik perhatian konsumen. Menurut Siregar (2011), selaku Ketua Pengembangan *Brand Activation* PPPI Pusat / *Business Strategy Director* RAPP, dimana *brand activation* merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk menarik hati konsumen dengan berbagai saluran komunikasi yang terintegrasi, seperti TV, radio, cetak, internet, *event*, SMS, media sosial, dan sebagainya.

Supaya *brand activation* mencapai tujuan yang diharapkan, maka promosi yang dilakukan harus efektif dan tepat pada khalayak. Strategi kreatif yang tepat dengan menggunakan pesan berupa ajakan dengan membuat judul "Eksvilourasi Jiwa" tentunya hal ini akan mengundang semangat dan rasa penasaran bagi para khalayak. Sedangkan penggabungan warna hitam dan *orange* pada latar akan memberi kesan enerjik, dan warna *orange* juga merupakan warna identitas Vilour Sport.

#### III.1.3.1 Tata Cara Memasuki Even "Eksvilourasi Jiwa"

Bagi khalayak sasaran yang ingin mengikuti atau memasuki even "Eksvilourasi Jiwa" hanya perlu mengetik Eksvilourasi Jiwa serta menambahkan hastag viloursport di Twitter dan mengirimkannya ke akun Twitter Vilour Sport. Pada saat dilokasi khalayak cukup menunjukkan *screenshot* hasil Twitter yang dikirimkan.

### III.1.3.2 *Event*

**a. Pra – *Event***

Media yang akan dipasang di pra-even jauh sebelum acara berlangsung adalah poster, brosur, dan *banner* media sosial yang akan dipasang atau disebar di beberapa tempat yang sudah ditentukan seperti di beberapa kampus di Bandung, di tempat perkumpulan anak muda maupun di daerah - daerah kontrakan.

**b. *Event***

Pada saat even berlangsung semua media akan ditampilkan, seperti umbul – umbul, *backdrop, gate, uniform.*

**c. Pasca – *Event***

Sesudah even berlangsung maka media akan dihentikan dan akan diganti dengan pembagian *sticker* "Eksvilourasi Jiwa"

### III.1.4 Strategi Media

Strategi media dalam mempromosikan *jersey* Vilour Sport melalui *brand activation* "Eksvilourasi Jiwa" adalah :

**a. Media Utama**

- Poster

Dikarenakan media ini cukup efektif untuk menarik perhatian khalayak. Poster juga merupakan media luar ruang yang informasinya mudah tersampaikan. Poster ini disebarkan di kampus – kampus yang berada di Bandung dan di daerah kontrakan mahasiswa.

**b. Media Pendukung**

- Brosur

Media ini dapat menyampaikan informasi secara detail untuk disampaikan atau dibagikan secara langsung kepada khalayak sasaran sehingga informasinya tepat dan efektif.

- Umbul – Umbul

Media ini akan dipasang ketika *event* berlangsung, dengan pemasangan umbul – umbul akan memberitahukan khalayak bahwa sedang ada even yang berlangsung.

- *Backdrop*

Media ini tentu bermanfaat pada saat even berlangsung selain untuk mempercantik panggung dapat juga sebagai pengingat pada dokumentasi.

- *Banner* Media Sosial

Sebuah media promosi digital dalam bentuk gambar dalam ukuran tertentu, *banner* ini nantinya akan dipasang di Facebook dan Twitter.

- *Uniform*

*Uniform* akan dikenakan panitia pada saat even berlangsung, hal ini dapat menjadi pembeda antara pengunjung dan panitia.

- *ID Card*

*ID card* akan dikenakan panitia pada saat even berlangsung, agar pengunjung dapat mengetahui identitas panitia.

- *Gate*

*Gate* merupakan gerbang masuk ke dalam even, *gate* akan di desain sesuai dengan konsep even.

***c. Gimmick***

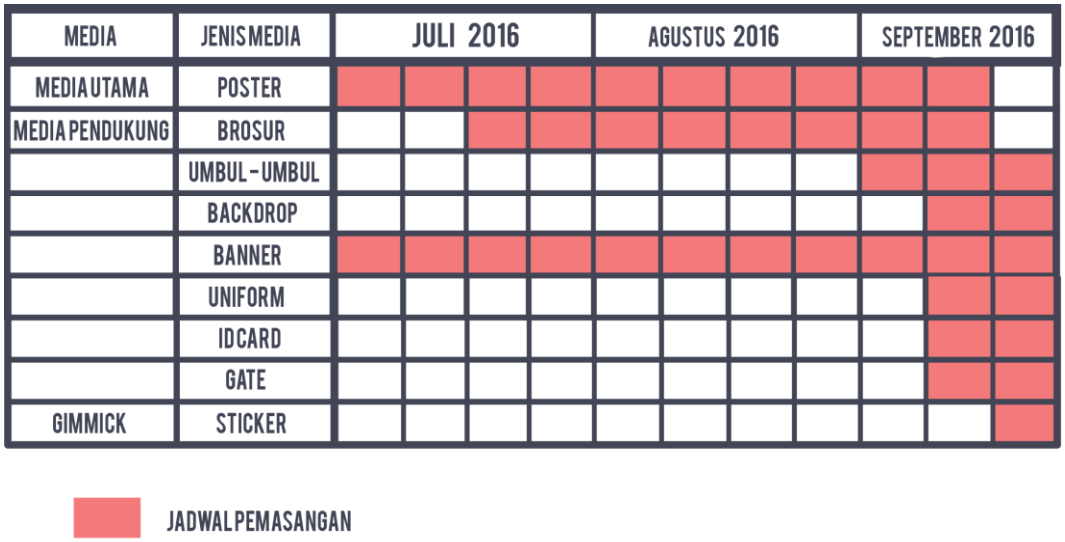
- *Sticker*

*Sticker* dapat dibagikan kepada khalayak secara cuma – cuma setelah even berlangsung agar dapat menjadi pengingat.

### III.1.5 Strategi Distribusi

Dalam penyebaran media promosi untuk *brand activation* Vilour Sport maka akan dilakukan penyebaran selama tiga bulan yaitu awal bulan Juli tahun 2016 sampai minggu ke 3 bulan September 2016. Kegiatan *brand activation* ini akan dilakukan pada hari Sabtu 17 September 2016 sampai dengan Minggu 18 September 2016. Berlokasi di Lapangan Gasibu Bandung, pemilihan lokasi dikarenakan Gasibu merupakan lapangan yang berada di tengah – tengah kota Bandung.

Tabel III.1 Strategi Distribusi
Sumber : Data Pribadi (19 Juni 2016)




### III.2 Konsep Desain

Konsep desain yang akan diberikan pada aplikasi media bersifat semangat dan berani dengan mengadaptasi gaya anak muda serta lebih mengesankan warna yang berjiwa enerjik yaitu *orange.* Warna *orange* juga merupakan warna identitas dari Vilour Sport, dan penggabungan dengan warna hitam akan menambah kesan kekuatan dan keberanian. Penggunaan elemen berupa ilustrasi foto tentu akan memperkuat pesan yang disampaikan, Selain ilustrasi foto yang ada di dalamnya, pemilihan bentuk tulisan pun menjadi salah satu poin penting untuk menarik perhatian khalayak sasaran.

### III.2.1 Format Desain

Desain yang akan dibuat menggunakan format desain *landscape* dan *portrait*, untuk format tersebut disesuaikan dengan media yang dipilih dengan maksud agar mudah dibaca dan jelas sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh khalayak sasaran.

*a.* Poster = cetak *offset*
   *Width x Height* : 42 x 29,7 cm
   Format : A3 *Portrait*
   Bahan : Artpaper (laminasi doff)

b. Brosur = cetak *offset*
   *Width x Height* : 28 x 22,3 cm
   Format : A4 *Landscape*
   Bahan : Artpaper (laminasi doff)

*c.* Umbul – umbul = *sxreen printing*
   *Width x Height* : 100 x 400 cm
   Format : *Portrait*
   Bahan : Kain TC 2

*d. Backdrop = digital printing (frontlite)*
   *Width x Height* : 500 x 300 cm
   Format : *Landscape*
   Bahan : Flexi

e. *Banner* Facebook
   *Width x Height* : 849 x 313 pixel
   Format : *Landscape*

f. *Banner* Twitter
   *Width x Height* : 1500 x 500 pixel
   Format : *Landscape*

*g. Uniform = screen printing*
   *Width x Height* : L dan XL
   Format : *Potrait*
   Bahan : Katun

h. *ID Card* = cetak *offset*

*Width x Height* : 6,5 x 8,5 cm

Format : *Potrait*

Bahan : Artpaper

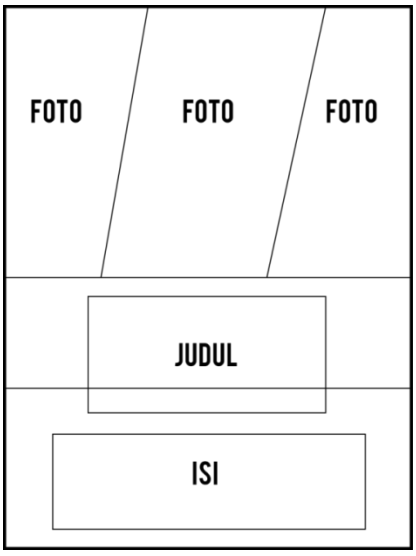
i. *Stiker* = cetak *offset*

*Width x Height* : 5,5 x 6 cm

Format : *Potrait*

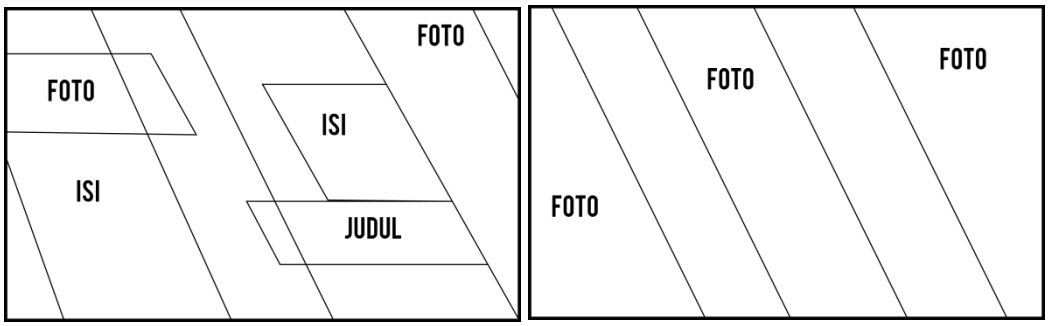
Bahan : *Stiker vinil white*

### III.2.2 Tata Letak



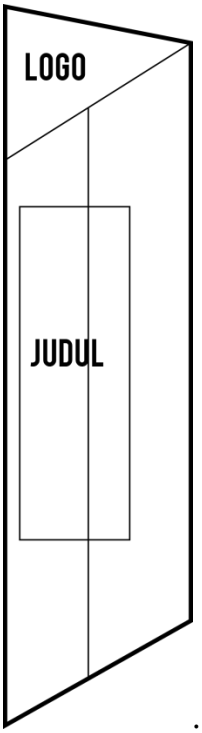

Gambar III.2 Desain Poster
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain poster, yang juga merupakan media utama.



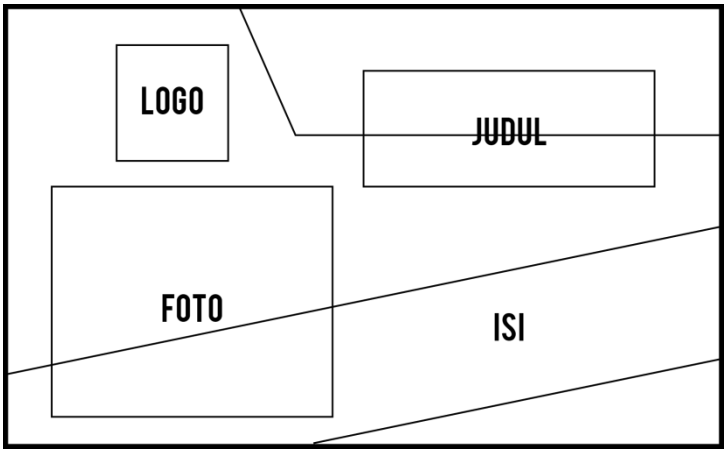

Gambar III.3 Desain Brosur
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain brosur, yang merupakan media pendukung.



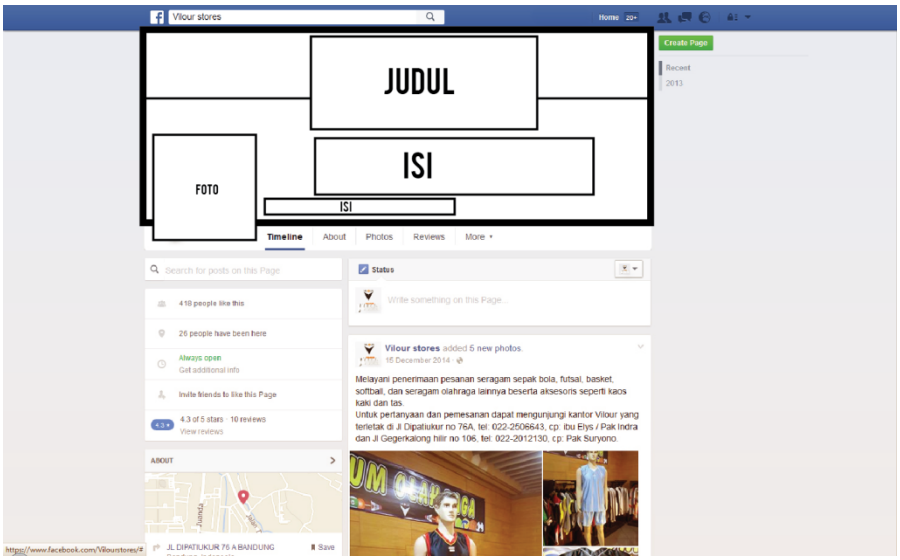

Gambar III.4 Desain Umbul - umbul
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain umbul - umbul, yang merupakan media pendukung.




Gambar III.5 Desain *Backdrop*
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain *backdrop*, yang merupakan media pendukung.



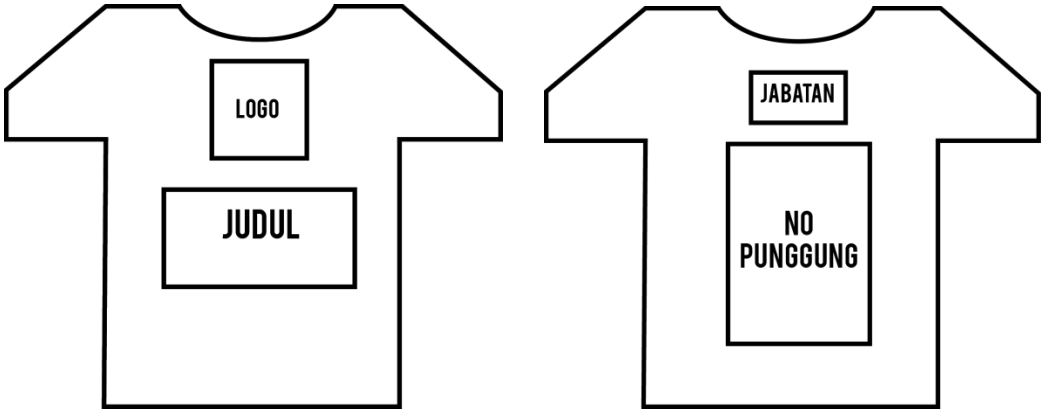

Gambar III.6 Desain *Banner* Facebook
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain *banner* Facebook, yang merupakan media pendukung.



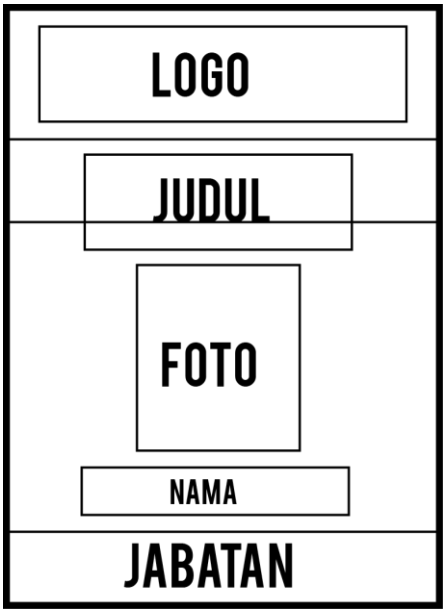

Gambar III.7 Desain *Banner* Twitter
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain *banner* Twitter, yang merupakan media pendukung.



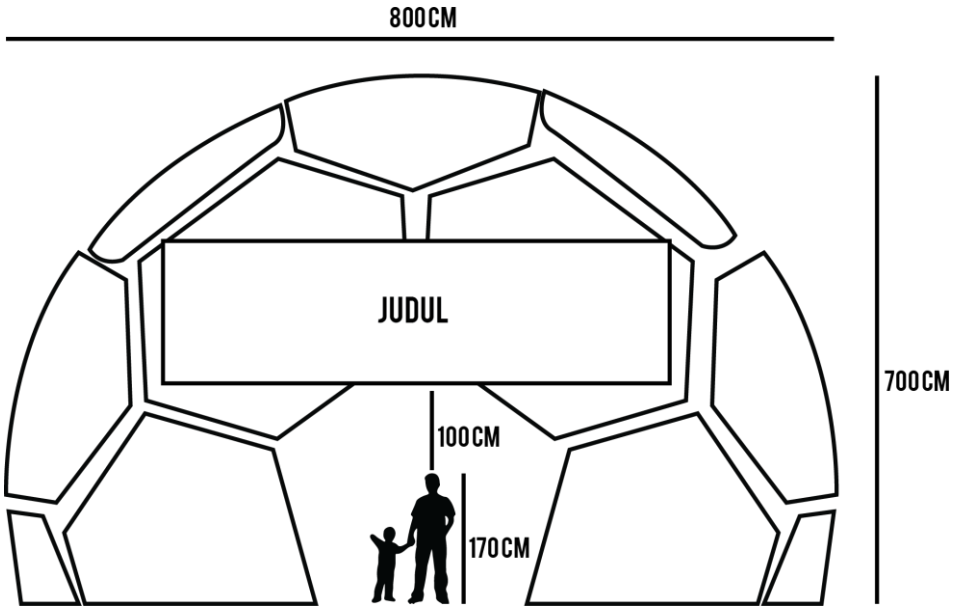

Gambar III.8 Desain *Uniform* Panitia
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain *uniform* panitia, yang merupakan media pendukung.



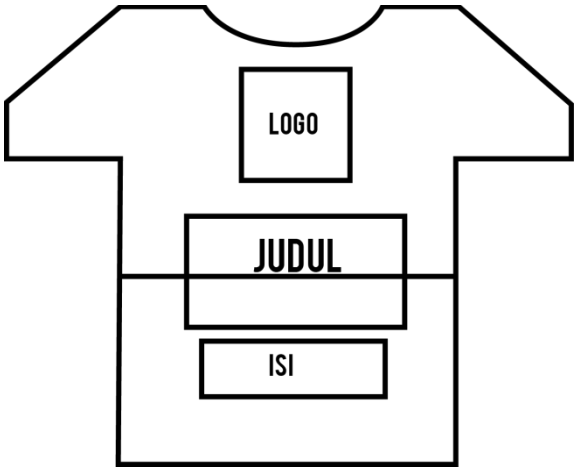

Gambar III.9 Desain *ID Card*
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain *ID card*, yang merupakan media pendukung.




Gambar III.10 Desain *Gate*
Sumber : Data Pribadi
( 16 Agustus 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain *Gate*, yang merupakan media pendukung.




Gambar III.11 Desain *Sticker*
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

Gambar di atas merupakan *layout* yang akan diterapkan pada desain *sticker*, yang merupakan *gimmick.*

### III.2.3 Huruf

Huruf yang digunakan adalah jenis huruf yang tebal, huruf jenis ini memiliki kesan kuat dan elegan, sangat cocok untuk tema olahraga. Huruf yang digunakan antara lain :




Gambar III.12 Huruf Rockwell Extra Bold
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )




Gambar III.13 Huruf Bebas
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

### III.2.4 Warna

Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya karena warna memberikan suatu kesan tersendiri, maka dalam hal ini peranan warna juga sangat menentukan. Warna yang digunakan lebih dominan *orange* dan hitam agar memunculkan kesan enerjik, berani, dan semangat. Karena warna *orange* juga merupakan warna identitas dari Vilour Sport. Warna CMYK adalah warna yang digunakan untuk warna dalam proses pencetakan sedangkan warna RGB digunakan untuk tampilan dalam sebuah layar monitor dan media digital.

.




Gambar III.14 Warna
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )

### III.2.5 Ilustrasi

Visual yang ditampilkan mengarah pada ilustrasi foto, sebab foto lebih dapat mewakili keadaan yang sesungguhnya. *Image* yang dihasilkan dari penggunaan foto juga lebih terlihat nyata dari pada hanya dengan menggunakan kata-kata. Ilustrasi yang dipakai juga berhubungan dengan *brand activation* yang berlangsung, berupa olahraga dan musik. Penggunaan ornamen berupa floral dimaksudkan agar lebih terlihat tradisional sekaligus sebagai penghias.



Gambar III.15 Model
Sumber : Data Pribadi
( 19 Juni 2016 )



Gambar III.16 Ornamen
Sumber : Data Pribadi
( 17 Agustus 2016 )