BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah sebuah alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi dengan tujuan melakukan proyeksi kondisi pada masa depan (Kerzner, 2011). Strategi perancangan merupakan teknik yang mempunyai konsep untuk sebuah pembuatan dengan tujuan pada pembuatan sesuatu agar prosesnya baik dan tepat sasaran. Dalam hal ini membuat sebuah solusi media informasi tentang batik Sukabumi. Dengan adanya perancangan ini diharapkan bahwa batik Sukabumi dapat dikenal luas.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan Perancangan dari media informasi tentang motif dan filosofi batik Sukabumi yaitu :

- Masyarakat agar lebih mengetahui motif dan filosofi batik Sukabumi
- Agar masyarakat dalam melestarikan batik Sukabumi

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan agar pesan atau tujuan yang ini disampaikan dapat tepat sasaran, maka perancangan media informasi menggunakan bahasa Indonesia yang baik karena sasaran adalah orang Indonesia khususnya masyarakat Kota Sukabumi.

- Pendekatan Visual

Pada perancangan ini pendekatan visual yang akan digunakan adalah tema batik itu sendiri. Strategi pendekatan visual yang digunakan adalah dengan menampilkan gambar motif batik dengan ilustrasi *vector*. Penggunaan ilustrasi *vector* ini agar pembaca lebih mengetahui dengan jelas bentuk motif batik Sukabumi. Dalam *layout* pun memasukan ornamen-ornamen motif batik Sukabumi agar nuansa tradisional batik tersebut dapat muncul.

III.1.3 Materi Pesan

Dalam Perancangan Media informasi ini, pesan yang disampaikan yaitu beberapa hal tentang batik Sukabumi, antara lain :

- Menginformasikan sejarah batik Sukabumi
- Menginformasikan jenis-jenis motif batik Sukabumi
- Menginformasikan filosofi batik Sukabumi

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa Indonesia yang baik dan benar menurut EYD (Ejaan Yang Disempurnakan). Menggunakan bahasa indonesia yang singkat, padat, jelas, dan langsung kepada pesan atau hal yang ini disampaikan. Dengan gaya metafora yaitu gaya yang bukan arti sebenarnya.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Sasaran dari perancangan media informasi mengenai motif dan filosofi batik Sukabumi adalah masyarakat Kota Sukabumi, mulai dari kalangan muda hingga kalangan dewasa yang memiliki ketertarikan untuk mengetahui motif dan filosofi batik Sukabumi

a. Geografis

Mencakup seluruh masyarakat kota Sukabumi yang bertujuan untuk mengenalkan motif dan filosofi batik Sukabumi kepada masyarakat Kota Sukabumi.

b. Demografis

Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
Umur : 17 Tahun – 25 Tahun
Pendidikan : Pelajar/Mahasiswa
Wilayah : Kota Sukabumi

c. Psikografis

Memperhatikan mengenai gaya hidup seseorang, kebiasaan dan kepribadian. Psikografisnya adalah remaja dengan rentang usia 17-25 tahun yang menyukai infomasi berhubungan dengan membaca buku dan juga mengoleksi buku.

Lingkungan yang baik menentukan remaja, perkembangan fisik, itu semua perlu untuk membentuk sikap, nilai dan minat (Elizabeth B. Hurlock, 1980). Hal ini menjadikan kesempatan bagi remaja untuk lebih mengembangkan minatnya.

III.1.6 Strategi Kreatif

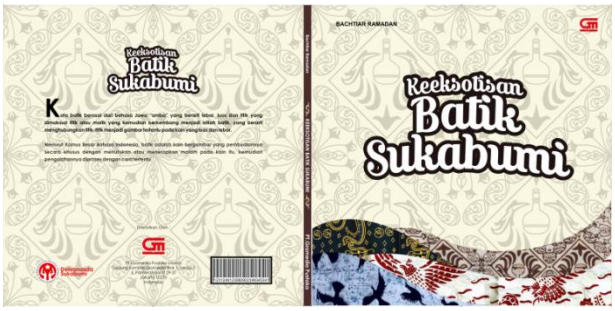
Strategi kreatif perancangan ini menggunakan batik Sukabumi yang mempunyai nilai tradisional bagi masyarakat yang berupa penyampaian informasi lengkap dengan ilustrasi motif batik Sukabumi serta ornamen-ornamen yang berbeda-beda di setiap halamannya yang bisa merangsang pikiran seseorang untuk berimajinasi. Hal ini ditunjukan untuk membuat target berpikir, mengingat dan meningkatkan ketertarikan terhadap batik Sukabumi ini. Huruf yang digunakan adalah huruf yang mudah dibaca agar pembaca dengan mudah mendapatkan informasi akan tetapi font tersebut dapat membantu menimbulkan kesan tersebut.

III.1.7 Strategi Media

Untuk menyampaikan informasi motif batik Sukabumi kepada masyarakat, di butuhkan media untuk menyampaikan informasi yang tepat dan sesuai dengan permasalahan. Media informasi tersebut terdiri dari media utama yaitu buku, dan media pendukung yang berperan sebagai media pembantu.

1. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah buku yang berisi tentang kumpulan-kumpulan motif batik beserta makna dan filosofinya. Buku pun dapat dibaca kapan saja dan buku mudah didapatkan dan dapat dijadikan sebagai barang koleksi.



Gambar III.1 Format Buku
Sumber : Pribadi

2. Media Pendukung

- Pembatas Buku

Pembatas buku dengan bertemakan batik sukabumi, yang berfungsi sebagai penanda dan pembatas halaman mana yang terkahir dibaca. Pembatas buku cara paling efektif dan tidak memaksa seseorang untuk melihat iklan. Karna akan ada selalu didalam lembaran buku.

- Poster

Media poster dipasang ditempat umum yang berupa pengumuman atau iklan. Poster juga merupakan media informasi yang mudah tersampaikah dan selalu ditempatkan pada tempat yang datar dan strategis agar menarik perhatian orang banyak

- T-Shirt

Media ini dapat digunakan dimana saja dan kapan saja yang dapat berfungsi ketika seseorang melihat t-shirt tersebut dapat memberitahukan informasi tentang batik sukabumi

- Stiker

Stiker merupakan media visual berupa lembaran kecil yang terbuat dari kertas ataupun plastik dan ditempelkan, media ini bisa diaplikasikan di mana saja.

- Gantungan Kunci

Gantungan kunci diberikan kepada pembeli disaat sesudah membeli buku. Sebagai ucapan terima kasih

- X-Banner

X-Banner adalah suatu media untuk menginformasikan media utama, umumnya berbentuk potrait atau vertikal. Media ini digunakan untuk mempromosikan media utama dipajang agar dapat terlihat.

- Pin

Pada umumnya pin biasa digunakan perusahaan atau lembaga tertentu sebagai buah tangan, dalam hal ini pin diberikan kepada pembeli disaat telah membeli buku sebagai buah tangan atau ucapan terima kasih.

- Paper Bag

Paper bag ini digunakan disaat seseorang telah membeli media utama, agar dapat mencirikan bahwa seseorang tersebut telah membeli atau mempunyai buku batik Sukabumi

- Brosur

Brosur adalah media yang biasanya diberikan secara gratis yang berfungsi memyampaikan informasih secara singkat.

III.1.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan rencana atau langkah yang ditempuh dalam menyebarkan produk kepada targer audiance. Dalam perancangan ini, buku mengenai batik Sukabumi dengan target sasaran utama yaitu masyarakat kota Sukabumi yang terdiri dari remaja dan dewasa**.** Lokasi penyebarannya diarahkan ke lingkungan masyarakat biasa berkumpul dan menghabiskan waktu, antara lain sekolah, perkantoran dan toko-toko buku di wilayah Kota Sukabumi

Table III.1 Strategi Distribusi
Sumber: Pribadi

Bulan		Februari 2017				Maret 2017				April 2017			
No	Media												
	Media Utama												
1	Buku												
	Media Pendukung												
2	Poster												
3	X-banner												
4	Stiker												
5	T-Shirt												
6	Brosur												
7	Paper Bag												
8	Pembatas Buku												
9	Gantungan Kunci & Pin												

III.1.9 Mandatory

Mandatory yang dipilih dalam perancangan ini adalah Dinas Kerajinan Nasional Kota Sukabumi. Dikarenakan telah membantu dalam pengembangan batik Sukabumi.

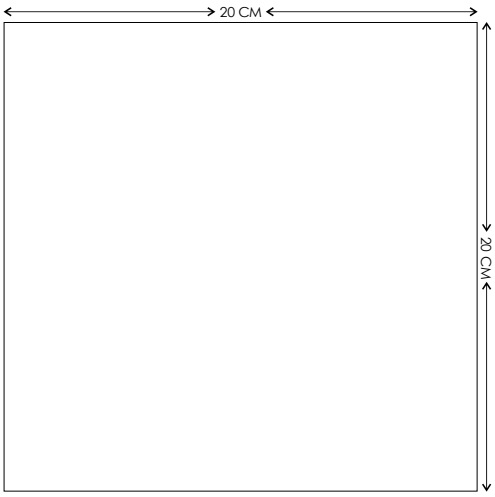
Gambar III.2 Logo Dekranasda Sukabumi
Sumber : www.sukabumikota.go.id
(Diakses Pada 2 Desember 2016)

III.2 Konsep Visual

Konsep desain merupakan ide awal untuk mengklasifikasi objek yang biasanya ada dalam sebuah perancangan. Untuk menghasilkan visual yang baik maka di butuhkan konsep visual.

III.2.1 Format Desain

Dalam perancangan ini dibuat dalam ukuran 20cm x 20cm dengan format persegi. Penggunaan bentuk persegi ini bertujuan agar setiap pengulangan motif batik dapat berukuran sama di setiap sisinya.

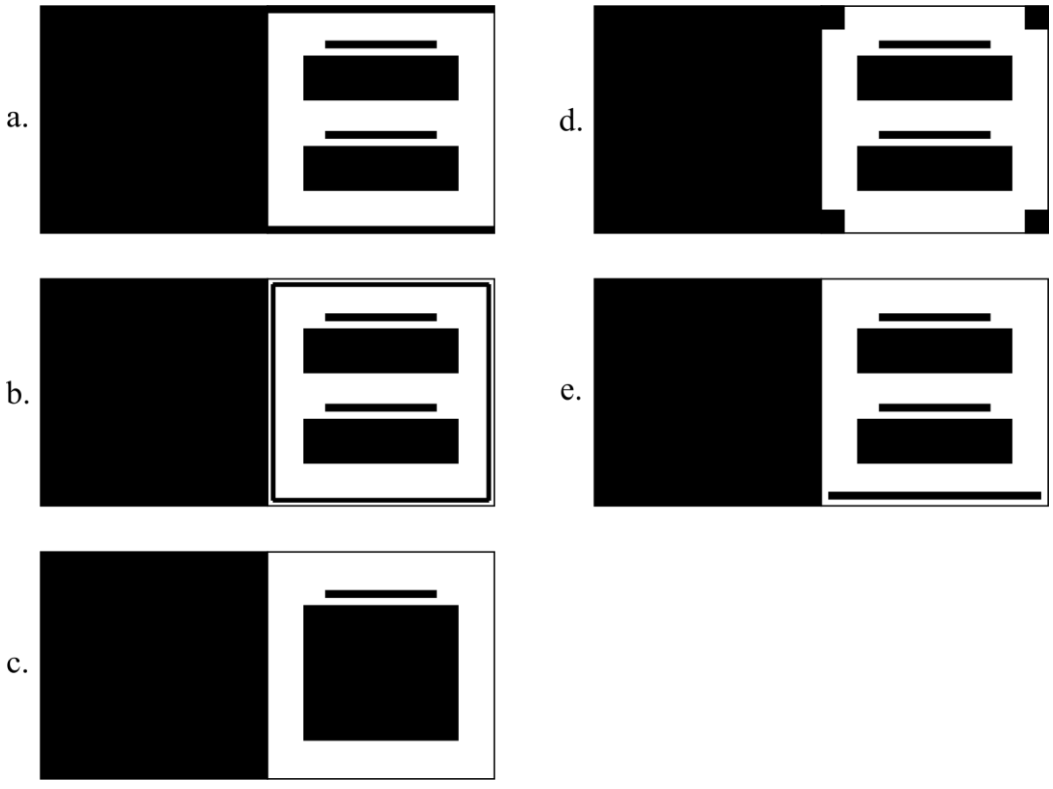


Gambar III.3 : Format Desain
Sumber : Pribadi

III.2.2 Tata Letak

Tata letak adalah susunan elemen-elemen desain yang memiliki tujuan untuk membentuk komunikasi visual. Tujuan dari tata letak adalah untuk menciptakan organisasi visual yang memuaskan, menstimulasi, menggugah pikiran, dan nyaman bagi mata. (Marianne, Sandra, 2006).

Tata letak yang digunakan dalam informasi Batik Sukabumi ini dibuat sederhana agar saat membaca isi buku dapat dimengerti. Penempatan tata letak sendiri menggabungkan beberapa unsur yaitu warna, huruf, bentuk dan gambar. Sebagian besar isi dari buku ini menggunakan tata letak teks dibagian kanan dan ilustrasi dibagian kiri sehingga pembaca dituntun melihat objek gambar terlebih dahulu di bagian kiri lalu menuju bagian kiri yaitu teks agar pembaca dapat fokus dahulu pada gambar dan selanjutnya membaca informasi dibagian kanan.

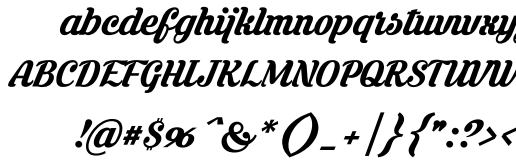


Gambar III.4 Tata Letak
Sumber :Pribadi

III.2.3 Huruf

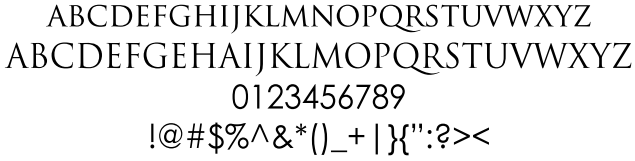
Huruf adalah unsur penting dalam sebuah karya yang berfungsi untuk mendukung terjadinya kesesuaian antara konsep dan kompsisi karya serta maksud dan tujuannya. (santosa, 2008:108).

Kringkes Reguler digunakan pada bagian depan judul buku. Kringkes memiliki lengkungan-lengkungan pada setiap hurufnya. penggunaan font ini pun di ambil dari lengkungan yang dimiliki batik.



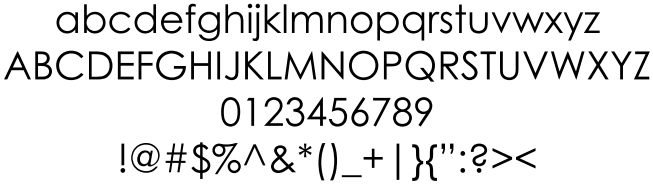
Gambar III.5 Font *Cover* Depan
Sumber : Pribadi

Trajan Pro yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf Trajan Pro memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya dan memiliki kesan yang dapat membantu menimbulkan kesan batik itu sendiri.



Gambar III.6 Font Judul Batik
Sumber : pribadi

Huruf yang di gunakan dalam isi buku sebagai *body text* adalah Centur Ghotic, yaitu jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern dan mudah terbaca.



Gambar III.7 Font isi buku
Sumber : pribadi

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah visualilasi dari suatu tulisan yang dapat berupa sketsa, lukisan, *vector* atau foto. Ilustrasi yang akan digunakan pada media informasi adalah adanya objek foto batik dan di gambar ulang dengan teknik *vector*. Penggunaan teknik *vector* ini agar pembaca bisa melihat motif batik dengan detail. Dengan harapan ilustrasi ini bisa lebih dipahami dengan jelas dan mudah dicerna oleh pembaca.



Gambar III.8 Motif Leungli
Sumber : pribadi



Gambar III.9 aplikasi pada gambar
Sumber : Pribadi

III.2.5 Warna

Warna merupakan unsur yang sangat penting untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu memunculkan kesan rasa gembira, rasa haru, semangat. (Kusrianto, 2006:46). Warna-warna yang dipilih pada perencangan ini menggunakan warna yang berasal dari warna-warna batik itu sendiri. Contoh warna yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar III.10 Contoh Warna
Sumber : Pribadi