BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN PULAU KOTOK SEBAGAI TEMPAT KONSERVASI ELANG MELALUI MEDIA BUKU

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran meliputi warga Jakarta yang kurang lebih banyak melupakan dan juga belum mengetahui bahwa adanya tempat penangkaran elang di pulau kotok yang berada di utara kota Jakarta.

- **Psikografis**

  Pada di usia remaja memiliki rasa keingintahuan yang tinggi pada informasi yang ada. Sehingga membuat para remaja memiliki keinginan untuk menyerap informasi yang ada.

- **Geografis**

  Indonesia khususnya wilayah kota Jakarta. Daerah kota Jakarta dipilih karena pulau kotok kepulauan seribu berada tidak jauh dari Daerah kota Jakarta, dengan tujuan timbul keinginan berwisata sambil belajar.

- **Demografis**

  1. Usia: 15-18 tahun
  2. Status ekonomi: Menengah atau menengah keatas
  3. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
  4. Pekerjaan: Siswa
  5. Pendidikan: Sekolah menengah atas (SMA) dan sederajat
  6. Warga Negara : Indonesia

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan terdiri dari dua kata yaitu strategi dan perancangan, masing-masing mempunyai arti tersendiri. Strategi adalah penyusunan rencana untuk mencapai sebuah tujuan jangka panjang. Sedangkan perancangan adalah kegiatan pembuatan usulan-usulan untuk dianalisis, dinilai, diperbaiki dan disusun. Pengertian

di atas menyimpulkan bahwa strategi perancangan adalah cara yang ditetapkan untuk membuat sesuatu yang lebih baik untuk mencapai tujuan.

Agar pulau kotok dapat diketahui masyarakat pada umumnya maka dari itu strategi perancangan yang efektif untuk mencapai tujuan dibutuhkan strategi perancangan yang terkonsep dengan baik. Berikut ini merupakan tahapan strategi perancangan dalam menyampaikan informasi pulau kotok sebagai tempat tempat konservasi elang. Strategi media yang digunakan meliputi:

- Observasi
- Melakukan penelitian (kuisioner)
- Hasil kuisioner
- Penetapan target audiens
- Strategi perancangan
- Penetapan visual yang akan digunakan
- Penetapan media yang sesuai dengan karateristik target audiens
- Distribusi media

III.1.2 Strategi Komunikasi

Tabel III.1 Strategi Komunikasi
Sumber: http://kampuskomunikasi.blogspot.co.id/2008/06/strategi-komunikasi.html(Diakses Desember 2016)

Siapa?	**Mengatakan apa?**	**Kepada siapa?**	**Efek bagaimana?**
pembuat	pesan	audiens	efek

Agar pesan yang disampaikan dapat tercapai maka strategi komunikasi sangat dibutuhkan. Menurut Harold D. Lasswel cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi atau cara untuk menggambarkan dengan tepat sebuah tindak komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Who Says What In Which Channel To

Whom With What Effect ? (siapa mengatakan apa dengan cara apa kepada siapa dengan efek bagaimana)".

- **Pendekatan Visual**

  Pendekatan bentuk visual yang akan ditampilkan adalah foto yang bertuliskan info-info yang mencakup pulau kotok, pada media-media tertentu ada juga penggabungan visual dari foto yang telah melalui proses pengolahan dengan elemen-elemen desain seperti tipografi, warna, dan ilustrasi.

Tabel III.2 Referensi Perancangan
Sumber: Dokumen pribadi(Desember 2016)

Contoh Referensi Buku


- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan verbal yang di lakukan menggunakan pendekatan bahasa yang bersifat informatif atau informasi, dimana strategi komunikasi bertujuan memberikan kesan informasi di kota Jakarta . Perancangan media informasi ini juga menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh target sasaran. Bahasa yang digunakan adalah bahasa indonesia dan bahasa inggris, karena tidak menampik Kota Jakarta sebagai ibu kota Indonesia yang juga bertaraf internasional sebagai kota wisata.

III.1.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan ide yang dimunculkan untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan, dan strategi kreatif ini dibutuhkan dalam merancang media informasi. Strategi kreatif di buat untuk para remaja SMA dan setara agar mengetahui apa itu pulau kotok dan penangkaran yang ada di dalamnya, dan strategi kreatif pada perancangan berfokus pada informasi yang akan dimuat pada sebuah buku agar remaja dapat menyerap informasi secara optimal.

III.1.5 Strategi Media

Strategi pemanfaatan semua bentuk media sesuai dengan prilaku sasaran khalayak untuk dapat menyerap informasi. Dalam perancangan media informasi ini dibutuhkan strategi media agar media yang di produksi bisa terperinci dan lebih terfokus. Media yang akan digunakan meliputi:

1. **Media Utama**

   Media utama adalah alat / sarana informasi pokok yang dapat menampung keseluruhan isi informasi, media utama yang akan dirancang adalah "Buku Perjalanan Ke Pulau Kotok". Buku adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Agar informasi yang disampaikan lebih menarik, dipilihnya media ini agar target audiens tertarik dengan pulau tersebut karena dirasa buku dapat menyimpan informasi yang cukup akurat sehingga audiens dapat menyerap informasi-informasi yang ada.

2. **Media Pendukung**

   Media pendukung adalah media yang dapat membantu inti dari media utama itu sendiri, Media pendukung yang digunakan yaitu berupa:

- ***Sticker***

  Sticker adalah lembaran kecil kertas yang mampu sebagai media pendukung karena bisa ditempel dimana saja sehingga informasi bisa mudah dan dapat dijangkau oleh masyarakat.

- **Gantungan Kunci**

  Gantungan Kunci merupakan media atau alat untuk menggantungkan kunci, terbuat dari kayu, logam, plastik, dengan berbagai macam bentuk yang mempunyai fungsi yang sama, tempat menggantungkan dan menyangkutkan kunci.

- ***T-shirt***

  T-shirt atau kaos oblong dipilih karena merupakan media pendukung yang menarik selain sebagai media promosi *T-shirt* dengan desain sablon Pulau Kotok.

- **Pin**

  Pin adalah sebuah benda yang digunakan sebagai sebuah aksesoris yang dapat dipasang pada pakaian atau materi yang terbuat dari kain lainnya. Media ini dipilih karena dapat menjadi media promosi Pulau Kotok.

- ***Flyer***

  Flyer merupakan bentuk iklan kertas ditujukan untuk distribusi yang luas dan biasanya dipasang atau didistribusikan di tempat umum.dapat menjadi media pendukung dalam mempromosikan Buku Perjalanan Ke Pulau Kotok. Selain itu juga *flyer* merupakan media yang bersinggung langsung dengan *target audiens.*

- ***Box Flyer***

  Box flyer digunakan sebagai tempat dari penyimpanan *flyer* itu sendiri.

- ***X-Banner***

  X-Banner adalah media promosi yang umumnya berbentuk potrait atau vertikal yang digunakan untuk menonjolkan isi dari penyampaian informasi maka dari itu media ini dipilih agar target audiens lebih memahami kemana arah tujuan informasi.

- ***Waist Bag***

  Waist Bag adalah media yang sering digunakan untuk membawa barang bawaan yang tidak terlalu banyak.

- **Media Sosial**

  Media Sosial atau medsos sering digunakan oleh orang banyak untuk menyampaikan pesan.

- **Pembatas Buku**

  Pembatas buku merupakan sesuatu yang ditempatkan dalam sebuah buku untuk memandu dalam mencari halaman tertentu.

III.1.6 Strategi Distribusi

Strategi distribusi untuk media informasi ini akan dilakukan secara bertahap, yaitu dengan diprioritaskan di wilayah DKI Jakarta. Khususnya di daerah kawasan sekolah-sekolah yang ada di Jakarta.

- Tempat penelitian ini di 2 sekolah SMA di kawasan Jakarta Utara. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki aspek yang mendukung sasaran khalayak perancangan.
- Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November sampai Desember dengan alokasi sebagai berikut:

Tabel III.3 Kegiatan Distribusi
Sumber: Dokumen pribadi(Desember 2016)

Media	Bulan pelaksanaan 2017							
	Maret				April			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Pemasangan banner								
a. Pembagian flyer								
b. Pembagian gantungan kunci								

c. Pembagian stiker								
d. Pembagian buku dan pembatas buku								
e. Kuis seputar Pulau Kotok dan pembagian hadiah berupa T-shirt								

Tabel III.4 Tempat Distribusi
Sumber: Dokumen pribadi(Desember 2016)

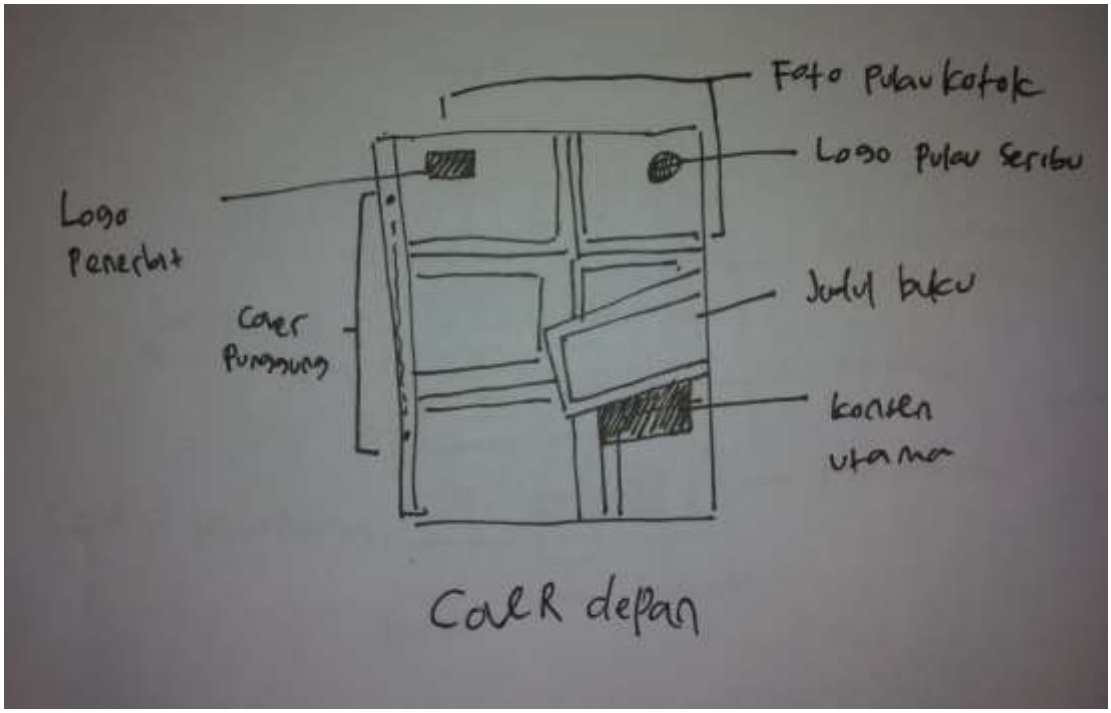
Media	Bulan pelaksanaan 2017			
	Maret		April	
Jakarta Utara	Sekolah	Mall	Tempat umum	Universitas
2. Pemasangan banner				
a. Pembagian flyer				
b. Pembagian gantungan kunci				
c. Pembagian stiker				
d. Pembagian buku dan pembatas buku				
e. Kuis seputar Pulau Kotok dan pembagian hadiah berupa T-shirt				

III.2 Konsep Visual

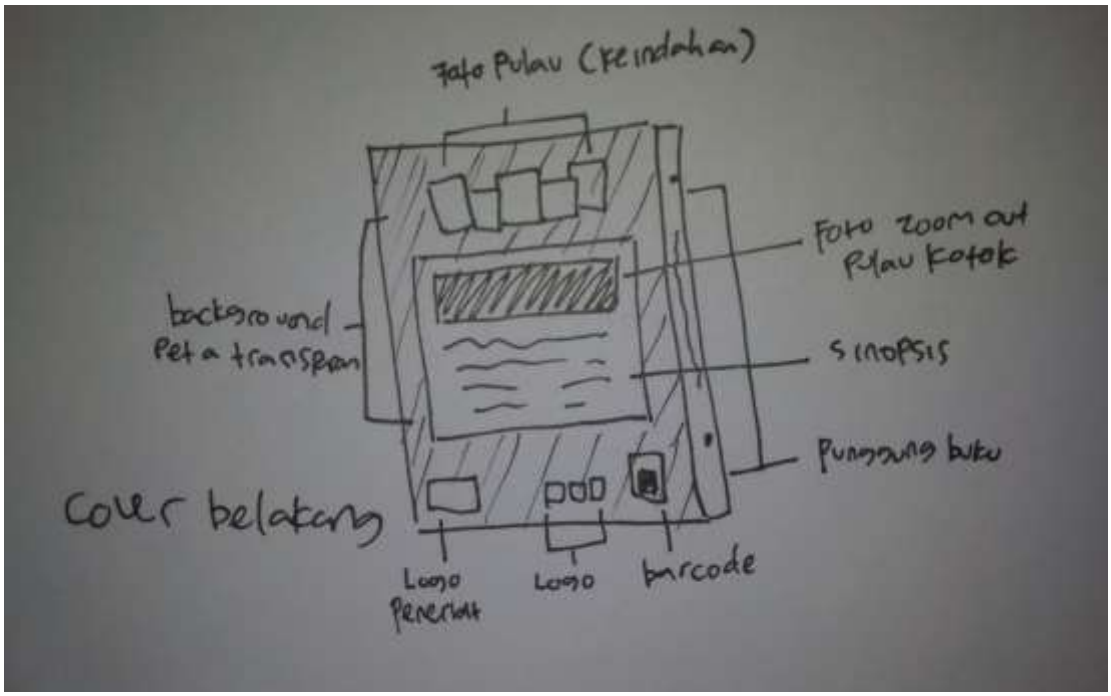
Untuk menghasilkan visual media informasi yang baik dibutuhkan konsep visual yang matang guna menghindari kesalahan dalam penyampaian pesan pada buku yang berfokus kepada penangkaran yang ada di pulau kotok.

III.2.1 Format Desain

Format desain pada *cover* buku "Perjalanan ke Pulau Kotok" dengan menggunakan foto di pulau kotok yang disusun bertumpuk dan diberi judul menggunakan font yang telah dipilih dan ditambah elemen-elemen traveling yang dapat membuat kesan petualangan ketempat yang baru.



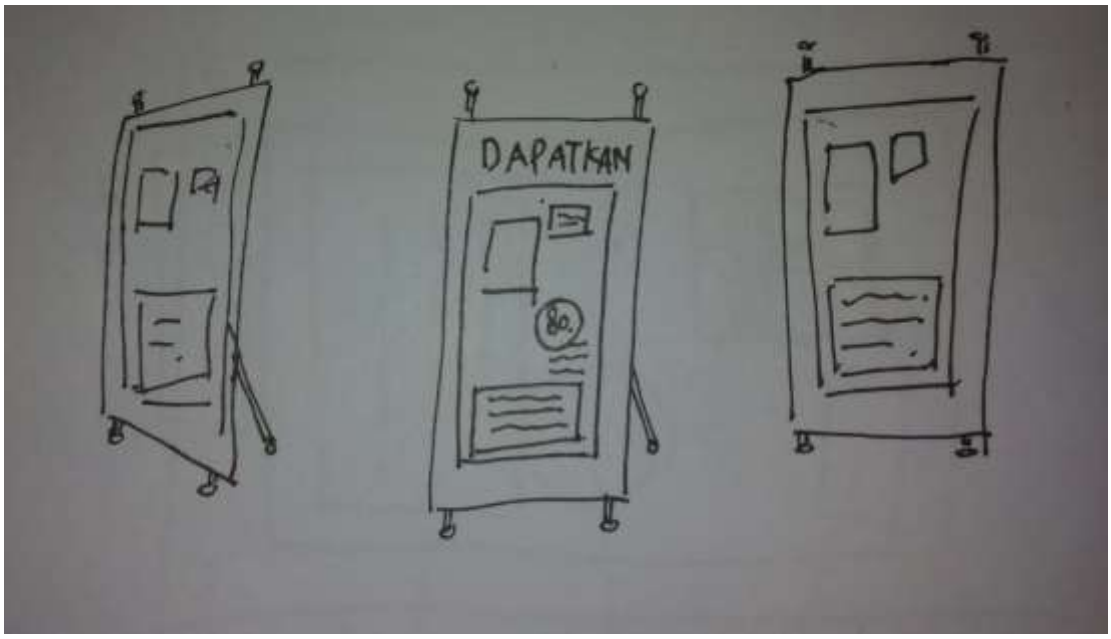
Gambar III.1 *Layout cover* depan
Sumber: Dokumen Pribadi(Desember 2016)



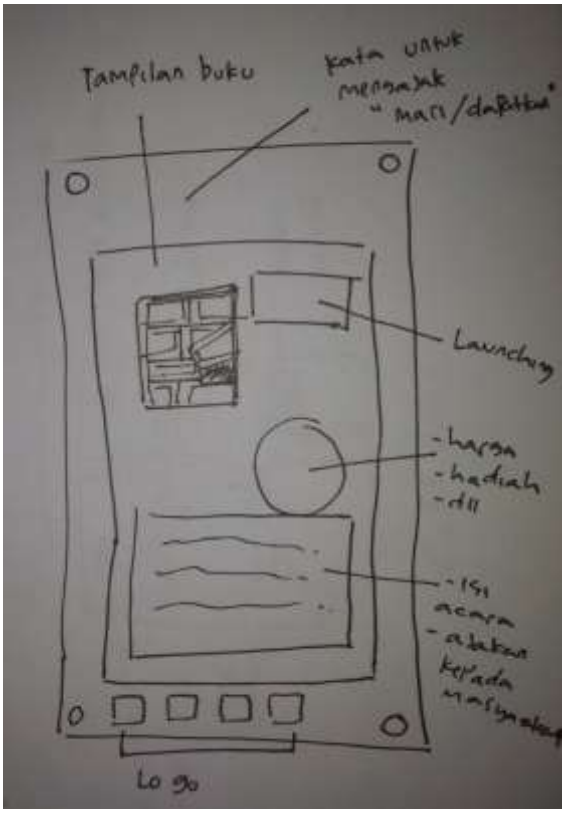
Gambar III.2 *Layout cover* belakang
Sumber: Dokumen Pribadi(Desember 2016)

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak adalah suatu penyusunan yang beracu pada unsur komunikasi grafis (teks, gambar, dan lainnya). Tata letak yang akan digunakan akan menggunakan desain yang simple sehingga dapat mudah dipahami tidak hanya para remaja tapi juga oleh masyarakat lingkungan sekolah.



Gambar III.3 *Layout* pada *x-banner*
Sumber: Dokumen Pribadi(Desember 2016)



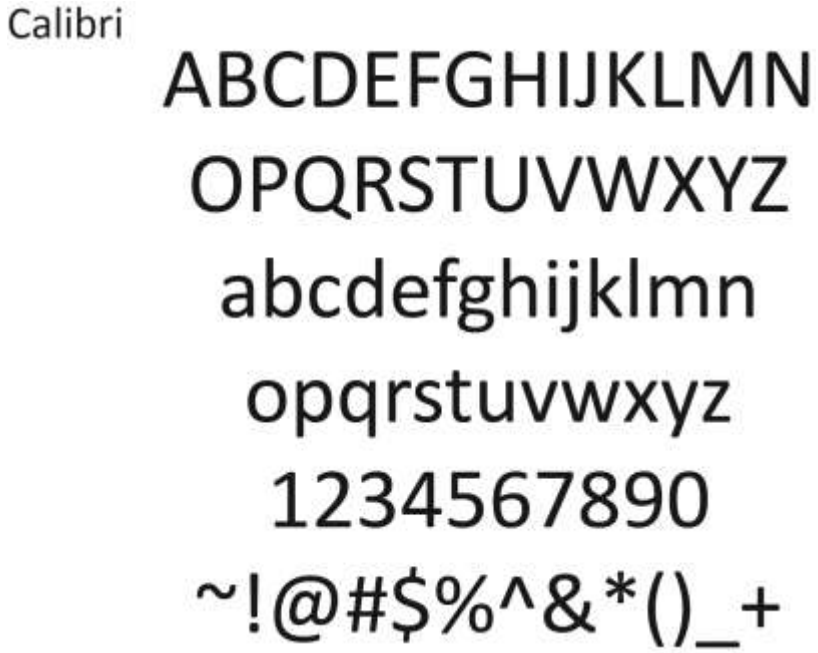
Gambar III.4 Susunan *Layout* pada *x-banner*
Sumber: Dokumen Pribadi(Desember 2016)

III.2.3 Huruf

Huruf mempunyai peranan penting dalam sebuah desain guna memperjelas arah komunikasi. Font yang akan digunakan adalah font "GoodDog Plain" karena mempunyai karakter huruf yang menarik yang pas untuk anak muda dan keyword traveling.



Gambar III.3 Font GoodDog Plain
sumber: http://www.fontpalace.com/font-details/GoodDog+Plain/(diakses desember 2016)



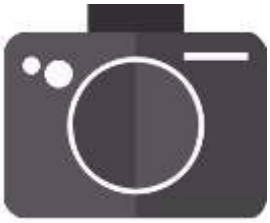
Gambar III.3 Font Calibri
sumber: http://www.fontpalace.com/font-details/calibri/(diakses desember 2016)

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada visual dengan menggunakan gambar yang disederhanakan agar lebih mudah dipahami, berikut langkah-langkahnya:

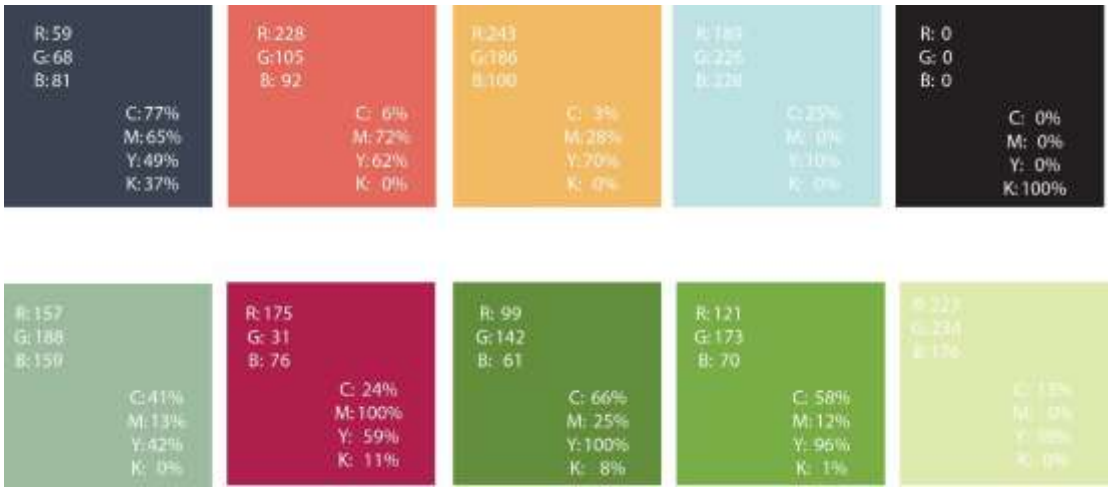
Tabel. III.5 Ilustrasi Pembuatan buku
Sumber: Dokumen pribadi(Desember 2016)

Referensi	Hasil disederhanakan
	
	
	

III.2.5 Warna

Penggunaan warna yang dipilih adalah warna cerah karena warna cerah memiliki makna ceria, sehingga akan memunculkan emosi yang positif seperti bersemangat dan gembira yang sangat sesuai dengan sasaran khalayak yaitu remaja yang tengah duduk di bangku SMA dan sederajat.



Gambar III.4 Palet Warna
Sumber: Dokumen Pribadi

Warna yang digunakan terdiri dari RGB (*Red, Green, Blue)* untuk tampilan pada layar komputer, dan warna CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*) untuk percetakan karena hampir semua media utama dan media pendukung yang akan di buat melalui percetakan agar warna tidak turun.