BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Dalam merancang sebuah media, dibutuhkan strategi perancangan dan konsep desain yang akan dibuat melalui beberapa tahapan yaitu menentukan khalayak sasaran, strategi perancangan yang tediri dari tujuan komunikasi yaitu pendekatan visual dan verbal, mandatory, materi pesan yang akan disampaikan, gaya bahasa, strategi kreatif, media utama dan pendukung, strategi distribusi dan konsep visual yang akan dibuat. Berikut adalah paparan strategi perancangan dan konsep desain yang akan diterapkan untuk media poster Kampanye Sosial Meningkatkan Minat Memainkan Gitar Dambus Di Kota Pangkalpinang.

3.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran atau yang biasa disebut target *audience* adalah kelompok atau orang yang menjadi sasaran suatu komunikasi. Dalam merancang suatu hal atau media maka harus menentukan siapa yang akan menjadi khalayak sasaran hal tersebut, karena setiap orang memiliki keinginan dan sifat yang berbeda-beda, sehingga dibutuhkan pengelompokan yang sesuai dengan karakter khalayak agar perancangan lebih terarah dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan khalayak sasaran.

Untuk menentukan khalayak sasaran, dibutuhkan segmentasi yang terdiri dari 3 segmen yaitu Geografis, Demografis, dan Psikografis. Khalayak sasaran dalam pembuatan Poster Kampanye Sosial Untuk Meningkatkan Minat Memainkan Gitar Dambus Di Kota Pangkalpinang, yaitu berdasarkan:

a. Demografis

Usia : 13-17 tahun, hal ini karena usia tersebut dimana biasanya remaja awal senang mencari atau membaca informasi.

Jenis Kelamin : laki-laki , hal ini karena laki-laki pada umumnya biasanya cenderung senang bermain gitar dan mudah tertarik.

Pendidikan : SMP dan SMA.

Karena pada umumnya pelajar SMP dan SMA biasanya sangat sering mencari atau membaca informasi di sekolah, terutama majalah dinding atau papan pengumuman yang terdapat pada setiap sekolahan.

b. Psikografis

Sarwono (2012) yang dikutip oleh Septiariwati pada makalahnya menjelaskan, "Masa remaja disebut sebagai masa penggabungan atau masa peralihan antara masa anak-anak ke masa dewasa. Pada periode-periode ini terjadi perubahan-perubahan besar dan esensial mengenai kematangan psikologis dalam menemukan dirinya dalam mencari nilai-nilai kebaikan, kebijaksanaan, keindahan, senang terhadap tokoh idola, tertarik lawan jenis dan lain-lain"(h.12).

Sarwono (2012) yang dikutip oleh Septiariwati pada makalahnya menjelaskan, "Masa remaja awal mencakup usia 13-17 tahun dimana secara psikologi memiliki perkembangan, antara lain Masih terheran-heran melihat perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri, Mengembangakan pikiran-pikiran baru, Cepat tertarik pada lawan jenis, Mudah terangsang secara erotis".

c. Geografis

Pelajar SMP dan SMA yang berada di dalam wilayah kota Pangkalpinang. Karena Gitar Dambus bermula dan berkembang di kota Pangkalpinang.

3.1.1 *Consumer Journey*

Berikut ini adalah tabel dan poin-poin dimana media utama dan pendukung akan terlihat oleh target audiens di sekolahan maupun di rumah.

No	Kegiatan	Waktu	Media/*contact point*
1	Bangun tidur	04.30	-
2	Sholat subuh	05.00	-
3	Mandi	05.30	-

4	Memakai Baju	05.45	*T-shirt*
7	Sarapan	06.00	*Mug*
9	Berangkat sekolah	06.30	Gantungan Kunci
10	Mulai belajar	07.15	Pulpen, *Notr Book* dan Pin
11	Istirahat	10.00	*Tumbler*
12	Ke kantin	10.01	*Tumbler*
13	Ke koprasi	10.11	*X-banner* dan Poster
14	Masuk kelas	10.15	Jam dinding
15	Mulai belajar	10.18	Pulpen, *Note Book*
16	Istirahat	12.00	*Tumbler*
17	Sholat	12.01	Jam dinding
18	Ke perpustakaan	12.09	Poster dan *X-banner*
19	Masuk kelas	12.15	Jam dinding
20	Pulang sekolah	13.30	Pin dan gantungan kunci
21	Makan	14.10	*Mug*
22	Istirahat	14.30	-
23	Mandi	15.10	-

24	Pergi main	15.45	*T-shirt*
25	Mandi	17.15	-
26	Solat magrib	16.00	-
27	Makan malam	18.30	Mug
28	Nonton tv	19.00	-
29	Belajar	20.05	*Note Book*, Pulpen
30	Tidur	21.45	-

Tabel: 3.1 Tabel *Consumer Journey*

Sumber: Pribadi (2017)

3.1.2 *Consumer Insight*

Consumer insight dari pelajar sebagai khalayak sasaran yaitu Gitar Dambus sangat kurang peminatnya karena kurang menarik bagi mereka dan kurangnya sosialisasi mengenai Gitar Dambus tersebut, kurangnya kepedulian dari pihak sekolah, dan Gitar Dambus sendiri biasanya hanya dimainkan oleh orang tua saja, sehingga dapat disimpulkan *insight* dari audiens muda menganggap permainan Dambus adalah permainan kuno orang tua.

3.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan terdiri dari dua kata yaitu strategi dan perancangan, yang masing-masing kata mempunyai pengertian tersendiri. Strategi adalah cara yang ditetapkan untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan perancangan adalah suatu

aktivitas pembuatan usulan-usulan yang merubah sesuatu yang telah ada menjadi sesuatu yang lebih baik. Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa strategi perancangan adalah cara yang ditetapkan untuk membuat sesuatu yang lebih baik untuk mencapai tujuan

Dalam strategi perancangan kampanye sosial meningkatkan minat memainkan Gitar Dambus, media kampanye sosial dalam menyampaikan pesan bersifat menarik agar mampu mengalihkan perhatian dan pandangan orang yang melihatnya, karena dalam media kampanye sosial ini bermaksud memberikan informasi mengajak kalangan muda untuk memainkan dan melestarikan Gitar Dambus.

3.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang ingin disampaikan pada Perancangan Kampanye Sosial meningkatkan Minat Memainkan Gitar Dambus Di Kota Pangkalpinang ini adalah untuk maningkatkan minat atau hobi bermusik khususnya memainkan Gitar Dambus tradisional provinsi Bangka Belitung agar generasi muda dapat senantiasa memainkan dan melestarikan Gitar Dambus sebagai warisan budaya provinsi Bangka Belitung di kota Pangkalpinang.

3.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dilakukan dalam menyampaikan pesan terhadap target *audience* sebagai berikut:

a. Pendekatan Visual

Pendekatan visual dalam menyampaikan informasi mengenai Perancangan Kampanye Sosial Meningkatkan Minat Memainkan Gitar Dambus Di Kota Pangkalpinang kepada masyarakat kalangan muda khususnya pelajar SMP dan SMA yang sesuai agar mereka tertarik adalah menggunakan karakter *anime* dan tipografi yang menarik, dapat mengalihkan perhatian target *audience* agar mudah

memahami informasi yang terdapat dalam media tersebut yang berisi teks dan gambar.

b. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal pada teks yang akan digunakan adalah menggunakan bahasa lokal nonformal khususnya kota Pangkalpinang agar mudah dipahami oleh target *audience*, karena ini adalah bahasa umum dan kental dikenali di kota Pangkalpinang, pada sekolah-sekolah di kota pangkalpinang rata-rata dalam berkomunikasi sehari-hari oleh guru dan pelajar biasa menggunakan Bahasa lokal, kecuali dalam kelas pelajaran Bahasa Indonesia. Dengan menggunakan Bahasa lokal nonformal ini cenderung masyarakat yang melihatnya akan tertarik karena jarang sekali digunakan pada iklan dan kampanye di kota pangkalpinang. Pendekatan verbal dalam Bahasa lokal nonformal yang akan dikampanyekan ini bersifat ajakan dengan gaya bahasa yang menyenangkan.

3.2.3 *Mandatory*

Berdasarkan data lapangan perancangan kampanye sosial meningkatkan minat memainkan gitar dambus di kota Pangkalpinang pihak terkait, yaitu dinas kebudayaan kota pangkalpinang yang memiliki peranan sangat penting dalam mengembangkan kesenian daerah kota di Pangkalpinang.



Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
kota Pangkalpinang

Gambar: 3.1 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Pangkalpinang

Sumber: Pribadi (2016)

3.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang ingin di sampaikan dalam kampanye sosial untuk meningkatkan minat dan kemampuan memainkan gitar dambus di kota pangkalpinang melalui karakter pemuda adalah ajakan untuk para kalangan muda khususnya pelajar di kota Pangkalpinang untuk senantiasa memainkan gitar dambus sebagai bentuk pelestarian warisan budaya agar tidak dilupakan.

3.2.5 Gaya Bahasa

Gaya Bahasa yang akan disampaikan kepada target audiens menggunakan gaya bahasa informatif dan persuasif yang menginformasikan dan mengajak, tidak terlalu padat sesuai informasi pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye sosial.

3.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif sangat penting dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kedalam bahasa visual, karena pesan yang disampaikan juga harus didukung dengan elemen grafis pada media yang dirancang. strategi kreatif yang akan dibuat adalah dengan membuat Poster sebagai media kampanye sosial dengan ilustrasi, teks dan pesan ajakan.

Tujuan pembuatan identitas visual kampanye sosial berupa poster adalah :

- Kampanye sosial akan mudah diingat dan pesan identitas visual menjadi mudah tersampaikan.
- Memperkenalkan kepada lembaga yang berkaitan dengan kampanye sosial yaitu lembaga pendidikan, yaitu sekolah-sekolah di kota Pangkalpinang.
- Desain karakter yang akan digunakan pada poster sebagai media kampanye akan menarik perhatian audiens.

a. *Copywriting*

Aprian menjelaskan, "*copywriting* adalah kemampuan dalam mengolah kata dan menciptakan naskah periklanan yang menggabungkan kreativitas berpikir dan seni untuk memenuhi pesan penjualan yang menghubungkan produk atau jasa kepada *klien*"(h.32).

Headline : *Gitar Dambus Tradisi Kite*

Gitar Dambus Tradisi Kite sebagai kalimat informatif, yang menginformasikan bahwa Gitar Dambus tersebut adalah tradisi kita, khusus pelajar SMP dan SMA di kota Pangkalpinang.

Tagline : *Yo Maen Gitar Dambus Agik Men Ukan Ikak Siape Agik*.

Tagline yang dipakai yaitu "*Yo Maen Gitar Dambus Agik Men Ukan Ikak Siape Agik*" karena dalam kampanye ini bersifat persuasif yang mengajak target audiens agar mereka memainkan Gitar Dambus.

3.2.7 Strategi Media

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada audiens. Strategi media adalah perancangan suatu bentuk alat, yang disesuaikan untuk kebutuhan konsep perancangan, agar pesan yang disampaikan terwujud dengan baik dan mendapat respon dari *audience*.

- **Media Utama**

Media utama yang dipilih dalam kampanye ini adalah Poster. Berdasarkan *Rocket Managemen* (2017) Menjelaskan, " Poster yaitu salah satu karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar atau huruf di atas media kertas yang ukurannya besar. Untuk mengaplikasikannya biasnya di dinding atau permukaan datar lainnya dengan tujuan untuk mencari perhatian mata". Perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini dapat dimanfaatkan sebagai media informasi bagi audiens dan akan diletakan di papan pengumuman atau madding sekolahan SMP dan SMA di kota Pangkalpinang.

- **Media Pendukung**

Media pendukung yang akan dipakai sebagai sarana kampanye sosial yaitu:

a. Jam Dinding

Jam dinding dibuat sebagai media pendukung dan Sebagai tanda pengingat pada kampanye sosial ini, karena cendrung biasanya siswa sekolah sering

melihat waktu atau jang yang ada di kelas. Jam dinding ini akan diletakan di setiap ruang kelas.

b. *T-Shirt*

T-shirt sebagai media penukung dan juga sebagai media pengingat sebagai souvenir dari kampanye sosial ini karena sangat epektif igunakan sebagai alat promosi atau kampanye. Tshirt ini akan ibagikan paa kegiatan tuju belasan yang akan berlangsung di sekolahan nanti.

c. *Tumbler*

Dibuat dibuat sebagai *merchandise* dan dapat dibawa kemana-mana, seperti kesekolah dan kegiatan luar sekolah lainnya.

d. *X-banner*

Tujuan pembuatan *X-banner* sebagai media pendukung adalah sebagai penyampai pesan yang nanti *X-banner* tersebut akan diletakan di depan ruangguru, perpustakaan, koprasi.

e. *Note Book*

Note book dibuat sebagai media pendukung untuk mengingat penyampaian pesan dari kampanye ini. Buku saku merupakan media yang berukuran kecil, muda dibawa kemana saja dan dapat sebagai pengingat dalam sampulnya, karena berisi pesan.

f. *Sticker*

Sticker sebagai media pendukung kampanye sosial sebagai bentuk pengingat dari kampanye tersebut, karena biasanya sisa dan siswi sekolahan sering menempel *sticker* pada buku mereka.

g. Gantungan Kunci

Gantungan kunci sebagai *marchendise* juga sebagai pengingat dan dapat diletakan ditas, kantong peralatan tulis, kunci.

h. *Pin*

Pin merupakan benda yang sering di pakai oleh siswa dan siswi sebagai aksesoris yang biasanya di letakan pada tas atau tali sandang tas. Tujuan penggunaan pin sebagai media pendukung pada *marchendise* karena sangat tepa tapa bila pin tersebut digunakan sebagai media penyampaian kampanye.

i. Pulpen

Pulpen dipilih sebagai media pendukung dari kampanye tersebut sebagai *marchendise* karena pulpen sangat penting menjadi kebutuhan utama oleh siswa dan siswi sekolahan sebagai alat tulisnya.

j. *Mug*

Mug dipilih sebagai *marchendise* dari kampanye sosial karaena sangat berguna dan sering di gunakan oleh semua orang, terutama pelajar dan dapat digunakan dirumah.

3.3 Strategi Distribusi

Kampanye sosial ini merupakan kampanye yang akan dilaksanakan pada tanggal bulan Juli yang mendekati bulan Agustus sebagai persiapan kampanye tersebut, yang dipringati sebagai hari kemerdekaan Indonesia. Kampanye ini akan terus berlangsung sepanjang tahun yang akan diletaknan pada sekolah-sekolah SMP dan SMA di kota Pangkalpinang.

Kampanye ini akan dilakukan pada acara tujuh belasan yang akan berlangsung di masing-masing sekolah SMP dan SMA di kota pangkalpinang yang biasanya dimuali dari tanggal 17-20 Agustus. Pembagian *merchandise* akan di berikan kepada 50 audiens pertama yang datang ke sumber suara atau panggung dan akan dibagikan geratis. media pendukung juga akan diletakan di koprasi, dididing kelas.

Kampanye ini bekerja sama dengan dinas kebudayaan dan pariwisata kota pangkalpinang. Media utama yaitu Poster, Poster kampanye ini akan terus diadakan pada setiap tahunnya di sekolah-sekolah sebagai wujud kepedulian terhadap pelestarian dan Menarik Minat Memainkan Gitar Dambus di kota Pangkalpinang.

No	**Media**	**Bulan**		
		Juli	Agustus	September
1	Poster	✓	✓	✓
2	X-banner	✓	✓	✓
3	Tumbler	✓		✓
4	Note Book	✓		✓
5	Jam Dinding	✓		✓
6	Pin	✓	✓	✓
7	Stiker	✓	✓	✓
8	Mug	✓		
9	Pulpen		✓	

10	Gantungan Kunci		✓	✓
11	T-Shirt		✓	✓

Tabel: 3.2 Tabel Distribusi Media

Sumber: Pribadi (2017)

Semua media pendukung akan diadakan selama satu tahun, karena Gitar Dambus sangat penting dilestarikan, sedangkan untuk kebutuhan *merchandise*, akan diadakan ketika perlombaan dan dibagikan secara bertahap, agar yang mendapatkannya merata.

3.4 Konsep Visual

Secara keseluruhan konsep dalam poster ini menampilkan 1 karakter pemuda yang tersenyum dan sedang memainkan Gitar Dambus, memberikan pesan informatif dan persuasif pada teks untuk mengajak memainkan Gitar Dambus sebagai bentuk pelestarian. Pada poster tersebut menggunakan warna khas melayu yang digunakan sebagai warna adat khas melayu provinsi kepulauan Bangka Belitung.

3.4.1 Format Desain

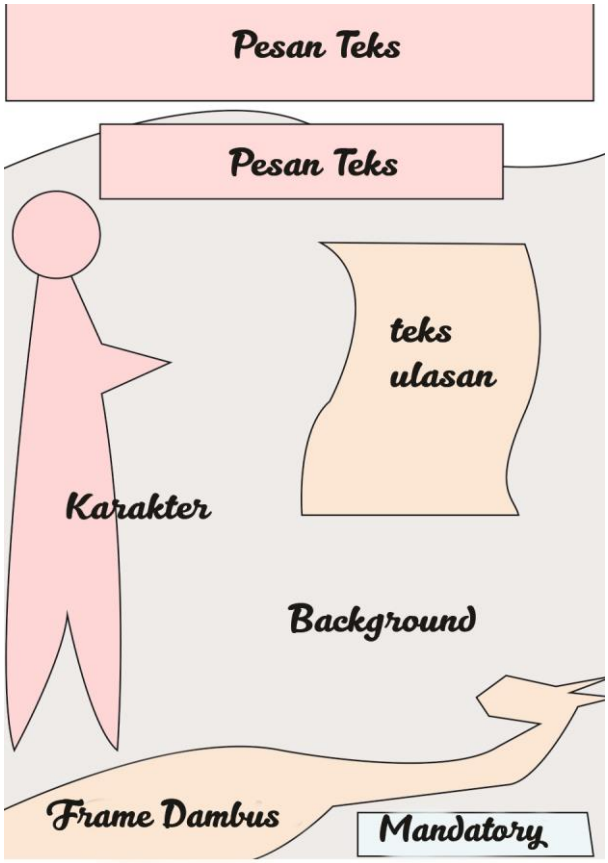
Format Ukuran poster yang digunakan adalah A2 berukuran 42 CM x 59,4 CM, menggunakan kertas berbahan *Laster*, agar poster tahan lama dan warnanya tidak cepat kusam, format berupa *portrait* agar terlihat fokus pada tokoh atau karakter.

3.4.2 Tata Letak (*Layout)*

Kusrianto Adi (2007) Pada bukunya yang berjudul Pengantar Desain Komunikasi Visual, yaitu layout atau tata letak, menjelaskan, " *Layout* adalah suatu bagian dari desain grafis. Oleh karena itu, prinsip desain tidak ada bedanya dengan apa yang anda

pelajari pada nirmana dan desain grafis. Yang akan and ubah kanvas yang harus anda isi dengan elemen grafis pengisi halaman itu".

Pada *layout* poster kampanye sosial, posisi karakter seorang pemuda diletakan di sebelah kiri, *copywriting* di letakan paling atas, sedangkan pesan teks diletakan di bagian bawah *copywriting*, posisi *frame* di letakan pada bagian atas dan bawah saja, sponsor atau *mandatory* di letakan pada bagian paling bawah sebelah kiri.



Gambar: 3.2 *Layout* Poster

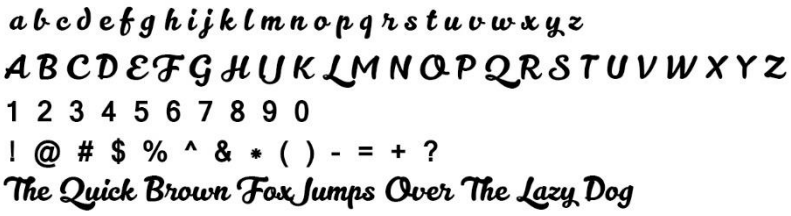
Sumber: Pribadi (2017)

3.4.3 Tipografi

Unsur teks dalam poster kampanye ini menggunakan jenis huruf sans serif karena jenis huruf mudah di baca dan di pahami, menarik ialah dapat ngealihkan perhatian audiens yang melihatnya, memiliki karakter yang lentur, meliuk-liuk dan dan memiliki bentuk

yang jelas, karakter huruf seperti di bawah ini sangat cocok digunakan sebagai teks kampanye yang di tujukan Khalayak sasaran pelajar SMP dan SMA.

Kitten



3.4.4 Ilustrasi

Kusianto Adi (2007) menjelaskan, "Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan intuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual"(h.140).

Pada poster kampanye sosial ini ilustrasi karakter yang digunakan adalah karakter *carton* vektoe yang berwujud sosok anak muda memegang gitar dambus dan memainkannya. Kenapa menggunakan karakter Anime, karena untuk target audiens seusia 13-17 tahun khususnya pelajar SMP da SMA cendrung menyukai karakter seperti yang di gambarkan.

a. Karakter Utama/Tokoh

Referensi Karakter dan Hasil, Dalam prancangan karakter ini terdapa referensi yang berfungsi untuk membentukan karakter sepertipemain gitar hero yaitu sebagai rebrensi bentuk dari memegang gitar dan posisi berdirinya, terbentuknya seragam pada karakter yakni menggunakan baju adat dari revrensi baju kepegawaian pemerintah di Bangka yak ni mereka menggunakan pakaian adat dalam dinas, menggunakan warna merah pada kostum karakter karena pakaian adat di kota Pangkalpinang tidak hanya kuning saja melainkan berfariasi.



Gambar: 3.3 Perancangan Karakter

Sumber: http://kukm.babelprov.go.id/content/upacara-hut-provinsi-pns-pemprov-babel-kenakan-pakaian-adat-melayu?qt-berita=1 (diakses pada 29-20-2017) dan Pribadi (2017)

b. *Backround*

Dalam pembuatan *Background* Poster ini dipilih sesuai dengan tema kampanye sosial yang akan diselenggarakan pada tanggal dan bulan yang telah ditetapkan. *Backround* terinspirasi dari salah satu gambar yaitu Saya Pancasila yang menggunakan *siluet* dimana pada gambar tersebut terdapat *siluet* karakter pemuda beramai-ramai mengacungkan tangan keatas.

Begitu juga dengan *Background* pada poster Kampanye Sosial yang dimana gambar hamper mirip dengan gambar Saya Pancasila, namun karakter pemuda yang mengacungkan tangan keatas tidak dengan tangan kosong, melainkan mengacungkan sambil memegang Gitar Dambus.

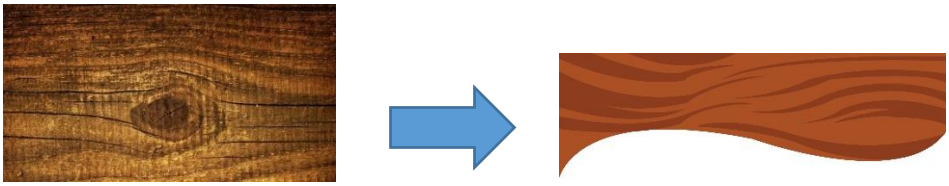


Gambar: 3.4 Perancangan *Background*

Sumber: https://www.winnetnews.com/post/untuk-rayakan-hari-pancasila-para-artis-ini-gunakan-baju-merah-putih- (diakses pada 29-07-2017) dan Pribadi (2017).

c. Tampilan *Frame*

Pemilihan serat kayu sebagai *background* yang digunakan sebagai *Frame* bagian atas poster, tekstur kayu pada frame bagian atas terinspirasi dari gambar serat kayu, karena Gambus sendiri terbuat dari kayu.



Gambar: 3.5 Perancangan *Frame* Atas

Sumber: http://www.konstruksiana.com/2017/05/mengenal-jenis-kayu-untuk-konstruksi.html (diakses pada 29-07-2017) dan Pribadi (2017).

Referensi *frame* bawah dan hasil tampilan *frame* pada bagian bawah poster kampanye sosial menggunakan Gitar Dambus, untuk memperkuat tampilan pada kapamanye sosial tentang Gitar Dambus tersebut.

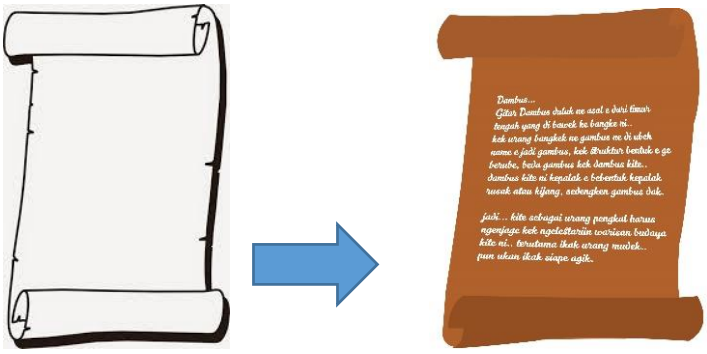


Gambar: 3.6 Perancangan *Frame* Bawah

Sumber: Pribadi (2017).

d. Tampilan *Frame* Kertas

Referensi Frame Kertas Dan Hasil, Penambahan *Frame* kertas pada poster digunakan sebagai peletakan teks sebagai ulasan yang menjelaskan sedikit tentang asal-usul dan pesan Gitar Dambus tersebut.



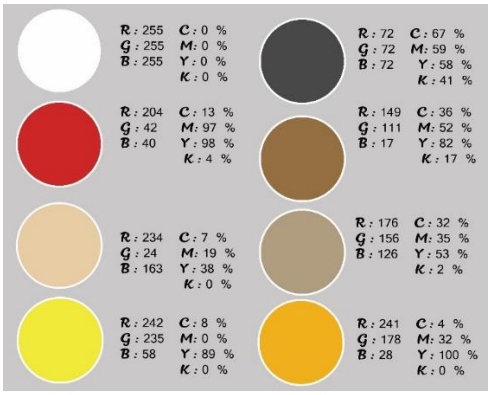
Gambar: 3.7 Perancangan *Frame* Kertas Gulung dan Teks

Sumber: http://dinamicvector.blogspot.co.id/2014/11/macam-macam-bentuk-kertas-untuk-nama.html (diakses pada 29-07-2017) dan Pribadi (2017).

3.4.5 Warna

a. Unsur Warna Pada Karakter

Warna yang digunakan dalam karakter ini menggunakan warna Merah, Kuning, emas, Coklat. Warna merah yang melambangkan keberanian, warna emas melambangkan kemakmuran masyarakat provinsi Bangka Belitung, sedangkan warna coklat adalah melambangkan warna alam atau alami pada gitar dambus.



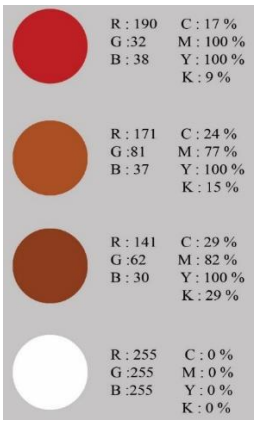
Gambar: 3.8 Palet Warna Karakter

Sumber: Pribadi (2017)

b. Unsur Warna Pada *Background* dan *Frame*

Warna utama yang digunakan pada perancangan Background dan Frame poster kampanye ini adalah merah, coklat dan putih.

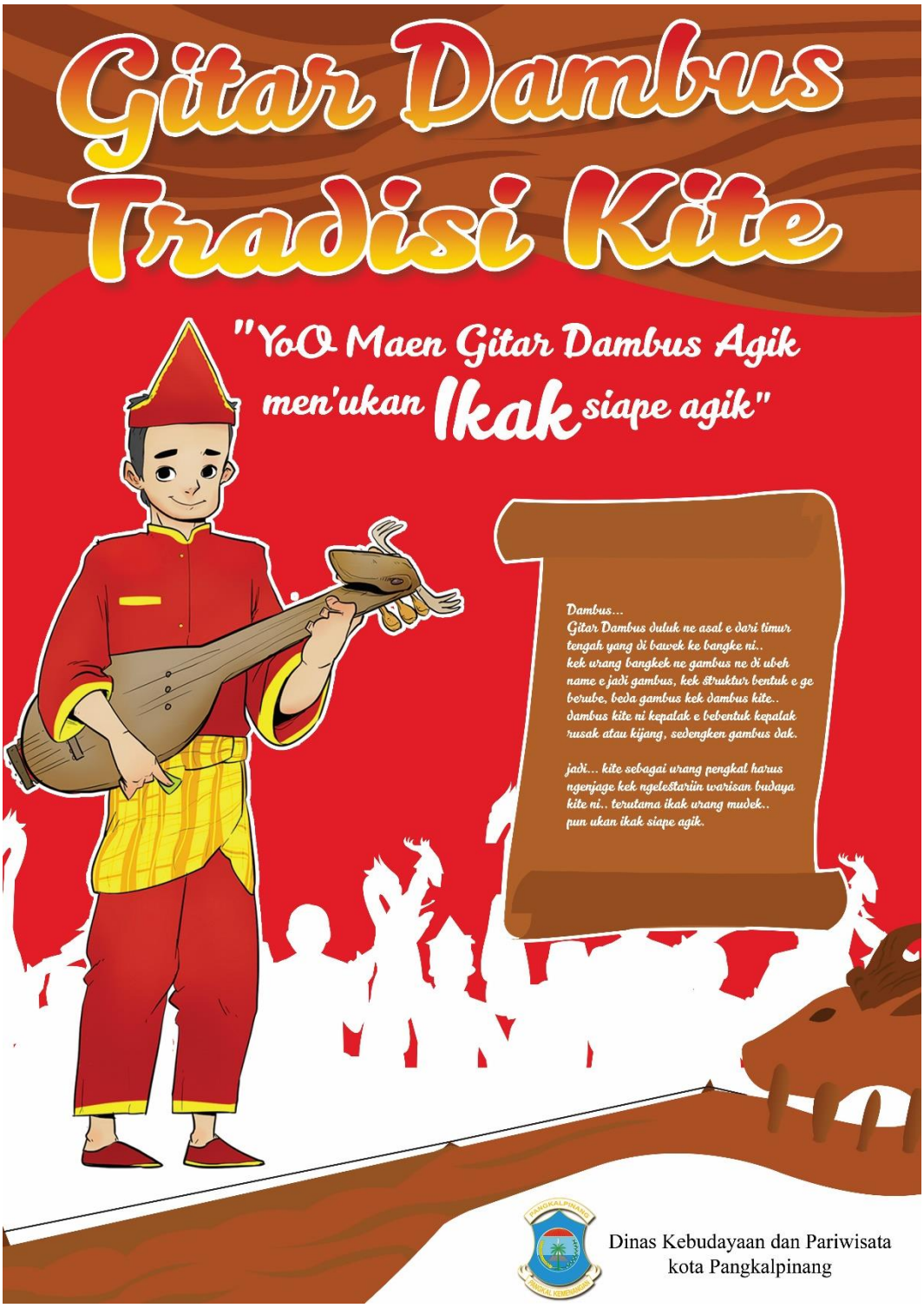
Salamadian (2017) menjelaskan ”Dari warna tersebut masing-masing warna memiliki makna, yaitu Merah yang memaknai keberanian, kekuatan, energy, nafsu dan ardenalin. Coklat yang memaknai keakraban dan kebersamaan. Putih yang memaknai bersih, suci, ringan, dan kebebasan”.



Gambar: 3.9 Palet Warna Background dan Frame pada Poster Kampanye

Sumber: Pribadi (2017)

3.4.6 Visualisasi



Gambar: 3.9.1 Visualisasi Poster Kampanye Sosial

Sumber: Pribadi (2017)