

## **BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN**

### **III.1 Khalayak Sasaran**

Pada saat ini untuk menyebarkan sebuah informasi dibutuhkan khalayak sasaran sebagai tolak ukur bagi setiap kegiatan penyebaran informasi. Khalayak sasaran adalah faktor penting yang berperan dalam sebuah proses komunikasi (Cangara, 2010 : 157). Oleh sebab itu unsur-unsur yang terdapat dalam khalayak sasaran menjadi penting untuk merancang sebuah proses komunikasi agar berhasil.

Khalayak sasaran yang dipilih pada perancangan ini adalah dewasa awal usia 18 – 28 tahun, usia tersebut termasuk kedalam usia dewasa awal yang dikategorikan menurut Departemen Kesehatan RI (2009) yang mengkategorikan dewasa awal adalah usia 18-40 tahun. Karena masa dewasa awal merupakan masa pencaharian dari kemandirian dan masa reproduktif yaitu suatu masa yang penuh dengan ketegangan emosional dan masalah, periode komitmen dan masa ketergantungan, periode isolasi sosial, perubahan nilai-nilai, kreativitas dan sudah mulai mempunyai pilihan dalam bertindak sehingga dapat menjadi peluang untuk memberikan informasi gaya busana Bohemian sebagai pilihan dalam berbusana.

#### **III.1.1 Demografis**

Demografis merupakan suatu pembagian aktivitas pemasaran berdasarkan variabel seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, pendidikan, siklus hidup keluarga, ukuran keluarga, generasi, kewarganegaraan, agama, ras dan kelas sosial (Munandar, 2011 : 236).

- Jenis Kelamin : Wanita. Wanita dipilih karena wanita dipresentasikan sebagai makhluk yang dekat dengan kosmetika dan sangat memperdulikan penampilan luar (Malcolm Barnard, dalam Oakley, 2011). Selain itu wanita dipilih karena data hasil kuesioner yang telah disebar lebih banyak wanita yang mengisi kuesioner dibandingkan dengan laki-laki juga dalam penggunaan busananya wanita lebih sering berganti-ganti dibandingkan laki-laki.
- Usia : Dewasa awal yaitu 18 – 28 Tahun.  
Pada masa ini sudah terlihat bentuk suatu kreativitas dan mulai tumbuh berkembang menjadi dewasa (dewasa awal / dini), kreativitas yang muncul

didasari kepada minat dan kemampuan individual, kegiatan-kegiatan yang memberikan kepuasan sebesar-besarnya dan kesempatan untuk mewujudkan keinginan-keinginannya (Hurlock, 1980). Selain dari itu data hasil kuesioner banyak ditanggapi oleh rentang usia 18 – 28 tahun sehingga pengelompokan usia tersebut dipandang sebagai khalayak sasaran yang tepat.

- Tingkat Pendidikan : SMA keatas.

Karena semakin tinggi pendidikannya maka akan sangat memperhatikan penampilannya agar terlihat baik (Fajria, dalam Izwerni, 2013).

- Status Ekonomi : Kelas menengah atas.

Karena pada kelas ini sudah tidak memikirkan busana sebagai penutup tubuh saja melainkan sebagai refleksi dari hubungan dengan sistem produksi yang memberikan gambaran karakteristik ekonomi tertentu sebagai refleksi dirinya. (Barnadr, dalam Roach dan Eicher, 2011 : 90).

### **III.1.2 Geografis**

Geografis merupakan suatu aktivitas pemasaran yang didasari pada pembagian pasar dalam beberapa unit geografis seperti populasi, kepadatan penduduk, daerah dan iklim (Munandar, 2011 : 236). Media penyampaian informasi ditempatkan diwilayah yang strategis agar dapat dilihat oleh khalayak sasaran dan mencakup wilayah perkotaan seperti Bandung, Jakarta, Semarang, Surabaya, Medan. sebagai sasaran utama. Karena di wilayah perkotaan masyarakatnya sudah mulai memperhatikan penampilannya dibandingkan dengan yang ada di wilayah pedesaan. Serta banyaknya pusat perbelanjaan pakaian diwilayah perkotaan membuat informasi akan tepat sasaran.

### **III.1.3 Psikografis**

Psikografis merupakan suatu aktivitas pemasaran yang pembagiannya berdasarkan basis variabel kepribadian dan gaya hidup (Munandar, 2011 : 236). Menurut hasil wawancara dan observasi secara langsung, maka data yang didapat sebagai berikut:

- Kepribadian : Aktif, percaya diri, selalu ingin tampil beda.
- Gaya hidup : Pengguna media sosial aktif, senang bersosialisasi,

*fashionable*, senang *traveling*, tertarik akan seni, musik, *film* dan *fashion*.

#### III.1.4 Consumer Insight

*Consumer insight* merupakan pemahaman terhadap perasaan terdalam konsumen yang mempengaruhi bagaimana mereka menjalani hidup dan alasan memilih sebuah produk. (Pitaloka, dkk, dalam Engel, dkk, 2013 : 35) Berdasarkan data lapangan maka dan melalui wawancara diketahui *consumer insight* khalayak sasaran sebagai berikut :

- Ingin tampil menarik dan beda.
- Perasaan bebas dan tidak terkekang.
- Memiliki ketertarikan terhadap *fashion* dan juga pakaian bermotif.
- Bingung ketika hendak mengenakan busana atau *outfit*.
- Senang bersosialisasi dengan lingkungannya.

Pernyataan diatas dapat menjadi acuan untuk menentukan media apa yang nantinya akan dibuat.

#### III.1.5 Consumer Journey

*Consumer journey* merupakan suatu teknik untuk mengetahui lebih dalam target audiens dengan melihat dan memperhatikan aktivitasnya kehidupannya (Kasilo, 2008). Dengan memahami *consumer journey* akan membuat strategi komunikasi dapat disampaikan secara efisien.

Tabel III.1 Tabel *Consumer Journey*  
Sumber: Data pribadi (25 Mei 2018).

| Tabel <i>Consumer Journey</i> |       |                                           |                           |                         |
|-------------------------------|-------|-------------------------------------------|---------------------------|-------------------------|
| No                            | Waktu | Kegiatan                                  | Tempat                    | <i>Point of Contact</i> |
| 1                             | 05.00 | Bangun tidur, sholat, mandi dan berdandan | Kamar tidur & kamar mandi | <i>smartphone</i>       |
| 2                             | 06.00 | Sarapan                                   | Ruang makan               | <i>smartphone</i>       |

|   |               |                                                                                           |                                |                                                         |
|---|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 3 | 06.30         | Pergi ke sekolah/kerja                                                                    | Jalan                          | kunci, baliho, tas, <i>smartphone</i> .                 |
| 4 | 07.30         | Sampai di sekolah/Bekerja                                                                 | Sekolah/kampus/ Kantor         | Baliho, <i>banner</i> .                                 |
| 5 | 07.30 – 15.30 | Belajar/Bekerja                                                                           | Sekolah/kampus/ kantor         | Baliho, <i>smartphone</i> .                             |
| 6 | 15.30 – 19.30 | Bersosialisasi dengan teman-teman/lingkungan, berbelanja. (intensitas 3-4 hari perminggu) | Café, Mall.                    | <i>Banner</i> , tas, baliho, majalah, <i>smartphone</i> |
| 7 | 19.30 – 20.00 | Pulang ke rumah                                                                           | Jalan                          | Tas, kunci, baliho, <i>smartphone</i> .                 |
| 8 | 20.00         | Mandi lalu Bercekrama dengan keluarga.                                                    | Kamar mandi dan Ruang keluarga | <i>smartphone</i>                                       |
| 9 | 21.30         | Bersantai, perawatan wajah dan tidur                                                      | Ruang tidur                    | <i>smartphone</i> , majalah.                            |

Pada tabel *consumer journey* ini didapatkan data bahwa target audiens banyak melakukan aktivitas diluar rumah sehingga sangat tepat bila menggunakan media luar ruangan sebagai media yang dapat menarik perhatian target audiens. *Smartphone* sebagai *point of contact* terbanyak dapat menjadi peluang untuk mendukung dalam mengenalkan suatu produk pada target audiens. Tas sebagai salah satu *point of contact* dan menjadi salah satu bagian dari *fashion* dapat menjadi peluang untuk menarik perhatian target audiens yang memiliki ketertarikan terhadap *fashion*.

### III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah sebuah proses pemecahan masalah yang bertujuan untuk membuat sesuatu menjadi lebih baik (Whitten, dkk, 2009). Dengan didasari

terhadap permasalahan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka ditetapkan sebuah solusi sebagai jawaban dari permasalahan tersebut yaitu dengan pendekatan sebuah media informasi yang dapat menambah pengetahuan serta memberikan referensi gaya berbusana.

### **III.2.1 Tujuan Komunikasi**

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan dan menambah pengetahuan mengenai gaya Bohemian serta memberikan referensi gaya berbusana Bohemian yang unik ketika khalayak sasaran merasa bingung untuk memilih busana pada saat acara non-formal.

### **III.2.2 Pendekatan Komunikasi**

Pendekatan komunikasi merupakan sebuah cara penyampaian komunikasi yang dipandang paling efektif untuk kelompok tertentu dengan tema tertentu menggunakan teknik, metode dan media komunikasi (Hadiyanto, dalam Mefalopulos & Kamlongera, 2009).

#### **a. Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal pada perancangan ini menggunakan bahasa Indonesia sehari-hari khalayak sasaran yang tidak terlalu baku secara informatif dan dicampur dengan bahasa Inggris. Pendekatan verbal bersifat kalimat ringan yang menginformasikan gaya Bohemian kepada khalayak sasaran sehingga mudah dimengerti.

#### **b. Pendekatan Visual**

Pendekatan visual yang akan ditampilkan pada perancangan ini akan mengkombinasikan antara informasi pesan dengan ilustrasi pendekatan foto *fashion* yang menarik sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik dan mampu membuat khalayak sasaran tertarik.



Gambar III.1 Pendekatan Visual

Sumber : [http://3.bp.blogspot.com/-gEbZk1Fb-w4/VTWU0ypd\\_WI/AAAAAABuxA/MCWRv36fyaw/s1600/LOfficielBrasil\\_Abril2015\\_phNicoleHeiniger\\_04.jpg](http://3.bp.blogspot.com/-gEbZk1Fb-w4/VTWU0ypd_WI/AAAAAABuxA/MCWRv36fyaw/s1600/LOfficielBrasil_Abril2015_phNicoleHeiniger_04.jpg)  
(Diakses pada 25 Mei 2018)

### III.2.3 *Mandatory*

*Mandatory* merupakan orang atau pemerintah yang mendapatkan amanat atau penugasan (jdih.bpk.go.id, tanpa tahun). *Mandatory* pada perancangan informasi ini antara lain Vinnie Wijaya, APPMI, BEKRAF yang memiliki peran sebagai berikut :

- Vinnie Wijaya

Gambar III.2 Logo Vinnie Wijaya

Sumber : <https://vinniewijaya.files.wordpress.com/2016/07/jp.jpg>  
(Diakses pada 6 Juli 2018)

Maria Vinnie Wijaya merupakan seorang perancang busana muda lulusan Raffles College of Higher Education Singapura. Vinnie merancang busana untuk wanita urban dengan desain kontemporer, dengan fokus pada garis bersih, detail feminin, kain halus dengan permainan warna dan motif cetakan. Dalam karyanya Vinnie terinspirasi oleh sejarah, budaya, seni dan sastra, oleh karena itu koleksinya sering menunjukkan tema etnis. Vinnie memiliki keinginan untuk membuat pakaian wanita untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam menaklukkan masyarakat dengan gayanya sendiri dan mengajak generasi muda untuk melihat ciri-ciri etnis secara berbeda.

Pada perancangan ini pembuatannya akan bekerja sama dengan Maria Vinnie Wijaya yang mendukung dalam perancangan dari awal hingga tahapan produksi.

- APPMI (Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia)



Gambar III.3 Logo APPMI

Sumber : [https://indonesiafashionweek.id/wp-content/uploads/2016/01/logo\\_APPMI\\_\\_2\\_.jpg](https://indonesiafashionweek.id/wp-content/uploads/2016/01/logo_APPMI__2_.jpg)  
(Diakses pada 25 Mei 2018)

APPMI berdiri pada tanggal 20 Juli 1993, di Hotel Borobudur. Pembentukan APPMI diprakarsai oleh Ibu Poppy Dharsono (Ketua APPMI), Bp. Harry Darsono (perancang haute couture) dan Ny. Pia Alisjahbana (dari majalah Femina dan Dewi) dengan didukung oleh 20 perancang busana lainnya yang turut hadir dalam pertemuan informal ini, APPMI sebagai pendiri acara Indonesia Fashion Week diharapkan mampu menjadi ajang bagi perancang busana Indonesia dalam usaha mempromosikan dan memasarkan produk mode Indonesia melalui acara mode

tahunan yang diliput media massa secara luas. Acara ini juga memiliki fungsi bagi talenta baru dalam dunia mode untuk memperkenalkan secara luas sosok dan karyanya pada pasar mode.

Saat ini APPMI telah memiliki 65 anggota aktif yang terdiri dari perancang busana senior dan perancang busana muda dari Bandung, Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Pontianak, Lampung dan Medan. Perancang-perancang busana ini menampilkan ciri khasnya masing-masing mulai dari pakaian kerja formal hingga Islami, batik sulaman sutra (*silk embroidery*) hingga batik buatan tangan, *ready-to-wear deluxe* dan *ready-to-wear*. Adapun kegiatan-kegiatan APPMI sebagai berikut:

- FASHION TENDANCE (1993-sekarang), pertunjukan mode *fashion show* sebagai gambaran potensi ke depan (*forecasting*).
- INDONESIA FASHION GRAND PRIX CONTEST (1995-1998), APPMI menjadi kordinator pra-seleksi murid-murid sekolah mode untuk pemenang tingkat nasional. Tiga pemenang yang terpilih dapat mempresentasikan karya di Osaka, Jepang.
- ASIA PACIFIC YOUNG FASHION DESIGNERS SHOW (1996-sekarang), Merupakan ajang dimana setiap anggota APPMI, berusia 35 atau lebih muda, mendapatkan kesempatan untuk mempresentasikan koleksi mereka, bersama dengan 9 perancang muda lain dari berbagai negara Asia Pasifik Hong Kong Fashion Week F/W, yang diadakan oleh Hong Kong Trade Development Council.
- APPMI menerbitkan artikel dan foto-foto mode dalam majalah, surat kabar dan halaman web.
- APPMI memiliki agenda tahunan dalam keikutsertaan pada acara mode skala internasional Bali Fashion Week (pertama kali tahun 2000), untuk mempromosikan dan memasarkan produk mode anggotanya.
- INDONESIA FASHION WEEK (2011-sekarang) acara untuk mempromosikan mode dan sebagai ajang dagang mode terbesar di Indonesia.

APPMI disini sebagai pengemban dalam pengembangan dan memperkenalkan tren gaya-gaya busana khususnya di Indonesia.



- BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia)



Gambar III.4 Logo BEKRAF

Sumber : <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c5/BEKRAF.png>  
(Diakses pada 25 Mei 2018)

BEKRAF terbentuk pada tanggal 20 Januari 2015, melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 mengenai Badan Ekonomi Kreatif, Presiden Joko Widodo membentuk sebuah lembaga baru yang tidak termasuk dalam kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF). BEKRAF memiliki tanggung jawab sebagai pengembang ekonomi kreatif yang ada di Indonesia. BEKRAF memiliki tugas untuk merumuskan, mengordinasikan, menetapkan dan menyeimbangkan kebijakan dibidang ekonomi kreatif sebagai upaya membantu Presiden dalam program ekonomi kreatif.

BEKRAF dipimpin oleh Kepala Badan yang dibantu oleh wakil, sekretaris, dan para deputi. BEKRAF membawahi enam deputi yaitu Deputi Infrastruktur, Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi, Deputi Hubungan Antar Lembaga Dan Wilayah, Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan, Deputi Akses Permodalan dan Deputi Pemasaran.

BEKRAF memiliki visi untuk menjadikan Indonesia sebagai salah satu kekuatan ekonomi didunia dalam sektor ekonomi kreatif pada 2030. Untuk mencapai visi tersebut, Bekraf merancang enam misi besar, yaitu:

- Menjadikan kreatif mandiri melalui penyatuan seluruh aset dan potensi kreatif Indonesia.
- Pengembangan industri kreatif dengan iklim yang kondusif.
- Pengembangan inovasi yang mempunyai nilai lebih baik dan berdaya saing internasional dibidang industry kreatif.
- Pengembangan wawasan serta apresiasi masyarakat terhadap segala aspek yang berhubungan dengan ekonomi kreatif.
- Menumbuhkan kesadaran serta apresiasi terhadap hak kekayaan intelektual serta perlindungan hak cipta.
- Merancang dan mengimplementasikan strategi yang spesifik dalam penempatan Indonesia pada peta ekonomi kreatif dunia.

BEKRAF sebagai *mandatory* memiliki misi untuk mendorong inovasi dibidang ekonomi kreatif salah satunya adalah busana. Bohemian sebagai salah satu gaya berbusana dapat mendorong kreasi baru dalam menunjang ekonomi kreatif khususnya dibidang *fashion*.

### **III.2.4 Materi Pesan**

Pesan merupakan bentuk dari komunikasi baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan lisan, sedangkan nonverbal merupakan komunikasi menggunakan isyarat, sentuhan perasaan, penciuman dan simbol (Pratikno, 1987 : 42). Materi pesan dari perancangan informasi gaya berbusana Bohemian ini anatara lain:

- “*Content*”, memberikan informasi daftar isi buku.
- “Apa itu Bohemian?”, menjelaskan sejarah singkat asal mula Bohemian.
- “Kehidupan Bohemian”, menjelaskan sejarah singkat kehidupan Bohemian.
- “Gaya Busana Bohemian”, menjelaskan sejarah dan arti gaya busana Bohemian
- “Motif Menjadi Ciri Dari Gaya Bohemian”, menjelaskan motif-motif gaya Bohemian.
- “Inspirasi Bohemian”, menggambarkan 6 koleksi gaya busana Bohemian karya desainer Vinnie Wijaya.

- “*Tips Be Like Boho*”, menjelaskan tips gaya Bohemian untuk dipakai sehari-hari.
- “Atasan *Blouse* atau *Outer*”, tips atasan busana yang cocok untuk gaya Bohemian sehari-hari.
- “Bawahan Celana Atau Rok”, tips bawahan busana yang cocok untuk gaya Bohemian sehari-hari.
- “Alas Kaki *Ankle Boots* Atau Sandal”, tips pemilihan alas kaki untuk gaya Bohemian sehari-hari.
- “Tampil Lebih Menarik Dengan Aksesoris”, tips pemilihan alas kaki untuk gaya Bohemian sehari-hari.
- “*Make-Up Flawless Yang Simple*”, tips pemilihan *make-up* yang cocok untuk gaya Bohemian sehari-hari.
- “Tutorial Gaya Hijab Bohemian”, menjelaskan tahapan pembuatan gaya hijab Bohemian dan menampilkan gaya Bohemian untuk yang berhijab.

### III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah sebuah kekayaan dalam bertutur bahasa sebagai pemakaian ragam bahasa tertentu untuk memperoleh efek tertentu (Kridalaksana, 1993). Pada perancangan ini gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa denotasi. Gaya bahasa denotasi digunakan pada penyampaian informasi melalui teks karena dalam penyampaian informasinya menggunakan makna sebenarnya yang dengan mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

### III.2.6 Strategi Kreatif

Berdasarkan penjelasan dan *consumer insight* pada bab-bab sebelumnya maka strategi kreatif yang akan digunakan adalah dengan mengambil sisi keinginan atau *insight* dari khalayak sasaran. Ketertarikan terhadap *fashion*, ingin tampil menarik dan berbeda memberikan peluang untuk menampilkan unsur dari gaya Bohemian yang memiliki tampilan yang menarik dan berbeda dibandingkan dengan busana lain. Motif-motif gaya Bohemian, warna-warna natural digunakan untuk menekankan kesan pembeda dari busana lain dan memberi kesan kebebasan juga natural. *Insight* khalayak sasaran yang terkadang bingung dalam memilih busana

dapat disajikan ilustrasi foto busana Bohemian dan tips menggunakan gaya Bohemian yang dikemas secara menarik dengan penyajian bahasa yang ringan sehingga khalayak sasaran dapat mudah menyerap informasi. Untuk menunjang strategi kreatif yang telah dijelaskan diatas dipilihlah jenis perancangan informasi karena dipandang dapat menjadi solusi dari permasalahan.

#### a. *Copywriting*

*Copywriting* merupakan perencanaan dalam mengolah kata dengan ragam gaya dan pendekatan untuk menciptakan naskah atau tulisan yang dapat menarik perhatian dari khalayak sasaran (Agustrijanto, 2006). Agar pesan dalam perancangan ini dapat tersampaikan dengan baik, maka *copywriting* pada judul atau *headline* media informasi ini adalah “*Bohemian*”. Judul tersebut digunakan karena dipandang dapat mewakili isi dari *lookbook* dan pesan yang ingin disampaikan. Sedangkan *subheadline* adalah “*the eclectic style women*”, *subheadline* ini dipilih karena mewakili inti dari gaya Bohemian.

#### b. *Storyline*

*Storyline* merupakan suatu panduan kerja dalam perancangan informasi yang berisikan konsep naskah dari informasi yang akan dikerjakan sehingga penerapan informasi memiliki panduan yang jelas (Nurhasanah dan Destyany, 2011 : 5).

Tabel III.2 Tabel *Storyline*  
Sumber: Data pribadi (25 Mei 2018).

| Halaman | Teknik Penyimpanan                                                                                                                                         | Teks                                                                                         |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | Gambar                                                                                                                                                     |                                                                                              |
| i       | Ilustrasi foto diujung kanan halaman, bawah kiri dan kanan halaman yang menampilkan ilustrasi rombongan Bohemian, Gaya busana Bohemian, Kehidupan Bohemian | Judul halaman : CONTENT, 01 APA ITU BOHEMIAN ?, 02 GAYA BUSANA BOHEMIAN, KEHIDUPAN BOHEMIAN. |

|    |                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ii | Ilustrasi foto diujung kiri halaman, bawah kanan halaman yang menampilkan ilustrasi model yang menggunakan busana Bohemian, model yang menggunakan busana Bohemian. | Judul halaman : CONTENT, 03 INSPIRASI BOHEMIAN, 04 TIPS BE LIKE BOHO : Gaya Bohemian Untuk Temani Keseharianmu.                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 1  | Ornamen mandala dibagian tepi halaman.                                                                                                                              | 01 APA ITU BOHEMIAN ?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 2  | Ilustrasi sekelompok Bohemian yang hidup nomaden di bagian atas halaman.                                                                                            | Subjudul : BOHEMIAN Sebuah subkultur dengan segala keunikannya yang tetap eksis hingga saat ini.<br>Istilah Bohemian berasal dari kata 'Boheme', kata ini awalnya diucapkan oleh orang Perancis pada abad ke-19 untuk menggambarkan gaya para seniman dan penulis di Perancis, khususnya di Paris. Orang Perancis percaya bahwa orang Rom/Gypsy datang ke tanah Eropa melalui negara Bohemia |
| 3  | —                                                                                                                                                                   | Sub Judul: KEHIDUPAN BOHEMIAN<br>Selama beberapa abad para Bohemian selalu menjadi kaum yang tertindas, seperti di Moldavia dan Walachia, yang kemudian menjadi negara Rumania, orang Bohemian digunakan sebagai budak sampai pertengahan tahun 1800an. Selama perang Dunia II (1939-1945), Nazi membunuh ratusan ribu                                                                       |

|   |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                           | <p>orang Bohemian di Eropa dan pada pertengahan tahun 1900-an, pemerintah Komunis di Eropa memaksa orang-orang Bohemian untuk meninggalkan cara hidup nomaden dan tinggal menetap di kota-kota besar dan kecil. Para kaum Bohemian semasa hidupnya tidak pernah lepas dari isu-isu negatif seperti adanya stereotip yang berkembang di masyarakat Eropa bahwa para Bohemian merupakan orang-orang yang tidak ramah, tak punya konsep kepemilikan, tidak suka bekerja dan beranggapan bahwa Bohemian atau kaum Roma cenderung berperilaku kriminal.</p> |
| 4 | Ilustrasi foto kehidupan kaum Bohemian dulu dan sekarang. | —                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 5 | Ilustrasi gaya busana Bohemian disebelah kanan halaman.   | <p>Judul: 02 GAYA BUSANA BOHEMIAN</p> <p>Gaya berbusana Bohemian merupakan gaya Eclectic yang sangat khas. Gaya Eclectic merupakan mencampurkan satu gaya dengan gaya lainnya dari zaman yang berbeda, untuk membentuk satu kesatuan utuh.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 6 | Vector motif Mandala, Paisley dan Bunga.                  | Sub judul: Motif Menjadi Ciri Dari Gaya Bohemian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|    |                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                        | Gaya busana Bohemian merupakan gaya yang selalu memunculkan berbagai macam motif-motif baik etnik maupun motif sederhana seperti bunga. Motif-motif yang terdapat pada busana Bohemian ini memunculkan kesan yang unik dan berbeda dengan busana busana yang mainstream. Motif yang populer dalam gaya busana Bohemian adalah motif Paisley dan Mandala. |
| 7  | —                                                                      | Judul: 03 INSPIRASI BOHEMIAN<br>Arahan mode gaya Bohemian dengan detail-detail berlimpah dalam balutan gaun berlapis karya desainer Vinnie Wijaya.<br>Pengaruh gaya : Gennie Hamid<br>Fotografer: Febi Ramdani Hakim<br>Wardrobe: Vinnie Wijaya                                                                                                          |
| 8  | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | Gaun bermaterial renda dan organza dengan motif detail bunga dan motif etnik. Sebagai paduan dikenakan aksesoris anting, gelang dan <i>wedges</i>                                                                                                                                                                                                        |
| 9  | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | —                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 10 | Ilustrasi foto makeup, aksesoris anting dan detail bahan serta motif.  | Makeup Flawless, Aksesoris Anting, Detail Motif dan Bahan Pakaian.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|    |                                                                        |                                                                                                                                                                                                                       |
|----|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | Atasan dengan lipatan tanpa lengan bahu dan celana kulot warna-warni dengan aksesoris anting, sepatu <i>wedges</i> dan hiasan bunga imitasi yang dipasangkan pada rambut                                              |
| 12 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | —                                                                                                                                                                                                                     |
| 13 | Ilustrasi foto makeup, aksesoris anting dan detail bahan serta motif.  | Makeup Flawless, Aksesoris Anting dan Hiasan Bunga, Detail Motif dan Bahan Pakaian.                                                                                                                                   |
| 14 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | —                                                                                                                                                                                                                     |
| 15 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | Gaun panjang ber- <i>layer</i> dengan lipatan rok menumpuk, dominasi warna kuning serta motif bunga-bunga dipadukan dengan sepatu <i>wedges</i> kuning, anting, dan hiasan bunga imitasi yang dipasangkan pada rambut |
| 16 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | —                                                                                                                                                                                                                     |
| 17 | Ilustrasi foto makeup, aksesoris anting dan detail bahan serta motif.  | Makeup Flawless, Aksesoris Anting dan Hiasan Bunga, Detail Motif dan Bahan Pakaian.                                                                                                                                   |
| 18 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | Gaun panjang ber- <i>layer</i> dengan lipatan rok menumpuk berbahan <i>liece</i> , dominasi warna <i>navy</i> dan atasan rompi serta motif bunga-bunga dipadukan dengan sepatu                                        |



|    |                                                                        |                                                                                     |
|----|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                        | wedges kuning, anting, dan hiasan bunga imitasi yang dipasangkan pada rambut.       |
| 19 | Ilustrasi foto makeup, aksesoris anting dan detail bahan serta motif.  | Makeup Flawless, Aksesoris Anting dan Hiasan Bunga, Detail Motif dan Bahan Pakaian. |
| 20 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | —                                                                                   |
| 21 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | —                                                                                   |
| 22 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | —                                                                                   |
| 23 | Ilustrasi foto makeup, aksesoris anting dan detail bahan serta motif.  | Makeup Flawless, Aksesoris Anting dan Hiasan Bunga, Detail Motif dan Bahan Pakaian. |
| 24 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | —                                                                                   |
| 25 | Ilustrasi foto satu halaman penuh busana Bohemian karya Vinnie Wijaya. | —                                                                                   |
| 26 | Ilustrasi foto makeup, aksesoris anting dan detail bahan serta motif.  | Makeup Flawless, Aksesoris Anting dan Hiasan Bunga, Detail Motif dan Bahan Pakaian. |
| 27 | Ornamen mandala dibagian tepi halaman.                                 | Judul: 04 TIPS BE LIKE BOHO: Gaya Bohemian Untuk Temani Keseharianmu                |

|    |                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 28 | Ilustrasi foto atasan blouse.          | <p>Judul: TAMPIL MENARIK DENGAN GAYA BOHEMIAN UNTUK MENUNJANG AKTIVITASMU</p> <p>Penggunaan gaya Bohemian tidak hanya untuk acara-acara khusus saja, akan tetapi gaya Bohemian dapat digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Gaya Bohemian ini cocok digunakan di negara beriklim tropis seperti Indonesia karena busana-busana Bohemian banyak menggunakan jenis bahan pakaian yang ringan, berenda dan menerawang sehingga sangat cocok digunakan di cuaca yang terik, karena dapat meminimalisir hawa panas.</p> <p>Sub Judul: Atasan blouse</p> <p>1 Gunakan atasan yang ringan seperti blouse dengan motif Mandala, Paisley, Floral atau Etnik.</p> |
| 29 | Ilustrasi foto bawahan celana atau rok | <p>Sub judul: Bawahan Celana atau Rok</p> <p>Gunakan atasan yang ringan seperti blouse dengan motif Mandala, Paisley, Floral atau Etnik. Blouse dengan bahan seperti katun atau lace dapat memberikan rasa nyaman lebih karena dapat menyerap keringat sehingga tetap nyaman digunakan dalam waktu lama. Untuk menunjang aktivitas kuliah mu pilihlah blouse lengan panjang dengan motif etnik agar terlihat rapih namun menarik.</p>                                                                                                                                                                                                                   |

|    |                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 30 | Ilustrasi foto Alas kaki <i>ankle boots</i> dan sandal | <p>Sub judul: Alas Kaki <i>Ankle Boots</i> atau Sandal</p> <p>Pilihlah alaskaki yang menarik seperti sandal gladiator atau ankle boots dengan manik atau renda. Penggunaan alaskaki ini dapat membuatmu mudah dalam beraktivitas baik dalam jangka waktu lama atau sebentar dan aktivitas jarak jauh atau dekat.</p>                                                |
| 31 | Ilustrasi foto aksesoris gelang, anting, kalung.       | <p>Sub judul: Tampil Lebih Menarik Dengan Aksesoris</p> <p>Gunakan aksesoris seperti anting, gelang dan kalung terbuat dari material alami seperti batu alam, kulit atau tali rami. Penggunaan aksesoris yang baik dapat meningkatkan kesan gaya Bohemian. Pilihlah aksesoris yang memiliki warna senada dengan warna pakaian.</p>                                  |
| 32 | Ilustrasi foto <i>makeup</i>                           | <p>Sub judul: Make-Up Flawless Yang Simple</p> <p>Gunakan make-up yang ringan dan natural seperti flawless. Penggunaan make-up flawless dapat memberikan sentuhan natural namun berkarakter dengan penggunaan shading di pipi membuat tampil feminim. Gunakan lipstick berwarna nude yang tidak menonjol dan eyeliner untuk membuat mata lebih cantik dan tajam</p> |
| 33 | Ornamen mandala dibagian tepi halaman.                 | <p>Judul: 05 TIPS HIJAB LIKE BOHO: Gaya Hijab Bohemian Untuk Aktivitas Keseharianmu.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                            |

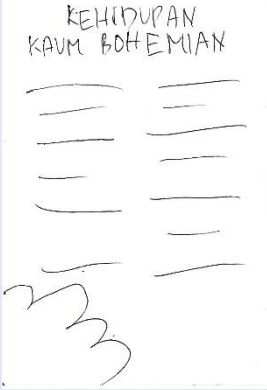
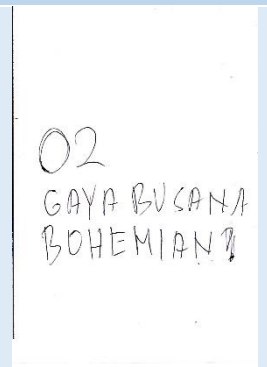
|    |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 34 | Ilustrasi Foto tutorial Hijab                                         | Penggunaan gaya Bohemian ini dapat dikenakan bagi pengguna hijab. Gaya hijab yang menarik ini dibuat menyerupai rambut yang dikepang. 1 Siapkan kerudung segi empat, 2 Bagi dua bagian dimana sisi sebelah kanan lebih panjang. |
| 35 | Ilustrasi Foto tutorial Hijab                                         | 3 Tarik bagian kanan kerudung ke bagian kiri kerudung, 4 Sehingga terlihat seperti pada gambar, 5 Bagi menjadi tiga bagian.                                                                                                     |
| 36 | Ilustrasi Foto tutorial Hijab                                         | 6 Kepang kerudung secara perlahan, 7 Kepang terus kerudung sampai selesai, 8 Ikat ujung kepangan kerudung.                                                                                                                      |
| 37 | Ilustrasi Foto tutorial Hijab                                         | 9 Tarik ujung ikatan kerudung agar kuat, 10 Pasang peniti disisi kanan kerudung dekat tulang rahang agar posisi kerudung tidak bergeser, 11 Andapun siap untuk tampil bergaya Bohemian.                                         |
| 38 | Ilustrasi foto satu halaman penuh gaya busana hijab Bohemian.         | Atasan Manset putih dengan outer Bohemian bermotif Paisley dan bawahan celana jeans dipadukan dengan hijab Bohemian, aksesoris gelang dan sandal teplek gaya Bohemian.                                                          |
| 39 | Ilustrasi foto satu halaman penuh gaya busana hijab Bohemian.         | —                                                                                                                                                                                                                               |
| 40 | Ilustrasi foto makeup, aksesoris gelang dan detail bahan serta motif. | Makeup Nude, Gelang Logam Dengan Motif Etnik, Outer Bahan Katun & Motif Paisley                                                                                                                                                 |

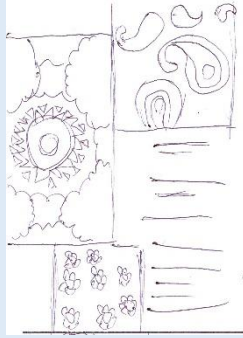
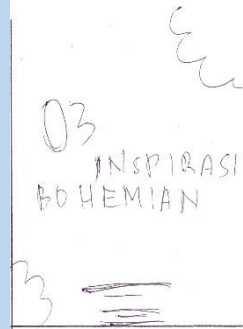
### c. *Storyboard*

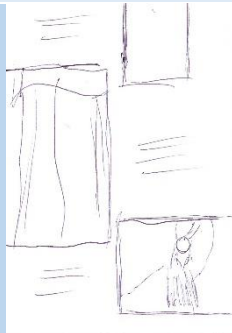
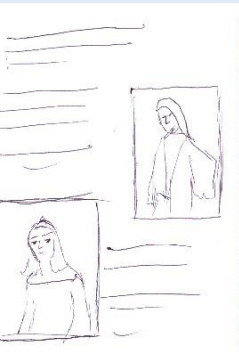
*Storyboard* merupakan teknik atau metode berupa sketsa untuk memvisualkan antarmuka dari apa yang akan dibuat sebelum memulai implementasi sistem (Dastbaz, 2003).

Tabel III.3 Tabel *Storyboard*  
Sumber: Data pribadi (25 Mei 2018).

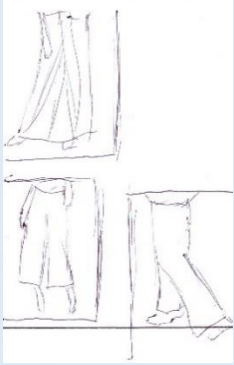
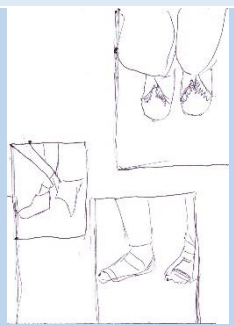
| No | Keterangan                                                            | Storyboard |
|----|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| 1  | “Content”, memberikan informasi daftar isi buku                       |            |
| 2  | Halaman awal pembuka “Apa itu Bohemian ?”.                            |            |
| 3  | “Apa itu Bohemian ?”, menjelaskan sejarah singkat asal mula Bohemian. |            |

|   |                                                                                          |                                                                                      |  |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 4 | <p>“Kehidupan Bohemian”,<br/>menjelaskan sejarah singkat<br/>kehidupan Bohemian.</p>     |    |  |
| 5 | <p>“Kehidupan Bohemian”,<br/>Ilustrasi foto kehidupan<br/>Bohemian.</p>                  |   |  |
| 6 | <p>Halaman awal pembuka “Gaya<br/>Busana Bohemian”.</p>                                  |  |  |
| 7 | <p>“Gaya Busana Bohemian”,<br/>menjelaskan sejarah dan arti<br/>gaya busana Bohemian</p> |  |  |

|    |                                                                                                                 |                                                                                      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 8  | “Motif Menjadi Ciri Dari Gaya Bohemian”, menjelaskan motif-motif gaya Bohemian.                                 |    |
| 9  | Halaman awal pembuka “Inspirasi Bohemian”.                                                                      |    |
| 10 | “Inspirasi Bohemian”, menggambarkan 6 koleksi gaya busana Bohemian karya desainer Vinnie Wijaya.                |   |
| 11 | “Inspirasi Bohemian”, menggambarkan 6 koleksi gaya busana Bohemian karya desainer Vinnie Wijaya.                |  |
| 12 | Detail <i>makeup</i> , aksesoris anting serta detail koleksi gaya busana Bohemian karya desainer Vinnie Wijaya. |  |

|    |                                                                                                                 |                                                                                      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 13 | “Inspirasi Bohemian”,<br>menggambarkan 6 koleksi gaya busana Bohemian karya desainer Vinnie Wijaya.             |    |
| 14 | “Inspirasi Bohemian”,<br>menggambarkan 6 koleksi gaya busana Bohemian karya desainer Vinnie Wijaya.             |    |
| 15 | Detail <i>makeup</i> , aksesoris anting serta detail koleksi gaya busana Bohemian karya desainer Vinnie Wijaya. |   |
| 16 | Halaman awal pembuka “Tips Be Like Boho”.                                                                       |  |
| 17 | “Tips Be Like Boho”,<br>menjelaskan tips gaya Bohemian untuk dipakai sehari-hari.<br>Atasan Blouse              |  |



|    |                                                                                                |                                                                                    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 18 | “Bawahan Celana Atau Rok”, tips bawahan busana yang cocok untuk gaya Bohemian sehari-hari.     |  |
| 19 | “Alas Kaki Ankle Boots Atau Sandal”, tips pemilihan alas kaki untuk gaya Bohemian sehari-hari. |  |

### III.2.7 Strategi Media

Berdasarkan kepada permasalahan yang dihadapi, diharapkan pemilihan media dapat menjadi solusi permasalahan. Media merupakan sebuah sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan yang melibatkan panca indra seperti telinga dan mata yang nantinya diproses oleh pikiran menjadi sikap untuk menentukan tindakan (Cangara, 2006 : 119). Agar pesan dapat disampaikan dengan baik dan menjadi solusi dari permasalahan maka dibutuhkan strategi perancangan media informasi yang dapat memudahkan dan diterima oleh khalayak sasaran, oleh sebab itu media yang digunakan sebagai media utama adalah buku yang menggabungkan *lookbook* sebagai media yang menampilkan kumpulan foto dan buku informasi yang dapat memberi informasi mengenai Bohemian serta penggunaan media pendukung diharapkan mampu membantu efektifitas dari media utama kepada khalayak sasaran.

#### III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang digunakan adalah *lookbook* sebagai media yang menampilkan kumpulan foto dan buku informasi yang dapat memberi informasi mengenai

Bohemian. Buku merupakan hasil pikiran yang berisi ilmu pengetahuan dari analisis terhadap kurikulum secara tertulis (Kurniasih, 2014: 60). Sedangkan *lookbook* merupakan sebuah media untuk mempublikasikan ide kreatif dan inovatif yang menampilkan kumpulan beberapa foto dengan tujuan memamerkan pakaian, model dan *style* selain itu *lookbook* juga diciptakan sebagai media inspirasi yang berkaitan dengan gaya berbusana (fitline.com, 2014; para 2). *Lookbook* dipilih karena dapat menjadi solusi media untuk memberikan informasi serta sebagai media inspirasi gaya berbusana. Selain itu *lookbook* dipilih karena dapat menjadi barang koleksi. Buku ini berisikan informasi Bohemian, konten ilustrasi foto busana Bohemian karya desainer lokal yang dapat menjadi referensi serta tips-tips menggunakan gaya Bohemian sebagai panduan agar khalayak sasaran tidak merasa bingung dalam pemilihan gaya busana.

#### **III.2.7.2 Media Pendukung**

Media pendukung merupakan media yang berguna untuk mendukung dalam efektifitas media utama. Media pendukung ini memiliki fungsi sebagai rangsangan kepada khalayak sasaran agar sadar akan kehadiran media utama. Media yang digunakan antara lain :

a. Baliho

Baliho merupakan papan iklan berukuran besar dan ditempatkan luar ruangan (Kusrianto, 2007 : 113). Penempatan baliho ditempat strategis serta bentuknya yang menjulang tinggi membuat baliho dapat dilihat dari jarak jauh. Dipilihnya baliho sebagai salah satu media pendukung dikarenakan mampu menarik perhatian khalayak sasaran, melalui media Baliho yang ditempatkan ditempat yang strategis seperti perempatan jalan dan pusat perbelanjaan diharapkan mampu menarik perhatian dari khalayak sasaran.

b. Poster digital

Poster merupakan rancangan yang kuat dari sebuah kombinasi visual melalui warna dan pesan yang bertujuan untuk menarik perhatian khalayak sasaran yang melewatinya serta menanamkan gagasan pada ingatan pembacanya (Sudjana dan Rivai, 2009 : 51). Poster digital sebagai media pendukung bertujuan untuk menyampaikan informasi peluncuran *lookbook*, dengan bentuk poster digital

memudahkan dalam penyebaran secara luas melalui media sosial seperti Instagram yang banyak digunakan oleh khalayak sasaran

c. *Tripod Banner*

*Tripod banner* merupakan media penyampai informasi yang dapat berdiri sendiri karena mempunyai konstruksi penyangga tiga kaki. *Tripod banner* memiliki keunggulan yaitu dapat ditempatkan didalam dan luar ruangan serta *banner*-nya yang memiliki dua muka mempermudah pada saat penggantian informasi acara tanpa harus mengganti *tripodnya*. *Tripod banner* digunakan untuk penanda lokasi tempat mendapatkan *lookbook* dan juga sebagai menyampaikan informasi tentang peluncuran *lookbook*.

d. Iklan video di Youtube dan Instagram

Iklan pada Youtube dan Instagram merupakan iklan berbentuk video dengan durasi pendek sekitar 15-60 detik. Iklan video di Youtube ini akan muncul ketika khalayak sasaran memilih suatu video untuk diputar dan menekan tombol putar. Video ini berisi model yang memakai busana Bohemian dan menyisipkan pesan *launching lookbook* sehingga diharapkan dengan video ini khalayak sasaran dapat tertarik untuk datang pada *launching lookbook*. Youtube dipilih karena efektifitasnya yang baik dalam penyebaran informasi, fitur Youtube yang dapat menyaring penonton agar sesuai dengan target sasaran dapat mempermudah dalam penyampaian informasinya.

e. *Backdrop* acara

*Backdrop* merupakan sebuah latar belakang yang bertujuan untuk mempercantik tampilan pada saat pelaksanaan acara. *Backdrop* dibuat sebagai display belakang panggung agar panggung terlihat lebih menarik dan menampilkan elemen-elemen visual seperti judul buku, rangkaian acara, pengisi acara.

f. *Nametag*

*Nametag* merupakan label yang berfungsi sebagai identitas bagi panitia acara. Penggunaan *nametag* bertujuan untuk memudahkan khalayak sasaran untuk mengenali panitia dan juga ketika khalayak sasaran ingin menanyakan informasi atau meminta tolong ketika acara berlangsung.

- g. *Stand* penjualan *Lookbook* dan *Merchandise*.

*Stand* merupakan sebuah meja penjualan produk yang bertujuan agar memudahkan khalayak sasaran pada saat pembelian *lookbook* dan *merchandise*. *Stand* ini akan ditempatkan dipintu masuk pada saat peluncuran *lookbook*.

### III.2.7.3 *Merchandise* dan *Gimmick*

*Merchandise* terdiri dari tas selempang, kotak aksesoris, *casing handphone* dan sandal. Sedangkan *gimmick* terdiri dari gantungan kunci saja. Melalui *merchandise* dan *gimmick* ini diharapkan dapat menjadi pengingat dan memberi rasa senang pada khalayak sasaran.

- a. Tas selempang

Tas selempang merupakan tas yang memiliki tali untuk digantung pada bahu atau disilangkan dibadan. Tas dengan desain khusus dengan kesesuaian dengan tema Bohemian yang cocok digunakan untuk jalan-jalan diharapkan dapat menjadi media pengingat serta membuat khalayak sasaran merasa senang saat memakainya.

- b. Kotak aksesoris

Kotak aksesoris merupakan kotak terbuat dari kayu yang memiliki fungsi sebagai tempat penyimpanan aksesoris. Melalui analisa kotak aksesoris dipilih karena kedepanya pengguna gaya Bohemian akan memiliki banyak aksesoris seperti gelang dan kalung sehingga memerlukan tempat untuk menyimpannya. Melihat dari kegunaannya kotak aksesoris akan mudah diterima dan diharapkan khalayak sasaran merasa senang pada saat menggunakannya.

- c. *Casing Smartphone*

*Casing smartphone* merupakan sebuah cangkang atau pelindung bagi *smartphone*. *Casing smartphone* ini didesain menarik dengan tema Bohemian agar sesuai dengan nuansa Bohemian. *Casing handphone* ini dipilih karena tidak lepas dari keseharian dari khalayak sasaran yang tidak lepas dari *smartphone* sehingga akan sangat cocok dan diharapkan dapat diterima oleh khalayak sasaran.

d. Sandal

Sandal merupakan sebuah alas kaki dengan bagian punggung kaki terbuka. Sandal didesain menarik menyesuaikan dengan tema Bohemian. Sandal merupakan salah satu bagian dari busana Bohemian sehingga memberikan peluang untuk diterima oleh khalayak sasaran yang tertarik akan *fashion*.

e. Gantungan kunci

Gantungan kunci merupakan sebuah gantungan yang dapat mempercantik kunci. Gantungan kunci ini terbuat dari potongan pohon. Gantungan ini unik karena berbeda dari gantungan yang kebanyakan ada dipasaran. Gantungan ini memberikan kesan alami dan dekat dengan alam sehingga sesuai dengan gaya Bohemian yang memberikan kesan dekat dengan alam. Melalui bentuknya yang unik ini akan mudah diterima dan diharapkan khalayak sasaran merasa senang memakainya.

### III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan sebuah rencana dalam menyebarkan suatu produk kepada khalayak sasaran. Dalam perancangan ini, produk yang akan didistribusikan adalah *lookbook* mengenai gaya busana Bohemian dan *lookbook* ini akan *launching* di *mall* PVJ. Strategi pendistribusian dalam perancangan ini melalui beberapa tahapan sebagai berikut :

- Pertama

Pada tahap pertama ini dititik beratkan pada bagaimana menarik perhatian khalayak sasaran. Maka dipilihlah baliho dan poster digital di Instagram sebagai media pada tahap pertama. Baliho akan ditempatkan ditempat strategis dimana khalayak sasaran banyak melakukan aktifitas seperti berbelanja pakaian dan nongkrong di café sehingga media baliho akan ditempatkan di pintu masuk menuju *mall* PVJ(Paris Van Java) agar khalayak sasaran dapat melihat baliho dengan mudah. Penggunaan media baliho akan berlangsung selama 5 minggu. Lalu penayangan poster digital akan berlangsung selama 5 minggu, hal ini dilakukan karena Instagram dipandang dapat menjadi media informasi yang luas serta tepat sasaran lewat fitur-fiturnya yang memudahkan dalam penyaringan khalayak sasaran serta mudah dalam penayangannya..

- Kedua

Pada tahap kedua ini dihadapkan pada bagaimana menarik minat khalayak sasaran. Maka dipilihlah media video di Youtube dan Instagram sebagai media promosi pada tahap lanjutan, media video dipandang dapat meningkatkan minat khalayak sasaran. Pengguna Youtube dan Instagram yang sangat banyak mampu menjadi peluang dalam media promosi yang tepat karena Youtube dan Instagram memiliki fitur penyaringan penonton sebagai target *audience*. Video Youtube dan Instagram ini berisi model yang memakai busana Bohemian dan menyisipkan pesan *launching lookbook* dan toko penyedia *lookbook* sehingga diharapkan dengan video ini dapat meningkatkan minat khalayak sasaran.

Pada tahap kedua ini juga akan dilaksanakan *launching lookbook* di *lobby mall PVJ* (Paris Van Java), *mall PVJ* dipilih sebagai salah satu contoh tempat atau *mall* yang berada di kota besar Indonesia yang strategis untuk melaksanakan kegiatan *launching lookbook* karena khalayak sasaran banyak melakukan aktifitas seperti berbelanja pakaian dan nongkrong di *café* dan juga *mall PVJ* merupakan salah satu *mall* di kota Bandung dengan banyak toko baju dengan *brand* ternama dunia ada seperti Zara, H&M, Bershka dan juga Uniqlo dimana khalayak sasaran sering pergi ke *mall PVJ* untuk mencari referensi gaya berbusana. Dengan aktivitas khalayak sasaran tersebut membuat acara *launching lookbook* sangat tepat dilaksanakan di *mall PVJ*.

Pada acara *launching* ini juga didistribusikan *backdrop* acara, *nametag*, *tripod banner*, *stand* penjualan *lookbook*, *gimmick* dan *merchandise*. Acara *launching lookbook* akan dilaksanakan pada tanggal 4 Agustus 2018 sedangkan penayangan video Youtube dan Instagram akan berlangsung selama 10 minggu.

- Ketiga

Pada tahap ketiga ini diharapkan khalayak sasaran setelah tertarik dan berminat terhadap Bohemian akan mencari *lookbook* gaya Bohemian. Maka dalam tahap ini mulai didistribusikan *lookbook* gaya busana Bohemian, *lookbook* ini akan didistribusikan di toko-toko busana yang terdapat di *mall-mall* besar seperti *PVJ Mall* dan *Paskal 23 Mall*, dipilihnya toko busana sebagai tempat distribusi

*lookbook* agar memudahkan khalayak sasaran dalam mendapatkannya, membuat promosi lebih mudah tertuju pada khalayak sasaran yang memang tertarik dengan hal terkait busana atau *fashion* serta dengan distribusi di toko busana membuat khalayak sasaran langsung bisa mencoba untuk mencari busana dan memadupadankan gaya busana Bohemian.

Selain di toko busana, *lookbook* ini juga didistribusikan di toko buku Gramedia. Toko buku Gramedia dipilih agar memudahkan khalayak sasaran dalam mencari *lookbook* karena toko buku Gramedia yang hampir ada di setiap kota. Selain itu terdapat juga *tripod banner* yang memiliki dua muka sehingga dapat memuat informasi tentang *launching* dan setelah digunakan pada acara *launching*, *tripod banner* ini dapat digunakan kembali sebagai penanda lokasi tempat mendapatkan *lookbook*. Lalu pada tahap ketiga ini juga didistribusikan *merchandise* tas selempang, sandal Bohemian dan kotak aksesoris ke toko-toko busana agar ketika khalayak sasaran tertarik ingin memiliki *merchandise* Bohemian tersebut dapat membelinya langsung.

Lalu untuk meningkatkan minat khalayak sasaran serta nilai rasa senang dan loyalitas khalayak sasaran maka pada tahap ini diberikan *merchandise* berupa *casing smartphone* bagi 50 pembeli pertama *lookbook* di toko-toko busana. Pendistribusian *lookbook*, *tripod banner* akan berlangsung selama 8 minggu dan pendistribusian *merchandise* tas selempang, sandal dan kotak aksesoris akan berlangsung bersamaan distribusi *lookbook* selama 8 minggu, sedangkan *casing smartphone* berlangsung selama 2 minggu.

Tabel III.4 Jadwal Penyebaran Media

Sumber: Data pribadi (27 Mei 2018)

| No | Jadwal Distribusi           | Juli 2018 |   |   |   | Agustus 2018 |   |   |   | September 2018 |   |   |   |
|----|-----------------------------|-----------|---|---|---|--------------|---|---|---|----------------|---|---|---|
|    | Minggu ke                   | 1         | 2 | 3 | 4 | 1            | 2 | 3 | 4 | 1              | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Baliho                      |           |   |   |   |              |   |   |   |                |   |   |   |
| 2  | Video Instagram dan Youtube |           |   |   |   |              |   |   |   |                |   |   |   |
| 3  | Poster Digital              |           |   |   |   |              |   |   |   |                |   |   |   |
| 4  | <i>Tripod Banner</i>        |           |   |   |   |              |   |   |   |                |   |   |   |
| 5  | <i>Lookbook</i>             |           |   |   |   |              |   |   |   |                |   |   |   |
| 6  | Sandal Bohemian             |           |   |   |   |              |   |   |   |                |   |   |   |





|    |                                              |                                                                                                                                                     |
|----|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 | <i>Casing Smartphone</i>                     | Di Lobby <i>mall</i> PVJ pada saat <i>launching</i> dan Toko Busana Bershka <i>mall</i> PVJ, Bershka <i>mall</i> Paskal 23, Hippie <i>mall</i> BIP. |
| 11 | Gantungan Kunci                              | Di Lobby <i>mall</i> PVJ pada saat <i>launching</i>                                                                                                 |
| 12 | <i>Backdrop</i> Acara                        | Di Lobby <i>mall</i> PVJ pada saat <i>launching</i>                                                                                                 |
| 13 | Stand <i>Lookbook</i> dan <i>Merchandise</i> | Di Lobby <i>mall</i> PVJ pada saat <i>launching</i>                                                                                                 |
| 14 | <i>Nametag</i>                               | Di Lobby <i>mall</i> PVJ pada saat <i>launching</i>                                                                                                 |

Tabel III.6 Cara Penyebaran *Merchandise*  
Sumber: Data pribadi (27 Mei 2018)

| No | Media                    | Cara   |                               |                  |
|----|--------------------------|--------|-------------------------------|------------------|
|    |                          | Gratis | Gratis pada saat membeli buku | Membeli langsung |
| 1  | Gantungan Kunci          | √      | -                             | -                |
| 2  | Sandal Bohemian          | -      | -                             | √                |
| 3  | Kotak Aksesoris          | -      | -                             | √                |
| 4  | Tas Selempang            | -      | -                             | √                |
| 5  | <i>Casing Smartphone</i> | -      | √                             | -                |

### III.3 Konsep Visual

Untuk menyampaikan informasi atau pesan mengenai gaya busana Bohemian melalui media *lookbook* diperlukan sebuah konsep visual agar informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran. Konsep merupakan satuan arti dari sejumlah objek yang memiliki ciri yang sama (Djamarah, 2008 : 30) sedangkan visual merupakan segala sesuatu yang dapat terlihat dan direspon oleh indera penglihatan. Maka konsep visual merupakan satuan arti sejumlah objek yang dapat dilihat oleh indra penglihatan.

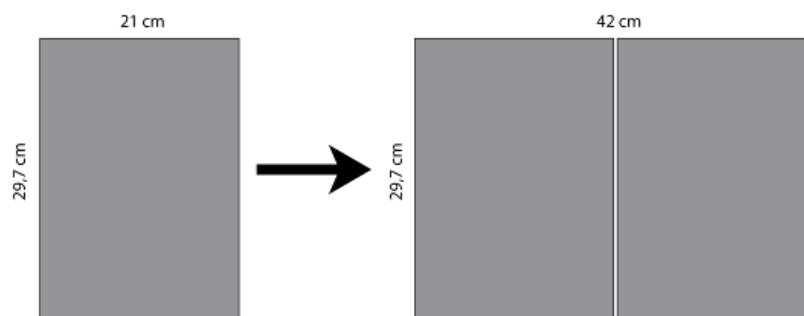
*Lookbook* ini menggunakan gaya visual Eclectic dengan dominasi visual ilustrasi fotografi digabungkan dengan ornamen-ornamen dari gaya Bohemian sebagai pelengkap desain *lookbook*, pemilihan gaya Eclectic ini untuk menunjang

pemberian informasi dimana dalam *lookbook* ini peran ilustrasi foto sangat penting karena menampilkan gaya busana secara utuh dengan detail-detail dari busana yang terlihat jelas sehingga khalayak sasaran dapat memahami informasi gaya busana Bohemian dengan jelas. Selain itu didukung dengan pendekatan warna, penggunaan huruf pada buku dan tata letak yang disesuaikan dengan gaya Bohemian itu sendiri yang dibuat secara menarik.

### III.3.1 Format Desain

Adapun Format desain buku gaya berbusana Bohemian sebagai berikut:

- Ukuran buku 21cm x 29,7cm, ukuran ini dipilih untuk menyeimbangan antara ilustrasi foto dengan teks.
- Posisi buku menggunakan orientasi vertikal.
- Resolusi buku 300DPI, karena kebutuhan untuk dicetak.
- Jenis kertas menggunakan *art paper* 150 gsm untuk isi dan *art paper* 260 gsm untuk *cover*.



Gambar III.5 Format Desain Buku.  
Sumber : Dokumentasi Pribadi  
(Diambil pada 20 Mei 2018)

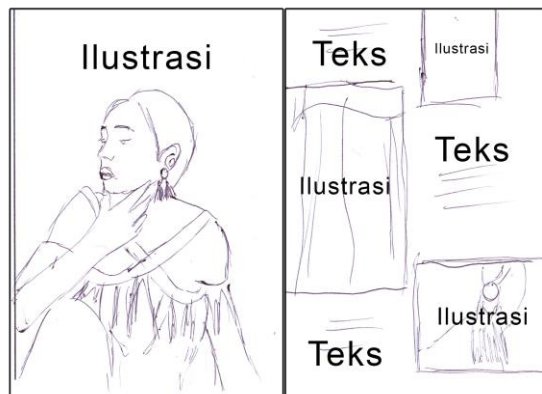
### III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

*Layout* merupakan acuan bagi elemen-elemen suatu bidang desain pada media tertentu untuk mendukung konsep atau kesan yang dibawanya (Rustan, 2008 : 0). Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, maka dilakukan beberapa pendekatan terhadap tata letak yang digunakan sebagai berikut:

- *Axial layout*

*Axial layout* merupakan jenis *layout* yang memiliki lebih dari satu elemen yang muncul dalam susunan vertikal (type365.com, 2017: para 2). *Axial layout* ini

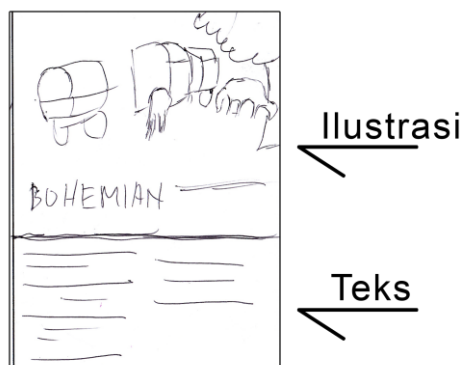
digunakan untuk memberikan beberapa gambaran pada satu bahasan terkait, seperti pada media utama *lookbook* halaman 14 “Inspirasi Bohemian” yang memberikan satu bahasan gaya berbusana Bohemian didukung beberapa ilustrasi foto seperti detail aksesoris, motif dan *makeup* sebagai elemen penjelas.



Gambar III.6 *Layout Axial*.  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi  
 (Diambil pada 29 Agustus 2018)

- *Picture windows layout*

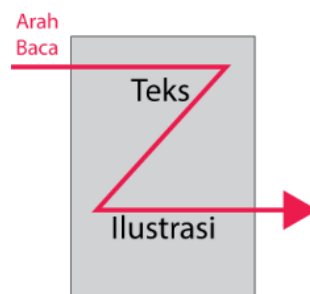
*Picture windows layout* merupakan jenis *layout* dengan dominasi pada unsur visual seperti ilustrasi foto berkisar 60 sampai 70 persen dari keseluruhan area (Ardhanariswari & Hendariningrum, 2014 : 264). *Picture windows layout* ini digunakan seperti pada media utama *lookbook* halaman 2 “Apa Itu Bohemian ?” yang didominasi oleh ilustrasi foto yang dapat memberikan gambaran lebih jelas pada khalayak sasaran.



Gambar III.7 *Layout Picture Windows*  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi  
 (Diambil pada 29 Agustus 2018)

- Arah baca

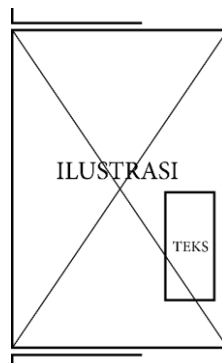
Arah baca yang akan digunakan adalah arah baca mode Z. Mode Z ini dipilih untuk meratakan perhatian seluas mungkin pada permukaan halaman. Contoh penggunaan arah baca ini digunakan seperti pada media utama *lookbook* halaman 34 yang membahas gaya hijab Bohemian yang memberikan pemerataan perhatian pada permukaan halaman melalui kombinasi antara ilustrasi foto dan teks.



Gambar III.8 Arah Baca  
Sumber : Dokumentasi Pribadi  
(Diambil pada 20 Mei 2018)

- Grid Sistem

*Grid* adalah susunan kerangka yang dibangun berdasarkan garis dengan posisi horizontal dan vertikal, grid digunakan sebagai alat bantu untuk mengatur atau menyusun objek dalam konteks perencanaan dalam ruang gambar dua dimensi. *Grid* sistem yang akan dipilih adalah berjenis *Manuscript grid* dan *Column grid*. *Manuscript grid* dipilih karena jenis *layout* yang menitik beratkan pada ilustrasi sebagai *focus point* sedangkan *Column grid* digunakan pada beberapa halaman yang banyak mengandung teks.



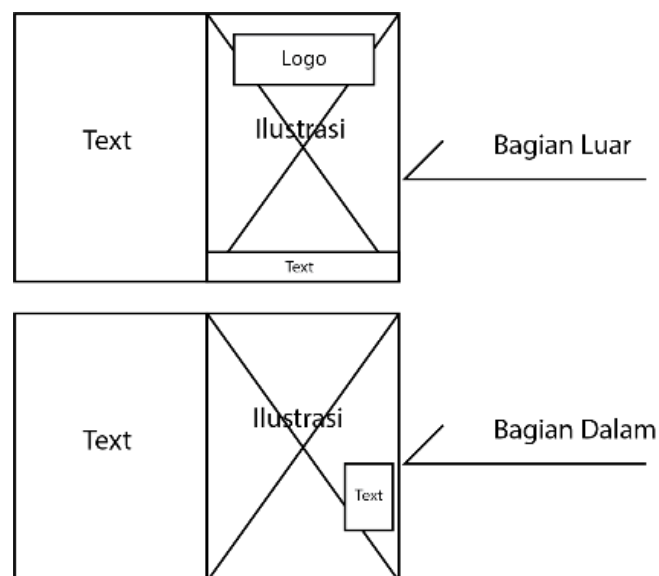
Gambar III.9 *Manuscript Grid*  
Sumber : Dokumentasi Pribadi  
(Diambil pada 18 Mei 2018)



Gambar III.10 *Column Grid*  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi  
 (Diambil pada 18 Mei 2018)

- *Layout lookbook*

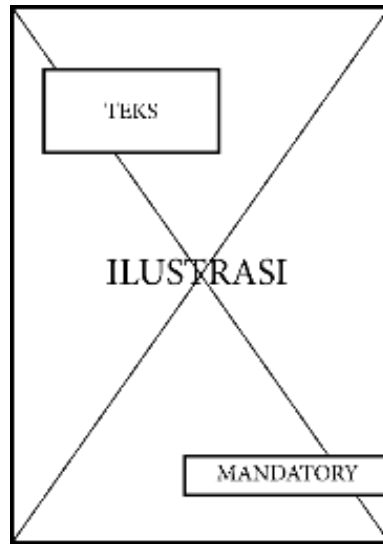
Pada bagian *layout* luar diletakkan ilustrasi foto yang mendominasi agar terlihat menarik dan sebagai bentuk komunikasi memperkuat tema *fashion*, menampilkan *mandatory* agar khalayak sasaran mengetahui bahwa buku ini didukung oleh organisasi atau badan sehingga dapat dipercaya dan peletakan logo dibagian tengah agar khalayak sasaran dapat membaca dengan baik dan mudah.



Gambar III.11 *Layout lookbook*  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi  
 (Diambil pada 18 Mei 2018)

- *Layout* baliho

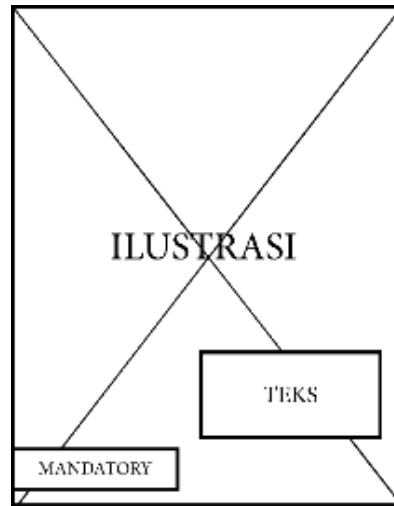
*Layout* pada media baliho ini menampilkan ilustrasi foto yang besar agar khalayak sasaran dapat membaca pesan yang disampaikan melalui visual, hal tersebut dikarenakan ketika khalayak sasaran melewati jalan butuh waktu cepat, maka dibuat visual yang besar agar pesan yang ada pada media baliho dapat tersampaikan dengan baik atau menjadi perhatian bagi khalayak sasaran.



Gambar III.12 *Layout* baliho  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi  
 (Diambil pada 18 Mei 2018)

- *Layout* poster digital

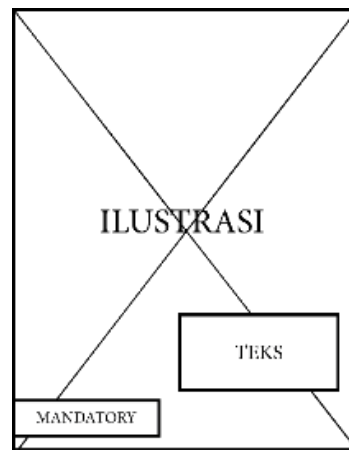
Pada layout *tripod banner* ini akan sama dengan media poster digital yang menonjolkan visual dengan memberi pesan dibawahnya agar lebih efisien karena dalam media poster digital ini terkendala dengan ukurannya yang kecil dan khalayak sasaran melihatnya di layar *smartphone* sehingga pesan dalam bentuk visual ilustrasi lebih dominan agar mudah dibaca.



Gambar III.13 *Layout poster digital*  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi  
 (Diambil pada 18 Mei 2018)

- *Layout tripod banner*

Sama halnya dengan media seperti baliho, pada media poster digital ini lebih menonjolkan visual dengan memberi pesan dibawahnya namun memiliki ukuran yang berbeda karena kebutuhan untuk dicetak.

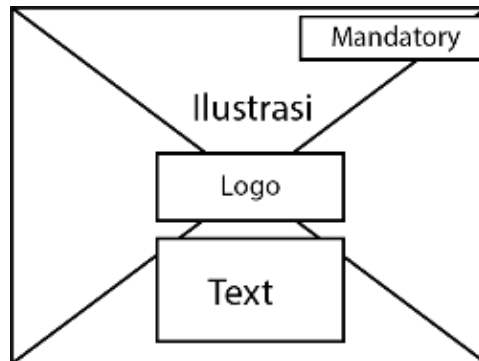


Gambar III.14 *Layout tripod banner*  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi  
 (Diambil pada 18 Mei 2018)

- *Layout backdrop*

*Layout* pada media *backdrop* ini menampilkan visual ilustrasi foto yang besar agar dapat mewakili tema acara. Dengan dibantu teks sebagai keterangan acara

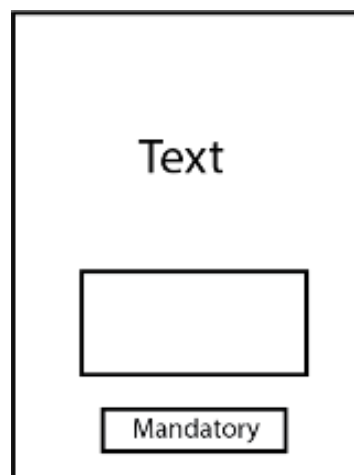
agar khalayak sasaran dapat membaca pesan yang disampaikan melalui media backdrop ini.



Gambar III.15 *Layout backdrop*  
Sumber : Dokumentasi Pribadi  
(Diambil pada 18 Mei 2018)

- *Layout nametag*

*Layout* pada media *nametag* ini menampilkan teks yang dominan dengan dibantu visual motif Bohemian sebagai identitas tema acara. Teks yang dominan ini bertujuan sebagai tanda pengenalan untuk nama panitia acara.



Gambar III.16 *Layout nametag*  
Sumber : Dokumentasi Pribadi  
(Diambil pada 18 Mei 2018)

### III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari mengenai huruf, yang memiliki dua fungsi sebagai fungsi komunikasi dan fungsi estetis, dalam fungsi komunikasi tipografi



berguna sebagai alat bantu untuk menyampaikan pesan agar tepat dan jelas, sedangkan pada fungsi estetis tipografi berguna untuk menata penampilan supaya pesan terlihat menarik (Sihombing, 2001). Pada perancangan ini *font* yang digunakan adalah Bodoni MT Family *regular*, *italic* dan Minion Pro Family. Untuk *tagline* dan *headline* akan menggunakan *font* Bodoni MT *regular*, untuk *subheadline* menggunakan Bodoni MT *italic*, *font* Bodoni MT ini termasuk pada *font modern* yang memiliki tebal dan tipis yang kontras sehingga memunculkan kesan indah, feminim dan *fashionable* yang sesuai dengan khalayak sasaran.

Sedangkan untuk *bodytext* akan menggunakan Minion Pro *regular*. Penggunaan *font* ini diharapkan dapat membuat khalayak sasaran mampu membaca isi atau informasi dengan jelas dan nyaman karena *font* Minion Pro memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan dapat dibaca walau dalam kondisi sedang terburu-buru seperti membaca *text* pada baliho dalam keadaan sedang berkendara serta *font* Minion Pro ini memiliki kesan yang hampir sama dengan *font* Bodoni MT yaitu feminim dan *fashionable*. *Font* Bodoni MT diciptakan oleh Giambattista Bodoni (1740-1813), *font* Bodoni MT ini memiliki lisensi berbayar sedangkan Minion Pro *family* diciptakan oleh Robert Slimbach dari Adobe dengan lisensi berbayar.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890,.?/|\:;'"{}[]!@#\$\$%^&\*()\_-=  
**THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG**  
the quick brown fox jumps over the lazy dog

Gambar III.17 Bodoni MT *Regular*  
Sumber : Dokumentasi Pribadi  
(Diambil pada 18 Mei 2018)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890,.?/|\:;'"{}[]!@#\$\$%^&\*()\_-=  
**THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG**  
the quick brown fox jumps over the lazy dog

Gambar III.18 Bodoni MT *italic*  
Sumber : Dokumentasi Pribadi  
(Diambil pada 18 Mei 2018)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890,./|:;'"{}[]!@#\$%^&\*()\_-=+  
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

Gambar III.19 Minion Pro  
Sumber : Dokumentasi Pribadi  
(Diambil pada 18 Mei 2018)

### III.3.4 Ilustrasi

Pada perancangan ini menggunakan jenis ilustrasi fotografi. Fotografi dalam buku Irama Visual: Program Studi Desain Komunikasi Visual FSR ISI Dan Studio Diskom (2009: h.109) menerangkan bahwa menggambar merupakan sama dengan memotret, kata fotografi berasal dari kata *photos* (cahaya) dan *graphos* (menggambar/menggores) yang artinya adalah menggambar dengan cahaya. Fotografi memiliki fungsi untuk mengatur komposisi yang akan memudahkan fotografer dalam menyampaikan karyanya melalui sebuah media komunikasi (Soedjono 2007: 13). Fotografi dipilih karena dapat memberikan gambaran yang lebih nyata pada khalayak sasaran sehingga dapat meyakinkan khalayak sasaran. Teknik fotografi yang digunakan adalah *Fashion Photography*, pada teknik ini fokus dari foto lebih kepada busananya, dengan teknik ini diharapkan dapat memberikan gambaran jelas gaya busana Bohemian kepada khalayak sasaran sehingga tertarik dan dapat menikmati ilustrasinya.



VALENTINO

Gambar III.20 Contoh *Fashion Photography*

Sumber : <https://i.pinimg.com/736x/82/85/86/8285869ad8970736c563167eb099b81e--pudelka-bohemian-soul.jpg>  
(Diakses pada 28 Mei 2018)

### III.3.5 Warna

Warna merupakan unsur yang dapat merangsang emosi dalam hati agar munculnya rasa haru, gembira, *mood*, sedih dan semangat (Kusrianto ,2007: 46). Warna yang digunakan pada media perancangan ini adalah sebuah kombinasi antara warna biru dan hijau dengan paduan warna-warna pastel dengan *background* warna putih untuk menciptakan sebuah media yang nyaman untuk dilihat dengan warna-warna yang tidak bertabrakan dan menciptakan harmoni warna yang baik. Warna ini terinspirasi dari warna baju Bohemian karya perancang busana Vinnie Wijaya.

|                                                                                   |                                                 |                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------|
|  | C: 81%<br>M: 70%<br>Y: 52%<br>K: 52%            | R: 41<br>G: 49<br>B: 62    |
|  | C: 87%<br>M: 59%<br>Y: 45%<br>K: 26%            | R: 40<br>G: 81<br>B: 99    |
|  | C: 8.64%<br>M: 4.67%<br>Y: 78.61%<br>K: 0%      | R: 238<br>G: 224<br>B: 89  |
|  | C: 15%<br>M: 7%<br>Y: 59%<br>K: 0%              | R: 221<br>G: 217<br>B: 133 |
|  | C: 63.41%<br>M: 24.83%<br>Y: 45.24%<br>K: 1.97% | R: 101<br>G: 154<br>B: 144 |
|  | C: 27%<br>M: 0%<br>Y: 28%<br>K: 0%              | R: 187<br>G: 224<br>B: 195 |

Gambar III.21 Warna yang digunakan  
Sumber : Dokumentasi pribadi  
(Diambil pada 20 Juni 2018)

Format warna yang digunakan adalah CMYK dan RGB, CMYK merupakan singkatan dari Cyan, Magenta, Yellow, Key (Hitam) yang merupakan format warna diperlukan pada saat mencetak media sedangkan RGB merupakan singkatan dari Red, Green dan Blue yang diperlukan untuk media berformat digital. Warna dengan skema pastel membuat terkesan alami dan nyaman namun dipadukan dengan warna biru dengan kesan bebas. Diharapkan melalui warna yang digunakan diberbagai media, khalayak sasaran dapat merasa kesan Bohemian serta merasa nyaman saat melihat media-media yang digunakan pada perancangan ini.