

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

3.1.1 Khalayak Sasaran

Menurut Street (Seperti dikutip Prijana) Khalayak adalah orang yang aktif dalam membuat, membangun, dan menafsirkan makna yang telah dibaca, dengar, dan lihat sesuai dengan konteks medianya. Makadari itu khalayak sasaran adalah orang-orang yang berdasar pada demografis, psikografis, dan geografis. Khalayak sasaran dalam perancangan media informasi bertujuan sebagai acuan dalam proses perancangan.

1.) Demografis

Berdasarkan data yang telah diperoleh, perancangan *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya mempunyai data segmentasi demografis sebagai penunjang dalam perancangan yaitu:

Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Usia	: Diatas 18 tahun
Sosial ekonomi	: Menengah dan menengah keatas
Agama	: Semua agama

2.) Geografis

Berdasarkan data yang telah diperoleh, perancangan *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya segmentasi geografis dari perancangan ini yaitu mahasiswa daerah Bandar Lampung dan tidak menutup kemungkinan mahasiswa diluar provinsi Lampung. Pemilihan geografis di wilayah Lampung karena pemerolehan data dan perancangan dilakukan di provinsi Lampung.

3.) Psikografis

Berdasarkan data yang telah diuraikan perancangan *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya segmentasi psikografis dari perancangan ini yaitu kalangan masyarakat lokal yang berkeinginan berpendidikan

berbasis teknologi dengan tingkat sosial ekonomi menengah di provinsi Lampung dan tidak menutup kemungkinan diluar provinsi Lampung.

4.) *Consumer Journey*

Consumer Journey digunakan agar media informasi dapat tepat sasaran sesuai dengan kebiasaan dan aktifitas mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Tujuannya adalah untuk menentukan medium yang tepat untuk digunakan dalam interaksi dengan khalayak sasaran.

Waktu	Aktifitas	<i>Point of contact</i>
05.30-06.00	Bangun tidur, Membuka <i>Handphone</i>	Bantal, Kasur, sejadah <i>handphone</i> , dan dinding
06.00-06.30	Mandi	<i>Toilet</i> , Peralatan mandi, handuk, baju
06.30-07.00	Mengenakan baju Berhias	Baju, cermin, kosmetik, lemari
07.00-08.00	Berangkat ke kampus	<i>Billboard</i> , <i>banner</i> , poster, kendaraan umum, <i>handphone</i>
08.00-12.00	Beraktivitas di kampus dan perpustakaan	alat tulis, papan tulis, buku, tas, laptop, <i>handphone</i> , kantin, tempat berkumpul.
12.00-13.00	Makan Siang dan menunaikan shalat zuhur	<i>Handphone</i> , laptop, sejadah, dan dompet
13.00-16.40	Beraktivitas di kampus dan perpustakaan	<i>Handphone</i> , laptop, komputer, buku, dan poster
16.40-18.00	Perjalanan Pulang	<i>Billboard</i> , <i>banner</i> , poster, kendaraan umum, <i>handphone</i>

18.00-19.00	Mandi dan Shalat magrib	Toilet ,Peralatan mandi, handuk, baju, sejadah, <i>al-qur'an</i>
19.00-21.00	Makan malam, Mengerjakan tugas	Peralatan makan, <i>handphone</i> , laptop, buku, lukisan
21.00-22.00	Santai dan tidur	<i>Handphone</i> , bantal, dan jam dinding.

Tabel 3.1 *Consumer Journey*

Berdasarkan data table III.1, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa khalayak sasaran sering menggunakan *handphone* daripada melihat media lainnya. *Handphone* merupakan media elektronik komunikasi yang digunakan untuk berkomunikasi melalui layanan pesan singkat, menelepon, atau menggunakan internet (media sosial, *browsing*, *website*) yang dalam hal ini mengartikan bahwa media online lebih banyak digunakan oleh khalayak sasaran maka media informasi yang akan digunakan berupa media informasi digital yang dapat diakses oleh internet.

5.) *Consumer Insight*

E-magazine Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya ditujukan untuk laki-laki dan perempuan remaja akhir hingga dewasa yang akan melanjutkan Pendidikan ke jenjang selanjutnya yaitu perkuliahan. Khalayak sasaran mempunyai wilayah sosialisasi yang luas dan ingin mencoba banyak hal baru dan pengalaman dan berusaha menyesuaikan dengan lingkungan sekitarnya, makadari itu diperoleh *consumer insight* sebagai berikut:

- Habbit* : Belajar dan bersosialisasi
- Attitude* : Mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi terhadap sesuatu dan suka membagikan informasi
- Behavior* : Berani mencari sesuatu yang baru
- Environment* : Lingkungan Pendidikan

3.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi perancangan *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah untuk menyampaikan informasi yang sebelumnya

tidak ada di media informasi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya kepada remaja akhir hingga dewasa. Sehingga media tersebut bermanfaat untuk memberikan informasi terkait Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya kepada mahasiswa.

3.1.3 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam perancangan *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya memerlukan strategi agar pesan yang akan disampaikan dapat diperoleh khalayak sasaran dengan mudah. Makadari itu diperlukan pendekatan komunikasi melalui verbal dan visual yang mudah diakses dan menarik bagi informan. Pendekatan akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pendekatan Visual yang akan ditampilkan dalam menyajikan informasi tentang Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dalam satu media digital melalui website dengan menggunakan gambar atau foto. Pendekatan visual ini digunakan karena bentuknya yang sederhana dan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran.
2. Pendekatan Verbal yang akan digunakan adalah tulisan yang menggunakan bahasa Indonesia dan sedikit bahasa Inggris. Bahasa Indonesia dipilih agar informasi lebih mudah diterima dan dimengerti oleh khalayak sasaran, sedangkan bahasa Inggris digunakan di sebagian kalimat sebagai media pendukung agar terkesan lebih moderen. Selain itu, strategi komunikasi verbal dengan memberikan teks penjelasan atau keterangan pada tiap gambar ilustrasi yang ditampilkan agar mempermudah khalayak sasaran untuk mengetahui maksud dari visual yang ditampilkan.

3.1.4 Strategi Kreatif

Pesan komunikasi yang akan disampaikan dibuat berdasarkan *brand proposition*. Untuk menentukan *brand proposition*, dalam hal ini diperlukannya data mengenai brand essence dari Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya serta consumer insight. *Brand essence* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yaitu “kampus biru”. Brand essence didapat dengan menyimpulkan lima komponen menurut Kasilo (2008), yaitu manfaat, makna, faktor pembeda, alasan untuk percaya dan kepribadian. Brand essence

ini kemudian digabungkan dengan *consumer insight* untuk dapat menentukan *brand proposition* sebagai pesan komunikasi. *Consumer insight* yang didapatkan adalah target audience yang berkeinginan dalam menempuh Pendidikan. Dari *brand essence* dan *consumer insight*, dapat ditentukan *brand proposition* yang menjadi pesan komunikasi, yaitu: kampus Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya merupakan kampus biru berbasis teknologi.

Pesan komunikasi disampaikan dengan memaparkan visual Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yang didapat di dalam kampus tersebut serta mengekspos fasilitas serta tata ruang yang ada pada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Selain itu juga terdapat pesan dan kesan yang diberikan dalam berpendidikan di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Visual juga didukung dengan elemen-elemen grafis yang menggambarkan kesan kampus biru.

3.1.5 Strategi Media

Strategi media adalah hal yang penting dalam penyebaran dan penyampaian informasi. Strategi media berfungsi sebagai alat penghubung untuk menyampaikan informasi dan juga sebagai alat pendukung atau perantara komunikasi kepada khalayak sasaran. Strategi media yang akan dibuat adalah:

1.) Media Utama

Media utama yang akan digunakan untuk menginformasikan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah *e-magazine*. *E-magazine* adalah majalah elektronik yang berisi informasi atau materi yang disajikan dengan menarik disertai gambar-gambar yang mendukung informasi. *e-magazine* merupakan majalah yang berbentuk online dan tidak lagi dicetak seperti menggunakan kertas tapi dalam bentuk aplikasi atau file dengan memanfaatkan internet (Nuraida et al., 2022).

E-magazine dipilih karena dapat diakses dimanapun dan kapanpun sehingga mudah untuk mencari dan mendapatkan informasi melalui *website*. *E-magazine* juga mempunyai visual berupa gambar atau foto terkait informasi yang dibutuhkan sehingga informan akan lebih mudah untuk mendapatkan

informasi selain itu *e-magazine* dirancang dengan menggunakan font dan warna yang menyesuaikan karakteristik dan kebutuhan.

2.) Media Pendukung

Media pendukung merupakan media yang menjadi penunjang dalam pembuatan media utama sehingga selain *e-magazine* yang menjadi media utama, ada beberapa media pendukung yang diperlukan untuk menginformasikan dan menjadi jembatan untuk khalayak sasaran mengunjungi media utama.

Media pendukung dibagi kedalam dua kategori. Kategori pertama adalah media pendukung sebagai informasi dalam dan kategori kedua adalah media pendukung sebagai pengingat dalam bentuk *merchandise*. Media pendukung tersebut yaitu:

1) *Sticker*

Sticker sebagai media yang bisa ditempelkan dimana saja sebagai media promosi. *Sticker* akan dibagikan secara gratis kepada khalayak sasaran di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

2) Gantungan Kunci

Gantungan kunci memiliki fungsi sebagai *merchandise* yang dapat digantung di kunci ataupun tas sebagai penghias. Gantungan kunci akan dibuat menyesuaikan dengan karakteristik dari pembuatan media utama.

3) *Paper bag*

Paper bag memiliki fungsi sebagai *merchandise* yang dapat digunakan sebagai tas. *Paper bag* akan dibuat menyesuaikan dengan karakteristik dari pembuatan media utama.

4) Kalender

Kalender memiliki fungsi sebagai media yang menunjukkan sebuah tanggal yang dapat menjadi promosi melalui karakteristik media utama.

5) Pin

Pin memiliki fungsi sebagai *merchandise* yang dapat digunakan di tas ataupun tempat yang sesuai dengan kebutuhan. Pin akan dibuat menyesuaikan dengan karakteristik dari pembuatan media utama.

3.1.6 Strategi Distribusi

Strategi adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Strategi media dibentuk oleh target sasaran (*audience*) dengan panduan media, yang terdiri dari pilihan media dan jadwal media, yang disusun dengan memperhitungkan media *habit*, yaitu kebiasaan target (*audience*) masing-masing pangsa pasar dalam penggunaan media. Target *audience* inilah yang menentukan saluran media mana yang paling efektif dan efisien. Oleh karena itu perlu dilakukan strategi pendistribusian untuk memudahkan penyebaran media utama, yaitu *e-magazine* dengan penyebaran *offline* ataupun *online*. Strategi pendistribusian tersebut sebagai berikut:

1. Strategi pendistribusian *e-magazine* secara *offline* strategi pendistribusian secara *offline* adalah penyebaran alamat *website* di media pendukung, contohnya dengan:
 - 1) Memasukan alamat *website* pada semua media pendukung. Seperti mencantulkannya di *paper bag* atau kalender.
 - 2) Memasukan alamat *website* pada semua poster, *banner*, iklan, dan media pendukung.
2. Strategi pendistribusian *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya secara *online* melalui *website*. Di strategi ini, pendistribusian memiliki jangkauan yang lebih luas karena semua kendali tidak hanya berada di tangan sendiri tetapi orang lain bisa menjadi perantara melalui media *online*. Promosi *e-magazine* melalui media *website* akan menggunakan media sosial dengan menggunakan *platform* yang sedang sering atau *tren* digunakan oleh remaja yaitu *Facebook*, *Intragram*, dan *Twitter*.

3.2 Konsep Visual

3.2.1 *Mind mapping*

Mind Mapping adalah strategi berpikir secara visual yang membantu menyusun informasi, menganalisis, mensintesis, serta merepresentasikan ide dan konsep (Sutanto & Suhartono, 2022). *Mind Mapping* berfungsi untuk membebaskan kreatifitas dan mendapatkan ide-ide brilian untuk memecahkan sebuah masalah. Berdasarkan hal tersebut perancangan *e-*

magazine Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menggunakan mindmapping sebagai acuan dalam perancangan yang disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 3.1 Mind Mapping e-magazine

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2023)

Dari proses *mind mapping* didapatkan beberapa kata kunci umum yang dapat merepresentasikan *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, yaitu:

- 1.) Informasi : *e-magazine* ini dirancang untuk memberikan informasi terkait Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya mengenai Gedung, fasilitas, organisasi, unit kegiatan mahasiswa (UKM), dan informasi lainnya. Hal ini akan menjadi wadah alternatif media informasi untuk Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
- 2.) *Layout* atau Tata letak: *e-magazine* ini dirancang dengan menggunakan *layout* atau tata letak *Multi Panel layout*. *Multi Panel layout* merupakan tata letak yang menampilkan visual atau tampilan *layout* dengan tertata dan unik. Tata letaknya dibuat dengan beberapa tema atau bagian dengan bentuk yang serupa. Bertujuan memberi kesan yang minimalist dan mudah untuk menarik hati pembacanya.
- 3.) Tema: *e-magazine* ini dirancang menggunakan tema desain *modern* dan *minimalist* untuk memberi kesan yang menyesuaikan dengan karakteristik dari instansi pendidikan sehingga kesan *modern* dan *minimalist* dapat menjadi daya tarik untuk pembaca berbagai kalangan.

3.2.2 Moodboard

Mood Board memberikan pemahaman mengenai desain yang akan dibuat. Tujuan dari pembuatan *mood board* adalah untuk menentukan tujuan, arah dan panduan dalam membuat karya cipta bertema, Konsep *mood board* dibuat dengan menuangkan ide-ide atau sumber gagasan sesuai dengan tema serta tujuan dari pembuatan karya tersebut (Bestari & Ishartiwi, 2016).

Berdasarkan hal tersebut maka *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dapat merepresentasikan rancangan *mood board* sebagai acuan dalam perancangan penulis sebagai gambar berikut:



Gambar 3.2 Moodboard *e-magazine*

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2023)

3.2.3 Format Desain

E-magazine Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dibuat pada resolusi atau ukuran dengan desain *layout* yang responsive atau menyesuaikan dengan layar perangkat. *E-magazine* akan dibuat dengan ukuran antara 21,5 X 29 cm hingga ukuran kertas legal bertujuan untuk mengoptimalkan kesan membaca majalah sehingga pengalaman pengunjung dalam mengakses dan mendapatkan informasi dalam *website* tersebut berkesan. Metode ini akan menyesuaikan didalam *website* seperti ukuran majalah, ukuran huruf, ukuran gambar, dan tata letak dengan lebar layer (Fujimoto, 2018).

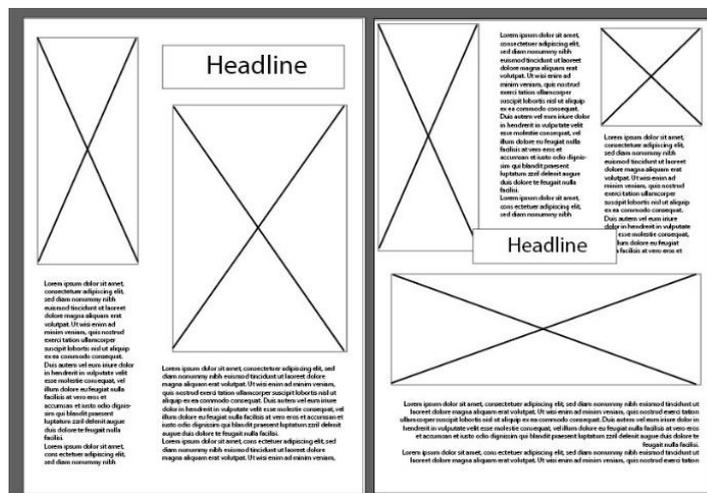
E-magazine Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dapat diakses melalui website komputer dengan standar resolusi layar *Full HD* sebesar 1920 x 1080 lanskap, dan *mobile* dengan standar resolusi layar *HD* atau *High Devinition* sebesar 1280 x 720 *pixel*.

3.2.4 Tata letak

Layout adalah tata letak dari elemen-elemen desain di dalam suatu bidang dalam media tertentu yang berfungsi untuk mendukung konsep dan pesan yang akan di informasikan (Rustan, 2005: h.5). Makadari itu layout adalah salah satu faktor penting di dalam perancangan suatu desain agar pesan yang akan disampaikan terstruktur dan dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran.

Tata letak dari *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menggunakan *layout* atau tata letak *Multi Panel layout*. *Multi Panel layout* merupakan tata letak yang menampilkan visual atau tampilan *layout* dengan tertata dan unik. Tata letaknya dibuat dengan beberapa tema atau bagian dengan bentuk yang serupa. Bertujuan memberi kesan yang minimalist dan mudah untuk menarik hati pembacanya.

Tata letak dibuat menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator* untuk menentukan komponen atau struktur yang ditampilkan dalam *e-magazine*. Agar tampilan maksimal, *layout* disusun menggunakan Grid System. Grid System adalah sebuah struktur yang terdiri dari garis horisontal dan garis vertikal dua dimensi sehingga menampilkan susunan kolom dan baris, biasa dipakai saat mendesain. Metode ini efektif karena menghasilkan tata letak yang konsisten dan rapih sehingga tata letak *e-magazine* dapat sesuai dengan desain yang dijadikan acuan dengan menyesuaikan penempatan gambar dan tulisan.



Gambar 3.3 Tata Letak *e-magazine*

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2023)

3.2.5 Tipografi

Tipografi dalam sebuah perancangan, *tipografi* memiliki peranan penting terkait tampilan visual dalam menyampaikan informasi dalam bentuk tekstual yang mencakup bentuk huruf, besar huruf, cara hingga teknik penyusunan huruf (Yulius & Pratama, 2021).

Tipografi yang digunakan dalam perancangan *e-magazine* adalah tipografi yang biasa digunakan untuk pembuatan majalah. Dalam hal ini penulis akan menyesuaikan tulisan dengan tema yaitu *modern* dan *minimalist* sehingga penulis menggunakan tipografi dengan jenis huruf *Fax Sans Beta* dan *Tw Cen MT*.

Perancangan ini menggunakan tipografi *Fax Sans Beta* dan *Tw Cen MT* karena *Fax Sans Beta* mempunyai ketebalan huruf yang sama dan cocok untuk menjadi isi didalam majalah sedangkan *Tw Cen MT* memiliki kesan huruf yang kuat akan mengesankan struktur pada majalah akan lebih mudah untuk dibaca sehingga dibutuhkan untuk bagian isi didalam majalah. Kedua Jenis huruf ini memberikan kesan *modern* dan *minimalist*. Jenis huruf ini dipilih berdasarkan dengan kesesuaian pada karakteristik dari tema *e-magazine* yang bersifat *modern* dan *minimalist*.

Huruf dibuat manual dengan menggunakan software *Adobe Illustrator*. Dalam hal ini dapat dipresentasikan rancangan *tipografi* yang akan sebagai acuan dalam perancangan penulis sebagai gambar berikut:

Fax Sans Beta

Aa BbCc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

Gambar 3.4 *Tipografi e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2023)

Tw Cen MT

Aa BbCc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

Gambar 3.5 *Tipografi e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2023)

3.2.6 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan penggambaran sebuah pesan yang disampaikan melalui gambar visual. Ilustrasi menurut Kusmiati R. merupakan suatu cara untuk memunculkan sebuah perasaan atau efek dengan memperlihatkan subjek dengan tujuan menginformasikan bentuk atau gambar suatu produk yang belum pernah ada, mencoba menggambarkan ide abstrak, menunjukkan sebuah peristiwa yang agak mustahil, memperjelas isi pesan, atau menerangkan sesuatu secara detail (Hidayat & Rosidin, 2018).

Ilustrasi dalam perancangan *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dibuat menyesuaikan dengan tema perancangan. Dalam hal ini penulis menggunakan ilustrasi pada salah satu tema disalah satu halaman pada perancangan yang dibuat oleh penulis agar menambah kesan yang menarik pada konten yang ada pada perancangan.

Adapun referensi ilustrasi yang akan menjadi acuan dalam pembuatan perancangan *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya sebagai berikut:



Gambar 3.6 Referensi ilustrasi *e-magazine*

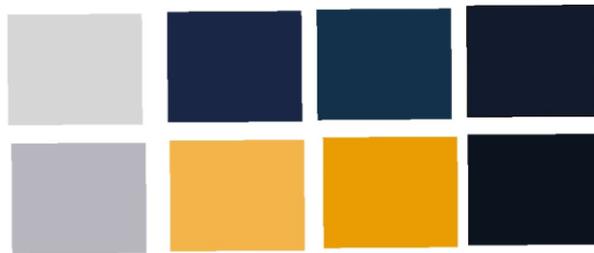
(Sumber: dokumentasi pinterest, 2023)

3.2.7 Pemilihan warna

Warna adalah cahaya dan energi, warna terlihat karena dipantulkan melalui semua jenis partikel, molekul, dan benda. Ada beragam panjang gelombang yang dapat dikategorikan sebagai cahaya. Setiap warna memiliki frekuensi dan getaran tertentu, yang diyakini banyak orang dapat berkontribusi pada sifat spesifik yang mempengaruhi energi di dalam tubuh manusia (Karja,I.W.2021).

RGB dan CMYK adalah model warna yang sering dipakai didalam dunia desain. RGB terdiri dari tiga warna yaitu: merah (*Red*), hijau (*Green*), biru (*Blue*). Warna tersebut ditambahkan dengan warna lain untuk menghasilkan berbagai macam warna. Fungsi utama dari RGB adalah menampilkan citra atau gambar melalui media digital menggunakan warna RGB. Berbeda dengan RGB, CMYK terdiri dari empat warna yaitu: Cyan, Magenta, Kuning, dan *KeyBlack*. CMYK adalah model warna yang sering dipakai di percetakan warna (Sururi, 2016: para 17).

Model warna yang dipilih untuk perancangan media utama perancangan *e-magazine* Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dibuat menyesuaikan dengan karakteristik dari instansi tersebut. Yang dalam hal ini menggunakan warna biru,putih, dan kuning. Dalam hal ini dapat dipresentasikan rancangan *pallet* warna yang akan sebagai acuan dalam perancangan penulis sebagai gambar berikut:



Gambar 3.7 warna *e-magazine*
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2023)

Warna diatas menjadi acuan dalam perancangan penulis karena warna warna tersebut telah menjadi karakteristik yang ada pada inastansi. Warna warna tersebut memiliki arti yaitu:

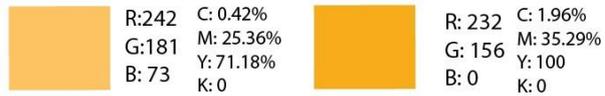
- 1.) Warna biru menyimbolkan kepercayaan, loyalitas, tanggung jawab, kepercayaan, dan keamanan.

	R: 26 G: 38 B: 70	C: 96.47% M: 83.14% Y: 39.22% K: 32.55%		R: 19 G: 48 B: 75	C: 98.82% M: 72.94% Y: 41.18% K: 30.02%		R: 18 G: 27 B: 44	C: 92.76% M: 79.41% Y: 49.23% K: 55.83%
--	-------------------------	--	--	-------------------------	--	--	-------------------------	--

- 2.) Warna putih menyimbolkan arti kepolosan dan kemurnian sehingga warna putih akan menambah kesan yang baik didalam desain.



3.) Warna Kuning menyimbolkan warna menyenangkan, yang memberikan kesan hangat, lucu, dan ceria yang dapat memberikan efek bahagia dan senang,



Sehingga perpaduan warna tersebut saling melengkapi dan memberi kesan yang sesuai dengan karakteristik dari Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.