

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

3.1.1 Khayalak Sasaran

1. Demografis

Jenis Kelamin : Pria dan wanita

Umur : 18 – 30 tahun (Dewasa awal)

Pendidikan : Mahasiswa dan Karyawan

Strata ekonomi sosial : Menengah

2. Geografis

Secara geografis yang menjadi khayalak sasarannya adalah seluruh masyarakat kota Bandar Lampung.

3. Psikografis

Masyarakat kota Bandar Lampung khususnya para mahasiswa dan karyawan usia 20-30 tahun yang kesehariannya menggunakan pakaian formal serta tertarik dengan bidang *fashion* lokal.

4. Consumer Insight

Consumer insight adalah suatu proses memahami bagaimana perilaku, minat dan pola pikir dari seorang konsumen saat membeli produk atau layanan perusahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk mendapatkan informasi secara dalam dan lengkap mengenai pandangan atau *feedback* target konsumen. *Feedback* dari calon konsumen ini dapat menjadi acuan inovasi dan perbaikan terhadap produk serta layanan yang dibuat. Berdasarkan observasi dan wawancara yang sudah dilakukan terhadap Batik Gabovira, masyarakat kota Bandar Lampung sudah yang mengetahui Batik Gabovira sebagai industri batik yang ada di Bandar Lampung terutama masyarakat

yang berada di daerah Kemiling. Namun, banyak juga masyarakat di kota Bandar Lampung yang belum mengetahui Batik Gabovira terutama masyarakat yang berada di luar kawasan daerah Kemiling.

5. Consumer Journey

Consumer journey adalah tahapan yang dilalui konsumen saat berinteraksi dengan produk dari sebuah *brand* ataupun layanan perusahaan. *Consumer journey* memuat peta keseluruhan perjalanan konsumen dengan *brand*, mulai dari menjalin interaksi, hingga akhirnya memutuskan membeli produk. Adanya *consumer journey* dapat memudahkan perusahaan menganalisa pola pikir konsumen serta meminimalisir kekurangan yang akan dirasakan oleh konsumen dalam menjalin interaksi dengan *brand*. *Consumer journey* ini nantinya akan digunakan untuk aplikasi dari media yang sudah dibentuk. Berdasarkan hasil riset terkait *consumer insight*, maka perancang ingin membuat sebuah media yang dapat menjadi awal dari tahapan khalayak sasaran saat berinteraksi dengan produk Batik Gabovira.

3.1.2 Tujuan Komunikasi

Melakukan pengenalan produk kepada masyarakat umum kota Bandar Lampung, khususnya para khalayak sasaran dengan cara memberikan informasi mengenai produk-produk Batik Gabovira melalui media promosi berupa majalah katalog. Dengan harapan produk tersebut dapat dikenali sehingga dapat mendorong keinginan khalayak sasaran untuk melakukan pembelian.

3.1.3 Pendekatan Komunikasi

1. Pendekatan Komunikasi Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan dalam perancangan majalah katalog fotografi ini yaitu menggunakan Bahasa Indonesia umum, sehingga dapat mudah dipahami oleh seluruh khalayak sasaran.

2. Pendekatan Komunikasi Visual

Berdasarkan konsep yang telah ditentukan, gagasan visual yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

a. Gambar atau foto

Pada majalah yang akan dirancang, penggunaan gambar atau foto merupakan gagasan visual yang berperan paling penting sebagai media promosi dari produk Batik Gabovira. Gambar / foto yang akan ditampilkan pada majalah ini harus memiliki konsep dan juga komposisi yang baik karena menjadi gagasan visual utama pada majalah. Foto yang akan ditampilkan pada perancangan ini yaitu berupa foto katalog produk Batik Gabovira, serta foto model produk Batik Gabovira. Foto yang akan diaplikasikan menggunakan konsep fotografi *fashion* editorial yang cocok dengan konsep majalah *fashion*.

b. Layout / Tata Letak

Layout adalah tata letak atau organisasi visual yang mengatur susunan elemen desain di dalam sebuah media. Dengan adanya penyusunan *layout*/tata letak yang baik, sebuah konsep dapat menarik perhatian, mudah dibaca, dan memiliki daya tarik estetika yang kuat. Pada perancangan majalah katalog fotografi ini, tata letak yang digunakan bersifat *minimalist* (sederhana). *Layout* yang diaplikasikan akan lebih menonjolkan gambar sebagai visual utama. Adapun teks yang digunakan tidak terlalu banyak agar konsep *layout* yang sederhana dapat terbentuk.

c. Tipografi

Tipografi yang akan digunakan dalam perancangan ini akan menggunakan kombinasi *font* serif, sans-serif, dan script. *Font* serif secara garis besar akan digunakan sebagai *headline* dan *sub-headline* yang bersifat klasik dan memberikan kesan terhadap *brand* serta produknya. Penggunaan *font* serif pada *headline* dan *sub-headline*

melambangkan kepercayaan dan kehormatan *brand* Batik Gabovira terhadap khalayak sarannya. Penggunaan ini juga diharapkan dapat memberikan ketegasan juga terhadap khalayak sasaran dalam memutuskan untuk melakukan pembelian.

Font sans-serif akan digunakan pada bagian *body text* / isi teks. Penggunaan *font* ini pada bagian isi teks diharapkan dapat memudahkan khalayak sasaran untuk membaca dan memahami informasi yang disampaikan pada perancangan ini. *Font* sans-serif disini juga digunakan sebagai pembentuk konsep kesederhanaan pada tampilan majalah ini. Sedangkan penggunaan *font* script pada perancangan ini memberikan makna yang hangat dan bersahabat dengan tujuan memberikan kesan yang baik juga dekat kepada para pembaca. Selain itu juga, *font* ini menjadi variasi dari tampilan majalah agar terlihat lebih menarik.

3.1.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan dilakukan pada promosi Batik Gabovira yaitu dengan cara menunjukkan keunggulan produk-produk yang dimiliki oleh Batik Gabovira kepada khalayak sasaran melalui fotografi. Melalui penggunaan konsep yang matang dan tampilan visual yang menarik, tujuan utama dari perancangan ini dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi kreatif untuk mencapai hasil yang terbaik.

Pendekatan komunikasi yang akan digunakan berupa gaya bahasa yang sederhana yang berisikan informasi mengenai produk hingga beberapa konten informasi tambahan.

3.1.5 Strategi Media

1. Media Utama (*Main Media*)

Media utama yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah membuat sebuah media cetak berupa majalah katalog fotografi. Majalah adalah media

penyampaian informasi yang terdiri dari artikel-artikel dengan tema tertentu. Majalah biasanya terbit dengan sasaran atau khalayak yang sudah ditentukan sebelumnya. Adapun perancangan majalah ini ditujukan kepada khalayak sasaran dari konsumen Batik Gabovira. Diharapkan dengan adanya perancangan majalah ini dapat membantu Batik Gabovira dalam melakukan promosi dengan media yang inovatif serta memiliki nilai karya seni yang tinggi.

2. Media Pendukung (*Supporting Media*)

Media pendukung merupakan suatu media tambahan yang berfungsi sebagai penunjang dalam kegiatan promosi terhadap produknya agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Media pendukung pada perancangan majalah katalog fotografi ini adalah kalender dinding, kalender duduk, *x-banner*, *tripod banner*, *promotion card*, *box packaging*, dan *e-magazine*.

3.1.6 Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan proses penyebaran produk oleh sebuah perusahaan untuk menyampaikan barang dan jasanya hingga sampai di tangan konsumen. Strategi distribusi majalah akan dilakukan sebagai salah satu media promosi. Jadwal penyebaran media promosi majalah katalog fotografi ini rencananya akan dilakukan pada bulan Juli 2024. Pendistribusian majalah dan juga media pendukungnya akan dilakukan di beberapa tempat yaitu toko Batik Gabovira dan sejumlah pameran yang akan diikuti oleh Batik Gabovira pada bulan Juli 2024 seperti Pameran UMKM Lampung Begawi 2024 dan Pameran *Wedding Market* Novotel 2024.

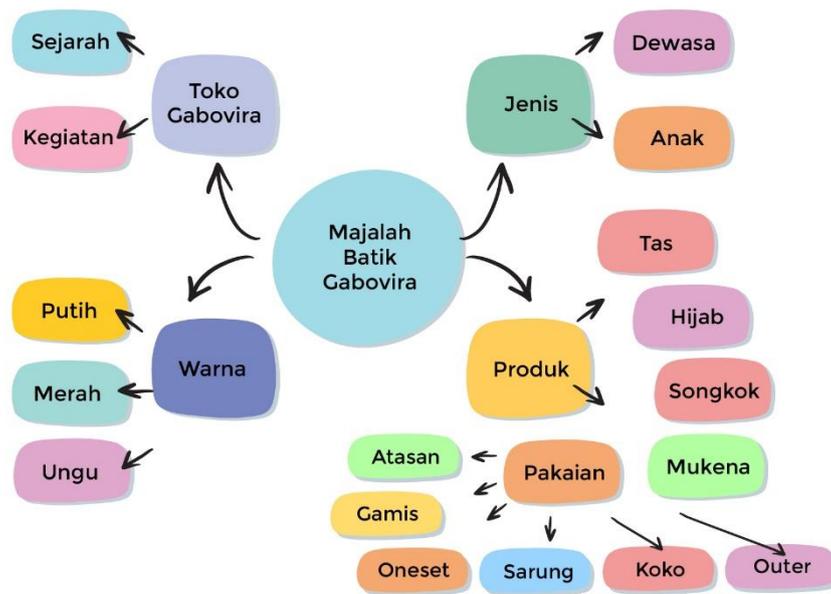
3.2 Konsep Visual

Konsep visual adalah kumpulan suatu perancangan yang dibuat agar penyampaian pesan baik informasi pada media utama maupun pendukung dapat tersampaikan melalui visual, sehingga tujuan yang dirancang akan tercapai dan pesan pun dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran.

Adapun bagian dari konsep visual meliputi sebagai berikut.

3.2.1 *Mindmapping*

Mindmapping adalah alat visual yang digunakan untuk merepresentasikan ide, informasi, atau konsep secara jelas dan terstruktur. Metode ini memungkinkan berbagai gagasan dan elemen terhubung secara intuitif untuk mempermudah pemahaman. *Mindmapping* yang dibuat dalam perancangan ini menampilkan beberapa *keyword* atau kata kunci yang relevan dengan majalah yang akan dibuat. Adapun *mindmapping* dari perancangan ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3.1 *Mindmapping*

Sumber : penulis

3.2.2 *Moodboard*

Moodboard adalah salah satu bentuk referensi visual dalam penciptaan karya desain komunikasi visual. *Moodboard* adalah komposisi berupa gambar, warna, teks, dan elemen desain lainnya ke dalam suatu format

untuk menggambarkan visualisasi sebuah desain. *Moodboard* digunakan dalam sebuah proses menetapkan bentuk visual yang diinginkan sesuai dengan konsep yang sudah ditetapkan. *Moodboard* dapat membantu menjaga gaya dan estetika tetap konsisten dan sesuai dengan tujuan dan harapan perancangan.

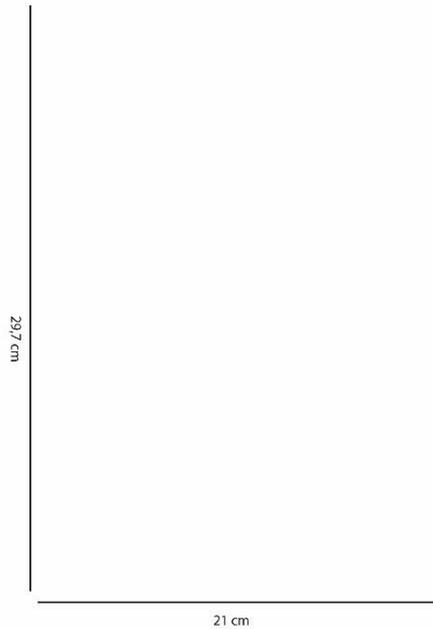


Gambar 3.2 *Moodboard*

Sumber : penulis

3.2.3 Format Desain

Format desain yang akan dibuat menggunakan ukuran cetak A4 (29,4 x 21 cm). Desain yang akan dibuat menggunakan komposisi keseimbangan konten dengan menyesuaikan ukuran kertas dan proposi warna kontras dengan tujuan kemudahan pembaca dalam memahami isi majalah. Elemen yang terdapat dalam media berupa foto dan tipografi.



Gambar 3.3 Format Desain

Sumber : penulis

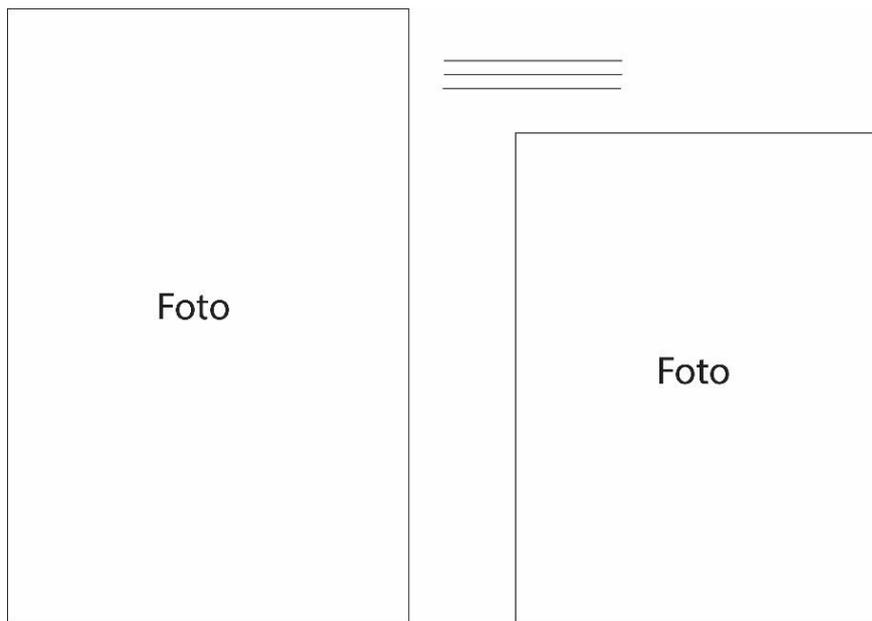
3.2.4 Layout / Tata Letak

Layout pada umumnya melibatkan organisasi visual dari beberapa elemen desain seperti gambar, tipografi, dan grafik. Penataan *layout* akan mempengaruhi hasil akhir dari perancangan. Berikut merupakan referensi *layout* dalam perancangan majalah ini.



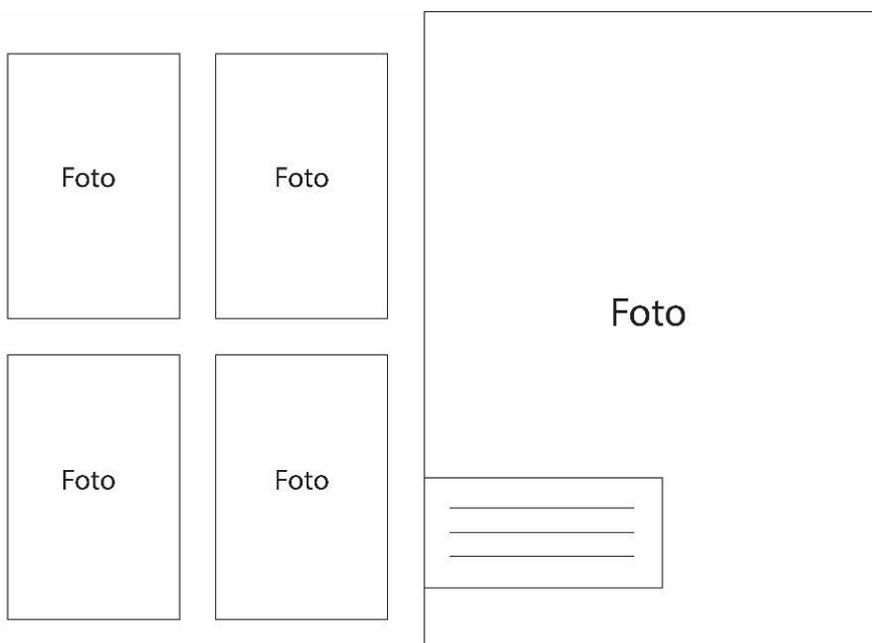
Gambar 3.4 Referensi *Layout*

Sumber : pinterest



Gambar 3.5 *Layout 1*

Sumber : penulis



Gambar 3.6 *Layout 2*

Sumber : penulis

3.2.5 Tipografi

Tipografi yang akan digunakan adalah kombinasi *font* serif dan sans-serif. Serif dapat memberikan kesan yang elegan, sedangkan *font* sans serif dapat membuat teks lebih mudah dibaca dan dipahami oleh khalayak sasaran.

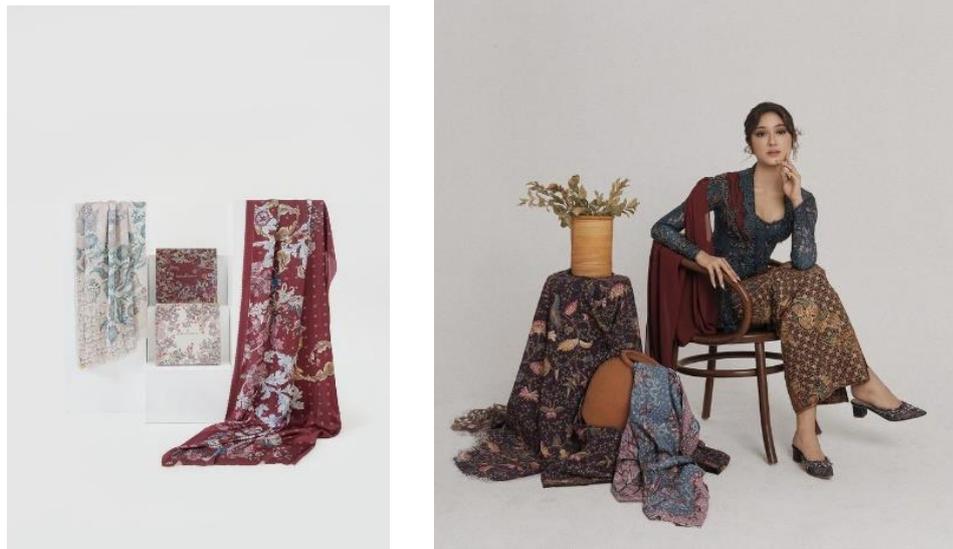


Gambar 3.7 Tipografi

Sumber : penulis

3.2.6 Gambar

Gambar yang akan digunakan dalam perancangan majalah katalog fotografi ini adalah foto produk dari Batik Gabovira. Jenis fotografi yang akan diambil yaitu fotografi *fashion* editorial yang sesuai dengan konsep majalah *fashion*.



Gambar 3.8 Pemilihan Warna
Sumber : Pinterest

3.2.7 Pemilihan Warna

Warna merupakan salah satu unsur desain yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khayalak sasaran melalui warna. Pemilihan warna konsep ini berdasarkan pada kesan yang ingin disampaikan dan konsep yang dipilih. Dalam perancangan ini, media pewarnaan digital yang digunakan adalah warna CMYK. CMYK merupakan dari komponen warna dasar yang terdiri dari warna *Cyan* (biru muda), *Magenta* (merah), *Yellow* (kuning), *Key* (hitam).



Gambar 3.9 Pemilihan Warna
Sumber : Penulis