

## BAB III

### KONSEP PERANCANGAN

#### A. Judul Perancangan

Judul yang dipilih dalam perancangan buku direktori wisata kerajinan Kabupaten Sukoharjo ini adalah "*Made in Sukoharjo*" yang mempunyai arti "Terbuat di Sukoharjo". Judul tersebut dipilih karena buku ini menampilkan kerajinan - kerajinan yang terbuat di Kabupaten Sukoharjo yang saat ini belum banyak diketahui oleh masyarakat umum. Dengan menggunakan judul ini masyarakat diharapkan akan lebih tertarik dengan topik pembahasan buku. Selain itu, digunakan juga *subheadline* "Kreatif dan Berbudaya". *Subheadline* tersebut mempunyai arti kreatif untuk ide dan trobosan-trobosannya dan Berbudaya untuk tingkah laku masyarakatnya. Dengan menggunakan *subheadline* tersebut diharapkan *target audience* dapat lebih tertarik lagi untuk membaca buku ini.

#### B. Segmentasi

Metode untuk proses penyusunan buku yang dibuat dengan konsep perancangan berdasarkan pengambilan data dari media cetak, responden, artikel, buku-buku referensi, pemotretan, serta media lainnya. Data-data tersebut diolah menjadi suatu kesimpulan, lalu pesan tersebut disampaikan dengan menggunakan pendekatan visual melalui media buku yang disesuaikan dengan *target audience*.

Segmentasi secara umum berhubungan dengan *target audience* (khalayak sasaran) karena segmentasi membagi-bagi langsung *target*

*audience* menurut tingkatan-tingkatan yang ditentukan oleh syarat-syarat tertentu menjadi bidang-bidang atau segmen-segmen yang lebih kecil. *Target market* merupakan mereka yang memenuhi syarat *need* (membutuhkan sebuah produk), *use* (memanfaatkannya), dan *buy* (mampu membelinya). Segmentasi dapat dibagi sebagai berikut (kotler, 1995:363) :

Profil *target audience* yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- Segi Demografi

Umur : 17 – 50 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Kalangan : Menengah keatas

Agama : Semua agama

- Segi Geografi

Seluruh Wilayah Republik Indonesia khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Palangkaraya, Surabaya dll

- Segi Psikografi (gaya hidup)

Masyarakat yang berusia 17 sampai 50 tahun yang suka bepergian/*traveling* dan suka belanja.

- Behaviour ( tingkah laku )

Masyarakat yang berusia 17 sampai 50 tahun baik laki-laki atau perempuan yang senang bepergian sambil menambah wawasan – wawasan baru dan senang mengkoleksi benda – benda kerajinan.

### C. USP (*Unique Selling Propotion*)

USP dalam buku direktori wisata kerajinan Kabupaten Sukoharjo ini adalah buku direktori yang menjelaskan tentang industri – industri kerajinan yang ada di Kabupaten Sukoharjo yang isinya didominasi oleh foto dan sedikit tulisan yang sifatnya sebagai keterangan gambar.

### D. *Positioning*

*Positioning* adalah suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk, merek, perusahaan, individu atau apa saja dalam alam pikir mereka yang dianggap sasaran atau konsumennya (Rhenald Kasali, 1995:157). Untuk konsep ini kerap kali digunakan untuk landasan strategi kreatif dalam hal pendekatan yang sangat populer dalam hal ini pengembangan kreatif periklanan sebuah perusahaan. *Positioning* ini merupakan suatu teori bahwa dalam suatu periklanan bukan hanya sekedar merebut kesadaran akan tetapi juga merebut tempat dalam benak konsumen. Hal ini didukung pula oleh suatu pertimbangan bahwa pasar konsumen sudah *over comuncial*, yaitu suatu kondisi dimana terjadi kemacetan komunikasi dan komunikator yang disebabkan oleh jenuhnya kepala manusia oleh informasi-informasi yang diterimanya, sehingga tidak dapat lagi seleksi secara rasional. Dan pada akhirnya mereka akan meletakkan informasi-informasi tersebut dalam suatu ranking atau tingkatan berdasarkan klasifikasi yang mereka tentukan (Rhenald Kasali,1995 :158).

*Positioning* dalam buku ini adalah dengan cara mengkomunikasikan menggunakan ilustrasi foto atau gambar. Perancangan buku direktori ini menampilkan foto sebagai fokus utama yang akan menceritakan topik pembahasan pada buku ini. Dengan desain yang menggunakan warna putih sebagai *background*, serta sedikit tulisan sebagai keterangan foto. Dengan desain yang simpel diharapkan *target audience* dapat dengan mudah teringat di benaknya.

## E. Strategi Kreatif

### 1. Konsep Kreatif

Karya ini dirancang dalam bentuk buku yang memuat tentang kerajinan - kerajinan yang ada di Kabupaten Sukoharjo. Diperlukan berbagai strategi maupun konsep kreatif yang memenuhi segala aspek yang diinginkan sehingga bermanfaat bagi *target audience* dan industri-industri kerajinan yang ada di Kabupaten Sukoharjo. Konsep kreatif yang dipilih adalah menggunakan berbagai teknik fotografi seperti:

- a. *Dof* luas berarti sebagian besar dari obyek yang terdekat kamera sampai obyek terjauh akan memiliki ketajaman yang merata.
- b. *Dof* sempit berarti hanya bagian titik tertentu saja yang memiliki area ketajaman, sementara sisannya akan *blur*/ tidak fokus.
- c. *Bulb* adalah proses pemotretan dengan memanfaatkan fasilitas *bulb* pada kamera. Fasilitas *bulb* pada kamera memberikan keleluasaan dalam menentukan berapa lama rana terbuka untuk proses pembakaran. Bila kita memotret pada kondisi cahaya yang minim atau

sangat kurang (pada malam hari), dan prioritas *speed* tidak mampu lagi mendapatkan pencahayaan normal maka fasilitas *bulb* pada kamera akan sangat membantu. Untuk menghindari guncangan (*shaking*), alat bantu *tripod* dan kabel *release* sangat dibutuhkan.

- d. *Star burst* yaitu membuat cahaya lampu tampak seperti bintang.

Adapun *angle* yang akan dipakai dalam mengambil gambar, antara lain :

- a. *Normal Angle / Eye Level* adalah pengambilan di sudut yang normal , sejajar dengan mata kita.
- b. *Low Angle* adalah pengambilan gambar pada sudut yang rendah.
- c. *Frog Angle* adalah pengambilan gambar pada sudut yang super rendah dan dekat.

Serta menggunakan *shot* yang beragam, antara lain :

- a. *Long Shot* adalah *shot* sangat jauh, menyajikan bidang pandangan yang lebih dekat.
- b. *Medium Long Shot* adalah *shot* yang menyajikan bidang pandangan yang lebih dekat dari pada *long shot*, obyek manusia biasanya ditampilkan dari atas lutut sampai di atas kepala.
- c. *Medium Shot* adalah obyek menjadi lebih besar dan dominan, obyek manusia ditampakkan dari atas pinggang sampai di atas kepala. Latar belakang masih nampak sebanding dengan obyek utama.
- d. *Medium Close Up* adalah *shot* sangat dekat, obyek diperlihatkan dari bagian dada sampai atas kepala.

- e. *Close Up* adalah *shot* dekat, obyek menjadi titik perhatian utama di dalam *shot* ini, latar belakang nampak sedikit sekali. Untuk obyek manusia biasanya ditampilkan wajah dari bahu sampai di atas kepala
- f. *Big Close Up* adalah *shot* yang menampilkan bagian tertentu dari tubuh manusia. Obyek mengisi seluruh layar dan jelas sekali.
- g. *Extreme Close Up* adalah *shot* yang menampilkan bagian tertentu dari tubuh manusia. Obyek mengisi seluruh layar dan lebih jelas sangat detilnya.

Dengan foto yang menggunakan berbagai teknik, *angle*, *shot* fotografi diharapkan *target audience* tertarik dan tidak cepat bosan dalam melihat buku ini.

## 2. Konsep Visual

Suatu perancangan media komunikasi visual memerlukan sebuah konsep perancangan yang meliputi perancangan konsep visual seperti *layout*, ilustrasi, tipografi dan warna serta aspek verbal seperti *headline*, *Subheadline*, dan *caption*. Dengan adanya konsep perancangan diharapkan dapat menampilkan desain yang memiliki kesatuan (*unity*) dalam pola konsep yang selalu sama dan konsisten di setiap bentuk medianya. Konsep perancangan diantaranya yaitu :

### a. Strategi Visual Verbal

#### 1. *Headline*

*Haedline : Made in Sukoharjo*

*Headline* digunakan sebagai judul suatu paparan. Tetapi juga dipakai sebagai daya tarik bagi pembaca agar membaca paparan yang ditulis. *Headline* disini dibuat dengan kalimat yang bertujuan agar pembaca lebih penasaran dan tertarik untuk membaca buku ini.

## 2. *Subheadline*

*Subheadline* : “ Kreatif dan Berbudaya ”

*Subheadline* disini lebih berperan sebagai penambah daya tarik terhadap *target audience*.

## 3. *Caption*

*Caption* digunakan sebagai kalimat penjelasan untuk gambar-gambar yang ada pada halaman. Pada perancangan buku ini *caption* digunakan untuk memperjelas dimana atau proses apa yang sedang ditampilkan. Dengan demikian *target audience* dapat lebih menangkap pesan yang disampaikan pada ilustrasi foto tersebut.

## b. Strategi Visual non Verbal

### 1. *Layout*

*Layout* adalah penyusunan dari elemen – elemen desain yang berhubungan, kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini dapat juga disebut manajemen bentuk dan bidang (Anggraini & Natalia, 2014: 74). *Layout* yang dipakai dalam penyusunan buku ini menyesuaikan dengan ukuran media

atau *informal balance*. Keseimbangan asimetris (*informal balance*) terjadi ketika berat *visual* dari elemen tidak merata diporos tengah halaman. Gaya ini mengandalkan permainan *visual* seperti skala kontras arena untuk mencapai keseimbangan dengan tidak beraturan.

## 2. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan buku direktori wisata kerajinan Sukoharjo adalah berupa Ilustrasi fotografi..

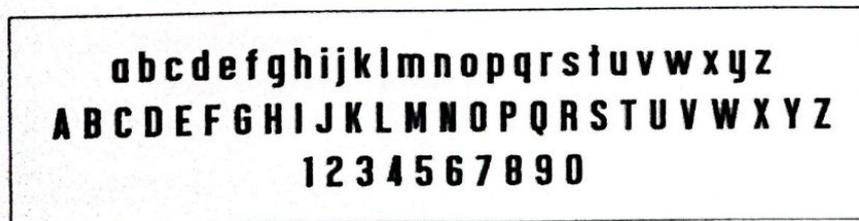
## 3. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam buku ini adalah, *Meiryo* dan *Confidel*, yang merupakan *font* berjenis *sans serif*. *Font* tersebut dipilih karena fleksibel dan memiliki kesan *simple* dan minimalis. Karena yang utama dalam buku ini adalah *target audience* dapat dengan mudah mengerti informasi yang disampaikan.

Jenis *font* yang digunakan:

Untuk *Haedline* :

*Confidel*



Jenis *font* yang digunakan untuk *Subheadline* dan *Caption* :

*Meiryo*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

#### 4. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan Buku ini adalah warna putih, hitam, dan merah sebagai *background cover*. Warna putih alami dipilih bertujuan agar *target audience* lebih fokus dalam melihat foto kerajinan yang ditampilkan sedangkan warna merah sebagai *background cover* bertujuan agar merangsang mata agar tertarik pada buku ini pada saat dipandang dari jarak dekat maupun jauh.

Warna pada *background cover* :



C : 14 M : 99 Y : 97 K : 0

#### F. Penyajian dan Tampilan

1. Ukuran dan jumlah halaman
  - Ukuran A4
  - Jumlah Halaman : 79 halaman
2. Struktur buku
  - Sampul Luar Buku (*cover*)

- *Soft Cover*
- Cetak *Full colour*
- Jenis kertas *art Carton 260 gram*
- Laminasi *Dof*
- Semua isi halaman di jilid steples
- Sampul dalam dan isi buku
  - *Soft Cover*
  - Cetak *Full colour*
  - Jenis kertas *art paper 120 gram*
- Struktur isi dalam buku
  - *Cover*
  - Hak cipta
  - Daftar isi
  - Kata Pengantar
  - Sekilas tentang Kabupaten Sukoharjo
  - Peta Industri-industri Kerajinan Kabupaten Sukoharjo
  - Kerajinan Gamelan
  - Kerajinan Genteng
  - Kerajinan Mebel
  - Kerajinan Batik
  - Kerajinan Wayang Kulit
  - Kerajinan Kaligrafi
  - Kerajinan Gitar

- Kerajinan Tenun Tradisional
- Kerajinan Akar Jati
- Kerajinan Rotan
- Info Industri-industri kerajinan yang ada di Kab. Sukoharjo
- Redaksi
- Biodata penulis

### **G. Alat dan Media**

Dalam proses perancangan karya ini menggunakan beberapa alat dan *software* sebagai berikut :

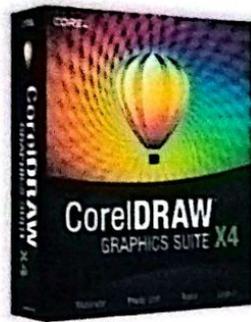
1. Alat :

- Laptop HP Pavilion
- Kamera DSLR Nikon D3100
- Buku catatan
- Bolpoin

2. *Software*:

- *Corel Draw X4*

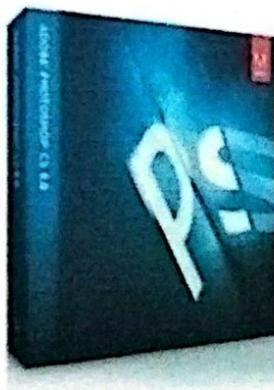
*Corel Draw X4* digunakan dalam proses perancangan buku Direktori Wisata Kerajinan Kabupaten Sukoharjo serta perancangan *X-Banner* dan *merchandise*.



Gambar.02 Software Corel Draw X4  
[www.google.com/ Corel Draw X4](http://www.google.com/Corel Draw X4)

- *Adobe Photoshop*

*Software* ini digunakan untuk mengedit foto yang akan ditampilkan pada Buku Direktori Wisata Kerajinan Kabupaten Sukoharjo.



Gambar.03 Software Adobe Photoshop CS 6  
[www.google.com/ Adobe Photoshop CS 6](http://www.google.com/Adobe Photoshop CS 6)