

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. ANALISA DATA

1. Segmentasi

Demografis

- a.) Umur : 15-80 tahun
- b.) Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Perempuan
- c.) Agama : Semua Agama
- d.) Ekonomi : Semua strata ekonomi
- e.) Pendidikan : Semua Golongan

1. Geografis (Wilayah)

Secara geografis promosi booklet kain tenun pandan sari menasar wisatawan domestik maupun mancanegara. Tetapi sebagai pasar yang dapat diandalkan, promosi booklet ini menasar wilayah yang berdekatan langsung dengan kota Sukoharjo, Wonogiri, Solo, Klaten, Karanganyar, serta daerah yang berada di pulau Jawa dan seluruh Indonesia.

2. Psikografis (Gaya Hidup)

Secara umum kain tenun pandan sari dapat dijangkau oleh masyarakat umum dengan harapan bahwa cakupan pasar yang dituju akan lebih luas. Adapun wisatawan domestik dan mancanegara yang ingin lebih tahu dan membeli kain tenun pandan sari khas Kabupaten Sukoharjo. Hal tersebut dapat berpengaruh pada gaya hidup masyarakat yang ingin lebih tahu kain tenun pandan sari karena beragamnya jenis, motif, dan harga kain tenun yang ditawarkan.

3. Behavior (Tingkah Laku)

Behavior berarti tingkah laku, perilaku seseorang yang berpengaruh terhadap kepribadiannya. Tingkah laku dari masyarakat sangat perlu di perhatikan, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap media yang digunakan untuk promosi. Foto yang di tampilkan tersebut diharapkan dapat menarik perhatian sesuai dengan sasaran efektif dalam penyampaian pesan maupun informasinya, karena masyarakat maupun wisatawan akan tertarik pada suatu kain tenun dan proses pembuatannya dari foto yang ditampilkan.

B. USP (Unique Selling Proportions)

Unique Selling Proportions merupakan oendekatan yang berorientasi pada keunggulan atau kelebihan produk yang tidak di miliki

oleh produk saingannya. Hal tersebut menjadi suatu nilai tambah produk .
berikut keunggulan portrait produk fotografi sebagai media promosi :

- a.) Fotografi sebagai media promosi yang mampu menimbulkan ketertarikan (interest) terhadap pesan yang disampaikan.
- b.) Hasil fotografi dapat menyampaikan aspek keindahan dan pesan yang disampaikan secara verbal.

C. Positioning

Positioning adalah penempatan sebuah merk dimana merk tersebut akan mendapatkan sambutan positif dibandingkan dengan produk-produk saingannya (Hasan, 2008:200). Maka dengan konsep tersebut diharapkan kain tenun pandan sari Kabupaten Sukoharjo dapat ditempatkan kedalam fotografi kain tenun khas Kabupaten Sukoharjo yang memiliki daya jual tinggi kepada masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Sukoharjo. Untuk membuat kemasan suatu produk atau iklan yang dibutuhkan ketrampilan dan peralatan yang baik untuk menangkap gambar produk kain tenun yang dijadikan sebagai objek foto.

Perancangan booklet kain tenun pandan sari sebagai media promosi pariwisata dengan mengambil gaya visual modern unuk menonjolkan gambar yang menarik sehingga dapat menjadi perhatian masyarakat umum.

D. Strategi Kreatif

Karya Promosi ini dirancang dalam bentuk fotografi dengan visualisasi Perancangan booklet kain tenun pandan sari sebagai media promosi kabupaten Sukoharjo tersebut. Diperlukan strategi kreatif dan konsep estesis yang memenuhi segala aspek yang diinginkan dan bermanfaat bagi target audience. Konsep estesis yang digunakan adalah dengan bentuk dua dimensi yang akan diambil menggunakan kamera dslr .

1. Konsep Estetika

a. Strategi Verbal

a) Headline

Headline : Booklet Kain Tenun Padan Sari

Headline digunakan sebagai judul suatu paparan. Tetapi juga bisa di pakai sebagai daya tarik bagi pembaca. Headline dibuat dengan kalimat bertujuan agar pembaca lebih menarik untuk membaca buki ini.

b) Teks

Teks atau keterangan yang digunakan dalam perancangan

Booklet Kain Tenun Pandan Sari Sebagai Media Promosi.

Kabupaten Sukoharjo merupakan teks / keterangan digunakan

sebagai kalimat penjelasan dari foto-foto yang berbeda didalam

booklet setiap halaman. pada booklet ini keterangan digunakan untuk memeperjelas proses yang ditampilkan.

b) Visual

1. Layout

Layout adalah penyusun dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini juga disebut manajemen bentuk dan bidang (Anggraini dan Natalia, 2013 : 74). Layout yang dipakai dalam proses perancangan booklet kain tenun ini menggunakan picture window layout yang simpel, elegan dan modern sehingga nantinya orang akan nyaman membaca buku ini menyesuaikan dengan ukuran media atau informal balance.



Gambar 3. Booklet Travel Agency .

Sumber : Internet graphicriver.net (2019)



Gambar 4. Booklet design at the draft.

Sumber : Instagram @reggiedupree

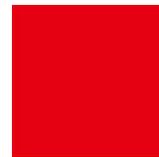
2. Warna

Warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur–unsur visual yang lain (Sulasmi Darma Prawira, 1989: 4). Lebih lanjut, Sadjiman Ebdy Sanyoto (2005: 9) mendefinisikan warna secara fisik dan psikologis. Warna secara fisik adalah sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Ali Nugraha (2008: 34) mengatakan bahwa warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda–benda yang dikenai cahaya tersebut. Selanjutnya, Endang Widjajanti Laksono (1998: 42) mengemukakan bahwa warna

merupakan bagian dari cahaya yang diteruskan atau dipantulkan. Terdapat tiga unsur yang penting dari pengertian warna, yaitu benda, mata dan unsur cahaya. Secara umum, warna didefinisikan sebagai unsur cahaya yang dipantulkan oleh sebuah benda dan selanjutnya diintrepetasikan oleh mata berdasarkan cahaya yang mengenai benda tersebut.



C: 73 M: 0 Y: 92 K: 0
R: 15 G: 192 B: 76
Kode: #0FC04C



C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0
R: 230 G: 33 B: 41
Kode: #E62129



C: 100 M: 96 Y: 63 K: 26
R: 29 G: 49 B: 86
Kode: #1D3156



C: 93 M: 68 Y: 100 K: 60
R: 1 G: 55 B: 23
Kode: #22372A



C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0
R: 240 G: 133 B: 25
Kode: #F08519



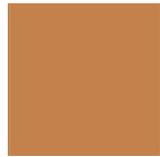
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100
R: 51 G: 44 B: 43
Kode: #332C2B



C: 40 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 160 G: 217 B: 246
Kode: #A0D9F6



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 255 G: 255 B: 255
Kode: #FFFFFF



C: 25 M: 56 Y: 73 K: 0
R: 198 G: 134 B: 85
Kode: #C68554

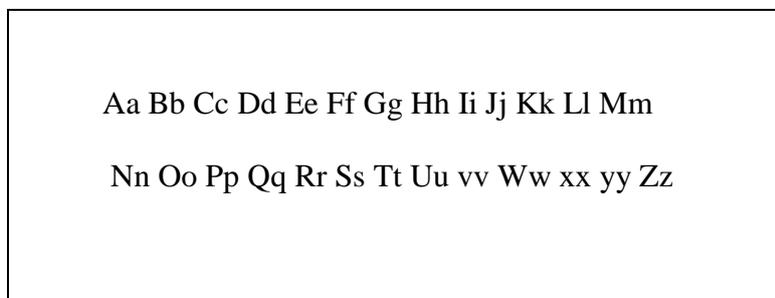


C: 2 M: 11 Y: 94 K: 0
R: 252 G: 222 B: 0
Kode: #FCDF05

Gambar 5. Warna (Ambar Puri Dewati,2019)

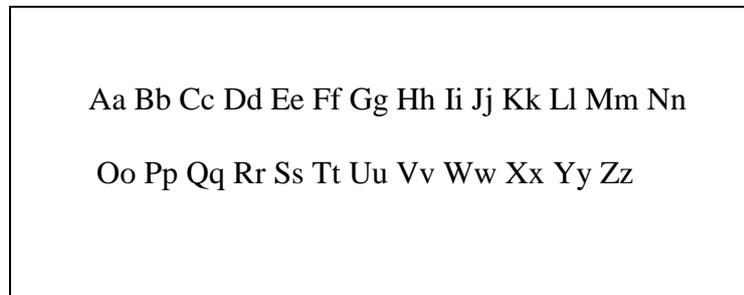
c) Typografi

Typografi yang digunakan dalam buku ini adalah Copperplate Gothic Bold Normal dan Orator Std, yang merupakan font berjenis sans serif. Pemilihan jenis font karena fleksibel kesesuaian jenis font sans serif yang memiliki karakteristik ,kesan simple dan jelas. Jenis font yang digunakan antara lain:



Gambar 6. Times New Roman

(Ambar Puri Dewati, 2019)



Gambar 7. Font Orator Std (Ambar Puri Dewati,2019)

d) Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan booklet ini berupa fotografi kain tenun pandan sari .

2. Konsep Teknisi

"Perancangan Booklet Kain Tenun Pandan Sari Sebagai Media Promosi Kabupaten Sukoharjo" merupakan media cetak foto akan di dominasi oleh karya fotografi yang menggambarkan proses pembuatan dan pengenalan nama alat-alat tenun.

Booklet kain tenun pandan sari sebagai media promosi Kabupaten Sukoharjo, beberapa yang akan dibuat media cetak foto yang mencakup foto-foto aktivitas pembuatan sampai jadi serta keterangan yang menerangkan masing-masing foto di setiap halaman.

E. Media Plan

Media Plan merupakan salah satu hal terpenting dalam suatu perancangan booklet kain tenun pandan sari sebagai media promosi Sukoharjo, media promosi yang digunakan adalah media cetak. media pendukung dari perancangan media promosi ini adalah berupa:

1. *Tote bag*

Tote bag adalah salah satu tas jinjing, yang biasanya digunakan untuk membawa buku atau peralatan yang lainnya. Biasa digunakan dimana saja dan bisa menghemat penggunaan kantong plastik.

2. *Social Media*

Sosial media adalah salah satu bentuk promosi melalui digital. Memberikan informasi berupa gagasan dan berbagai macam konten komunikasi visual.

3. *X-banner*

X-banner dipilih sebagai media karena bentuknya sangat mencolok, sehingga banner akan dapat menarik perhatian orang yang melintas didepannya untuk membaca pesan didalamnya.

4. *Gantungan Kunci*

Gantungan kunci sebagai media promosi merchandise atau souvenir setiap pembelian kain tenun pandan sari dapat gantungan kunci, karena bentuk benda yang sederhana dan fleksibel untuk dibawa kemanapun.

5. *Memajang Foto / Galeri Foto*

Memajang foto untuk memperkenalkan foto-foto seluruh UMKM atau pameran agar masyarakat mengetahui gambaran menarik.

6. *Mug (Gelas)*

Mug atau semacam gelas cangkir ini sebagai souvenir terbatas di berikan untuk masyarakat yang datang dan membeli disaat beli kain tenun pandan sari atau datang di setiap ada pameran. Gelas yang dapat difungsikan sebagai media promosi karena dalam mug tersebut akan disertai ilustrasi logo tenun pandan sari.

7. *Kaos*

Kaos sebagai pakaian, kaos dipilih sebagai media promosi, karena lingkupnya luas untuk mengenalkan gambar lebih bebas, media kaos bisa digunakan sesuka daan beraktivitas atau bepergian, secara tidak media kaos sangat efektif sebagai langkah promosi.

8. *Topi*

Topi sangat cocok dipilih ssebagai media promosi marchandise karena media yang sering dipakai konsumen untuk bepergian saat santai, dan bisa mengingatkan konsumen tentang kain tenun pandan sari.

F. Penyajian dan Tampilan Booklet

1. Ukuran dan Jumlah halaman

- Ukuran P x L : 15cm x 10 cm
- Jumlah Halaman : 30 Halaman

2. Struktur Booklet

- Sampul Luar Buku (Cover)
 - Soft Cover
 - Cetak Full Colour
 - Jenis Kertas Artpaper 150gr
 - Laminasi Dof
 - Jenis penjilidan menggunakan lem
- Sampul dalam di isi dalam booklet
 - Cetak Full Colour
 - Jenis kertas Art Cartoon 260gr
- Struktur isi dalam booklet
 - Cover
 - Sejarah
 - Lokasi Kain Tenun Pandan Sari
 - Karya foto-foto tentang tenun pandan sari