

BAB III

KONSEP DESAIN

3.1 Tujuan Perancangan

Tujuan Khusus

1. Sebagai media edukasi dan informatif bagi anak-anak penyandang tuna netra di NetraKidz.com dalam bentuk *event*.
2. Anak-anak penyandang tuna netra bisa mempelajari perkembangan teknologi melalui media NetraKidz.com ini di saat *event* terselenggara, sehingga lebih bisa bersosialisasi di luar lingkungan
3. Melalui *event* ini diharapkan NetraKidz.com bisa jadi salah satu media yang harus diakses bagi setiap orang tua penyandang tuna netra serta anak-anak tuna netra sendiri.
4. Menjadikan website ini menjadi salah satu media penting sebagai pembelajaran untuk perkembangan diri anak-anak penyandang tuna netra sejak dini.
5. Mensosialisasikan kepada masyarakat bahwa NetraKidz.com adalah website edukasi bagi anak-anak tuna netra.

Tujuan Umum

1. Sebagai media pembantu para orang tua yang memiliki anak penyandang tuna netra sejak dini untuk memberikan edukasi yang layak.

2. Memberikan media edukasi yang bisa membuat anak-anak penyandang tuna netra belajar sambil bermain dalam *event* ini.
3. Menginspirasi para orang tua penyandang tuna netra untuk lebih aktif dalam memberikan pembelajaran dalam media online yang tepat kepada anaknya sejak dini.
4. Menginspirasi anak-anak penyandang tuna netra untuk lebih aktif dan lebih percaya diri dalam mengembangkan diri sejak dini melalui media website ini.
5. Memberikan pembelajaran, bahwa pentingnya belajar akan teknologi sejak dini kepada orang tua dan anak-anak penyandang tuna netra.
6. Membuat masyarakat umum peka dan sadar bahwa Tuna netra ada disekitar mereka dengan adanya *event NetraKidz.com* ini.

3.2 Strategi Perancangan

3.2.1 Konsep Dasar Perancangan *Event*

Konsep dasar atau big idea dari perancangan ini adalah untuk mempromosikan *NetraKidz.com* sebagai website edukasi bagi anak tunanetra pertama di Indonesia. Lebih kearah mengedukasi secara kompetitif. Sehingga *NetraKidz.com* membutuhkan perancangan *event* ini guna membentuk sebuah *awareness* di *public*. Karena masih bisa dikatakan ini produk pertama dan berbentuk jasa. Diharapkan dengan dibentuknya *event* ini sebagai media promosi dapat dengan langsung

mencapai target yang berpotensi bagi *NetraKidz.com* ini. *Event* ini akan dibedakan menjadi komersial dan non komersial.

Event Komersial

Event yang bersifat komersial adalah sebuah acara yang dibentuk dengan adanya sponsor dan menyelenggarakan acara sesuai dengan jadwal yang telah dijadwalkan dalam website. Tujuan diadakan ini adalah guna mencari dana untuk jalannya operasi *Netraidz.com*. Dengan adanya dana tersebut, maka *NetraKiz.com* dapat menciptakan wadah dalam bentuk *event* untuk anak-anak tunanetra berkompetisi secara *fair* dengan adaptasi lingkungan sekitarnya. Sebuah *event* komersial yang diadakan secara periodik. Dana atau sponsor tersebut didapatkan dari para sponsor yang berhubungan dengan anak-anak dan tunanetra, sehingga dapat menguntungkan dua belah pihak.

Event Non Komersial

Event yang bersifat non komersial adalah sebuah acara yang guna untuk melakukan promosi tanpa ada unsur komersilnya. Lebih kearah penyuluhan dan seminar. Sebuah acara yang lebih mengedukasi kepada para orang tua dan anak-anak tunanetra di sekolah mereka masing-masing. Acara yang akan diadakan adalah sebuah penyuluhan berbentuk seminar kepada orang tua yang mengikutsertakan beberapa pihak yang berkompeten dibidang

berkaitan dengan lingkungan tunanetra. Disamping itupula, ikut menggandeng sekolah-sekolah luar biasa untuk memasukan *NetraKidz.com* dalam materi edukasi mereka.

Sebisa mungkin *event* NetraKidz. Diadakan untuk membantu para orang tua dan anak-anak tunanetra dalam hal pengembangan diri di luar lingkungan mereka sehingga bisa mandiri dan berkompetisi dengan fair. Sebuah adaptasi amat sangatlah penting bagi mereka anak-anak tuannetra, sehingga bisa menghadapi segala hal yang terjadi di luar lingkungan mereka secara mandiri.

3.2.2 Konsep Merchandise

Peran merchandise di dalam *event* ini sangatlah penting, baik komersil maupun non komersil. Karena merchandise ini bisa dijadikan sebagai media promosi yang mudah untuk disebarakan pada pubic atau konsumen. Dengan adanya merchandise ini, maka para pengunjung atau peserta *event* akan mendapatkan memori tentang produk atau *brand* yang sedang di promosikan. Biasanya merchandise dibagikan secara gratis kepada konsumen (pengunjung *event*) sebagai hadiah ucapan terimakasih telah berpartisipasi. Dengan begitu didalam merchandise biasanya sebuah produk atau *brand* ini akan memberikan sebuah “ingatan” yang berisikan informasi produk atau *brand* tersebut. Selebihnya biasanya merchandise mempunyai fungsi bagi yang

memilikinya, sehingga bisa menjadi sesuatu yang multifungsi dan memorable. Tujuannya jelas untuk membuat pemilik selalu ingat akan produk atau *brand* tersebut.

3.2.3 Konsep Desain

Sebelum membahas tentang gaya desain lebih jauh, terlebih dahulu kita membahas tentang Desain Komunikasi Visual. Desain Komunikasi Visual tidak dapat dipisahkan dari penggunaan tanda-tanda (*sign*), gambar (*drawing*), simbol, ilmu penulisan (*typography*), ilustrasi dan warna yang semuanya berkaitan dan berelasi dengan indera penglihatan (visualisasi). Dengan begitu secara berkesinambungan, maka dengan unsur-unsur yang sudah diketahui sebelumnya dituangkan ke dalam bentuk-bentuk visual. Dengan eksplorasi ide-ide yang ada didampingi dengan teori serta konsep maka bentuk-bentuk visual tersebut diharuskan bisa berkomunikasi untuk menyampaikan pesan yang dimaksud kepada *public*.

3.2.3.1 Gaya Desain

Gaya desain yang diambil untuk mendesain produk dan media promosi (pendukung) adalah modern, pop art. Dari segi detail desain saya menggunakan banyak icon sebagai pembangun logo dan produk. Sedangkan untuk segi warna, saya memakai gaya pop art. Warna yang berwarna-warni akan tetapi tidak begitu cerah dan memaksa yang melihat untuk

merasakan banyak ekspresi di dalamnya. Selain itu di dalam penedesainan ini semua didesain secara sederhana tetapi lebih mengutamakan ekspresi. Karena produk utama saya adalah website edukasi untuk anak-anak, maka saya menginginkan semua ekspresi ceria anak-anak. Tetapi, beda kasus karena anak-anak targetnya adalah anak tunanetra yang berarti tidak bisa melihat visual. Maka, saya tetap pertahankan icon-icon yang mengekspresikan anak-anak ini untuk lingkungan sekitarnya yang menjadi target audience-nya. Sedangkan untuk desain visualnya saya menggunakan unsur huruf braille (huruf khusus penyandang tunanetra) di dalamnya. Sehingga visualisasi yang saya ingin sampaikan tersampaikan kepada target audience maupun target konsumennya. Dengan begitu semua elemen desain yang saya gunakan tak hanya berfungsi secara visualisasi saja, akan tetapi juga dapat dirasakan secara form (bentukan).

3.3 Program Kreatif

Didalam perancangan *event* dan media pendukungnya semua terkonsep untuk target audience dan konsumen. Karena dengan terkonsep dengan dasar yang sesuai dengan target tersebut, maka sebuah media akan sangat mudah diterima oleh *public* dan membentuk *awareness* dengan mudah. Dengan berdasarkan konsep yang baik, kreatifitas media pendukung akan tercipta dengan baik dan sesuai. Berdasarkan yang sudah dijelaskan diatas, konsep

kreatifitas semua media pendukung berkonsep edukasi dengan menggunakan huruf braille. Dari konsep media tersebut bisa diciptakannya ambience media atau unconventional media yang dapat menjadi media pendukung unggulan guna menciptakan *awareness* yang memorable pada *public* (target utama).

3.3.1 Konsep Edukasi Kreatif

Konsep edukasi yang ingin diciptakan dalam kreatifitas media pendukung ini adalah mengedukasi anak-anak tunanetra melalui merchandise dan beberapa media edukasi lainnya dalam sebuah *event*. Sebuah *event* yang diadakan secara tahunan ini dinamakan "Funetractive competition". Dimana di dalamnya terdapat berbagai macam lomba yang di up-date dalam *NetraKidz.com*. Lomba yang diadakan dipastikan akan memberikan pengalaman baru dan berguna untuk mereka dapat mengembangkan diri secara mandiri dan beradaptasi dengan lingkungan luar. Semua media promosi yang ada di *event* ini berkonsep dengan menggunakan braille yang diperkenalkan kepada orang tua dan lingkungan mereka, yang nantinya akan diedukasikan ke mereka. Nantinya akan diaplikasikan dalam beberapa media pendukung yang bisa dikomersilkan ataupun hanya di edukasikan (penyuluhan) ke sekolah-sekolah mereka.

3.4 Estimasi Biaya

Event non komersil

a. Seminar

1. Undangan	: @Rp 5000 x 20	= Rp 100.000
2. Poster	: @Rp 3000 x 10	= Rp 30.000
3. Design	: @Rp 300.000 x 3	= Rp 900.000
4. Goodie bag	: @Rp 1500 x 40	= Rp 60.000
5. Materi	: @Rp –	
6. Tempat	: @Rp 1.000.000	= Rp 1000.000
7. Konsumsi	: @Rp 5000 x 40	= Rp 200.000
8. Pembicara	: @Rp 700.000 x 3	= Rp 2.100.000
9. Panitia	: @Rp 350.000 x 7	= Rp 2.450.000
10. Transportasi	: @Rp 500.000	= Rp 500.000
11. Buku tamu	: @Rp 25.000	= Rp 25.000
12. Web	: @Rp 750.000	= Rp.750.000
13. Map peserta	: @Rp 2000 x 40	= Rp 80.000
Total	:	= Rp 8.150.000

Estimasi : = Rp 8.500.000

Event komersil

b. Funtractive Competition

1. Undangan	: @Rp 5000 x 50	= Rp 250.000
2. Poster	: @Rp 3000 x 10	= Rp 30.000
3. Brosur	: @Rp 1500 x 100	= Rp 150.000
4. Backdrop	: @Rp 250.000	= Rp 250.000
5. Photo spot	: @Rp 350.000	= Rp 350.000
6. Stage	: @Rp 4.000.000	= Rp 4.000.000
7. Tempat	: @Rp 1.000.000	= Rp 1.000.000
8. Panitia	: @Rp 350.000 x 25	= Rp 8.750.000
9. Konsumsi	: @Rp 7000 x 100	= Rp 700.000
10. Stand/booth	: @Rp 400.000 x 5	= Rp 2.000.000
11. Goodie bag	: @Rp 1500 x 100	= Rp 150.000
12. Merchandise	:	
Kaos	: @Rp 30.000 x 20	= Rp 3.000.000

Pin	: @Rp 5000 x 20	= Rp 100.000
Sticker	: @Rp 1000 x 20	= Rp 20.000
Boneka	: @Rp 30.000 x 20	= Rp 600.000
Gantungan	: @Rp 2000 x 20	= Rp 40.000
13. Audio	: @Rp 3.000.000	= Rp 3.000.000
14. Pengisi acara	: @Rp 700.000 x 5	= Rp 3.500.000
15. Transportasi	: @Rp 1.000.000	= Rp 1.000.000
16. Piala	: @Rp 100.000 x 4	= Rp 400.000
17. Piagam	: @Rp 5000 x 100	= Rp. 5.000.000
18. Medali	: @Rp 50.000 x 10	= Rp 500.000
19. Kaos peserta	: @Rp 30.000 x 100	= Rp 3.000.000
20. Formulir	: @Rp 500 x 100	= Rp 50.000
21. Design	: @Rp 300.000 x 3	= Rp 900.000
22. Web	: @Rp750.000	= Rp. 750.000
23. Ambient	: @Rp 400.000	= Rp 400.000
Total	:	= Rp 39.890.000
Estimasi	:	= Rp 45.000.000