

BAB IV

STRATEGI KREATIF

4.1 Konsep Karya

Konsep Buku Katalog Vespa Langka di Indonesia ini dirancang untuk menggambarkan kekayaan dan keindahan koleksi Vespa langka di Indonesia, menciptakan buku katalog yang tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai karya seni visual yang memikat dan menginspirasi.

Tema

Menggambarkan kekayaan sejarah Vespa di Indonesia

Desain Sampul

- Penggunaan warna-warna hangat dan palet warna yang terinspirasi dari identitas Vespa.

Vespa langka ikonik di Indonesia sebagai fokus utama.

Fotografi dan Visual

Fotografi berkualitas tinggi untuk setiap model Vespa langka.

Sejarah Vespa di Indonesia

Sejarah perkembangan Vespa di Indonesia, mulai dari awal mula hingga posisi saat ini sebagai bagian penting dari budaya otomotif.

Tipografi

Penggunaan tipografi yang khas dan mudah dibaca, menciptakan nuansa yang konsisten dengan tema Vespa.

4.1.1 Strategi Komunikasi

Desain buku ini mengusung pendekatan komunikasi informatif yang bertujuan memberikan informasi secara tegas dan mudah dipahami bagi pembaca. Dengan pendekatan ini, buku ini dikonsepsikan sebagai referensi dan lengkap mengenai sejarah dan Vespa langka di Indonesia. Melalui gaya komunikasi informatif, pembaca diarahkan untuk fokus pada informasi yang disajikan,

memudahkan pemahaman, serta memungkinkan penyerapan pengetahuan yang diharapkan dari buku ini.

4.1.2 Strategi Media

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari studi literatur dan wawancara, terdapat dua jenis media yang dapat mendukung perancangan ini, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama dalam perancangan ini merujuk pada bentuk fisik dari buku katalog Vespa langka di Indonesia. Sementara itu, ada pula berbagai media pendukung seperti kaos, gantungan kunci, dan poster, yang memiliki peran tambahan dalam memberikan dukungan terhadap penjualan buku, khususnya pada acara-acara Vespa.

Ukuran Kertas Seri B

Meskipun kertas seri B dua kali lebih besar dari kertas seri A, hanya sedikit orang yang benar-benar menggunakan kertas jenis ini. Di sisi lain, pencetakan biasanya dilakukan pada kertas jenis ini untuk poster dan kegunaan lainnya.

berikut rincian ukurannya dalam cm

Tabel 4. 1 Ukuran Kertas Seri B

Kertas	Ukuran
B0	100 x 141,4cm
B1	70,7 x 100cm
B2	50 x 70,7cm
B3	35,3 x 50cm
B4	25 x 35,3cm
B5	17,6 x 25cm
B6	12,5 x 17cm
B7	8,8 x 12,5cm
B8	6,2 x 8,8cm
B9	4,4 x 6,2cm
B10	3,1 x 4,4cm

4.1.3 Jilid Lem Panas (Perfect Binding)

Buku tebal sering kali dijilid menggunakan teknik penjilidan lem panas. Metode penjilidan buku lem panas mempunyai kelebihan yaitu lebih kuat dibandingkan teknik penjilidan lainnya. Cara ini bisa dipadukan dengan metode penjilidan kawat atau benang, atau dengan metode penjilidan buku lainnya.

Mesin pengikat lem panas, seperti Mesin Pengikat Lem Telson BM600P, biasanya digunakan untuk jenis pengikatan ini. Penjilidan buku dengan ketebalan berbeda dengan kuat dan cepat dapat dilakukan dengan peralatan ini.

Di perancangan kali ini, perancang menggunakan teknik binding Jilid Lem Panas (Perfect Binding) untuk menyatukan halaman-halaman buku dengan kuat dan rapi. Teknik ini melibatkan penggunaan lem panas untuk merekatkan tepi halaman, memberikan hasil akhir yang profesional dan tahan lama. Dengan metode ini, buku dapat dibuka dengan mudah tanpa risiko halaman terlepas, memastikan kenyamanan bagi pembaca dan daya tahan produk yang lebih tinggi.

4.1.4 Finishing Laminasi Glossy

Laminasi glossy memiliki permukaan yang halus dan mengkilat, sehingga dapat memantulkan banyak cahaya sehingga memberikan kesan lebih cerah dan mewah. Umumnya laminasi glossy digunakan untuk finishing brosur, stiker, kartu nama, undangan, cover buku, dll. Meski menawarkan banyak keuntungan, cetakan dengan permukaan laminasi glossy tidak boleh dipegang sesering mungkin, karena sidik jari mudah menempel di permukaan dan meninggalkan bekas.

4.1.5 Finishing Laminasi Doff

Berbeda dengan laminasi glossy, laminasi doff memiliki hasil akhir tidak mengkilap. Penggunaan laminasi doff sangat cocok digunakan pada pencahayaan langsung karena menyerap cahaya sehingga hasil cetakan lebih mudah dibaca dari sudut manapun dan tanpa silau. Selain itu, laminasi ini berguna saat sidik jari dan kotoran menempel di atasnya sehingga bagus untuk tetap menjaga kualitas.

Dari segi kualitas, laminasi glossy dan laminasi matte sama-sama bagus. Namun harus disesuaikan dengan kebutuhan hasil akhir yang diinginkan. Jika Anda menginginkan hasil cetak yang terlihat elegan dan menarik perhatian, Anda bisa menggunakan laminasi glossy. Untuk meninggalkan kesan klasik dan menghindari bekas sidik jari dan kotoran, sebaiknya gunakan laminasi doff sebagai finishing.

4.1.6 Finishing yang digunakan

Pada perancangan kali ini, perancang menggunakan finishing Doff untuk cover buku dan finishing Glossy untuk isi buku. Finishing Doff pada cover memberikan tampilan yang elegan dan mewah, serta mengurangi pantulan cahaya sehingga judul dan desain sampul lebih mudah dilihat dalam berbagai kondisi pencahayaan. Sementara itu, finishing Glossy pada isi buku memberikan kesan bersih dan tajam pada setiap halaman, membuat teks dan gambar tampak lebih hidup dan menarik perhatian pembaca. Kombinasi kedua jenis finishing ini tidak hanya meningkatkan estetika keseluruhan buku tetapi juga memberikan pengalaman membaca yang lebih menyenangkan dan berkualitas tinggi.

Media Utama

Media utama yang diaplikasikan dalam perancangan ini adalah buku katalog fisik yang memberikan informasi terkait sejarah dan perkembangan Vespa langka di Indonesia. Buku ini diarahkan untuk dipasarkan secara terbatas, yakni hanya dijual pada setiap acara Vespa, tanpa disalurkan secara komersial

4.1.7 Konsep Kreatif

Ide dari tugas akhir ini merancang buku katalog Vespa langka di Indonesia untuk menciptakan inspirasi dengan menggabungkan informasi terkini seputar dunia Vespa dengan sentuhan dan gaya tata letak klasik. Kami akan memperhatikan pemilihan jenis huruf, memastikan bahwa setiap elemen desain tersebut sesuai dengan pembaca. Selain itu, beberapa poster juga akan dimasukkan untuk memperkaya visualisasi konten buku katalog, menciptakan pengalaman membaca yang lebih mengesankan.

4.1.8 Konsep Visual

Ukuran dan Halaman buku

Ukuran	: 17,6 cm x 25 cm B5
Halaman	: 46
Jumlah Lembar	: 23
Gramatur Isi Buku	: Art Carton 210gr
Bahan Sampul	: Art Carton 310gr

Dalam perencanaan buku ini, ukurannya akan menjadi 17cm x 25cm B5 dengan orientasi potret. Untuk isi buku, pengarang akan memasukkan gambar di setiap halaman, serta menggunakan gambar kecil untuk memberi tahu beberapa bagian pada Vespa agar pembaca lebih mudah memahami pesan pada bagian tergantung pada kebutuhan.

4.1.9 Isi Buku

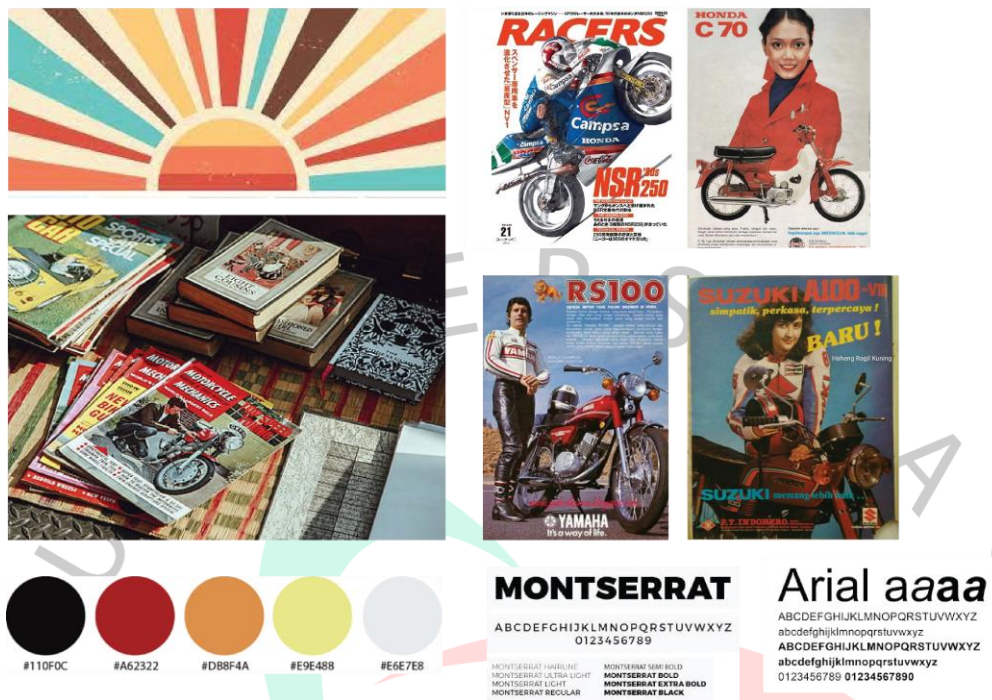
Isi dari buku ini adalah penjelasan tentang sejarah dan perkembangan Vespa dengan gaya katalog yang sesuai dengan konteks tulisan membuatnya menjadi lebih mudah dibaca dan mudah untuk menyampaikan pesan yang ada pada dalam tulisan.

Struktur Buku

1. Sampul Buku
2. Daftar Isi
3. Isi Buku
4. Kesimpulan
5. Sampul Belakang

4.1.10 Moodboard

Moodboard Cover



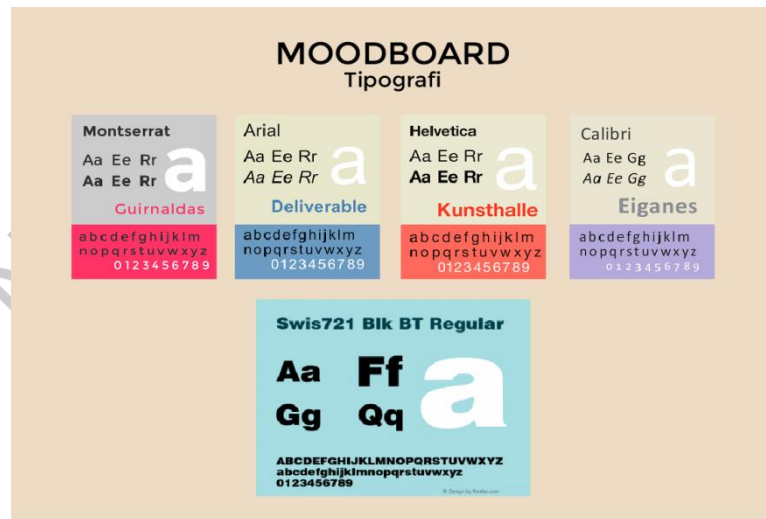
Gambar 4. 1 Moodboard Cover

Moodboard Halaman



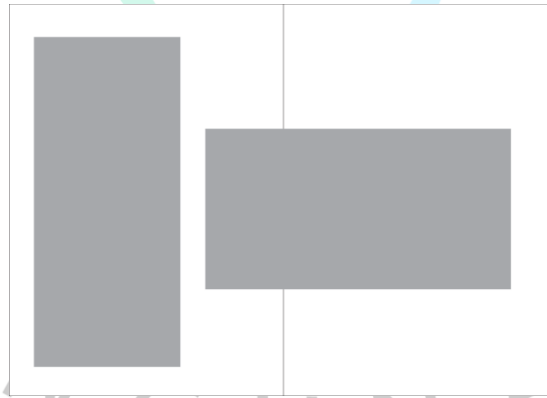
Gambar 4. 2 Moodboard Halaman

Moodboard Tipografi



Gambar 4. 3 Moodboard Tipografi

4.1.11 Jenis Layout

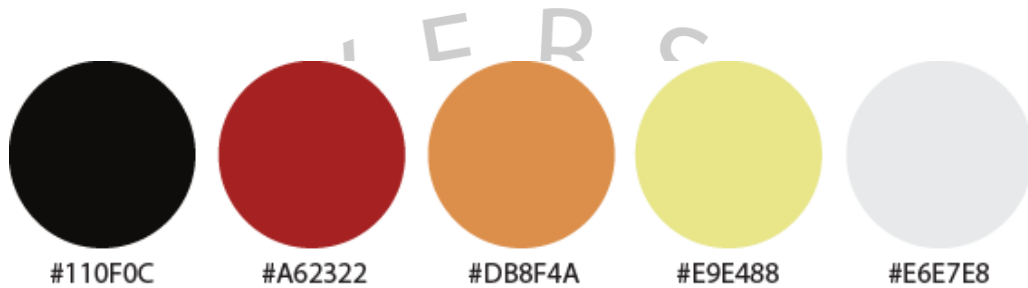


Gambar 4. 4 Jenis Layout

Dalam perancangan buku ini, penulis memanfaatkan jenis *Axial layout* atau tata letak aksial menampilkan visual yang cukup kuat. Fokus utama dari layout jenis ini berada di tengah halaman atau bidang desain. Kemudian, elemen pendukung diletakkan di sisi kanan atau kiri.

Penulis menggunakan *axial layout* untuk materi pemasaran seperti katalog produk, dengan begitu pembaca dapat lebih mudah memahami isi buku ini.

4.1.12 Warna



Gambar 4. 5 Warna Klasik

Warna yang digunakan untuk buku katalog Vespa langka di Indonesia ini yaitu warna warna retro seperti hitam, merah, oren, krem dan juga abu-abu muda. Warna-warna tersebut menggambarkan tema klasik dan elegan.

4.1.13 Tipografi

Tipografi yang diterapkan dalam buku ini menggunakan jenis huruf Montserrat dengan rentang ukuran antara 24 hingga 72 pt. disesuaikan dengan kebutuhan halaman sebagai headline. Sementara itu, jenis huruf Arial dengan ukuran antara 10 hingga 12 poin, juga disesuaikan dengan kebutuhan, digunakan sebagai body text.

Montserrat merupakan jenis huruf sans-serif yang cocok untuk digunakan sebagai *headline* dan *subheadline* dalam buku katalog. Jenis huruf ini mudah dibaca dan mudah di mengerti, memberikan kesan desain yang bersih dan modern pada buku tersebut. Montserrat juga dapat diakses dengan mudah di berbagai platform, menjadikannya pilihan yang mudah dan serbaguna untuk digunakan sebagai *headline* dan *subheadline*.

Montserrat

A B C D

72 pt.

A B C D

60 pt.

A B C D

48 pt.

A B C D

36 pt.

A B C D

24 pt.

Gambar 4. 6 Font Montserrat

Arial merupakan jenis huruf sans-serif yang cocok untuk digunakan sebagai body text dalam buku katalog. Jenis huruf ini mudah dibaca dan minim dekorasi, memberikan kesan desain yang bersih dan modern pada buku tersebut. Arial juga dapat diakses dengan mudah di berbagai platform, menjadikannya pilihan yang mudah dan serbaguna untuk digunakan sebagai body text

Arial

A B C D

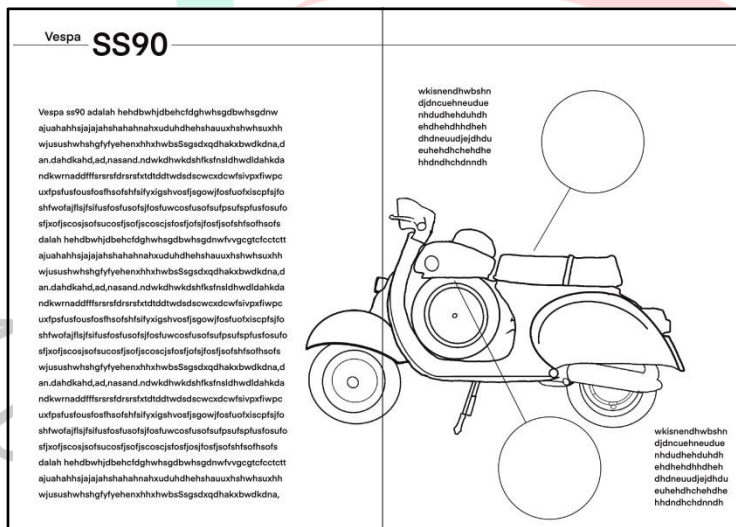
12 pt.

A B C D

10 pt.

Gambar 4. 7 Font Arial

4.1.14 Sketsa Layout



Gambar 4. 8 Sketsa Layout

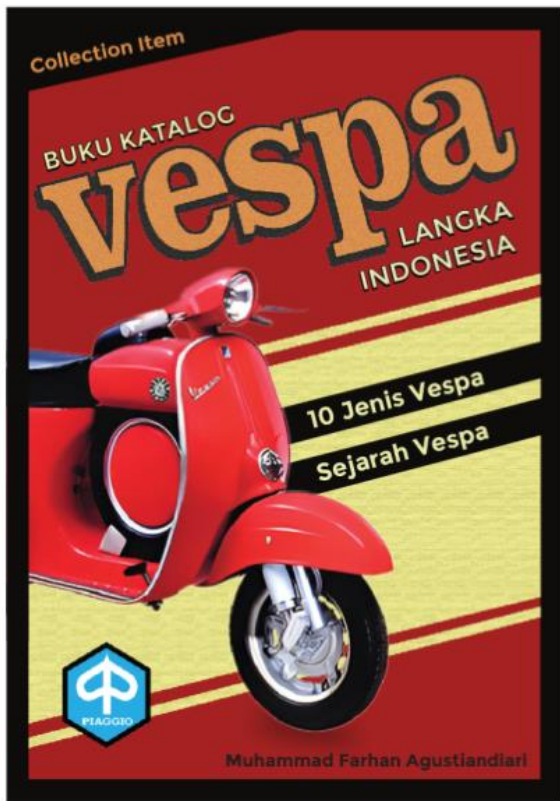
4.1.15 Konsep Verbal

Penerapan konsisten gaya bahasa yang informatif, jelas, dan formal dalam setiap informasi atau pesan yang disajikan dalam buku katalog Vespa langka di Indonesia kepada pembaca, membentuk sebuah karya yang tidak hanya menyediakan wawasan mendalam mengenai Vespa langka, melainkan juga menitikberatkan pada kejelasan dan keformalan dalam menyampaikan informasi. Dengan demikian, buku ini tidak hanya menjadi sumber referensi yang kaya akan konten, namun juga menciptakan pengalaman membaca yang mengesankan bagi para pembaca

4.2 Final Art

4.2.1 Sampul Buku

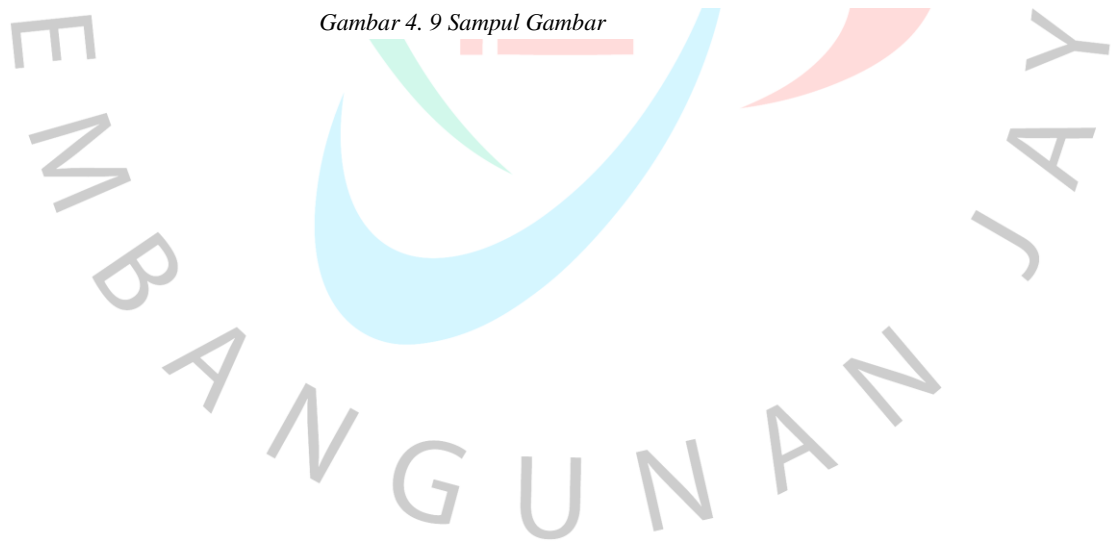
Sampul buku ini mengusung desain klasik yang elegan, menggambarkan identitas ikonik Vespa. Desain yang digunakan mencerminkan esensi dan warisan budaya Vespa, yang dikenal dengan gaya retro namun tetap relevan di berbagai zaman. Setiap elemen pada sampul, mulai dari pilihan warna hingga detail grafis, dirancang untuk memberikan penghormatan pada estetika klasik Vespa, menjadikannya tidak hanya sebagai sampul buku, tetapi juga sebuah karya seni yang memikat dan penuh nostalgia.



Buku Katalog Vespa Langka di Indonesia



Gambar 4. 9 Sampul Gambar



4.2.2 Halaman Daftar isi

Daftar isi ini memuat berbagai informasi menarik dan komprehensif mengenai sejarah Vespa serta sepuluh model Vespa langka yang ada di Indonesia. Daftar isi ini juga menyoroti sepuluh model Vespa langka yang telah menjadi incaran para kolektor dan penggemar Vespa di Indonesia. Setiap model Vespa ini memiliki cerita unik dan nilai historis yang menjadikannya istimewa. Melalui daftar isi ini, pembaca akan mendapatkan gambaran lengkap mengenai evolusi Vespa dan kekayaan sejarah yang melekat pada setiap model langka tersebut.



Daftar Isi	
1. Sejarah Kedatangan Vespa di Indonesia.....	1-2
2. Sejarah PT. Danmotor Vespa Indonesia.....	3-4
3. Vespa Super Sprint 90 (SS90).....	5-8
4. Vespa Grand Sport 150 (GS150).....	9-12
5. Vespa VBB 150.....	13-16
6. Vespa Special 90 (PTS90).....	17-20
7. Vespa Darling 50s.....	21-24
8. Vespa Sprint Veloce.....	25-28
9. Vespa Excel 200.....	29-32
10. Vespa Corsa.....	33-36
11. Vespa Super HUT DKI Jakarta.....	37-40
12. Vespa P150S.....	41-44

Gambar 4. 10 Halaman Daftar Isi

4.2.3 Halaman sejarah Vespa masuk ke Indonesia

Halaman ini memberikan pembahasan mendalam mengenai sejarah masuknya Vespa ke Indonesia, menelusuri jejak awal mula kehadiran skuter ikonik ini di tanah air. Halaman ini menggambarkan bagaimana Vespa diterima oleh masyarakat Indonesia, evolusi penggunaannya dari masa ke masa, serta peran pentingnya dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan budaya.



Gambar 4. 11 Halaman Sejarah Vespa

4.2.4 Halaman sejarah PT Danmotor Vespa Indonesia

Halaman ini memberikan pembahasan mengenai sejarah PT Danmotor Indonesia, sebuah perusahaan yang memiliki peran penting dalam industri otomotif Indonesia. Pembahasan kemudian berlanjut ke periode awal operasional perusahaan hingga gulung tikar akibat krisis moneter tahun 1998



Gambar 4. 12 Halaman Sejarah Danmotor

4.2.5 Halaman isi 1

Halaman ini memberi informasi mengenai Vespa yang akan dibahas dalam buku ini. Pembahasan mencakup berbagai aspek penting dan menarik dari Vespa, mulai dari sejarahnya dan Spesifikasinya.



Gambar 4. 13 Halaman Isi 1

4.2.6 Halaman isi 2

halaman ini menguraikan perkembangan Vespa dari dekade ke dekade, menyoroti inovasi-inovasi teknologi dan desain yang telah dilakukan oleh Piaggio. Setiap era memiliki cerita tersendiri, dengan model-model Vespa yang menjadi simbol gaya hidup dan tren di masanya. Pembaca akan menemukan informasi tentang berbagai model Vespa langka yang ada di Indonesia, hingga model-model modern yang terus mempertahankan warisan klasik namun dilengkapi dengan teknologi canggih. Tidak hanya sejarahnya, halaman ini juga memberikan penjelasan rinci mengenai spesifikasi teknis dari berbagai model Vespa. Informasi ini mencakup detail tentang mesin, kapasitas bahan bakar, sistem transmisi, dimensi, serta fitur-fitur khusus yang membuat setiap model Vespa unik. Pembahasan spesifikasi ini dirancang untuk memberikan gambaran lengkap kepada pembaca mengenai performa dan karakteristik teknis Vespa, baik untuk model klasik maupun modern.



Gambar 4. 14 Halaman Isi 2

4.3 Media Pendukung

4.3.1 Kaos

Kaos yang akan diproduksi sebagai dukungan yaitu kaos pada umumnya, sebagian besar penggemar yang hadir di acara Vespa sering mengenakan kaos dengan tema Vespa sesuai dengan selera mereka.

Desain belakang

Desain depan



Gambar 4. 15 Desain Baju



Gambar 4. 16 Mockup Baju

4.3.2 Gantungan kunci

Gantungan kunci sebagai alat promosi efektif karena secara tidak langsung mempromosikan merek. Gantungan kunci ini selalu berpindah-pindah bersama penggunanya, tergantung pada kunci kendaraan atau kunci lainnya, sehingga dapat terus menarik perhatian dan memperluas cakupan promosi.



Gambar 4. 17 Desain Gantungan Kunci



Gambar 4. 18 Mockup Gantungan Kunci

4.3.3 Totebag

Totebag sebagai alat promosi efektif karena secara tidak langsung mempromosikan merek. Totebag ini selalu berpindah-pindah bersama penggunanya, sehingga dapat terus menarik perhatian dan memperluas cakupan promosi.

Desain belakang

Desain depan



Gambar 4. 19 Desain Totebag



Gambar 4. 20 Mockup Totebag

4.3.4 Topi

Topi sebagai alat promosi efektif karena secara tidak langsung mempromosikan merek. Topi ini selalu berpindah-pindah bersama penggunanya, sehingga dapat terus menarik perhatian dan memperluas cakupan promosi.



Gambar 4. 21 Desain Topi



Gambar 4. 22 Mockup Topi

4.3.5 Stiker

Stiker sebagai alat promosi efektif karena secara tidak langsung mempromosikan merek. Stiker ini selalu berpindah-pindah tergantung ditempel dimana dengan penggunaannya, sehingga dapat terus menarik perhatian dan memperluas cakupan promosi.



Gambar 4. 23 Desain Stiker 1



Gambar 4. 24 Desain Stiker 2



Gambar 4. 25 Desain Stiker 3

4.3.6 X Banner

X Banner sebagai alat promosi efektif ketika berpartisipasi dalam bazaar atau pameran, kita dapat menempatkan banner di depan stan untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. Ini akan mempermudah pengunjung memahami apa yang kita tawarkan tanpa harus bertanya.



Gambar 4. 26 Desain Xbanner



Gambar 4. 27 Mockup Xbanner

4.3.7 Gelang

Gelang sebagai alat promosi efektif karena secara tidak langsung mempromosikan merek. Gelang ini selalu berpindah-pindah bersama penggunanya, sehingga dapat terus menarik perhatian dan memperluas cakupan promosi.

10 Vespa Langka Indonesia

Gambar 4. 28 Desain Gelang

4.3.8 Tool Bag

Toolbag sebagai alat promosi efektif karena secara tidak langsung mempromosikan merek. Toolbag ini selalu dibawa di box vespa bersama

penggunanya, sehingga dapat terus menarik perhatian dan memperluas cakupan promosi saat pengguna mengeluarkan toolbag ini saat membantu Vespa lainnya yang sedang moggo di jalan.



TOOLBAG VESPA

Gambar 4. 29 Desain Toolbag



Gambar 4. 30 Mockup Toolbag

4.3.9 Pin

Pin sebagai alat promosi efektif karena secara tidak langsung mempromosikan merek. Pin ini selalu berpindah-pindah bersama penggunaannya, sehingga dapat terus menarik perhatian dan memperluas cakupan promosi.



Gambar 4. 31 Desain Pin

4.3.10 Poster

Poster digunakan sebagai sarana promosi untuk memasarkan barang atau jasa. Dengan desain yang menarik, poster dapat memikat perhatian target market dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian atau mengambil tindakan tertentu. Pembuatan poster cenderung lebih ekonomis dibandingkan dengan menggunakan media promosi lainnya.



Gambar 4. 32 Desain Poster

4.3.11 Media Sosial Instagram

Hadirnya sosial media Instagram saat ini memberikan warna unik bagi penggunanya. Begitu juga bagi para pebisnis yang memanfaatkan Instagram untuk media promosi. Instagram sebagai mediapromosi karena Instagram merupakan platform populer di masyarakat serta menghadirkan banyak fitur menarik yang dapat meningkatkan penjualan.



Gambar 4. 33 Desain Instagram