

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran sangat dibutuhkan dalam menentukan strategi perancangan. Khalayak sasaran dapat diartikan sebagai orang-orang yang menjadi tujuan utama dalam pembuatan sebuah perancangan media. McQuail serta Windhal (Seperti dikutip Suherman, 2017) mengatakan bahwa khalayak sasaran adalah orang-orang yang menjadi penerima pesan dalam mengkomunikasikan agar dapat menghasilkan sebuah reaksi dari usaha yang terkait (h.39). Dalam merancang sebuah media, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah dengan menentukan khalayak sasaran pada media yang akan dibuat. Didalam merancang sebuah media, mengetahui khalayak sasaran yang akan dituju merupakan hal yang cukup penting. Khalayak dapat menentukan apakah sebuah komunikasi berhasil tersampaikan dengan baik atau tidak. Khalayak sasaran pada perancangan ini ditentukan berdasarkan segi demografis, psikografis dan georgrafis.

a. Segmentasi Demografis

Menurut Philip Kotler (seperti yang dikutip Khoirul & Herlina, 2017) menjelaskan bahwa segmentasi demografis memiliki keterkaitan dengan beberapa poin seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, kewarganegaraan, agama, ras serta status perekonomian (h.81).

- **Usia** : Remaja Awal (12-15 Tahun)
Pada usia ini target khalayak mulai mampu untuk berpikir secara abstrak, logis, dan menarik kesimpulan dari informasi yang didapatkan (Yusuf, 2001: h.16). Perkembangan remaja pada usia ini haruslah didampingi dengan pemberian pengetahuan yang sesuai dengan ilmu pengetahuan. Pada usia ini pun penerimaan informasi kepada target khalayak akan cukup cepat dalam penyampaiannya. Karena pada masa ini, merupakan masa

yang tepat dalam menyampaikan ilmu pengetahuan kepada remaja.

- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
Khalayak sasaran ditujukan kepada remaja laki-laki maupun perempuan, informasi mengenai Tyrannosaurus Rex merupakan sebuah pengetahuan umum yang dapat dipelajari oleh siapa saja.
- Pendidikan : Sekolah Menengah Pertama
Pada masa ini remaja akan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Selain itu masa ini merupakan masa yang tepat dalam menyampaikan ilmu pengetahuan kepada remaja. Dengan begitu penerimaan informasi kepada khalayak akan cukup cepat dalam penyampaiannya.

b. Segmentasi Psikografis

Menurut Philip Kotler (seperti dikutip Khoirul & Herlina, 2017) menyatakan bahwa Psikografis dibagi kedalam beberapa kelompok yang berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, ataupun karakter kepribadiannya. Psikografis merupakan pembagian menurut psikologi, karakteristik dan kebiasaan dari khalayak sasaran. Perilaku para remaja cenderung mengikuti apa yang diinginkan bukan apa yang benar dan juga salah. Menurut Santrock (2003) "remaja adalah masa dimana seseorang mampu untuk menemukan dan mencari siapa diri mereka, dan kemana mereka akan menuju dalam hidupnya melalui suatu proses eksplorasi" (h. 49). Maka dari itu, psikografis remaja cocok dipilih karena dengan menginformasikan Tyrannosaurus Rex kepada remaja dapat membantu remaja dalam mengeksplorasi informasi tentang sejarah binatang purba.

c. Segmentasi Geografis

Menurut Philip Kotler (seperti dikutip Khoirul & Herlina, 2017) adalah Suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan membagi-bagi pasar dalam

beberapa unit geografis yang berbeda-beda seperti daerah, populasi, kepadatan dan iklim. Pembagian secara geografis ini bertujuan agar penyampaian informasi tepat pada geografis yang ditentukan. Maka dari itu khalayak sasaran berdasarkan geografis dalam perancangan ini mencakup wilayah nasional terutama kota Bandung yang memiliki Museum Geologi sebagai sarana eksplorasi sejarah kebumian.

III.2 Consumer Journey

Consumer journey merupakan aktivitas sehari-hari dari khalayak sasaran. *Consumer journey* digunakan sebagai analisa khalayak secara mendalam, sehingga dapat memudahkan dalam menentukan penyampaian informasi yang akan disampaikan, serta dalam menentukan media yang akan digunakan. Berikut *consumer journey* khalayak remaja awal dengan usia 12-15 tahun.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

NO	Kegiatan	Lokasi	<i>Point of Contact</i>
1	Bangun Tidur	Kamar	Bantal, <i>Handphone</i> , Jam
2	Mandi	Kamar Mandi	Handuk, sikat gigi, kotak sabun
3	Berpakaian	Kamar tidur	Lemari, <i>Handphone</i> , jam tangan
4	Sarapan	Meja makan	Piring, sendok, gelas, <i>Handphone</i>
5	Persiapan Berangkat sekolah	Teras depan	Sepatu, kaos kaki, <i>Handphone</i>
6	Perjalanan ke sekolah	Jalan menuju sekolah	<i>Handphone</i> , helm, tas, kendaraan, <i>billboard</i> , banner
7	Kegiatan belajar	Ruang kelas	Buku, pulpen, tempat pensil, tas papan tulis,

			jam dinding, <i>Handphone</i>
8	Istirahat	Kantin/kelas	<i>Handphone</i> , Tempat makan, tempat minum
9	Kegiatan belajar	Ruang kelas	Buku, pulpen, tempat pensil, tas papan tulis, jam dinding, <i>Handphone</i>
10	Perjalanan pulang kembali kerumah	Jalan menuju rumah	<i>Handphone</i> , helm, tas, kendaraan, <i>billboard</i> , banner
11	Bersantai	Kamar/Ruang santai	<i>Handphone & Televisi</i>
12	Malam hari	Kamar	<i>Handphone</i> , buku, alat tulis
13	Menjelang tidur	Kamar	<i>Handphone</i> , kasur, selimut, bantal

Berdasarkan tabel mengenai kegiatan yang dilakukan oleh khalayak sasaran maka didapatkan beberapa informasi mengenai kebiasaan sehari-hari yang sering dilakukan dan benda apa saja yang ditemui oleh khalayak sasaran. Hasil dari tabel diatas yaitu remaja awal dengan rentang usia 12-15 lebih banyak menghabiskan waktu di sekolah.

III.3 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan suatu metode untuk merencanakan dalam menyampaikan suatu informasi kepada khalayak dengan efektif agar dapat diterima dan dipahami oleh khalayak sasaran. Dalam membuat sebuah media, perlu adanya strategi perancangan dalam merancang sebuah media yang akan dibuat. Hal ini bertujuan agar informasi tentang Tyrannosaurus Rex dapat tersampaikan dengan baik secara visual maupun verbal kepada khalayak sasaran sasaran.

Pada data yang telah diperoleh sebelumnya maka strategi yang dibutuhkan adalah membuat suatu media yang efektif dalam menginformasikan tentang profil Tyrannosaurus Rex sebagai predator ganas pada zaman kretaseus. Media yang dibuat nantinya harus memperlihatkan informasi yang sesuai dengan ilmu pengetahuan yang ada yang menjadikan khalayak memiliki ketertarikan tentang binatang purba terutama Tyrannosaurus Rex. Maka diperlukannya perancangan media mengenai Tyrannosaurus Rex yang mudah dipahami dengan baik oleh khalayak sasaran.

III.3.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi ini yaitu mengedukasi masyarakat mengenai Tyrannosaurus Rex sesuai dengan ilmu pengetahuan yang ada. Perancangan ini pun bertujuan agar masyarakat khususnya remaja mendapatkan pengetahuan baru tentang Tyrannosaurus Rex serta dapat meningkatkan pemahaman mengenai sejarah binatang purba serta akan menambah ketertarikannya masyarakat mengenai jenis – jenis binatang purba terutama Tyrannosaurus Rex.

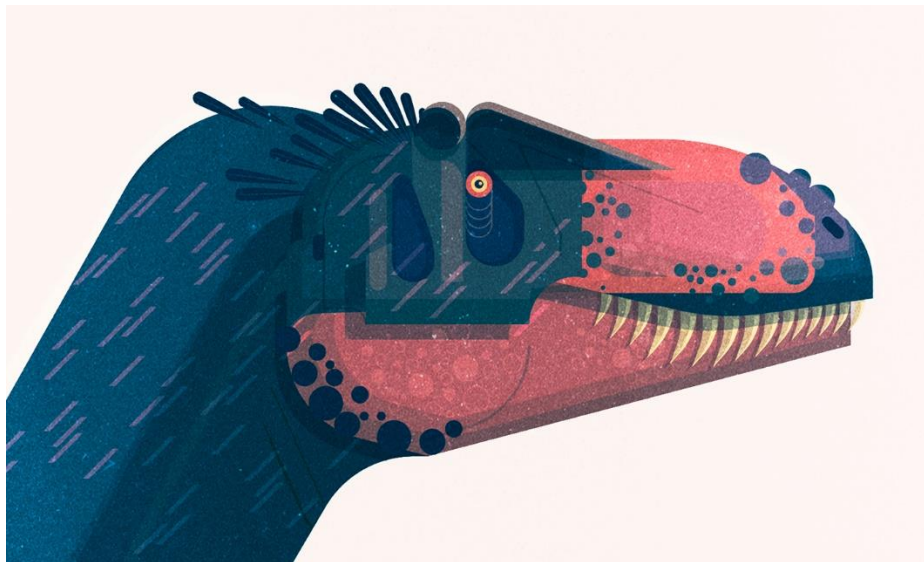
III.3.2 Pendekatan Komunikasi

Untuk tercapainya komunikasi yang efektif, perlu adanya pendekatan komunikasi yang tepat dan sesuai dengan khalayak sasaran yang akan dituju. Pendekatan komunikasi yang digunakan yaitu pendekatan informatif meliputi pendekatan visual, verbal, dan juga audio. Pendekatan secara visual adalah pendekatan kepada khalayak sasaran dengan menggunakan visual yang sesuai dan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran, pendekatan verbal adalah pendekatan melalui segi verbal, sedangkan pendekatan audio merupakan pendekatan kepada khalayak dengan menggunakan audio. Pendekatan tersebut dilakukan agar khalayak dapat menerima informasi yang akan disampaikan serta dapat dipahami oleh khalayak. Berikut penjelasan dari masing-masing pendekatan pada perancangan media ini:

1. Pendekatan visual

Pendekatan visual memiliki tujuan untuk membangun rasa ketertarikan khalayak sasaran melalui sebuah visual yang ditampilkan. Ketertarikan

pada visual yang ditampilkan dapat menambah minat khalayak dalam mencari dan memahami informasi dari pesan yang disampaikan. Pada perancangan ini aset- aset gambar menggunakan teknik ilustrasi dua dimensi yang mempermudah penyampaian pesan pada media yang akan dibuat. Penggunaan warna dan ilustrasi yang ada harus dapat menginformasikan sesuatu yang berhubungan langsung dengan kehidupan Tyrannosaurus Rex. Berdasarkan pendekatan visual yang sudah ditentukan sebelumnya, penggunaan warna yang akan digunakan adalah warna dengan dominasi hijau.



Gambar III.1 Referensi Visual

Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/bf970955276255.597e3e10126df.jpg
(diakses pada 11/04/2019)

2. Pendekatan Verbal

Bahasa yang digunakan pada perancangan ini menggunakan bahasa Indonesia dan juga bahasa asing yang merupakan istilah-istilah yang berupa Bahasa Latin serta bahasa Inggris. Bahasa Indonesia yang digunakan menggunakan bahasa yang formal dan tidak terlalu baku, hal ini bertujuan agar pesan yang akan disampaikan dapat dimengerti dengan baik oleh khalayak. Bahasa Latin dan Inggris yang digunakan mencakup istilah-istilah mengenai informasi yang akan disampaikan.

3. Pendekatan Audio

Penggunaan audio menjadi aspek yang cukup penting dalam perancangan ini, audio yang digunakan dapat berguna sebagai membangun suasana khalayak sasaran selama penyampaian informasi berlangsung. Penggunaan audio dilakukan dengan cara menambahkan narasi, *background music*, dan *sound effect* yang memperkuat suasana. Nuansa yang digunakan pada *background music* adalah jenis orkestra instrumental.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan pihak (organisasi ataupun instansi) yang terlibat dalam perancangan media. Instansi tersebut nantinya akan ikut berperan dalam membantu penyebaran dan juga mendukung dalam upaya penyampaian informasi mengenai Tyrannosaurus Rex.

- a. Kemtrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia



Gambar III.2 Logo Kementerian Pendidikan dan Budaya Republik Indonesia
Sumber: <https://www.kemdikbud.go.id/main/files/large/4291917d3a21363>
(diakses pada 11/04/2019)

Pada perancangan media ini, terdapat sebuah instansi yang menjadi *mandatory*, yaitu Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan merupakan suatu dinas pemerintahan yang ada di Indonesia yang bertanggung jawab dalam semua urusan pendidikan dari usia dini hingga menengah atas, serta bertugas juga dalam mengelola kebudayaan yang ada

di Indonesia. Nantinya instansi tersebut dapat bekerjasama dalam penyebaran media yang akan dibuat mengenai Tyrannosaurus Rex.

b. Museum Geologi Bandung



Gambar III.3 Logo Museum Geologi Bandung

Sumber: <https://infopromodiskon.com/userfiles/uploads/museum-geologi-bandung.jpg>
(diakses pada 11/04/2019)

Selain kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, terdapat juga instansi lain yang menjadi *mandatory* pada pembuatan media informasi ini yaitu Museum Geologi Bandung. Museum Geologi Bandung sebagai sarana Pendidikan, dan penyedia informasi mengenai ilmu kebumiharian. Nantinya instansi tersebut akan bekerjasama dalam melaksanakan penyebaran media yang akan dibuat mengenai Tyrannosaurus Rex.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan merupakan isi dari media yang akan disampaikan terhadap khalayak. Materi pesan yang akan disampaikan di dalam perancangan media ini adalah mengenai informasi tentang Tyrannosaurus Rex sebagai raja Cretaceous. Terdapat beberapa materi pesan informasi mengenai Tyrannosaurus Rex sebagai berikut :

- Bumi pada masa kretaseus dipenuhi oleh Dinosaur.
- Kemampuan berburu Tyrannosaurus Rex.
- Kecepatan berlari Tyrannosaurus Rex & Kemampuan melihat.
- Mendapatkan gelar raja kadal mengerikan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa diperlukan dalam strategi menyampaikan sebuah pesan. Menurut Aminuddin (seperti dikutip Fathurrahman, 2017) gaya bahasa adalah suatu cara untuk menjelaskan sebuah ide dengan memberikan pengaruh efek yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuan (h.46). Oleh karena itu gaya bahasa dapat memperkuat suasana kepada khalayak sasaran yang memahaminya.

Gaya bahasa yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah gaya bahasa yang dapat menyampaikan pesan secara deskriptif dengan menggambarkan segala informasi mengenai Tyrannosaurus Rex. Gaya bahasa secara deskriptif yang dimaksud itu sendiri adalah dengan menjelaskan beberapa kemampuan yang dimiliki oleh Tyrannosaurus Rex pada masanya, bahasa yang digunakan juga tidak terlalu baku. Gaya bahasa ini dipilih agar khalayak dapat menerima informasi dengan baik dan jelas, sehingga pesan yang akan disampaikan dapat dipahami dengan benar.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan sebuah rencana kreatif yang telah disusun sedemikian rupa untuk memudahkan dan membantu dalam menyampaikan sebuah informasi kepada khalayak, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik. menurut Rahman (seperti dikutip Suherman, 2017) Strategi kreatif adalah langkah kreatif dalam efektivitas penyampaian pesan kepada khalayak sasaran (h.27). Dengan begitu maka strategi kreatif sangat diperlukan dalam sebuah perancangan.

Dalam perancangan informasi Tyrannosaurus Rex, strategi kreatif dibuat disesuaikan dengan khalayak sasaran yang merupakan remaja awal usia 13-15 tahun. Dengan demikian, strategi kreatif yang digunakan adalah membuat perancangan ini menjadi perancangan yang menarik dan informatif. Khalayak sasaran akan menerima materi pesan informasi mengenai Tyrannosaurus Rex dengan penjelasan secara deskriptif melalui audio visual. Dengan demikian, dibutuhkan beberapa poin penting dalam mewujudkan strategi kreatif yang diantaranya *copywriting*, *storyline*, *storyboard*, dan gaya Visual.

III.2.6.1 *Copywriting*

Copywriting tentu diperlukan dalam pembuatan perancangan ini. Menurut Frank Jefkins (seperti dikutip Hereyah dan Yoyoh, 2014) *copywriting* adalah seni kata-kata atau tulisan pesan dalam penjualan yang paling persuasif dan kuat (h.173). *Copywriting* merupakan penggunaan kata-kata atau tulisan kreatif dalam penyampaian pesan yang dapat memberikan ketertarikan khalayak sasaran. Dalam *copywriting* terdapat beberapa elemen penting yang diantaranya *headline*, *tagline*, dan isi pesan.

a. *Headline*

Headline digunakan sebagai judul dari media informasi yang akan dibuat. Judul merupakan aspek penting sebagai hal yang pertama dilihat dari suatu media. Judul menjadi bagian terpenting agar khalayak sasaran tertarik untuk mencari tahu dari pesan yang akan disampaikan. Judul pada media informasi ini adalah “T-REX”. Penggunaan kata T-Rex agar memberikan kesan mengagumkan dari Tyrannosaurus Rex. Penyebutan kata T-Rex juga merupakan singkatan umum dari Tyrannosaurus Rex, sehingga saat membaca T-Rex khalayak sasaran akan langsung terpikirkan Tyrannosaurus Rex yang merupakan salah satu spesies Dinosaurus karnivora.

b. *Tagline*

Tagline berguna untuk membantu penyampaian pesan yang telah disampaikan *headline*. *Tagline* yang digunakan untuk membantu penyampaian dari *headline* adalah “*King of Cretaceous*”. *Tagline* ini digunakan agar dapat membantu khalayak sasaran dalam memahami judul yang ada bahwa Tyrannosaurus Rex merupakan predatoor paling ganas dari zaman Kretaseus.

c. *body text*

Selain *headline* dan *tagline*, terdapat juga *body text* yang memperkuat dalam menyampaikan sebuah pesan informasi agar lebih jelas. Salah satunya

dalam memberikan *body text* dalam informasi yang akan disampaikan sebagai tambahan penjelasan yang dianggap perlu diinformasikan lebih jelas.

III.2.6.2 *Storyline*

Pada perancangan video ini diperlukan *storyline* agar pesan yang akan disampaikan dapat dikemas dalam suatu urutan yang teratur. *Storyline* merupakan suatu panduan cerita dalam proses pembuatan suatu informasi (Indrawaty & Senyelda, 2011, h.5). Berikut adalah *storyline* pada pembuatan media informasi Tyrannosaurus Rex.

Tabel III.2 *Storyline*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

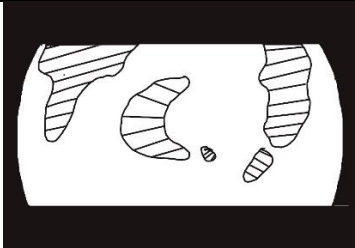
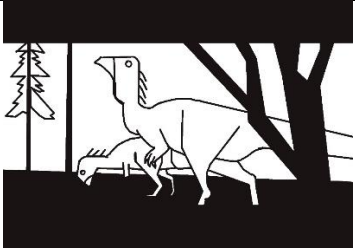
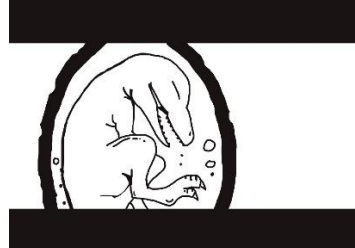

<i>Scene 1</i>	Video : Menjelaskan bumi pada zaman kretaseus, yang merupakan dimana bumi dipenuhi oleh makhluk besar bernama Dinosaurus.
<i>Scene 2</i>	Video : Kretaseus merupakan akhir dari era Mesozoikum, pada saat itu Bumi didominasi oleh Dinosaurus yang berada di darat, laut, dan udara.
<i>Scene 3</i>	Video : Pada zaman kretaseus daratan dipenuhi para Theropoda yang ganas. Dari sekian banyak Theropoda yang ada di bumi pada saat itu, terdapat raja dari para Theropoda yang paling ganas yaitu Tyrannosaurus Rex. Ketika pertama kali menetas, Tyrannosaurus Rex memiliki bobot tubuh sebesar 30 kg saja, atau 60 pond.
<i>Scene 4</i>	Video : Pada fase ini Tyrannosaurus Rex memiliki gerak yang cukup gesit, namun keahlian dalam berburu sangatlah rendah sehingga induk dari Tyrannosaurus Rex akan memberikan makan dengan memberikan hasil buruan Dinosaurus yang berukuran kecil untuk Tyrannosaurus Rex muda.

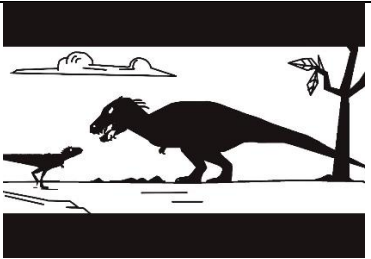
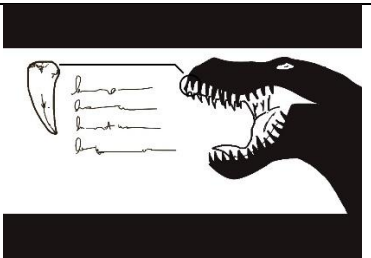
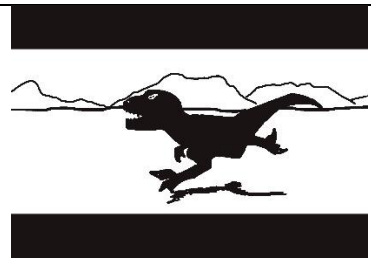
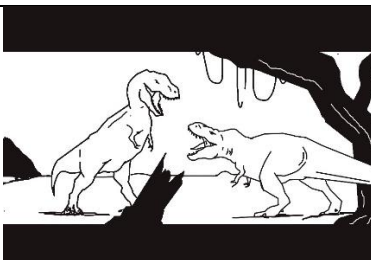
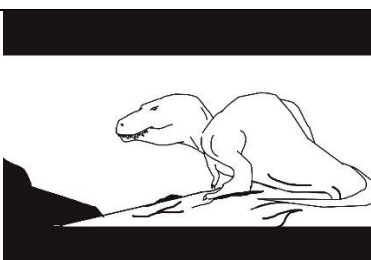
<i>Scene 5</i>	<p>Video :</p> <p>Tyrannosaurs rex memiliki perkembangan tubuh sangat drastis. Tidak seperti manusia, Tyrannosaurus Rex bertambah ukuran dengan cukup pesat sehingga pada usia dewasa T-Rex memiliki ukuran yang sangat besar</p>
<i>Scene 6</i>	<p>Video :</p> <p>T-Rex memiliki ekor yang cukup panjang, ekor yang panjang tersebut berguna untuk bergerak dengan mudah. Sehingga T-Rex dapat bergerak mengejar mangsanya dengan cepat.</p>
<i>Scene 7</i>	<p>Video :</p> <p>Saat berburu mangsanya, Tyrannosaurus Rex dipersenjatai dengan rahang yang begitu kuatnya sehingga gigitan Tyrannosaurus Rex dapat menghancurkan tulang dan serta dapat membunuh mangsanya dengan sekali gigitan.</p> <p>Tidak sampai disitu saja, Tyrannosaurus Rex memiliki gigi yang masing-masingnya memiliki ukuran 33cm dan memiliki ketajaman setara dengan satu buah belati.</p>
<i>Scene 8</i>	<p>Video :</p> <p>Tyrannosaurus Rex memiliki kecepatan berlari diperkirakan 8m/detik. Kecepatan 8m/detik tidak lebih cepat dari kecepatan lari sprint seorang manusia. Meskipun tidak terlaru cepat dalam berlari, Tyrannosaurus Rex masih mampu mengejar mangsanya. Perkembangan penglihatan yang dimiliki Tyrannosaurus Rex pun sangat baik. Tyrannosaurus Rex memiliki penglihatan binokular yang setara dengan penglihatan seekor elang dimasa sekarang.</p>
<i>Scene 9</i>	<p>Keganasan dan kemampuannya yang cukup menakjubkan dari Tyrannosaurus menjadikan Tyrannosaurus Rex mendapat gelar Raja Dinosaurus.</p>

III.2.6.3 Storyboard

Storyboard adalah bahasa visual yang semula berbentuk bahasa tulisan menjadi bahasa gambar atau bahasa visual (Soenyoto, 2017, h.57). *Storyboard* digunakan agar mempermudah dan menjadi acuan produksi sehingga media informasi yang dihasilkan dapat teratur dan menghasilkan pesan yang sesuai dengan yang diharapkan. Berikut adalah *storyboard* dari perancangan media informasi Tyrannosaurus Rex.

Tabel III.3 *Storyboard*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Scene	Latar	Visual	Sketsa
1	Angkasa luar	Bumi dalam angkasa luar	
2	-Hutan -Laut -Udara -Pagi hari	Pemandangan darat, laut, dan udara yang dipenuhi Dinosaur.	
3		Telur Tyrannosaurus Rex.	
4	-Sarang Tyrannosaurus Rex -Pagi hari	Telur Tyrannosaurus Rex keluar dari cangkangnya.	

5	Padang rumput	Induk dan anak Tyrannosarus Rex	
6	-Siang hari	Kekuatan Rahang dan gigi Tyrannosaurus Rex	
8		Kecepatan Tyrannosaurus Rex saat berlari	
9	-Siang hari	Pertarungan Tyrannosaurus Rex dengan predator lain seperti carnotaurus yang merupakan Dinosaurus predator yang hidup satu periode dengan Tyrannosaurus Rex.	
10	-Sore hari	Tyrannosaurus Rex menduduki tahtanya sebagai Dinosaurus terganas.	

III.2.6.4 Visualisasi

Penggunaan visualisasi yang dibuat dalam perancangan media informasi Tyrannosaurus Rex ini yaitu dengan menggunakan Teknik *digital painting* dua dimensi. Visual – visual yang dibuat mengambil referensi dari gambaran kehidupan pada masa kretaseus yang dijelaskan dari beberapa sumber buku. Visualisasi tersebut digambarkan dalam *background* lokasi yang digunakan. Dengan visualisasi tersebut, khalayak sasaran akan terbawa dengan nuansa zaman kretaseus yang ingin disampaikan. Untuk warna yang digunakan pun cenderung menggunakan warna hijau, dikarenakan pada zaman kretaseus dataran dipenuhi oleh hutan belantara.

III.2.7 Strategi Media

Strategi media merupakan suatu rencana menyampaikan atau menyediakan informasi melalui media-media yang efektif untuk memperkuat setiap pesan yang disampaikan. Media adalah perantara atau penghubung yang terletak di antara dua pihak (KBBI, 2008, h.931). Pemilihan strategi media dalam perancangan ini didasarkan pada analisa yang telah dilakukan.

a. Media Utama

Strategi media pada perancangan ini yaitu berupa video dengan basis animasi 2 dimensi yang dibuat dengan teknik *motion graphics*, yang didalamnya terdapat nilai-nilai informasi dan edukasi. Menurut Binanto (seperti dikutip Suherman, 2017) video termasuk kedalam salah satu jenis multimedia yang dimana audiens cukup dengan menyaksikan dan menikmati multimedia tersebut selama masih berlangsung (h.32). Pemilihan video dikarenakan video memiliki dua elemen yaitu gambar dan juga audio yang saling terhubung. Video juga merupakan media yang dapat disajikan pada media digital.

Sedangkan *motion graphic* adalah cabang animasi yang menggunakan metode dengan cara menggerakkan elemen grafis untuk menghasilkan animasi dengan lebih sederhana (Gatot Prakoso, 2010, h.97). Konten yang

terdapat didalamnya akan berisi antara lain kehidupan Tyrannosaurus Rex yang menjadi seekor predator pada zaman kretaseus, mulai dari aktivitas, habitat dan kebiasaan sehari-hari. Media ini dipilih sebagai media utama karena lebih efisien bagi remaja dibandingkan membaca buku ilmu pengetahuan serta video *motion graphic* dapat mudah diakses diberbagai *platform* media soisal.

b. Media Pendukung

Selain media utama, terdapat juga media pendukung yang terdapat dalam perancangan ini. Media pendukung merupakan media tambahan maupun pelengkap terhadap media utama, media pendukung ini membantu media utama untuk sampai kepada khalayak sasaran. Pemilihan media pendukung ini disesuaikan dengan objek-objek yang berkaitan langsung dengan kebiasaan para khalayak sasaran dalam sehari-hari. Maka dari itu media pendukung yang ditentukan sebagai berikut :

- Poster

Poster adalah media pendukung yang berfungsi memberikan informasi mengenai media utama. Dalam perancangan ini dibutuhkan sebuah poster agar dapat menjadi sebuah media promosi dalam penyebaran media utamanya. Poster berisi informasi berupa visual dan teks. Pemilihan poster dipilih karena tepat guna sebagai penghubung khalayak sasaran agar dapat mengetahui keberadaan video *motion graphic* tentang Tyrannosaurus Rex. Terdapat dua *output* poster yang berbeda yaitu poster cetak dan poster digital. Poster digital dibutuhkan untuk menjangkau khalayak sasaran melalui media sosial maupun media daring lainnya. sedangkan poster cetak disebarakan dengan cara dipasang di berbagai tempat yang berkaitan dengan informasi.

- Buku catatan

Media ini berupa buku catatan yang dapat digunakan untuk menuliskan catatan sehari – hari. Pemilihan media disesuaikan dengan khalayak sasaran

yang dituju yaitu para remaja, yang rata – rata adalah pelajar yang cukup sering berinteraksi dengan sebuah buku catatan dalam kegiatan belajar sehari – harinya. Fungsi dari buku catatan sebagai *merchandise*, fungsi *merchandise* disini adalah sebagai media promosi lini bawah serta media *reminder* akan media utama yang telah dibuat.

- *Roll Banner*

Roll Banner merupakan salah satu media pendukung yang berfungsi sebagai media promosi serta penyampai informasi. Konten dari *roll banner* itu sendiri memberikan informasi mengenai penayangan media utama yang dapat diakses melalui media *online* setelah waktu penayangan. *Roll banner* diperlukan dalam media pendukung menjadi media promosi lainnya. Media ini dibutuhkan pada saat penyebaran media pada hari penayangan sedang berlangsung.

- Konten Media sosial Instagram

Instagram merupakan platform yang selalu aktif dan *up to date* setiap harinya. Media sosial digunakan sebagai tempat penyebaran media berupa poster digital dan media utama yaitu *video motion graphics*. Bukan hanya itu saja, konten media media sosial juga dapat menjadi media yang digunakan para khalayak sasaran untuk mendapatkan beberapa informasi mengenai Tyrannosaurus Rex. Media sosial yang digunakan adalah media sosial Youtube dan Instagram.

- Video Youtube

Youtube merupakan media daring yang berguna sebagai media penyebaran informasi dengan basis video pada saat ini. Konten yang terdapat pada Youtube berguna sebagai salah satu tempat media utama akan ditampilkan. Youtube dapat memudahkan penggunanya mencari informasi dalam bentuk video. Menurut Ayuwargil (seperti dikutip Putra) masyarakat Indonesia sebanyak 50 Juta menjadi pengguna Youtube aktif pada tiap bulannya

(h.65). Dengan begitu video Youtube akan dapat memudahkan dalam penyebaran informasi.

- *Standee Karakter*

Standee Karakter adalah media pendukung yang termasuk sebagai media promosi. *Standee karakter* digunakan sebagai media informasi yang menunjukkan keberadaan media utama pada saat penayangan, selain itu dengan ukurannya yang cukup besar *standee karakter* juga dapat menarik perhatian banyak orang untuk mengetahuinya. Penempatan *standee karakter* dipasang dalam lobby Museum Geologi, ataupun dilokasi penayangan media utama.

- *Stiker*

Selain beberapa media pendukung yang dijadikan sebagai media promosi, beberapa media diperlukan juga sebagai media pengingat, dan salah satunya adalah stiker. Stiker merupakan media yang cukup fleksibel yang dapat diterapkan dimana saja. Stiker menjadi salah satu media pengingat yang efektif, dikarenakan sifat dari media tersebut yang dapat diaplikasikan dimana saja. Stiker dijadikan gimmick yang dibagikan secara cuma-cuma.

- *Pin*

Pin termasuk kedalam media pendukung, pin berguna sebagai media pengingat sekaligus menjadi media promosi yang menginformasikan keberadaan dari media utama. Ukuran yang *compact* serta tampilan yang menarik membuat pin dapat dijadikan *gimmick* yang dibagikan secara cuma-cuma pada saat acara penayangan sedang berlangsung.

- *Tumbler*

Media ini dapat menjadi media yang efektif sebagai media pengingat. Penggunaan media ini sebagai media pengingat dikarenakan tumbler merupakan media yang dapat digunakan para khalayak sasaran pada kegiatan sehari – hari seperti saat bersekolah dan dan pada saat berolahraga.

- *Totebag*

Selain media pendukung dan *merchandise* yang telah ada, *totebag* menjadi salah satu *merchandise* yang efektif dalam mempromosikan media utama. *Totebag* merupakan *merchandise* yang fleksibel dan cocok digunakan untuk pria maupun wanita. *Totebag* sendiri yang mempunyai fungsi sebagai tas yang dapat digunakan para khalayak sasaran pada kegiatan sehari - hari.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan rencana dalam penyebaran dan publikasi dari suatu media. Penyebaran media yang dilakukan bersifat *online* dan *offline* serta dilakukan berdasarkan waktu yang tepat dan di tempat yang tepat. Penyebaran media yang bersifat *offline* dilakukan dalam acara yang bekerja sama dengan museum dan pendidikan, sedangkan media yang bersifat *online* dilakukan di *platform* media sosial. Dalam perancangan ini, pendistribusian dan waktu penyebaran akan dilakukan selama dua bulan. Pendistribusian dimulai pada bulan Maret dan diakhiri pada bulan april. Perilisan video *Motion graphic* sebagai media utama akan dilakukan pada tanggal 22 April 2020 yang merupakan hari Bumi. Berikut adalah tabel strategi distribusi dan waktu penyebaran media:

Tabel III.4 Waktu Distribusi Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Media yang digunakan		Waktu															
		2020															
		Maret				April				Mei							
Media Utama	Video <i>Animasi</i> <i>Motion</i> <i>Graphic</i>																
	<i>Poster</i>																

Media Pendukung	<i>Roll Banner</i>												
	<i>Notebook</i>												
	<i>T-shirt</i>												
	Topi												
	<i>Totebag</i>												
	<i>Tumbler</i>												
	Stiker dan Pin												
	Youtube												
	Instagram												

Tidak hanya menentukan waktu pendistribusian saja, perlu juga mengatur penyebaran media-media tersebut. Berdasarkan dari bentuk media yang digunakan dan juga khalayak sasaran yang dituju maka dibawah ini adalah tempat pendistribusian yang telah disesuaikan :

Tabel III.5 Tepat penyebaran Distribusi Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Meida yang digunakan		Distribusi	
		Tempat	Cara yang dilakukan
Media utama	Video Animasi <i>Motion Graphic</i>	Acara peringatan hari bumi tahunan yang dilakukan pada tanggal 22 april di Museum Geologi Bandung.	Memasukan tayangan <i>motion graphic</i> kedalam <i>roundown</i> acara yang diadakan.
		Media Daring	Menunggah video <i>motion graphic</i> kedalam Youtube agar dapat dengan mudah diakses oleh khalayak sasaran.

		Museum Geologi Bandung	Ditayangkan pada waktu-waktu efektif kunjungan museum.
Media pendukung	Poster	Tempat yang sama dengan media utama	Memasang poster pada waktu sebelum peluncuean media utama dan sebelum media utama ditayangkan.
	<i>Roll Banner</i>		Diletakan di area both khusus tentang Tyrannosaurus Rex
	<i>Notebook</i>	Tempat yang sama dengan media utama dan Sosial media	Dibagikan pada saat penayangan dihari saat acara berlangsung. Atau bisajuga didapatkan dengan membeli di sosial media yang tersedia.
	<i>T-shirt</i>		
	Topi		
<i>Totebag</i>			
	<i>Tumbler</i>		
	Stiker dan Pin	Tempat yang sama dengan media utama	Dibagikan secara gratis pada saat penayangan dihari saat acara berlangsung.
	Youtube	Media daring	Pengunduhan konten-konten sesuai dengan alur waktu penyebaran media.
	Instagram		

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang terdapat dalam perancangan media informasi ini sangatlah penting, dikarenakan visual itu sendiri yang menjadi objek utama agar dapat menarik perhatian khalayak sasaran. Bahri (seperti dikutip Fathurrahman, 2017) berkata bahwa konsep merupakan arti yang memiliki keserupaan pada sejumlah objek (h.54). Untuk dapat mendapatkan hasil visual yang maksimal dan tepat sasaran, maka diperlukannya konsep yang matang dalam merancang media informasi ini. Konsep visual terdiri atas format desain, tata letak, tipografi ilustrasi maupun warna yang akan diaplikasikan kedalam media yang akan dirancang. Pada perancangan media informasi yang dibuat, konsep visual yang digunakan adalah memadukan antara gambar digital 2 dimensi dengan menambahkan beberapa tekstur noise ke dalam gambar.

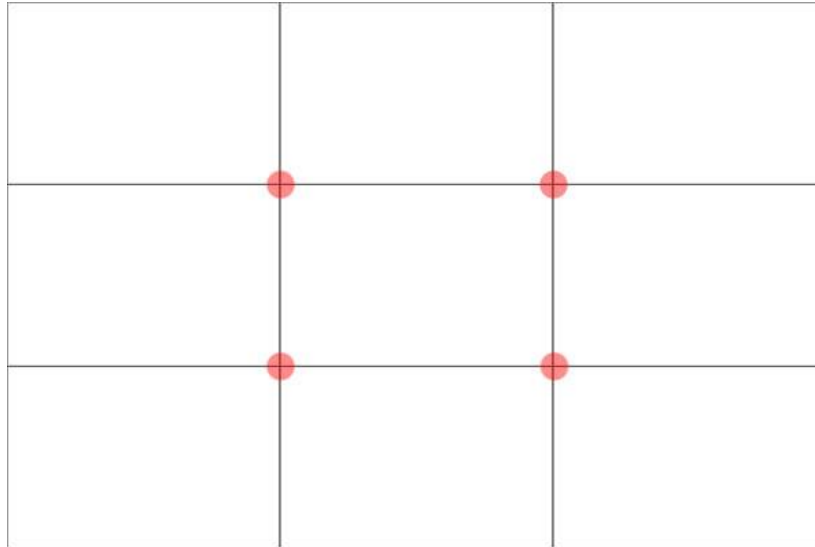
III.3.1 Format Desain

Media utama pada perancangan ini adalah sebuah video *motion graphics* yang didalamnya menjelaskan mengenai kehidupan Tyrannosaurus Rex. Dengan media tersebut maka diperlukan format dari video yang dapat diaplikasikan kedalam berbagai media yang ada. *Frame size* atau ukuran dari video yang dirancang yaitu 1920 x 1080 px dengan resolusi video *Full High Definition* dengan *frame rate* 30 *frame per second*. Format video pada media utama yang dibuat adalah menggunakan format H.264 dengan wujud .mp4 file. Format tersebut dipilih karena memiliki tingkat kompresi ukuran memori yang cukup efisien serta kualitas yang tetap baik.

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak pada perancangan ini harus diperhatikan dengan baik agar nantinya hasil dari perancangan ini sesuai dengan konsep yang telah disusun. Menurut Rustan (Seperti dikutip Talani, 2018) Tata letak atau *layout* adalah penempatan elemen-elemen desain terhadap suatu media untuk mendukung konsep dan pesan yang ingin disampaikan. Tata letak pada video *motion graphic* memiliki banyak layout pada setiap *scene*. Pada video *motion graphic* menggunakan komposisi *rule of third*

sebagai sebuah acuan tata letak. *Rule of third* pun bisa juga digunakan pada pembuatan media pendukung.



Gambar III.4 Aturan *rule of third*

Sumber: <https://cdn.photographylife.com/wp-content/uploads/2014/08/Rule-of-Thirds.jpg>
(diakses 10/06/2019)

Penggunaan tata letak seperti ini bertujuan agar khalayak sasaran dapat merasa nyaman dan menikmati tayangan informasi video *motion graphics*. Menurut Tondreau (seperti dikutip Talani, 2018) *Layout* yang baik adalah *layout* yang menyediakan ruang kosong, namun tidak terasa sepi (h.71). Pada beberapa *scene* terdapat tampilan yang cukup ramai, namun terdapat juga bagian yang menyediakan ruang kosong agar mata khalayak sasaran dapat beristirahat sejenak dan dapat terfokus kembali.

III.3.3 Tipografi

Huruf merupakan salah satu elemen penting dalam perancangan. Huruf yang bagus bukan hanya terdapat dari estetika karakter *font* saja, namun dapat juga memperhatikan tingkat keterbacaan yang dapat memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Huruf adalah salah satu elemen grafis yang penting untuk melengkapi suatu rancangan desain yang dipresentasikan kepada khalayak luas (Wantoro, 2017, h.82). *font* yang digunakan pada perancangan ini menggunakan *font* yang memiliki

kesan tegas, dan memiliki sudut runcing. Salah satunya seperti *font* yang terdapat pada poster film *The Good Dinosaur*.



Gambar III.5 Contoh huruf pada poster film *The Good Dinosaur*
Sumber: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/71WozAG2FqL._SL1500_.jpg
(diakses pada 09/05/2019)

Adapun *font* pendukung yang digunakan sebagai keperluan *body text* dengan menggunakan huruf berjenis sans serif yang memiliki kesan tegas namun santai, serta seperti contoh :



Gambar III.6 Contoh huruf *body text*

Sumber: [https : https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/c14a3855150827.59789a7361ee6.jpg](https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/c14a3855150827.59789a7361ee6.jpg)
 (diakses pada 09/05/2019)

Font yang digunakan dalam media informasi ini antara lain :

a. Font untuk *Headline* dan *SubHeadline*

Font yang digunakan untuk *Headline* menggunakan font dasar *Montserrat Bold* yang berjenis san serif yang kemudian dimodifikasi sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Pemilihan huruf ini karena karakter huruf yang memiliki bentuk yang tegas dan kuat, hal tersebut menjadi alasan dipilihnya font ini karena dapat digunakan sebagai font dasar yang kemudian dimodifikasi menjadi judul dari T-Rex yang merupakan Dinosaurus terganas.

License : *Personal & Commercial Use!*

Designer : Julieta Ulanovsky

Font name: Montserrat
 Version: Version 2.001
 OpenType Layout, Digitally Signed, TrueType Outlines

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890.,; ' " (!?) +-* / =

12 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890
 18 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890
 24 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890
 36 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567
 48 The quick brown fox jumps over the lazy
 60 The quick brown fox jumps over
 72 The quick brown fox jumps

Gambar III.7 Font *Montserrat Bold*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Font yang digunakan bernama Montserrat didesain oleh Julieta Ulanovsky dapat diakses di *website* www.1001freefonts.com.

Penggunaan huruf Monsterrat yang telah dimodifikasi ditampilkan pada judul utama dengan tulisan T-Rex. Agar membuat judul tersebut terlihat lebih menarik dibutuhkan penyuntingan agar tampilan huruf berbeda dengan huruf awal. Proses pembuatan tampilan judul dilakukan melalui proses editing sehingga sesuai dengan yang diinginkan.



Gambar III.8 Desain judul
Sumber: Dokumentasi Pribadi

b. *Font* Untuk *Body Text*

Font yang digunakan untuk *body text* menggunakan *font* josefin sans yang berjenis san serif. Pemilihan huruf ini karena karakter huruf yang memiliki bentuk yang tegas dan elegan, hal tersebut menjadi alasan dipilihnya *font* ini karena dapat menggambarkan sosok T-Rex sebagai Dinosaurus yang gagah, nan eksotik, namun tetap memperhatikan readibilitas dari *font* tersebut.

License : *Personal & Commercial Use!*

Designer : Santiago Orozco



Gambar III.9 *Font Josefin Sans*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Font yang digunakan sebagai *body text* bernama Josefin Sans didesain oleh Santiago Orozco dapat diakses di *website* www.1001freefonts.com.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu aspek terpenting dalam perancangan media informasi ini, oleh karna itu ilustrasi – ilustrasi yang dibuat pada perancangan ini adalah point yang paling penting didalam menyampaikan informasi. Penggambaran ilustrasi yang digunakan dalam perancangan menggunakan beberapa referensi sebagai acuan dalam pembuatan ilustrasi karakter dan juga aspek lainnya yang terdapat pada media informasi ini.



Gambar III.10 Referensi visual lonely planet Dinosaurs

Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/e8abf055276255.597e3e72e4fde.jpg
(diakses 10/06/2019)

III.3.4.1 Studi Karakter

Konsep penggambaran karakter pada media ini diambil dari beberapa sumber-sumber referensi dari visualisasi yang telah ada sebelumnya. Referensi karakter diambil dari beberapa ilustrasi yang terdapat pada buku yang berkaitan dengan Tyrannosaurus Rex. Visualisasi diambil dari beberapa referensi penggambaran berikut :



Gambar III.11 Referensi visual Tyrannosaurus Rex

Sumber: <https://cff2.earth.com/uploads/2017/12/29144227/Documentary-reveals-what-the-Tyrannosaurus-Rex-really-looked-like.png>
(diakses 10/06/2019)



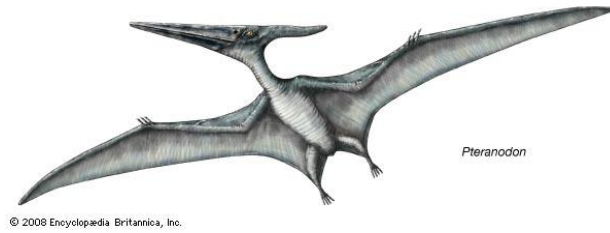
Gambar III.12 Karakter Tyrannosaurus Rex
Sumber: Dokumentasi Pribadi



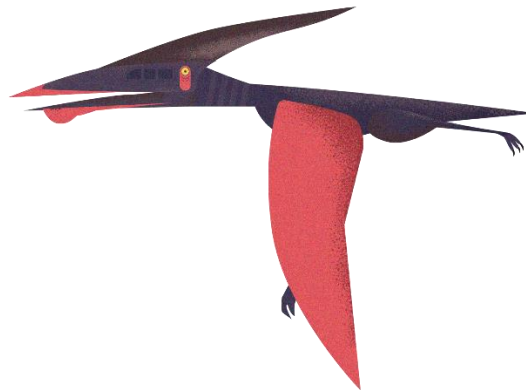
Gambar III.13 Referensi visual Carnotaurus
Sumber: http://images.dinosaurpictures.org/carnotaurus_355f.jpg
(diakses 10/06/2019)



Gambar III.14 Karakter Carnotaurus
Sumber: Dokumentasi Pribadi



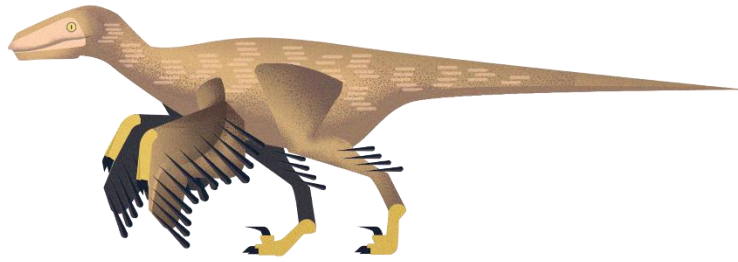
Gambar III.15 Referensi visual Pteranodon
Sumber: <https://cdn.britannica.com/09/125109-004-D9F8B512.jpg>
(diakses 10/06/2019)



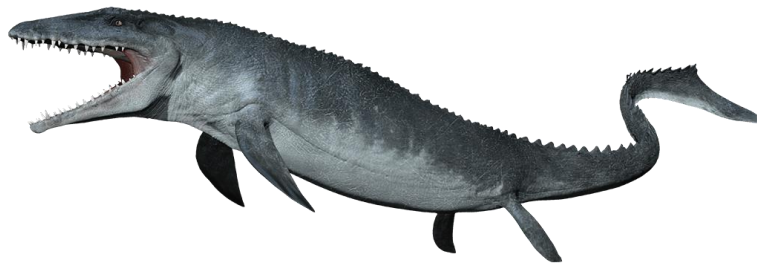
Gambar III.16 Karakter Pteranodon
Sumber: Dokumentasi Pribadi



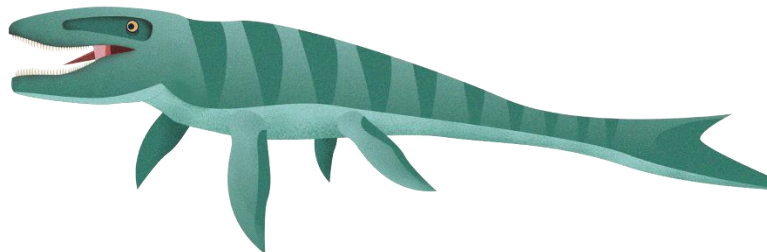
Gambar III.17 Referensi Visual Velociraptor
Sumber:
https://vignette.wikia.nocookie.net/dinosaurs/images/e/ee/Fred_Wierum_Velociraptor.png/revision/latest?cb=20180128015855
(diakses 10/06/2019)



Gambar III.18 Karakter Velociraptor
Sumber: Dokumentasi Pribadi.



Gambar III.19 Referensi Visual Mosasaurus
Sumber: <https://vignette.wikia.nocookie.net/jurassicpark/images/7/72/Mosasaurus-detail-header.png/revision/latest?cb=20141230042852>
(diakses 10/06/2019)



Gambar III.20 Karakter Mosasaurus
Sumber: Dokumentasi Pribadi.

III.3.4.2 Studi Latar

Sama halnya dengan karakter, pemilihan latar dipilih berdasarkan rentang alur waktu cerita yang ditampilkan pada media ini. Alur cerita yang ada yaitu pada masa kehidupan Tyrannosaurus Rex di zaman Mesozoikum. Maka dari itu ada beberapa tempat yang menjadi latar dimana habitat Tyrannosaurus Rex hidup. Berikut gambaran latar tempat yang divisualisasikan oleh salahsatu buku tentang Dinosaurus :



Gambar III.21 Referensi visual Latar tempat zaman Mesozoikum
Sumber: <https://cdn.britannica.com/09/125109-004-D9F8B512.jpg>
(diakses 10/06/2019)



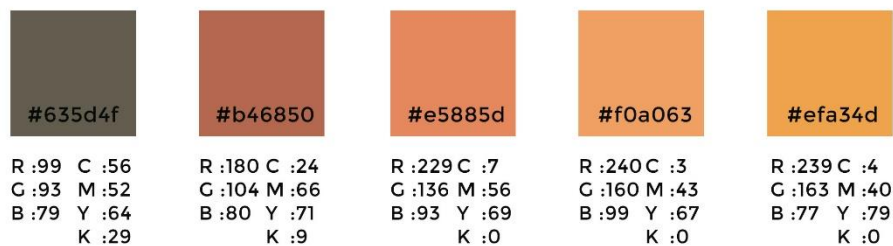
Gambar III.22 Visual Pepohonan Periode Kretaseus
Sumber: Dokumentasi Pribadi



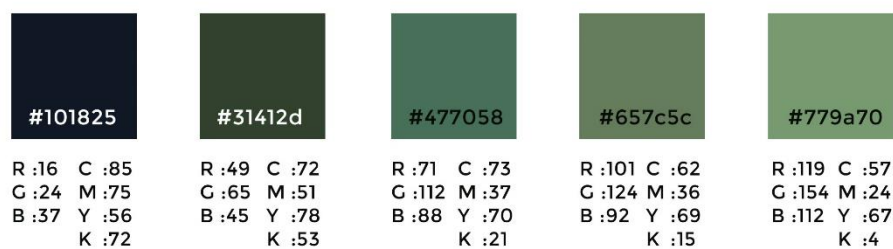
Gambar III.23 Semak dan Tanaman Perode Kretaseus
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.5 Warna

Warna dapat membangun nuansa dan kesan yang akan ditampilkan kepada audiens. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, menggambarkan citra, dan lainnya (Anggraini & Nathalia, 2018, h.37). Dalam media ini penggunaan warna yang digunakan didalamnya adalah dengan menggunakan warna lembut yang diambil dari beberapa warna dominan dari hutan dan alam Mesozikum. Selain itu, untuk penggunaan warna Dinosaurus mengambil dari beberapa referensi buku yang menggambarkan Dinosaurus. Penggunaan warna tersebut dikarenakan dapat mempresentasikan nuansa alam yang terdapat pada masa dimana Tyrannosaurus Rex hidup. Pada media utama video *motion graphic* format warna yang digunakan adalah RGB (Red, Green, Blue). Format warna tersebut digunakan karena fungsi dari format warna RGB itu sendiri yang merupakan format khusus untuk media digital. Sedangkan pada beberapa media lainnya yang menggunakan media cetak format warna yang digunakan adalah CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key). Format CMYK sendiri dikhususkan untuk penggunaan pada media cetak.



Gambar III.24 Konsep warna untuk Karakter
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.25 Konsep warna untuk Suasana Tempat
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.26 Contoh penggunaan warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.3.6 Audio

Audio merupakan gelombang suara yang dapat didengar oleh indra pendengaran manusia. Pemakaian audio sangat diperlukan dalam pembuatan media informasi ini agar pesan yang akan disampaikan pada visual dapat diperjelas oleh audio. Audio yang akan digunakan terbagi menjadi tiga bagian yang diantaranya, *background music*, narasi, dan *sound effect*. Konsep yang diterapkan pada video animasi *motion graphic* T-Rex *King of Cretaceous* harus sesuai dengan temanya. Maka dari itu audio yang digunakan harus terdengar mengemuka dan terkesan gagah karena menggambarkan T-rex sebagai raja *Cretaceous*.

- *Background music*

Background music pada media ini digunakan sebagai ilustrasi. Musik ilustrasi adalah musik yang berfungsi sebagai pengiring untuk mempertegas, menambah daya tarik, dan juga agar mendapatkan efek dramatis dari suatu peristiwa (Semedhi, 2011, h.77). Pada perancangan media ini pemilihan *background music* telah ditentukan dalam pendekatan audio yang menggunakan musik jenis *orchestra* instrumental. Untuk *background music* yang digunakan merupakan musik instrumental yang berjudul “*Ascent*” oleh Josh Leake. Pemilihan lagi ini dikarenakan lagu ini

dapat memberikan nuansa alam yang kuat. Lagu “*Ascent*” ini memiliki lisensi for *commercial use* dan dapat diakses melalui *website* Artlist.io

- *Voice over*

Voice over meruakan suara manusia yang membantu menjelaskan cerita yang ada pada sebuah video. Pada video *motion graphic* T-Rex King of *Cretaceous*, narasi bertujuan untuk membantu menjelaskan keadaan yang sedang ditampilkan oleh visual. *Voice over* menggunakan suara seorang laki-laki, hal ini dikarenakan laki-laki dinilai dapat memberikan kesan gagah yang terdapat pada T-Rex. Nada yang digunakan menggunakan nada ekspositoris, yaitu gaya yang memaparkan, memperjelas suatu informasi dengan detail.

- *Sound Effect*

Sound effect merupakan suara ambien yang mendukung suasana yang digambarkan oleh visual agar terkesan lebih nyata. Pada video *motion graphic* T-Rex King of *Cretaceous*, *effect* suara yang digunakan tidak terlalu banyak karena lebih banyak diisi oleh *background music* dan narasi. *Sound effect* yang digunakan antara lain seperti, suara ambien hutan, suara ambien angin, suara lautan, suara gemuruh, dansuara Dinosaurus. *Sound effect* tersebut memiliki lisensi for *commercial use* dan dapat diakses pada *website* freesound.org.