

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Sebelum media komunikasi ini dibuat untuk melakukan perancangan, khalayak sasaran digunakan untuk menentukan target yang tepat agar informasi dapat diterima dengan baik dan efektif kepada target. Khalayak sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan sebuah kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi.

- **Demografis**

Demografis merupakan kondisi khalayak sasaran dimana khalayak sasaran tinggal atau menetap dengan dibagi menjadi segmentasi seperti sasaran target, jenis kelamin dari target, usia target, jenjang pendidikan target, status ekonomi target, target primer dan target sekunder, yang pada perancangan ini demografis akan disesuaikan :

- Sasaran : Remaja
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : 15 - 20 Tahun
- Pendidikan : SMA - Kuliah
- Pekerjaan : Siswa - Mahasiswa
- Status Ekonomi : Menengah Bawah - Menengah Atas
- Target Primer : Penikmat *beatbox*
- Target Sekunder : Remaja di Indonesia

Khalayak sasaran perancangan ini ditujukan untuk remaja berusia 15 – 20 tahun, dikarenakan pada usia-usia tersebut manusia memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan mempunyai kemauan untuk mencoba hal baru untuk dilakukannya.

- **Geografis**

Geografis merupakan wilayah dari Khalayak yang pada perancangan ini geografis disesuaikan dengan target seperti pada perancangan ini geografis yang akan

ditentukan adalah wilayah atau kota dimana khalayak tinggal tempat dan iklim pada wilayah tersebut diantaranya adalah sebagai berikut.

- Wilayah : Kota Bandung
- Tempat : Urban
- Iklim : Tropis

Khalayak sasaran perancangan ini ditentukan pada lokasi geografis yang berdomisili di kota Bandung dikarenakan Bandung Beatbox merupakan komunitas yang berasal dari kota Bandung dan perancangan inipun dilakukan dan dikerjakan di wilayah kota Bandung.

- **Psikografis**

Pada masa remaja menurut Maentiningasih (2008) manusia akan mencari jati dirinya untuk menjadi penentu dimasa dewasa nanti dan pada masa itu pun manusia lebih ingin memiliki wawasan yang sama dengan manusia dewasa. Hal tersebut menunjukkan bahwa remaja yang menjadi khalayak sasaran akan lebih mudah untuk menerima informasi yang diberikan untuk menambah wawasannya mengenai komunitas Bandung Beatbox, dan diharapkan khalayak sasaran tersebut dapat mencari jati dirinya dengan hal positif untuk memulai meminati *beatbox*.

III.1.2 Consumer Journey

Untuk mencapai dan menentukan komunikasi yang baik, maka *consumer journey* yang menjadi patokan dari media yang akan dibuat, dengan mengetahui semua aktifitas dari khalayak sasaran proses komunikasi akan lebih mudah dan efektif kepada khalayak sasaran remaja berusia 15- 20 tahun yang bisanya berstatus sebagai pelajar siswa.

Tabel III.1 *Consumer Journey* Siswa
Sumber: Data Pribadi

Suasana	Jam	Kegiatan	Tempat	Point Of Contact
Pagi	05.00	Bangun tidur	Kamar tidur	Jam, gawai, kalender

	05.15	Mandi	Kamar mandi	Alat mandi
	05.30	Berpakaian	Kamar tidur	Pakaian, aksesoris,
	06.00	Sarapan	Ruang makan	Mug, botol minum
	06.15	Berangkat sekolah	Jalan raya	Gantungan kunci, poster, billboard, stiker, topi, <i>bandana</i> , jaket
	06.45	Belajar	Sekolahan	Buku catatan, alat tulis,
Siang	12.00	Istirahat, makan siang, bermain gawai	Kantin, taman	Tempat makan, botol minum, stiker, iklan sosial media,
	13.00	Belajar	Sekolahan	Buku catatan, alat tulis,
Sore	14.30	Bermain dengan teman, jalan jalan	Taman, mall	Stiker, poster, <i>case</i> gawai, baju, topi, kupluk, <i>bandana</i> aksesoris, poster, <i>case mic</i>
	16.00	Pulang	Jalan raya	Gantungan kunci, poster, billboard, stiker
	16.30	Bersantai, bermain gawai	Ruang tv	Poster sosial media, kalender, jam dinding,
	17.00	Mandi	Kamar mandi	Peralatan mandi
	17.30	Berpakaian	Kamar tidur	Jam dinding, gawai kalender, pakaian, aksesoris,
	18.00	Makan malam	Ruang makan	Mug, tempat makan, botol minum,

Malam	18.20	Bersantai, bermain gawai,	Kamar tidur	Kalender, iklan sosial media,
	19.00	Belajar, mengerjakan tugas	Kamar tidur	Buku catatan
	20.00	Bermain gawai, mendengarkan musik	Kamar tidur	Iklan sosial media,
	21.00	Tidur	Kamar tidur	Gawai, kalender, jam dinding

Point of contact pada umumnya disaat khalayak sasaran sedang beraktifitas dalam kesehariannya seperti sedang belajar bermain ataupun sedang beristirahat yang memungkinkan khalayak sasaran dapat memakai ataupun melihat *point of contact* seperti contohnya adalah gawai, baju, topi dan lainnya, selain itu media yang dilihat atau dipakai oleh khalayak dapat juga menjadi penunjang atau suatu kebutuhan hobi dari khalayak sasaran.

III.1.3 Consumer Insight

Consumer insight merupakan proses untuk memahami keinginannya Khalayak dengan melalui analisa yang sesuai dengan suasana hati Khalayak, yang akan memicu terhadap tindakan khalayak yang pada perancangan ini *consumer insight* sebagai berikut :

- Berkumpul
Masyarakat yang tertarik dengan *beatbox* yang berkumpul untuk bertukar fikiran mengenai teknik bermain *beatbox* dengan baik dan benar.
- Unik
Masyarakat yang menyukai *beatbox* karena keunikan dari bermain *beatbox* menjadi ketertarikan terhadap sebagian orang.
- *Hip hop*
Masyarakat yang menyukai musik jenis *hip hop* yang mengetahui *beatbox*.

- Mulut

Beatbox merupakan seni olah fokal yang menggunakan alat ucap manusia yaitu mulut.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan dalam pembuatan perancangan media komunikasi komunitas Bandung Beatbox yakni dengan memberikan akses informasi berupa video profil yang berisikan seluruh informasi dari Bandung Beatbox, agar khalayak sasaran dapat menerima informasi dari komunitas Bandung Beatbox dengan baik dan efisien berdasarkan riset dan analisis yang sudah dilakukan, diantaranya informasi yang akan disampaikan mengenai sejarah, kegiatan, penghargaan dan testimoni dari anggota komunitas Bandung Beatbox.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah memberikan suatu informasi terhadap individu atau sebagai bentuk pertolongan kepada orang lain, memberikan nasihat atau motivasi dalam mencapai tujuan, selain itu tujuan komunikasi digunakan untuk menyelesaikan masalah, membuat suatu keputusan dan mengevaluasi perilaku secara efektif (Dan B. Curtis Dalam *Interpersonal Skill*, 2014, h.8). Maka tujuan dari komunikasi dalam perancangan media informasi komunitas Bandung Beatbox ini, bertujuan untuk membantu ataupun memberikan informasi kepada penikmat *beatbox* mengenai sejarah singkat, kegiatan dan penghargaan yang sudah diraih oleh Bandung Beatbox agar penikmat dari *beatbox* dapat menambah wawasannya terkait dengan informasi komunitas *beatbox* yang ada di Bandung.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menyampaikan suatu informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan beberapa cara seperti pendekatan visual yang berbentuk gambar yang ditangkap oleh mata manusia, pendekatan verbal merupakan komunikasi

berbentuk lisan atau pun tulisan dan komunikasi pendekatan audio yang didefinisikan sebagai bunyi untuk mendukung proses komunikasi.

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang dilakukan untuk proses komunikasi mengenai komunitas Bandung Beatbox digunakan dengan jenis audio visual yang menggambarkan identitas atau profil dari komunitas Bandung Beatbox. Herry (seperti dikutip Dhitya, 2016) visual sendiri merupakan sebuah media yang hanya bisa dilihat dengan indra penglihatan manusia yaitu mata. Hal tersebut dapat memudahkan khalayak sasaran untuk mengetahui informasi mengenai komunitas Bandung Beatbox dengan hanya melihat dan mendengarkan informasi yang disampaikan melalui audio visual dari video profil komunitas Bandung Beatbox yang menggunakan beberapa elemen visual yaitu :

- Teks digunakan untuk memperkuat pesan yang disampaikan dengan tulisan yang menggunakan beberapa gaya dan warna, dalam bahasa Indonesia.
- Gambar yang digunakan berupa foto yang disesuaikan dengan informasi yang disampaikan
- Video digunakan untuk menyampaikan pesan atau menggambarkan adegan seputar informasi yang disampaikan
- Video efek digunakan untuk menambahkan suatu pendukung dari video dengan mengubah warna dari video dan menambahkan transisi pada video yang dibuat.
- Elemen pendukung ditambahkan kedalam video yang dibuat agar video tersebut lebih menarik untuk dilihat dan menambah suatu kesan pada video yang dibuat.

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Komunikasi verbal digunakan untuk mendukung penyampaian suatu informasi, komunikasi verbal sendiri merupakan suatu bahasa yang didefinisikan sebagai

simbol untuk digunakan dengan aturan tertentu dalam berkomunikasi, yang digunakan dan dipahami suatu kelompok (Solihin dan Maulin, 2014, h.43).

Dengan menggunakan bahasa yang dipahami oleh khalayak sasaran komunikasi dalam perancangan informasi menggunakan bahasa Indonesia yang tidak formal dan dimengerti oleh khalayak sasaran, seperti menggunakan bahasa sehari hari yang biasa digunakan oleh khalayak sasaran,

III.2.2.3 Pendekatan Audio

Audio merupakan suatu bunyi yang berbentuk digital, seperti contohnya adalah musik, narasi dan lainnya yang biasanya didengar untuk menjadi suara latar penyampaian pesan dari suatu emosi yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi tertentu (Munir, 2015, h.18).

Maka dari itu komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran akan menggunakan audio berupa narasi yang menggunakan bahasa sehari hari dan berisikan mengenai komunitas Bandung Beatbox yang diiringi dengan lagu serta instrumen dan disesuaikan dengan pesan yang disampaikan untuk lebih memunculkan kesan dari pesan yang disampaikan dan mudah untuk dipahami oleh Khalayak sasaran.

III.2.3 Mandatory

Dalam perancangan informasi mengenai komunitas Bandung Beatbox ini akan *dimandatory* oleh komunitas Bandung Beatbox yang dimana Bandung Beatbox sangat berperan penting dalam memberikan data-data untuk dibuatkannya video profil dari komunitas Bandung Beatbox, dalam video profil tersebut berisikan semua informasi mengenai komunitas Bandung Beatbox, hal tersebutlah mengapa Bandung Beatbox terpilih menjadi *mandatory* yang memiliki wewenang mengenai perancangan informasi ini.



Gambar III.1 *Mandatory*
Sumber: Data Pribadi

III.2.4 Materi Pesan

Dalam perancangan media komunikasi terdapat beberapa pesan yang akan disampaikan mengenai informasi yang diberikan kepada Khalayak sasaran diantaranya yaitu :

1. Sejarah adanya *beatbox* di Bandung dan awal mula dibentuknya Bandung Beatbox.
2. Tempat dimana biasanya Bandung Beatbox berkumpul.
3. Kegiatan yang dilakukan oleh Bandung Beatbox.
4. Prestasi yang pernah diraih oleh Bandung Beatbox dan anggotanya.
5. Manfaat yang dirasakan oleh anggota Bandung Beatbox.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan informasi ini menggunakan majas koreksio majas koreksio merupakan suatu majas yang memunculkan sidiran ataupun mengkoreksi perkataan dari kata sebelumnya untuk menarik perhatian dari pendengarnya seperti contohnya pada perancangan ini narasi yang menggunakan majas koreksio adalah:

- Bandung Beatbox tiap hari itu latihan rutin, eh tiap hari tiap minggu

- Dari Bandung itu perwakilan Indonesia itu ada 2 saya sama Lukman, cuman lukman tidak adakan ?
- Kita di Balai kota Latihan sampai diusir satpam, sampai selesai

Selain majas koreksio majas lain pun digunaka seperti majas pleonasme merupakan majas yang pada penyampaianya ada kalimat yang diulang untuk menegaskan suatu informasi yang disampaikan contoh dari majas pleonasme yaitu:

- Rutinitas mingguan Bandung Beatbox punya kegiatan setiap minggunya, tepatnya di balai kota Bandung pada Jam 15.00
- Bandung Beatbox memecahin rekor, kita membuat rekor dengan 17 *beatboxer* ft *DJ, drumert*, seruling sama penyanyi

Majas tersebut digunakan untuk membangun kesan terhadap khalayak, dengan menggunakan bahasa Indonesia yang tidak formal atau bahasa gaul penyampaian informasi akan lebih bersahabat dengan remaja untuk memberikan kesan bahwa komunitas Bandung Beatbox adalah komunitas yang bersahabat dan menyenangkan sehingga video profil ini lebih bisa diterima dan tidak begitu membosankan untuk khalayak sasaran.

III.2.6 Strategi Kreatif

Startegi kreatif dalam perancangan ini meliputi beberapa aspek seperti *copywriting*, *storyline*, *storyboard*, visualisasi.

- *Copywriting*
Copywriting yang digunakan adalah “Bandung Beatbox” yang bisa diartikan bahwa dalam perancangan ini berisikan mengenai semua informasi mengenai komunitas Bandung Beatbox, selain itu akan ditambahkan juga *copywriting* berupa subtitle dan penambahan nama dari narasumber yang ada.
- *Storyline*
Video profil komunitas Bandung Beabox diawali dengan munculnya judul dan menampilkan bangunan atau *icon* dari kota Bandung seperti gedung sate jembatan pasupati, disusul oleh wawancara mengenai Bandung Beatbox oleh ketua komunitas Bandung Beatbox dan anggota dari Bandung Beatbox, yang

dalam isi wawancara tersebut akan diselipkan elemen pendukung untuk memperkuat apa yang dikatakan oleh narasumber untuk menyampaikan informasi.

Tabel III.3 *Storyline*
Sumber: Data Pribadi

No	Skenario	Skrip Video	Skrip audio
1	Pengertian Bandung Beatbox	Menunjukkan <i>icon</i> bangunan dari kota Bandung dan aktifitas komunitas Bandung Beatbox yang sedang latihan	Bandung Beatbox merupakan komunitas <i>beatbox</i> yang berada di kota Bandung atau tepatnya untuk menaungi atau mewadahi para <i>beatboxer</i> yang ingin lebih mendalami tentang <i>beatbox</i>
2	Judul	Text Bandung Beatbox muncul dengan efek <i>mask</i> area dengan <i>background</i> yang disamarkan	
3	Bandung Beatbox menurut anggota	Anggota dari Bandung Beatbox berbicara dan ditambah dengan anggota yang sedang bermain <i>beatbox</i> bersama temanya	Bagi saya Bandung Beatbox itu sudah menjadi satu perkumpulan baru buat saya
4	Bandung Beatbox menurut anggota	Anggota dari Bandung Beatbox berbicara dan ditambah dengan anggota yang sedang	Bagi saya Bandung Beatbox merupakan rumah kedua saya, kalo saya tidak ada kegiatan saya sering berlatih

		bermain beatbox bersama temanya	dengan Bandung Beatbox di balkot
5	<i>Beatbox</i> jemming komunitas Bandung Beatbox	Dokumentasi dari anggota komunitas Bandung Beatbox jemming <i>beatbox</i>	
6	Membahas mengenai kegiatan rutin komunitas Bandung Beatbox	Ketua Bandung Beatbox menyampaikan informasi kegiatan dari komunitas Bandung Beatbox, dan aktifitas anggota komunitas Bandung Beatbox saat berlatih di balai kota	Untuk kegiatan mingguan komunitas Bandung Beatbox melaksanakan pertemuan atau latihan di balai kota Bandung itu setiap hari sabtu jam 3 sore
7	Membahas mengenai kegiatan rutin komunitas Bandung Beatbox	Ketua Bandung Beatbox menyampaikan informasi kegiatan dari komunitas Bandung Beatbox, dan aktifitas anggota komunitas Bandung Beatbox saat berlatih di studio	Untuk kegiatan sesi bulanan komunitas Bandung Beatbox melakukan kegiatan di studio tempatnya di studio Aru, biasanya di studio kegiatannya adalah untuk berlatih untuk memegang atau menguasai teknik dan instrumen, kegiatan distudi sendiri biasanya komunitas Bandung Beatbox mengadakan simulasi <i>beatbox battle</i> ada <i>one on one</i> dan <i>tag team</i> biasanya dilakukan untuk

			mencari tahu siapa yang lebih jago dan berkembang dalam bermain <i>beatbox</i>
8	Membahas mengenai kegiatan rutin komunitas Bandung Beatbox	Ketua Bandung Beatbox menyampaikan kegiatan dari komunitas Bandung Beatbox, dan dokumentasi kegiatan Bandung Beatbox Battle,	kegiatan tahunan Bandung Beatbox biasanya mengadakan Bandung Beatbox Battle Under 18 dan Bandung Beatbox Battle, Bandung Beatbox Battle sendiri sudah diselenggarakan semenjak tahun 2014 dan yang terakhir itu tahun 2017, dari acara Bandung Beatbox Battle tiap tahun itu berbeda, tapi pada tahun 2017 kategorinya sendiri itu <i>one on one</i> , <i>tag team</i> , dan <i>looptation</i>
9	<i>Beatbox battle</i> komunitas Bandung Beatbox	Dokumentasi anggota dari komunitas Bandung Beatbox mengikuti <i>beatbox battle</i>	
10	Membahas mengenai prestasi dari Bandung Beatbox dan anggotanya	Ketua Bandung Beatbox menyampaikan informasi mengenai prestasi dari Bandung Beatbox	Untuk prestasi dari anggota dan Bandung Beatbox itu banyak tapi contohnya itu Bandung Beatbox pernah mendapatkan penghargaan atau rekor

			pada tanggal 17 agustus tahun 2017 jam 17.00 dengan kategori 17 <i>beatboxer</i> bermain dengan 17 <i>drumer</i> , penyanyi, DJ, seruling
11	Prestasi dari salah satu anggota Bandung Beatbox	Anggota komunitas Bandung Beatbox bercerita mengenai prestasinya	Dari seringnya berlatih dengan Bandung Beatbox saya mendapatkan ilmu baru dan bisa memakai ilmu tersebut pada <i>beatbox battle</i> dan saya sendiri pernah juara satu di Sumedang Beatbox Battle
12	Lagu Bandung Beatbox	Dokumentasi komunitas Bandung Beatbox	
13	Suka cita dari komunitas Bandung Beatbox	Ketua Bandung Beatbox bercerita mengenai suka cita komunitas Bandung Beatbox	Disesuaikan dengan apa yang dikatakan oleh ketua Bandung Beatbox
14	Pengalaman dari anggota komunitas Bandung Beatbox yang mengikuti kejuaraan internasional	Ketua Bandung Beatbox menyampaikan informasi mengenai pengalaman dari anggota Bandung Beatbox dan ditambah dengan dokumentasi kejuaraan <i>beatbox</i>	dari anggota Bandung Beatbox pada tahun 2016 pernah mewakili Indonesai yang menjadi perwakilan Indonesia itu sendiri ada 7 orang 2 diantaranya anggota dari Bandung Beatbox .

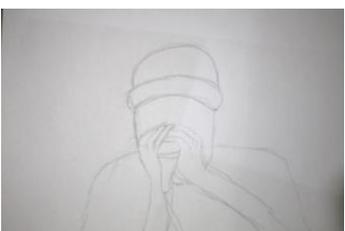
		<i>battle</i> skala internasional	
15	Membahas mengenai kejuaraan nasional yang diikuti oleh <i>beatboxer</i> Indonesia	Dokumentasi salah satu <i>beatboxer</i> Indonesia yang mengikuti <i>beatbox battle</i> berkelas internasional	dari 7 orang yang mewakili Indonesia, Indonesia menjadi semakin sering untuk berpartisipasi diajang internasional lainnya
16	Mengenai Bandung Beatbox dimata anggotanya	Ketua Bandung Beatbox mewakili anggotanya menyampaikan mengenai Bandung Beatbox dimata anggotanya	Bagi kami Bandung Beatbox itu sudah menjadi keluarga sendiri hampir tiap minggu ketemu bahkan ada yang bisa tiap hari dan tiap minggu juga bisa ketemu dan berlatih, dimanapun kita berada kita tetap latihan.
17	Informasi untuk <i>beatboxer</i> yang ingin bergabung dengan Bandung Beatbox	ketua Bandung Beatbox menyampaikan informasi untuk para <i>beatboxer</i> yang ingin bergabung dengan komunitas Bandung Beatbox	Untuk <i>beatboxer</i> yang ingin bergabung, Bandung Beatbox tiap minggu latihan rutin tepatnya hari sabtu jam 3 sore dibalai kota Bandung dan untuk info lebih lanjutnya bisa langsung tanya di Instagram Bandung Beatbox

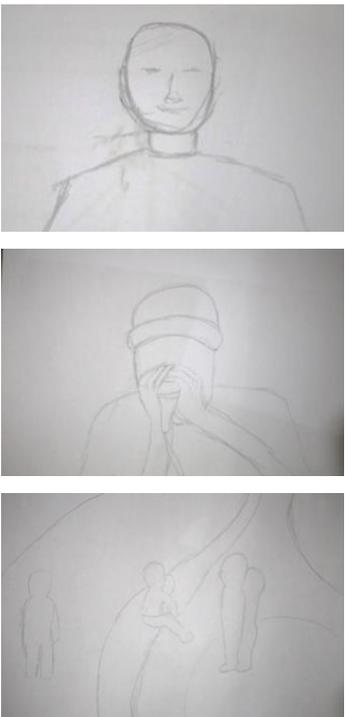
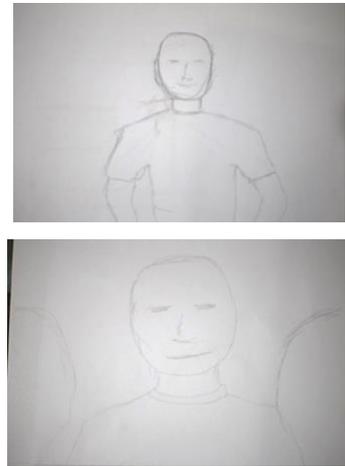
- *Storyboard*

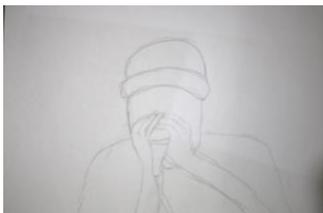
Storyboard merupakan bagian dari pembuatan sebuah video yang dapat menjadi acuan dari sebuah narasi atau *storyline*. Pada perancangan ini *storyboard* akan disesuaikan dengan *storyline* yang sudah dibuat namun ada kemungkinan pada proses di lapangan *storyboard* yang sudah dibuat akan berbeda dengan hasil akhir, berikut merupakan *storyboard* pada perancangan ini.

Tabel III.4 *Storyboard*
Sumber: Data Pribadi

	Gambar	<i>Shot Size</i>	Angle	Durasi	Subject
1		<i>Extra long shot</i>	<i>Low angle</i>	15 detik	Gedung Sate, jembatan pasupati dan Bandung Beatbox yang sedang berkumpul
2		<i>Extra long shot,</i>	<i>Eye angle</i>	5 detik	Gedung sate
3		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level,</i>	7 detik	Anggota Bandung Beatbox,

4		<i>Close up</i>	<i>Eye level,</i>	15 detik	Anggota Bandung Beatbox,
5		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level</i>	15 detik	Anggota Bandung Beatbox
6		<i>Medium shot, cut in shot, cut away shot</i>	<i>Eye level,</i>	1.5 menit	Ketua Bandung Beatbox, anggota Bandung Beatbox, balai kota Bandung

7		<i>Medium shot, cut in shot, cut away shot</i>	<i>Eye level,</i>	1.5 menit	Ketua Bandung Beatbox, anggota Bandung Beatbox
8		<i>Medium shot, cut in shot, cut away shot</i>	<i>Eye level,</i>	1.5 menit	Ketua Bandung Beatbox, anggota Bandung Beatbox
9		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level</i>	15 detik	Anggota Bandung Beatbox

10		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level</i>	15 detik	Anggota Bandung Beatbox
11		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye Level</i>	15 detik	Ketua Bandung Beatbox
12		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level</i>	15 detik	Anggota Bandung Beatbox
13		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level</i>	15 detik	Anggota Bandung Beatbox
14		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye Level</i>	15 detik	Ketua Bandung Beatbox
15		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level</i>	15 detik	Ketua Bandung Beatbox
16		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level</i>	15 detik	Ketua Bandung Beatbox

17		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level</i>	15 detik	Anggota Bandung Beatbox
18		<i>Medium shot,</i>	<i>Eye level</i>	15 Detik	Ketua Bandung Beatbox

- Visualisasi

Visualisasi yang akan digunakan dalam perancangan ini akan menggunakan visual yang berbentuk video digital dengan format MPEG4 atau yang biasa dikenal dengan MP4 dengan ukuran video 1280x720. Selain itu video tersebut akan melalui proses digitalisasi untuk ditambahkan suara latar, pengisi suara yang akan diambil dari suara yang disampaikan oleh narasumber, efek suara, tipografi dan elemen visual lainnya.

Pada tahap digitalisasi pun akan dilakukannya proses pengoreksian warna pada video, untuk memberikan warna yang seirama dengan pesan yang disampaikan dan memunculkan kesan pada video tersebut, dengan cara mengubah *contrast*, *sharpness*, *saturation*, dan *color tone* yang disesuaikan dengan konsep awal.

III.2.7 Strategi Media

Pada permasalahan yang ada dalam hal ini pemilihan media akan dibuat untuk solusi dari permasalahan yang ada dengan dibuatnya video profil dari komunitas Bandung Beatbox sebagai media utama, dan didukung oleh beberapa media lainnya atau media pendukung.

1. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah media video profil, video atau bisa disebut

dengan audio visual merupakan sebuah media digital yang berisikan beberapa rangkaian gambar yang disusun menjadi satu kesatuan, sedangkan video profil merupakan sebuah sarana informasi atau promosi yang berisikan representasi dari suatu kelompok. Dengan menggunakan media video target lebih mudah memahami pesan yang disampaikan selain itu Bandung Beatbox pun memang belum memiliki video profil yang dapat diakses oleh khalayak untuk mencari tahu informasi mengenai komunitas Bandung Beatbox, Waluya (2006) media video merupakan media yang dapat dengan mudah 94% dipahami atau diterima pesan dan informasi yang disampaikan kedalam jiwa manusia, selain itu video profil pun mudah diakses oleh khalayak yang dikarenakan khalayak pada kesehariannya tidak lepas dari menggunakan gawai untuk mengakses informasi audio maupun visual.

Media utama sendiri meliputi semua informasi mengenai komunitas Bandung Beatbox serta akan ditambahkan juga beberapa elemen pendukung untuk memperkuat informasi yang disampaikan dan berikut merupakan rancangan tayangan video.

1. Video memiliki durasi kurang lebih 8 menit yang mencakup informasi dari Bandung Beatbox.
2. Video menggunakan narasi yang disesuaikan dengan *storyline*.
3. Bahasa pada video akan menggunakan bahasa Indonesia tidak formal.
4. Video akan didominasi efek transisi agar lebih menarik.
5. Video akan ditambahkan elemen visual seperti *motion graphic*.

2. Media Pendukung

Media pendukung dibuat untuk mendukung media utama jauh lebih dikenal luas atau dapat dikatakan juga sebagai penarik minat bagi orang yang ingin mengetahui informasi mengenai komunitas Bandung Beatbox, dari media pendukung khalayak dapat langsung mengakses media utama dengan adanya kode QR dan *link* yang akan ditampilkan dari beberapa media pendukung

- *Teaser*

Teaser video merupakan sebuah cuplikan singkat dari sebuah video oleh

karena itu *teaser* digunakan sebagai cuplikan singkat dari video profil Bandung Beatbox.

- Video *instastory*

Instastory dibuat untuk memberi tahu rilis video profil komunitas Bandung Beatbox, yang nantinya dari video *instastory* tersebut akan diberikan *link* untuk mengakses video profil

- Konten Instagram

Konten Instagram dibuat untuk mendukung media utama yang nantinya akan diunggah bersamaan dengan video *teaser* untuk memberikan tata letak yang pas ketika diunggah di Instagram dan akan diberikan akses *link* untuk mengakses media utama

- *Merchandise*

1. *T-Shirt*

T-Shirt merupakan suatu media pendukung yang digunakan khalayak sasaran dalam sehari-hari dan dapat menjadi pengingat akan media utama, yang nantinya pada *t-shirt* tersebut akan ditambahkan kode QR untuk mengakses media utama.

2. *Case mic*

Case mic merupakan sebuah media yang biasanya dipakai dan bermanfaat untuk menjadi pelindung dari sebuah *mic*, yang biasanya *mic* digunakan untuk pendukung dari permainan *beatbox*, selain itu khalayak pun dapat mengakses media utama melalui *case mic* tersebut dikarenakan pada *case mic* tersebut akan ditambahkan kode QR untuk khalayak dapat mengakses media utama.

3. Stiker

Stiker dibuat untuk menjadi pengingat dari media utama yang biasanya khalayak dapat menempelkannya dibagian bagian tertentu seperti ditempelkan dibagian mikrofon atau pun lainnya.

4. Topi

Topi dibuat untuk menjadi ciri atau identitas diri dari seseorang yang akan mengingatkan pada media utama ketika khalayak memakainya.

5. *Hoodie*

Hoodie merupakan suatu media pendukung yang digunakan khalayak sasaran dalam sehari-hari dan dapat menjadi pengingat akan media utama, yang nantinya pada *hoodie* tersebut akan ditambahkan kode QR untuk mengakses media utama.

6. *Bandana*

Bandana dibuat untuk menjadi ciri atau identitas diri dari seseorang yang akan mengingatkan pada media utama ketika khalayak memakainya.

7. Kalung

Kalung dibuat untuk menjadi ciri atau identitas diri dari seseorang yang akan mengingatkan pada media utama ketika khalayak memakainya.

8. Gantunagn kunci

Gantungan kunci dibuat untuk menjadi ciri atau identitas diri dari seseorang yang akan mengingatkan pada media utama ketika khalayak memakainya.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi Distribusi merupakan cara untuk mengatur waktu dan tempat untuk mempermudah penyampaian suatu media dan penyampaian media tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu dengan menyebarkannya secara *online* dan *offline*. *Online* sendiri meliputi penyebaran menggunakan media sosial atau pun media *online* lainnya dan *offline* sendiri merupakan penyebaran secara langsung tanpa menggunakan media elektronik seperti pada acara atau kegiatan yang dilakukan oleh Bandung Beatbox.

Tabel III.5 Waktu
Sumber: Data Pribadi

Media	Waktu											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des

Video profil												
Teaser												
Video instastory												
Konten Insagram												
<i>T-Shirt</i>												
<i>Case mic</i>												
Stiker												
Topi												
<i>Hoodie</i>												
Bandana												
Kalung												
Gantungan kunci												

Tabel III.6 Distribusi
Sumber: Data Pribadi

Media	Distribusi
Video profil	Video profil didistribusikan di akun Youtube Bandung Beatbox
Teaser	Teatser didistribusikan di akun Instagram Bandung Beatbox
Video <i>instastory</i>	Video <i>instasroty</i> didistribusikan untuk memberitahukan video profil yang telah di rilis
Konten Instagram	Konten Instagram didistribusikan di akun Instagram Bandung Beatbox
<i>T-Shirt</i>	<i>T-Shirt</i> didistribusikan di setiap acara yang dilakukan Bandung Beatbox
<i>Case mic</i>	<i>Case mic</i> didistribusikan di setiap acara yang dilakukan Bandung Beatbox

Stiker	Stiker didistribusikan disetiap acara yang dilakukan Bandung Beatbox
Topi	Topi didistribusikan di setiap acara yang dilakukan Bandung Beatbox
<i>Hoodie</i>	<i>Hoodie</i> didistribusikan di setiap acara yang dilakukan Bandung Beatbox
<i>Bandana</i>	<i>Bandana</i> didistribusikan di setiap acara yang dilakukan Bandung Beatbox
Kalung	Kalung didistribusikan di setiap acara yang dilakukan Bandung Beatbox
Gantungan kunci	Gantungan kunci didistribusikan di setiap acara yang dilakukan Bandung Beatbox

III.3 Konsep Visual

Konsep merupakan sebuah sketsa awal pada suatu perancangan yang berisi mengenai ide atau pikiran abstrak untuk dituangkan menjadi sebuah kesatuan pada sebuah penelitian atau karya dan hal tersebut akan dituangkan dalam perancangan video informasi mengenai komunitas Bandung Beatbox diawali dengan awal mula dibentuknya komunitas Bandung Beatbox, kegiatan Bandung Beatbox serta perestasi yang pernah diraih oleh anggota atau pun dari Bandung Beatbox itu sendiri.

III.3.1 Format Desain

Format desain pada video informasi ini akan dibuat dengan format video MPEG4 atau lebih dikenal format video mp4 dengan menggunakan *codec* H.264 yang akan *kompatible* dengan berbagai perangkat media.

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak sendiri merupakan salah satu cara untuk membuat penyajian menjadi lebih menarik untuk dilihat dan menjadi pembeda dari suatu penyajian lainnya

(Ardhanariswari dan Hendariningrum, 2014, h.261). Sehingga tata letak video informasi tersebut akan dibuat semenarik mungkin agar dapat menjadi pembeda dengan video informasi yang lain selain itu tata letakpun akan dibuat sebagai efisiensi durasi pada video dengan aktor yang akan menyampaikan informasi dan ditambahkan visual informasi yang disampaikan, akan membuat khalayak dapat memahami pesan yang disampaikan dengan baik.



Gambar III.2 Tata letak 1

Sumber: <https://www.youtube.com/user/breakoutnet>
(Diakses Pada 13/07/2018)



Gambar III.3 Tata letak 2

Sumber: <https://www.youtube.com/user/breakoutnet>
(Diakses Pada 13/07/2018)



Gambar III.4 Tata letak 3

Sumber: <https://www.youtube.com/user/breakoutnet>
(Diakses Pada 13/07/2018)

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan sebuah elemen visual yang membantu untuk menyampaikan suatu pesan yang sering juga digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi, hal tersebut dapat membantu untuk memudahkan penyampaian informasi kepada khalayak sasaran dengan adanya tipografi sebagai elemen pendukung pada video. Penggunaan tipografi pada judul akan menggunakan jenis *font* jenis *decorative* juga akan digunakan dalam logo *type font* yang digunakan adalah *font Bombing*, *font Bombing* dibuat oleh Qkila dan bisa didapatkan secara gratis, selain itu pada bagian *Subtitle* teks akan digunakan jenis huruf *sans serif* dari Gotham yang dibuat oleh Tobias Frere jones pada tahun 2000 dengan harga legalitas berbayar \$199 dan mendapatkan 4 jenis huruf yaitu Gotham *regular*, Gotham *italic*, Gotham *bold* dan Gotham *bold italic*.



Gotham
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()_+[]\{}|;:'",./<>?

Gambar III.5 Gotham
Sumber: Data Pribadi



BOMBING
QWERTYUOPASDFGHJKLZXCVBNM
12345678890!#\$% *()_+`./:;<>?

Gambar III.6 Bombing
Sumber: Data Pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi pada perancangan ini akan menggunakan ilustrasi berbentuk video yang dapat digunakan untuk menceritakan atau mengilustrasikan sebuah naskah atau narasi yang sudah dibuat untuk informasi komunitas Bandung Beatbox kepada Khalayak sasaran. Video sendiri merupakan sebuah media yang berbentuk audio

dan visual yang dapat dinikmati dengan indra penglihatan atau mata dan indra pendengaran atau telinga (Muchtaro dan Winarno, 2016, h.258).

III.3.4.1 Genre

Pada perancangan video informasi ini akan dibuat sebuah video yang bergenre film dokumenter dengan jenis film dokumenter dokudrama. Dokumenter sendiri merupakan film yang memvisualisasikan kejadian di masa lalu yang melalui video atau film, sedangkan dokudrama adalah salah satu genre dari film dokumenter yang pada penyajiannya melalui perubahan pada lokasi atau pun aktor yang tata sesuai dengan kebutuhan untuk mendukung narasi yang ada.

III.3.4.2 *Sinematic* dan *Naratives video*

Pada perancangan ini pengambilan gambar pun akan disesuaikan dengan unsur *sinematic* pengambilan gambar seperti menggunakan beberapa *shot size* yang ada dan *angle* yang mendukung atau sesuai dengan unsur *sinematic* yang akan disampaikan.

- *Medium shot*

Medium shot merupakan pengambilan gambar dari pingga sampai atas kepala dari suatu objek yang akan memberikan kesan sejajar terhadap orang yang menontonnya dengan menceritakan pesan yang disampaikan seolah olah bertatap muka atau *face to face*.



Gambar III.7 *Medium shot*
Sumber: www.videoblocks.com
(Diakses Pada 13/07/2018)

- *Long Shot*

Long shot merupakan sebuah teknik pengambilan gambar yang menampilkan keseluruhan objek pada sebuah *frame* yang menampilkan unsur untuk menceritakan tempat atau asal dari komunitas Bandung Beatbox.



Gambar III.8 *Long shot*
Sumber: commons.wikimedia.org
(Diakses Pada 13/07/2018)

- *Close up*

Close up merupakan sebuah teknik pengambilan gambar pada video yang menampilkan objek dari bawah bahu sampai kepala dari objek untuk memunculkan kesan atau perasaan ekspresi dari aktor saat menyampaikan pesan.



Gambar III.9 *Close up*
Sumber: studioantelope.com
(Diakses Pada 13/07/2018)

- *Cut in shot*

Cut in shot merupakan sebuah teknik pengambilan gambar pada video yang menampilkan bagian dari objek secara rinci atau jelas untuk memunculkan kesan emosi pada suatu objek.



Gambar III.10 *Cut in shot*
Sumber: www.mediacollege.com
(Diakses Pada 13/07/2018)

III.3.4.3 Aktor

Aktor merupakan pemeran yang mewakili suatu pesan yang akan disampaikan maka dari itu pada perancangan ini akan menggunakan aktor sebagai perantara untuk menyampaikan informasi mengenai komunitas Bandung Beatbox, aktor utama yang akan menyampaikan informasi merupakan ketua dari komunitas Bandung Beatbox yang akan dibedakan properti yang dipakai dengan aktor lainnya agar target dapat fokus terhadap aktor utama pada video profil tersebut.

1. Heakmat Tyar

Hekmat Tyar adalah ketua dari komunitas Bandung Beatbox pada video ini Tyar berperan sebagai narasumber untuk menginformasikan komunitas Bandung Beatbox



Gambar III.11 Tyar
Sumber: Data Pribadi

2. Rizki Angga

Rizki Angga merupakan anggota dari komunitas Bandung Beatbox, pada video ini Rizky berperan untuk menceritakan pengalamannya selama dengan komunitas Bandung Beatbox.



Gambar III.12 Rizki
Sumber: Data Pribadi

3. Fayeز Fatirah

Fayeز Fatirah merupakan anggota dari komunitas Bandung Beatbox, pada video ini Fayeز berperan untuk menceritakan pengalamannya selama dengan komunitas Bandung Beatbox.



Gambar III.13 Fayeز
Sumber: Data Pribad

3. Darren Altaaf

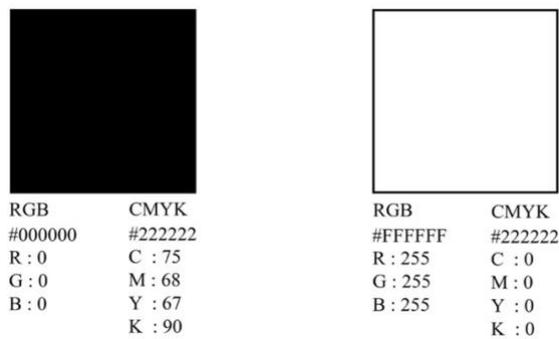
Darren Altaaf merupakan anggota dari komunitas Bandung Beatbox, pada video ini Darren berperan untuk menceritakan pengalamannya selama dengan komunitas Bandung Beatbox.



Gambar III.14 Darren
Sumber: Data Pribad

III.3.5 Warna

Warna merupakan bagian terpenting untuk menimbulkan kesan pada penyampaian informasi, maka dari itu warna yang akan digunakan pada perancangan ini akan difokuskan kepada dua warna yaitu hitam dan putih, dikarenakan warna tersebut sangat identik dengan identitas dari komunitas Bandung Beatbox, hitam sendiri melambangkan sebuah kekuatan, elegan dan misteri sedangkan warna putih memiliki makna suci dan bersih, selain itu perancangan ini akan menggunakan mode warna RGB dengan mede warna RGB putih yaitu #ffffff dan warna hitam #000000



Gambar III.15 Warna
Sumber: Data Pribadi