BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah seseorang atau sekelompok orang sebagai objek utama dalam penyebaran informasi. Dimana khalayak berperan sangat penting sebagai penentu bahwa informasi yang disebarkan dapat diterima dengan baik sesuai khalayak sasaran yang telah ditentukan. Maka dari itu khalayak sasaran dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

III. 1.1 Segmentasi

- **Demografis**

- Sasaran : Remaja
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : 17-23 Tahun
- Pendidikan : SMA dan Mahasiswa
- Kelas Sosial : Kalangan menengah dan kalangan atas
- Target Primer : Remaja dan Pemula

Pemilihan khalayak remaja yang telah di tentukan dari umur 17 tahun yang paling rendah sedangkan 23 tahun untuk umur yang paling tinggi, dimana pemilihan khalayak dominan pada anak SMA dan Mahasiswa karena diusia ini remaja sedang di puncak produktifitas dalam melakukan kegiatan bersepeda.

- **Geografis**

Tempat yang difokuskan diseluruh daerah latihan sepeda *downhill* di Kota Bandung seperti Cikole Lembang dan Patuha Ciwidey, karena ditempat ini para pengguna sepeda *downhill* berkumpul dan latihan.

- **Psikografis**

Remaja (adolescene) adalah masa pertumbuhan atau perubahan dari masa anak-anak menjadi dewasa yang terdiri dari perubahan biologis, emosional, kognitif, dan sosial (santrock, 2003 H. 26). Dimana pada usia 17 tahun seseorang bearada pada masa remaja yang kemudian berkembang dan memasuki tahap pendewasaan pada usia 23 tahun. Pada masa remaja seorang anak akan mengalami fase dimana memiliki rasa penasaran yang tinggi dan rasa ingin mencoba hal baru. Dengan

seiring berjalannya waktu seorang remaja akan mengalami masa pendewasaan baik bentuk tubuh maupun cara berfikir dan bertindak sudah sangat matang. Maka dari itu pada umur ini seseorang dapat menentukan minat yang sesuai dengan yang mereka sukai.

III.1.2 *Consumer Journey*

Cunsumer journey merupakan kegiatan keseharian seseorang dari pagi hari hingga malam hari dimana kegiatan dimulai dari bangun tidur sampai tidur kembali. Berikut *consumer journey* yang sesuia dengan target khalayak:

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

Suasana	**Jam**	**Kegiatan**	**Tempat**	**Point Of Contact**
Pagi	05.00	Bangun Tidur	Kamar Tidur	Jam, Kalender.
	05.15	Mandi	Kamar Mandi	Alat mandi.
	05.30	Berpakaian	Kamar Tidur	Pakaian, Jam Tangan.
	06.00	Sarapan	Ruang Makan	Piring, Botol, Mug.
	06.30	Berangkat Sekolah atau kerja	Jalan Raya	Gantungan kunci, poster, stiker, topi, jaket.
Siang	12.00	Istirahat, makan, bermain	Kantin, taman	Tempat makan, botol minum, stiker, iklan social media.
	13.00	Kerja, Belajar	Ruangan	Stiker, poster, teaser.
Sore	14.00	Bermain, jalan-jalan	Taman, tempat café, *Mall*	*T-shirt*, stiker,
	17.00	pulang	Jalan raya	Stiker, gantungan kunci,

				tote bag.
	17.30	Bersantai, bermain gawai,	rumah	Jam dinding
	18.00	mandi	kamar mandi	*T-shirt.*
	18.30	berpakaian	Kamar tidur	*T-shirt,* jam dinding.
Malam	19.00	Bermain, mendengarkan musik	Kamar tidur	jam dinding, teaser.
	22.00	tidur	Kamar tidur	Jam dinding.

III.1.3 *Consumer Insight*

Consumer insight adalah kegiatan mencari informasi secara mendalam dan menyeluruh berkaitan dengan latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya (Maulana, h.24). Berikut adalah *consumer insight* dalam perancangan media informasi tentang keselamatan bersepeda *downhill,* diantaranya mengenai pengecekan sepeda *downhill* sebelum digunakan, mengenai alat keselamatan yang digunakan saat bersepeda *downhill,* dan teknik yang digunakan saat berada di trek khususnya untuk para pemula.

III.2 Strategi Perancangan

Dalam sebuah penelitian memiliki tujuan demi mencapai target sesuai dengan permasalahan yang terdapat pada latar belakang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut dibutuhkan strategi perancangan yang berhubungan dengan objek permasalahan guna menganalisa dan memberikan solusi yang tepat untuk hasil yang maksimal. Menurut Willia F Glueck (1998) “strategi adalah sebuah tindakan dalam mengambil keputusan yang mengarah pada suatu strategi yang efektif untuk mencapai suatu tujuan” (Erlangga, h.12).

Strategi perancangan yang akan digunakan adalah media informasi dalam bentuk video berisi pesan mengenai keselamatan bersepeda *downhill* mulai dari cara

pengecekan hingga teknik yang digunakan saat di trek. Pesan dikemas dengan sedemikian rupa dimana pesan tersebut mudah dipahami dengan suguhan visual agar mudah dipahami oleh khalayak luas.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menurut Katz dan Robert Kanh tujuan komunikasi adalah penyampaian informasi berupa makna suatu sistem sosial atau organisasi. kegiatan komunikasi tidak hanya tentang penyampaian informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya untuk membentuk suatu makna serta mewujudkan harapannya (Rosadi Ruslan, 2003, h.83)

Adapun tujuan komunikasi dalam video informasi adalah memberikan informasi secara terperinci kepada khalayak sasaran tentang keselamatan sepeda *downhill* yang bertujuan memberikan informasi tentang cara pengecekan sepeda *downhill* sebelum digunakan, alat keselamatan yang harus digunakan saat sedang bersepeda dan teknik yang dilakukan saat berada di trek latihan.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam penyampaian informasi dibutuhkan komunikasi untuk mengisyaratkan suatu informasi yang mudah dimengerti oleh khalayak untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Penyampaian informasi dapat berupa visual dan verbal guna menciptakan efek ketertarikan pada khalayak luas. Dimana khalayak adalah masyarakat yang menggunakan media sebagai sumber pemenuhan kebutuhan bermedia. Pada penelitian ini pendekatan komunikasi menggunakan audio visual dimana informasi mudah di pahami oleh khalayak karena didalamnya terdapat gambar dan suara yang mudah mempengaruhi khalayak.

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual merupakan suatu upaya penyampaian komunikasi dengan menggunakan gambar dan kreatifitas yang dapat menarik perhatian khalayak. Dalam video informasi ini terdapat tata cara persiapan sebelum bersepeda *downhill* yang dikemas secara sederhana guna memudahkan khalayak sasaran dalam menyerap informasi. Berdasarkan KBBI visual adalah sesuatu yang dapat

dilihat dengan mata atau panca indera sedangkan komunikasi visual adalah penyampaian infrormasi atau pesan kepada khalayak dengan menggunakan gambar yang dapat dilihat dengan panca indera. Berikut beberapa elemen yang digunakan pada perancangan media, yaitu :

1. Teks digunakan untuk mempermudah penyampaian pesan dalam video dengan menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa sehari-hari agar mudah dipahami.
2. Gambar bertujuan untuk mempermudah dalam mengetahui bentuk informasi dalam bentuk foto untuk visualisasi tentang alat keselamatan.
3. Video bertujuan untuk penyampaian pesan yang berhubungan dengan video informasi.
4. Video efek bertujuan untuk memberikan efek transisi pada video guna menarik para khalayak sasaran saat melihat video tersebut.

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan secara verbal adalah bentuk komunikasi secara lisan atau tulisan kepada khalayak guna menyampaikan ide - ide, pemikiran atau keputusan yag mudah di pahami oleh khalayak sasaran. Pada pendekatan secara verbal dalam video ini menggunakan bahasa Indonesia tidak formal atau menggunakan bahasa sehari – hari agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima di tanggapi dengan serius oleh khalayak sasaran atau masyarakat luas yang membutuhkan informasi ini.

III.2.2.3 Pendekatan Audio

Pendekatan audio adalah komunikasi yang dapat dihasilkan dari suatu getaran atau gelombang suara yang hanya bisa ditangkap oleh indera pendengaran. Pada perancangan ini audio merupakan elemen penting, karena berperan dalam penyebaran informasi melalui suara dan nada kepada khalayak sasaran. Pendekatan audio disini menggunakan 2 jenis lagu berbeda. Lagu pertama dalam bentuk instrumen dengan judul Bad Blood yang di nyanyikan oleh Taylor Swift

dan lagu yang ke dua Duson yang berjudul Count On It karena lagu Dunson memiliki irama musik Beat yang identik dengan olahraga atau semangat.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan suatu perintah atau amanat terhadap pihak tertentu yang berhubungan dengan objek. Dalam perancangan video informasi ini Indonesia Downhill yang mendukung dan berperan penting untuk memberikan pengetahuan tentang keselamatan bersepeda *downhill* yang didalamnya terdapat tentang pengecekan sepeda sebelum digunakan, alat keselamatan yang wajib digunakan, dan teknik yang digunakan saat berada di trek kepada anggotanya serta para pemula.

Gambar III.1 Indonesia Downhill
Sumber : http://indonesiandownhill.com/reg2017/logo.png
(diakses : 28/12.2018)

III.2.4 Materi Pesan

Pada perancangan informasi ini pesan yang akan disampaikan mengenai bersepeda *downhill* adalah informasi seputar keselamatan besepeda *downhill* yang diberikan kepada khalayak sasaran diantaranya sebagai berikut :

1. Informasi tentang cara mengecek sepeda *downhill* yang benar sebelum digunakan guna tidak terjadi hal yang tidak diinginkan oleh pengendara.
2. Informasi tentang alat keselamatan yang wajib digunakan saat di trek agar terhindar dari cidera saat terjatuh.
3. Mengenai teknik yang dipakai saat berda di trek agar tidak terjatuh.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa atau majas merupakan penggunaan bahasa guna mendapatkan efek tertetu dalam sebuah tulisan. Pada penelitian ini menggunakan bahasa indonesia

formal dan tidak formal, dimana bahasa formal adalah bahasa resmi yaitu bahasa Indonesia yang digunakan agar mudah dipahami oleh khalayak sasaran atau masyarakat luas, karena penggunaan bahasa tidak formal lebih cepat dimengerti dan penyampaian informasi akan cepat diartikan dengan baik terutama pada sasaran khalayak.

III.2.6 Strategi Kreatif

Pada perancangan media video informasi dibutuhkan beberapa strategi kreatif guna pesan informasi yang akan disampaikan lebih menarik perhatian khalayak sasaran. Dimana dalam perancangan video informasi keselamatan bersepeda *downhill* yang dibuat berbentuk sebuah video dokumenter serta animasi guna menarik perhatian khalayak sasaran agar tidak jenuh saat melihat video informasi yang didalamnya terdapat *copywriting*, *storyline*, *storyboard*, dan visualisasi.

1. *Copywriting*

   Copywriting merupakan kreatifitas dalam menyusun kata dan naskah yang dihasilkan dari sebuah strategi untuk bisa mengubah, menarik perhatian, mengidentifikasi, dan komunikasikan sebuah pesan agar sampai kepada khalayak sasaran. Pada perancangan ini berisi tentang semua informasi yang berhubungan dengan keselamatan bersepedah *downhill*.

2. *Storyline*

   Storyline merupakan naskah cerita dalam bentuk teks yang di rancang spesifik sesuai urutan secara terperinci. *Storyline* dalam pembuatan perencanaan dalam video informasi ini memiliki alur cerita tentang keselamatan bersepeda *downhill* yang didalamnya terdapat informasi mengenai cara pengecekan sepeda *downhill*, alat keselamatan yang digunakan saat bersepeda, dan teknik yang digunakan saat berada di trek.

Tabel III.2 *Storyline*
Sumber : Data Pribadi

no	Skenario	Skrip Video	Skrip audio
1	*Footage*	Menunjukan suasana atau trek	*Backsound*

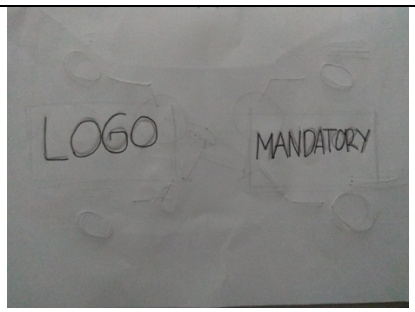
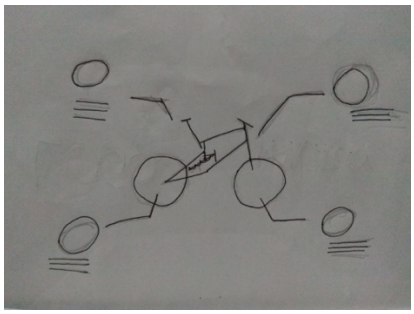
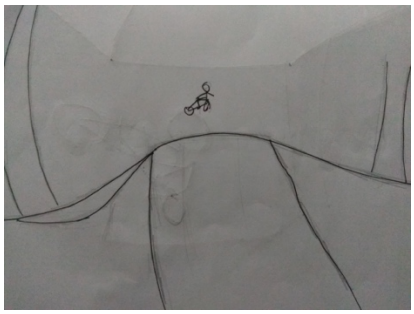
		latihan sepeda downhill	
2	Judul	*Text safety downhill bike* akan muncul dan *background* akan disamarkan	*Backsound*
3	Pengenalan atlit dan prestasi	Berbincang memperkenalkan diri	Saya erik, saya bergelut didunia sepeda mulai dari bmx lalu sepeda *downhill* lalu sepeda enduro
4	Pengecekan sepeda	Menjelaskan detail apa saja pada sepeda	Pengecekan sepeda *downhill* yang harus di perhatikan yaitu *shockbreaker* harus mengikuti ukuran berat badan, rem apakah fungsi atau tidak
5	Alat keselamatan	*Text* penjelasan beserta gambar dengan *background* suasana	
6	teknik	Aktor menjelaskan dan memperagakan	Dimana menjelaskan secara singkat

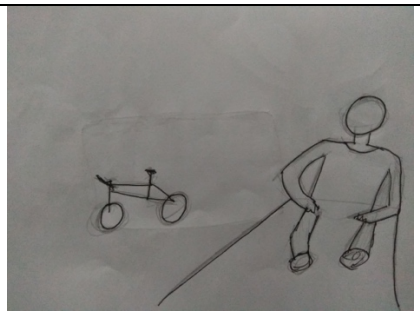
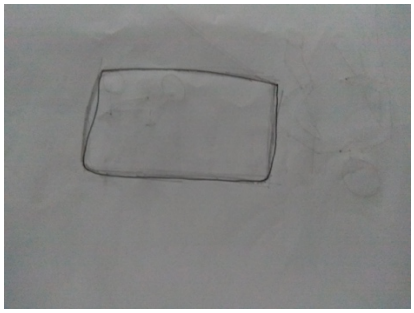
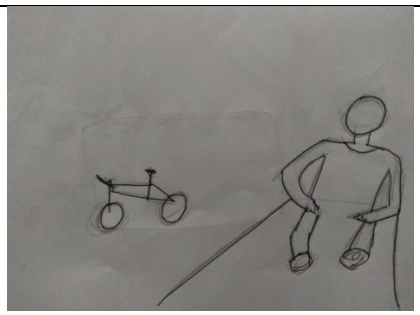
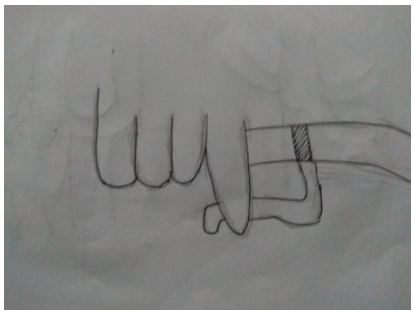
		teknik	teknik dan apa saja harus di perhatikan

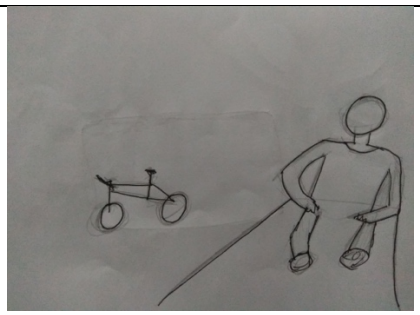
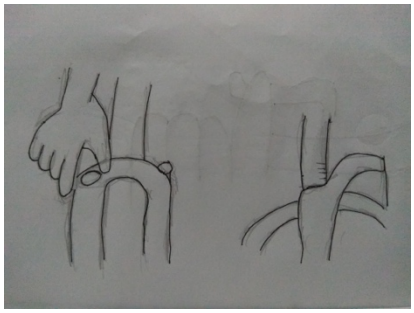
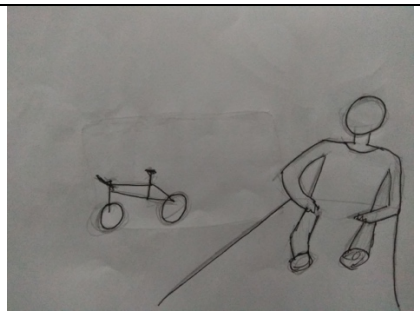
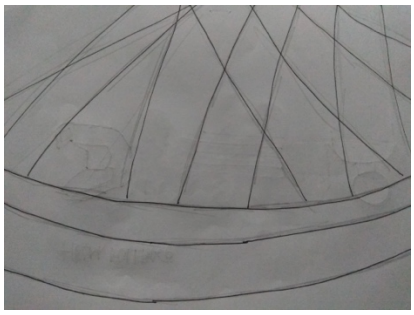
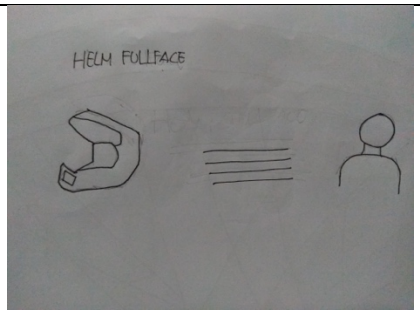
3. *Storyboard*

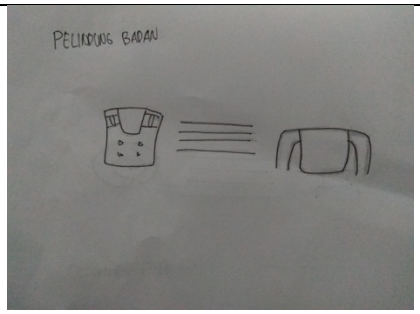
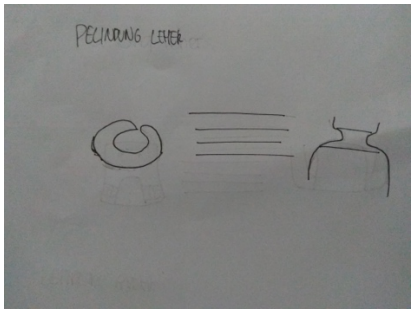
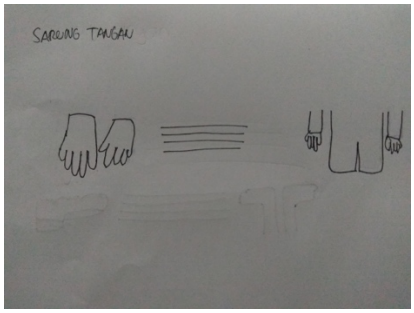
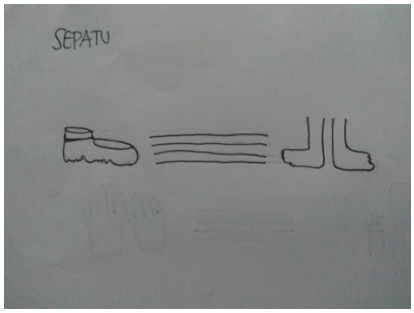
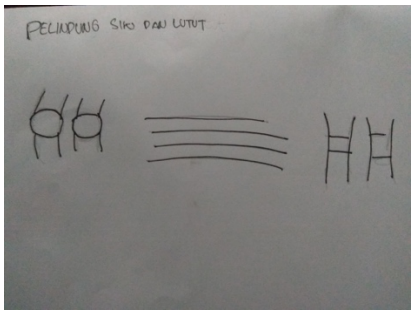
Storyboard merupakan kumpulan sketsa gambar yang diurutkan sesuai dengan alur cerita sebagai patokan dalam pembuatan sebuah video. Pembuatan *storyboard* akan sesuai dengan *storyline* yang telah dibuat untuk mendapatkan hasil akhir yang maksimal.

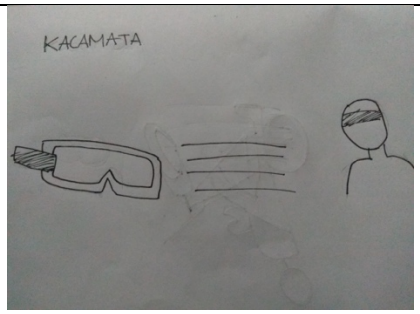
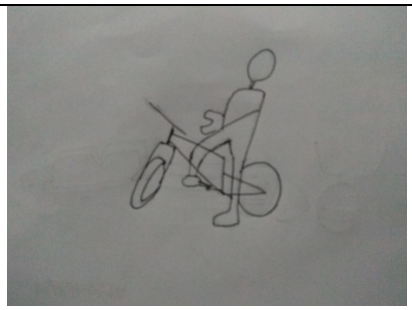
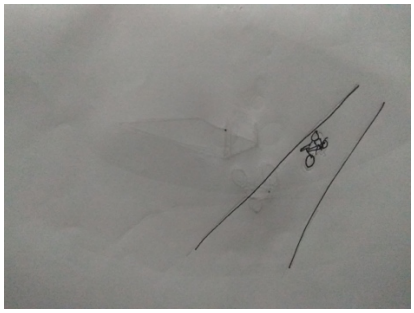
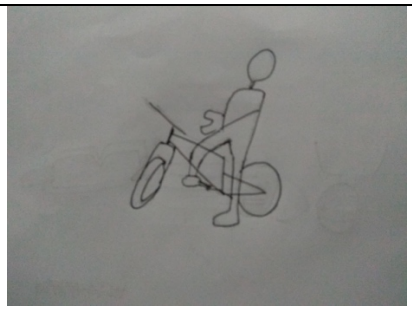
Tabel III.3 *story board*
Sumber : Data Pribadi

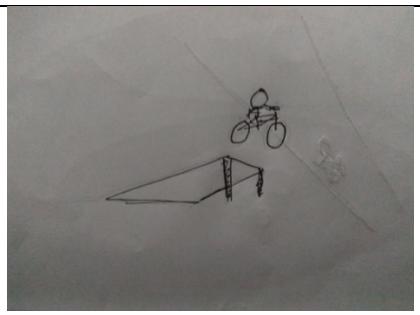
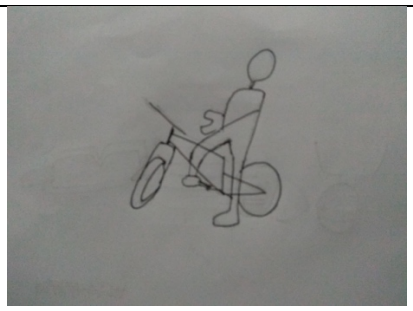
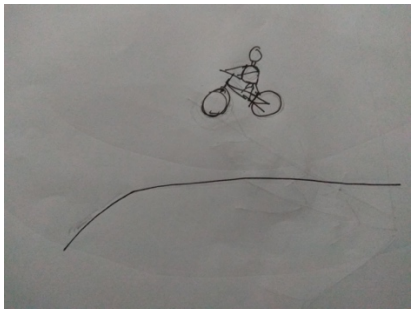
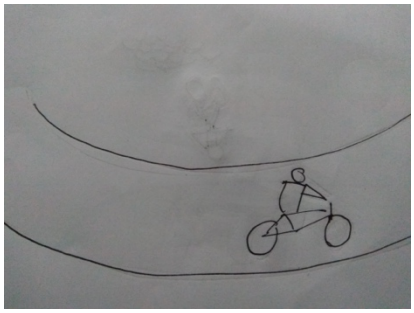
	Gambar	Shot Size	Durasi	Subject
1			5 detik	*Opening* Logo dan Mandatory
2	 		15 detik	beberapa *Footage* teknik sepeda, lokasi serta menampilkan anatomi sepeda

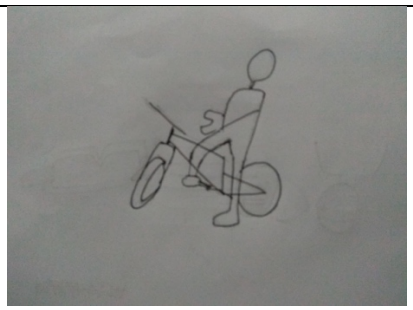
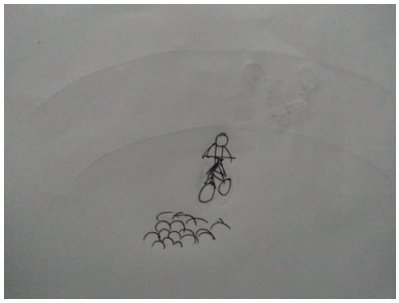
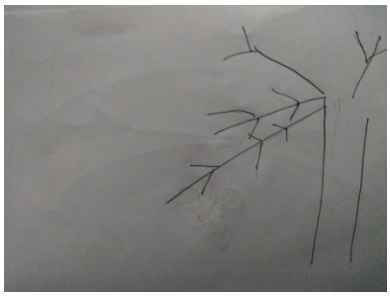
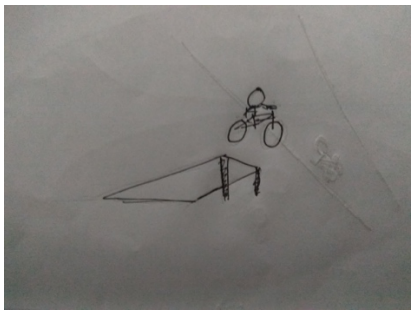
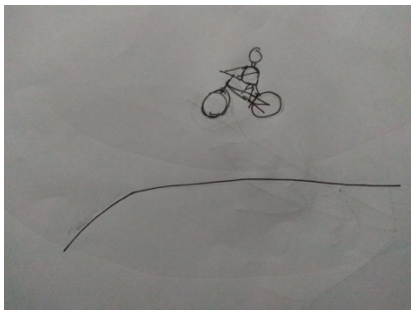
3	 	*Medium shot*	36 detik	*Opening* talent dan menceritakan beberapa kejuaraan yang di raih
4	 	*close up* dan *medium shoot*	10 detik	Pengecekan rem

5	 	*Close up* dan *medium shoot*	10 detik	Pengecekan suspensi
6	 	*Close up* dan *medium shoot*	10 detik	Pengecekan ban
7		*Motion*	50 detik	Menjelaskan alat keselamatan yang harus digunakan serta menampilkan

	    			bagian badan

				
8	 	*Medium shoot* dan *long shoot*	50 detik	Menjelaskan posisi badan saat melewati trek turunan
9		*Medium shoot* dan *long shoot*	50 detik	Menjelaskan posisi badan pada saat melewati trek loncatan atau drop

				
10	 	*Medium shoot* dan *long shoot*	50 detik	Menjelaskan posisi badan saat melewati trek loncatan
11	 	*Medium shoot* dan *long shoot*	50 detik	Menjelaskan posisi badan serta memperhatikan posisi kaki dan pandangan agar tetap focus pada saat di trek berbelok

12	 	*Medium shoot* dan *long shoot*	20 detik	Menjelaskan posisi saat melewati jalan berbatu
13	  	*Close up* dan *medium shoot*	15 detik	Menampilkan beberapa footage dari teknik dan lokasi trek

4. Visualisasi

   Visualisasi adalah gambaran atau animasi dalam pembuatan sebuah karya untuk menampilkan suatu informasi. Visualisasi pada perancangan ini berbentuk video digital yang didalamnya terdapat unsur visual, suara narasumber, musik, sinematografi, dan *motion*, dimana didalamnya mengandung informasi mengenai keselamatan bersepeda *downhill* secara keseluruhan.

III.2.7 Strategi Media

Dalam pemilihan media utama pada penelitian ini adalah video informasi dimana tujuannya adalah memberi pengetahuan kepada khalayak sasaran tentang keselamatan bersepeda *downhill* sesuai dengan judul. Selain media utama, ada beberapa media pendukung guna meningkatkan penyebaran informasi kepada khalayak luas.

1. Media Utama

   Pada perancangan ini media utama berbentuk video dimana didalamnya terdapat visual dan audio yang memudahkan khalayak untuk menerima informasi yang diterimanya. Dalam video ini terdapat solusi permasalahan yang sering terjadi pada pemain pemula sepeda *downhill* atau khalayak sasaran. Karena pada media ini terdapat unsur tentang keselamatan bersepeda *downhill* diantaranya tentang cara mengecek sepeda sebelum digunakan, alat keselamatan yang wajib digunakan saat sedang latihan atau bermain *downhill*, dan teknik yang dipakai saat sedang berada di trek. Dimana tujuan pembuatan media ini guna mempermudah khalayak dalam menerima informasi, karena penyebaran informasi melalui video akan mudah diterima oleh khalayak sasaran.

   Rancangan media utama video :

   - Media video memiliki durasi kurang dari 8 menit yang terdapat unsur keselamatan yang diiringi oleh *backsound* instrument dan musik yang berirama *beat*.
   - Media video digunakan sebagai media informasi keselamatan bersepeda *downhill*.

- Menggunakan bahasa Indonesia, dikarenakan khalayak sasaran merupakan warga negara Indonesia.
- Media video menggunakan *effect color grading*, *motion*, serta transisi video agar lebih menarik saat dilihat oleh khalayak sasaran.

2. Media Pendukung

   Media pendukung berfungsi sebagai media yang membantu media utama dalam penyebaran informasi, guna memaksimalkan penyebaran pesan kepada khalayak sasaran. Berikut beberapa jenis media pendukung yang digunakan, diantaranya :

   - *Teaser*

     Media teaser memberikan sekilas tentang keselamatan dalam bersepeda *downhill* di media sosial seperti Instagram, facebook, dan youtube. Agar khalayak sasaran mengetahui maksud dari media utama.
   - Video *instastory*

     Video *instastory* merupakan media pendukung yang berfungsi memberitahu khalayak sasaran bahwa video utama telah diunggah di akun youtube dan bisa diakses melalui link apabila di *swipe up*.
   - Konten instagram

     Konten instagram yang berguna memberitahu masyarakat dalam bentuk potongan gambar dari media utama.
   - Pin

     Pin yang berguna sebagai hiasan pada tas, jaket, ataupun baju. Media ini khalayak sasaran dapat mengingat media utama. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran pada lokasi latihan sepeda *downhill* dan acara *car free day* karena banyak pengguna sepeda terutama pemula yang datang ke lokasi.
   - Stiker

     Stiker yang berguna sebagai media pengingat dan dapat di tempelkan di mana saja. Media ini khalayak sasaran dapat mengingat media utama. Media ini dapat dibagikan kepada

khalayak sasaran pada lokasi latihan sepeda *downhill* dan acara *car free day* karena banyak pengguna sepeda terutama pemula yang datang ke lokasi.

- *T-shirt*

  Media *T-shirt* berguna sebagai pakaian yang dapat digunakan sehari – hari dalam kegiatan apapun, dengan media ini khalayak sasaran dapat mengingat media utama. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran pada lokasi latihan sepeda *downhill* dan acara *car free day* karena banyak pengguna sepeda terutama pemula yang datang ke lokasi.

- Gantungan kunci

  Gantungan kunci yang berguna sebagai hiasan untuk tas, kunci, dan sebagainya. Media ini khalayak sasaran dapat mengingat media utama. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran pada lokasi latihan sepeda *downhill* dan acara *car free day* karena banyak pengguna sepeda terutama pemula yang datang ke lokasi.

- Topi

  Topi yang berguna untuk melindungi kepala dari panas matahari dan bisa digunakan disetiap kegiatan sehari – hari, serta dapat mengingat khalayak sasaran terhadap media utama.

- Botol minum

  Botol minum yang berguna untuk membawa air minum saat melakukan kegiatan latihan, dengan media ini khalayak sasaran dapat mengingat media utama. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran pada lokasi latihan sepeda *downhill* dan acara *car free day* karena banyak pengguna sepeda terutama pemula yang datang ke lokasi.

- Tas serut

  Tas serut yang berguna membawa barang bawaan yang ringan seperti Sepatu, ponsel, dan lainya. dengan ini khalayak sasaran dapat mengingat media utama. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran pada lokasi latihan sepeda *downhill* dan acara *car*

free day karena banyak pengguna sepeda terutama pemula yang datang ke lokasi.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Media

Strategi distribusi merupakan upaya waktu dan tempat penyaluran informasi baik secara *online* maupun *Offlline*. Pada pendistribusian informasi secara online dapat dilihat melalui youtube, sedangkan penyebaran informasi secara *offline* akan dilakukan di *car free day* atau ditempat latihan sepeda *downhill* yang berlokasi di Cikole Lembang.

Tabel III.4 Waktu
Sumber : Data Pribadi

Media	Waktu											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des
Video Informasi				v								v
Teaser	v		v		v		v		v		v	
Video Instatory						v		v		v		v
T-shirt		v					v					
Stiker	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
Topi		v					v	v				
Gantungan kunci								v	v			v
Tas Serut								v	v			v
pin								v	v			v
Botol								v	v			v

Tabel III.5 Distribusi
Sumber : Data Pribadi

Media	Distribusi
Video Informasi	Video yang didistribusikan diakun Youtube *Safety downhill bike*
Teaser	*Teaser* yang akan didistribusikan diakun Instagram *Safety downhill bike*
Video *Instastory*	Konten Instagram yang didistribusikan diakun *Safety downhill bike*
Konten instagram	Konten instgram yang didistribusikan di akun Safety downhill bike
pin	PIN yang didistribusikan disetiap acara atau latihan *downhill bike*
stiker	Stiker yang didistribusikan di setiap acara atau latihan *downhill bike*
T-shirt	*T-shirt* yang didistribusikan disetiap acara atau latihan *downhill bike*
Gantungan kunci	Gantungan kunci yang didistribusikan disetiap acara atau latihan *downhill bike*
Topi	Topi yang didistribusikan disetiap acara atau latihan *downhill bike*
Tas serut	Tas serut yang didistribusikan disetiap acara atau latihan *downhill bike*
Botol Minum	Botol minum yang didistribusikan disetiap acara atau latihan *downhill bike*

III.3 Konsep Visual

Konsep visual video informasi ini menampilkan tentang pengecekan sepeda downhill sebelum digunakan, alat keselamatan apa saja yang harus digunakan, serta teknik yang harus diketahui oleh para pemula. Video informasi ini dibuat

sedemikian rupa untuk memberikan informasi secara menarik dan pesan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran.

Konsep yang digunakan dalam pengambilan gambar video ini menggunakan sudut pandang yang berbeda seperti, *low angle, eye level, long shot, medium shot, medium close up,* dan *close up* serta menggunakan element grafis yang di ambil dari referensi suicide squad seperti element cipratan, kuas cat, dan ban. Mengambil konsep dari suicide squad tersebut dalam video informasi seperti element cipratan air atau kuas cat, kuas serta ban dan menggunakan warna yang cerah di bagian alat keselamatan.

III.3.1 Format Desain

Format desain pada video informasi ini akan dibuat dengan format video MPEG4 atau lebih dikenal dengan mp4 dengan menggunakan codec H.264 yang akan *complatible* dengan berbagai perangkat *handphone*, laptop, dan sosial media lainnya.

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak merupakan salah satu penyajian dalam sebuah video yang menghasilkan ketertarikan khalayak sasaran dalam melihat sebuah video informasi yang dibuat sebagai efesiensi durasi pada video dengan aktor yang akan menyampaikan informasi dan ditambah beberapa elemen visual informasi yang membuat khalayak dapat memahami pesan yang disampaikan.

Gambar III. 2 Tata letak I
Sumber :
https://www.youtube.com/results?search_query=downhill+bikecheck(diakses : 28/12.2018)

Gambar III.3 Tata letak 2
Sumber :
https://www.youtube.com/watch?v=PT2_F-1esPk (diakses : 28/12.2018)

III.3.3 Tipografi

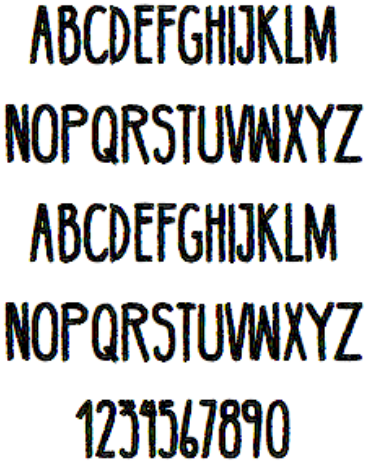
Tipografi merupakan elemen visual yang membantu untuk menyampaikan suatu pesan dalam bentuk tulisan yang digunakan sebagai alat komunikasi. Menurut Danton Sihombing tipografi adalah sebuah representasi visual dalam sebuah komunikasi verbal dan pendukung visual yang efektif (Sihombing, 2001 h. 58) hal tersebut memudahkan dalam menyampaikan suatu informasi kepada khalayak sasaran dengan adanya tipografi sebagai elemen pendukung pada sebuah video.

Gambar III.4 Referensi Font
Sumber : https://i0.wp.com/armchairarcade.com/perspectives/wp-content/uploads/2015/07/01-1024x681.png?resize=1024%2C681 (diakses 28/12/2018)

Referensi yang digunakan berasal dari cover *game* bmx xxx yang dirilis pada tahun 2002. Karena referensi tersebut hampir sama dengan sepeda downhill hanya saja penempatannya yang beda sepertinya halnya bmx yang bermain pada trek atau loncatan yang ada di *skatepark*, sedangkan sepeda *downhill* yang bermain pada trek alami yang berada di pegunungan.

Gambar III.5 Font Chinese rock
Sumber : Data Pribadi

Penggunaan jenis *font* yang *decorative* yang memiliki ketebalan huruf yang memprioritaskan keindahan dalam mengenali pada media video dan logo *font* yang digunakan adalah Chinese rock *font* yang dibuat oleh ray larabie pada tahun 1999 yang didapatkan secara gratis. Alasan penggunaan font tersebut adalah font yang lebih bervariasi bentuknya serta bergaya sehingga menarik perhatian khalayak sasaran untuk melihatnya terutama anak muda.



Gambar III.6 Font Belaboo
Sumber : Data Pribadi

Penggunaan jenis font Belaboo yang dibuat oleh Marcelo Reis Melo pada tahun 2017 yang didapatkan secara gratis. tulisan tangan ini memiliki ketebalan serta

keterbacaan yang baik pada saat penjelasan alat keselamatan bersepeda *downhill* dalam video utama agar lebih menarik.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi diambil dari kata *illusion* adalah bentuk pengandaian dari dalam pikiran manusia, ilustrasi dapat berbentuk suatu ekspektasi dari ketidak mungkinan dan dapat berbentuk sebuah angan-angan, biasanya memiliki sifat maya atau virtual. Ilustrasi bisa berbentuk bunyi, gambar dan tulisan (Fariz, 2009 h. 14). Ilustrasi pada perancangan ini akan menggunakan ilustrasi yang berbentuk video yang digunakan untuk menceritakan narasi apa saja pengecekan sepeda downhill sebelum digunakan, memberitahu alat keselamatan yang harus digunakan dengan *motion*, serta teknik yang harus di ketahui khususnya para pemula dengan menunjukan beberapa teknik serta beberapa narasi untuk memperjelas.

Gambar III.7 Referensi ilustrasi
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=XXMrXyA3Yp0
(diakses : 28/12/2018)

referensi ilustrasi yang berasal dari sebuah film yang bernama Suicide squad yang digunakan pada *opening talent* video serta penjelasan tentang alat keselamatan yang digunakan. Karena penggunaan element tersebut bisa menarik perhatian orang saat melihatnya dengan menampilkan cipratan cat air serta campuran warna yang funky atau cerah karena di kalangan pemula para *downhill* banyak yang tertarik dengan warna tersebut.

III.3.5 Warna

Warna merupakan suatu kesan yang didapat oleh mata dari cahaya yang dipantulkan melalui benda-benda yang dipancarkan suatu cahaya. Warna memiliki

suatu unsur keindahan dalam seni melalui unsur-unsur visual yang lain (Sulasmi Darma Prawira, 1989 h.4). warna memiliki elemen yang dominan dan paling relatif dalam sebuah desain guna memperkuat sautu kesan dan tujuan sebauh aspek. Pada tagline media penelitian ini yaitu menggunakan warna hitam dan putih dari RGB. Berikut arti dan makna dalam warna yang digunakan sebagai berikut:

- Hitam

  Warna hitam memiliki arti dan makna elegan, gelap. Penggunaan warna hitam disini karena dapat menarik perhatian yang melihatnya bila kombinasikan dengan warna lain.

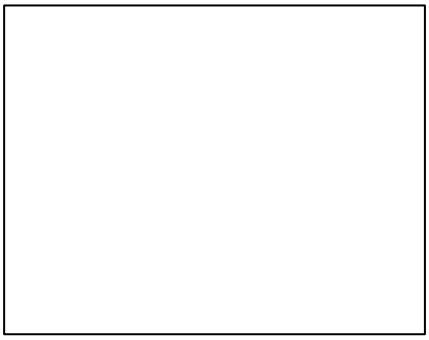
R : 0
G : 0
B : 0

C : 75 %
M : 68 %
Y : 67 %
K : 90 %

#000000

- Putih

  Warna putih memiliki arti dan makna bersih, suci, rigan dan kebebasan. Penggunaan warna putih disini karena mewakili kemurnian serta menciptakan kesan yang minimalis.



R : 255
G : 255
B : 255

C : 0 %
M : 0 %
Y : 0 %
K : 0 %

#FFFFFF

- Pink

  Warna pink adalah kombinasi warna merah dan putih yang menjadikannya warna pink yang identic dengan semangat, sensual kemurniaan.

R :255	C : 0
G :0	M : 98
B : 166	Y : 24
	K : 0

  #FF0066

- Orange

  Gabungan warna antara merah dan kuning yang memberikan kesan semangat dan percaya diri karena remaja yang mencari hal baru atau berpetualang.

R :255	C : 0
G :189	M : 98
B : 0	Y : 24
	K : 0

  #FFBD00

- Hijau

  Warna hijau yang memberikan kesan alam atau lingkungan suasana yang berada di trek yang memberi kesan segar dalam element yang menjelaskan alat keselamatan bersepeda *downhill*.

R :174	C : 66
G :255	M : 0
B : 0	Y : 100
	K : 0

#AEF00

Gambar III.8 Safety Downhill Bike
Sumber : Data Pribadi

III.3.6 Aktor

Aktor merupakan pemeran yang mewakili suatu pesan yang disampaikan maka dari itu perancangan ini menggunakan aktor pemain sepeda *downhill* atau atlit sebagai perantara dalam menyampaikan informasi tentang pengecekan sepeda downhill sebelum digunakan, alat keselamatan yang harus digunakan, serta teknik apa saja harus diketahui khususnya untuk para pemula.

1. Erik

Erik adalah seorang atlit sepeda *downhill* yang berasal dari Cimahi, dalam video ini Erik berperan untuk menceritakan, mempraktekan serta memberitahu pentingnya keselamatan dalam bersepeda *downhill*.

Gambar III.9 Erik
Sumber : Data Pribadi

Alasan menggunakan talent bernama erik adalah dia salah satu atlit dari jawa barat, selain itu agar menghindari resiko saat pengambilan gambar, karena menurut penulis erik sudah sangat berpengalaman dalam bermain *downhill* dan meminimalisir kejadian yang tidak di inginkan.