BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasarnya di masa depan. (Morrisey, 1995)

Strategi perancangan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk menentukan arahan atau strategi, juga untuk menentukan target sumber dayanya sehingga dapat mencapai strategi ini.

Strategi perancangan media informasi *Disc Jockey* ini dibuat dalam bentuk video dokumenter bertujuan untuk memberikan informasi kepada para masyakarat terutama kalangan remaja yang ingin mengetahui dan mempelajari DJ.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Perancangan media informasi *Disc Jockey* bertujuan untuk memberikan wawasan kepada para masyarakat terutama kalangan remaja yang ingin mempelajari DJ akan pentingnya mengetahui apa saja yang terdapat dalam pembelajaran tentang DJ.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dibuat dalam video ini yaitu dengan memberikan beberapa informasi yang disatukan dengan ilustrasi dan dikemas secara menarik.

Pembuatan video dokumenter *Disc Jockey* ini diharapkan dapat membantu para remaja dan masyarakat dengan dasar visual yang mudah dipahami. Pengenalan bergambar ini diharapkan dapat menyampaikan dengan baik isi dari informasi isi pada materi yang disampaikan.

Pada pendekatan ini akan dibagi menjadi 2 bagian yaitu :

1. Visual (Gambar)

Pendekatan visual yang digunakan yaitu dengan beberapa potongan video yang diambil seperti seorang DJ memperkenalkan alat DJ dan menggambarkan apa yang terjadi di sekitar tempat DJ berada. Video yang diambil secara langsung ditempat agar penonton dapat melihat langsung apa yang terjadi. Menyatukan beberapa unsur seperti warna-warna yang lembut, huruf yang sesuai serta bentuk akan menjadikan video lebih mudah dipahami.

2. Verbal (Bahasa)

Pendekatan verbal yang akan digunakan oleh perancangan video ini yaitu dengan menggunakan bahasa sehari-hari yaitu bahasa Indonesia yang baik dan benar. Karena kelompok sasarannnya terdiri dari para remaja maka gaya bahasa yang akan digunakan yaitu bahasa sehari-hari yang jelas dan tidak baku sehingga pengenalan dan penyampaian mudah dimengerti.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan pada perancangan video ini adalah informasi yang bersifat dasar mengenai *Disc Jockey* untuk para remaja dan masyarakat.

Materi pesan yang akan disampaikan dalam video ini adalah :

a. Informasi apa yang di maksud dengan *Disc Jockey*.
b. Alat yang dipakai oleh *Disc Jockey*.
c. Cara memainkan alat tersebut.
d. Manfaat *Disc Jockey* pada masyarakat.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan yaitu gaya bahasa yang mudah dimengerti agar penyampaian yang diberikan bersifat santai dan memahaminya tidak terlalu sulit. Karena segmentasi buku ini ditunjukan kepada para remaja maka diberikan gaya bahasa sehari-hari yang tidak kaku agar terlihat lebih menyenangkan. Gaya ini diambil karena sesuai dengan tema yang diangkat.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

- *Consumer Insight*

Pengertian *Consumer Insight* Menurut Amalia E. Maulana yaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan.

Untuk video *Disc Jockey* target audien adalah remaja dewasa kelas menengah dan menengah keatas. Audien yang dituju adalah yang memiliki pendapatan cukup dan memiliki *hobby* atau kesenangan dalam bermusik atau menikmati musik elektronik. Dengan pendapatan yang cukup sangat dimungkinkan target ingin mempelajari tentang DJ.

Berikut *insight* dari target audien:

- Mengikuti gaya hidup *Lifestyle*
- Adanya kebanggaan karena menyukai musik dan musik elektronik
- Senang atau hobi terhadap sesuatu yang berbeda.

Dengan target audien yang berada dikalangan remaja dan *insight* dari target yaitu seseorang yang tidak ingin disibukan dengan hal-hal di luar pekerjaannya dan tidak mempedulikan hal-hal sekitar, maka video dokumenter *Disc Jockey* dibuat dengan tidak melibatkan target audien secara langsung, dengan arti kata media ataupun pesan yang ditujukan dengan media yang tanpa disadari digunakan oleh target audien.

- *Consumer Journey*

Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam media-media yang akan digunakan maka diperlukan perencanaan yang baik agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat maka diperlukan daftar aktifitas dari target audien. *Consumer Journey* inilah yang nantinya akan digunakan untuk media yang telah dibentuk.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

No.	Kegiatan	Tempat	*Point of Contact*
1.	Bangun pagi	Kamar tidur	*Gadget/Handphone*
2.	Perjalanan ke sekolah/kampus	Jalan, sekolah	Poster, *Sticker*, *Handphone*
3.	Di sekolah/kuliah	Ruang kelas	Poster, *Flyer*, *Gadget/Handphone*
4.	Istirahat	Kantin, Kafe	Poster, *Sticker*
5.	Pulang sekolah/kuliah	Jalan	Poster, *Flyer*, *Sticker*, *Gadget/Handphone*

- Indikator Konsumen
- Segmentasi Geografis

  Segmentasi geografis menurut M. Suyanto (2006, 20) merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, misalnya wilayah, negara, provinsi, dan kota.

  Target audien dalam video dokumenter *Disc Jockey* dikhususkan di kota Bandung, karena Bandung merupakan daerah yang banyak peminat DJ.

- Segmentasi Demografis

  Segmentasi demografis menurut M. Suyanto (2006, 22) adalah pasar yang dikelompokan berdasarkan usia, pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan kelas sosial.

Dalam video dokumenter *Disc Jockey*, target audien ditujukan kepada kalangan menengah dan menengah ke atas yang mampu membeli alat atau membayar untuk mempelajari DJ di tempat kursus DJ.

Jenis Kelamin : Laki-Laki, Perempuan
Usia : 17-25 Tahun.
Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, dan Masyarakat Umum.

- Segmentasi Psikografis

  Pada segmentasi psikografis hal yang diperhatikan yaitu mengenai gaya hidup seseorang, kebiasaan, dan kepribadian. Sementara itu target audien pada media informasi ini ditujukan kepada masyarakat yang mempunyai hobi bermain musik, dan kebiasaan masyarakat mengoleksi musik elektronik atau musik jenis lainnya.

III.1.6 Mandatory

Mandatory merupakan istilah yang digunakan kepada pihak yang menjadi landasan media informasi ini tersebar. Perancangan media informasi ini bekerja sama dengan berbagai pihak. Pihak yang berwenang dalam perancangan media ini adalah DJ *School* Chemical Records, yaitu CV Abira Corporation.

III.1.7 Strategi Kreatif

Berdasarkan informasi yang didapat dari penjelasan permasalahan ini kurangnya informasi wadah untuk para remaja atau masyarakat yang ingin mempelajari tentang DJ maka akan dibuat video untuk remaja serta masyarakat yang dikemas secara menarik. Dalam media ini berisi konten yang dibuat semenarik mungkin sesuai tema dengan informasi materi yang faktual dan informatif yang akan menjadi nilai tambah tersendiri. Di dalam video ini terdapat gambaran yang disesuaikan dengan pola pikir remaja serta lingkungannya.

Strategi kreatif adalah ide yang dimunculkan untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan, dan strategi kreatif ini dibutuhkan dalam merancang media informasi ini.

• ***Storyline***

Video dokumenter yang menampilkan fenomena *Disc Jockey* beserta informasi prihal *Disc Jockey* yang belum banyak diketahui oleh khalayak dengan menampilkan tokoh yang berada di kategori yang berbeda-beda, seperti DJ yang sering bermain di klub, DJ yang berada di radio, DJ yang berada di sebuah band dan DJ yang berada di salah satu label/organisasi serta menambahan cuplikan mengenai gambaran dunia DJ.

• **Alur Cerita**

Alur cerita dalam video ini menggunakan alur campuran karena salah satu adegan yang menampilkan pada kejadian yang sudah berlangsung dan kejadian yang sedang terjadi.

• **Sinopsis**

Pada video dokumenter ini menjelaskan prihal kehidupan serta fenomena yang terjadi seputar *Disc Jockey*.

Strategi diatas bertujuan agar dapat mengetahui bagaimana proses seorang DJ menjadi professional DJ. Dalam upaya memberikan serangkaian informasi diharapkan bisa mudah dipahami, menyenangkan dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi audien. Informasi dikemas dengan video agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah mencapai tujuan.

Setelah melewati tahap identifikasi dan analisa data, maka strategi perancangan memasuki tahap perancangan konsep kreatif dalam tahap ini di pilih jenis karya *audiovisual* yang sesuai.

III.1.7 Strategi Media

Media informasi pada saat ini terus berkembang dan memberikan kemudahan bagi sebagian orang untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pemilihan penyampaian melalui media informasi video dipilih karena di anggap dapat menjadi media yang tepat untuk menyampaikan informasi dengan informatif yang diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Media yang

digunakan terbagi pada dua jenis yaitu media utama dan media pendukung serta bagaimana mekanisme dan penempatan media-media tersebut.

A. Media Utama

Media utama yang akan dirancang adalah video dokumenter jenis pengetahuan mengenai *Disc Jockey* yang ditampilkan secara sinematik agar informasi yang disampaikan lebih menarik. Dipilihnya video dokumenter pada *Disc Jockey* sebagai media utama dikarenakan video memiliki banyak keunggulan seperti lebih mudah untuk dipahami (diterima) dan lebih mudah untuk disebarluaskan (*share*) terutama pada era digital seperti saat ini.

B. Media Pendukung

a. *Hashtag*

Hashtag merupakan adalah kata atau frasa (tanpa spasi) yang diawali dengan simbol tanda pagar (#). *Hashtag* membantu orang-orang menemukan dan bergabung dengan percakapan tentang topik tertentu. Menekan simbol *hashtag* pada jejaring sosial akan menampilkan konten terkait di sosial media. *Hashtag* yang akan dipakai untuk promo acara "The Secret Of DJ" adalah #TSODJ, yaitu singkatan dari The Secret Of DJ.

Menyesuaikan dengan target audien, dipilih beberapa *influencer* yang aktif dimedia sosial dan cocok untuk menyebarkan *hashtag* video dokumenter ini. Mereka akan diberi naskah *briefing* berkaitan dengan video dokumenter untuk dikembangkan menjadi *tweet* yang nantinya akan di-*post* di akun sosial media dengan gaya masing-masing.

b. Poster

Poster yang disebarkan melalui jejaring sosial maupun media cetak diharapkan mampu menjadi media persuasi yang efektif untuk target audien. Poster digital juga dapat memberikan pengaruh pada yang melihatnya melalui pesan visual dan verbal yang lugas sehingga dapat menyampaikan informasi yang dimuat pada gambar dalam poster tersebut.

c. *Flyer*

Flyer didesain untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai The Secret Of DJ. *Flyer* dicetak di selembar kertas A4 yang terlihat lebih praktis dan mudah dibagikan atau dibawa orang. *Flyer* dicetak dalam jumlah banyak dan dibagikan ke masyarakat Kota Bandung.

d. *X-banner*

Dipasang di tempat-tempat yang bekerja sama dengan The Secret Of DJ. *X-banner* tersebut berisi informasi singkat dimana masyarakat kalangan remaja bisa mencari tahu tentang dunia DJ.

e. *Merchandise*

Terdiri dari baju kaos, gantungan kunci, pin dan *sticker*. *Merchandise* ini akan dibagikan sebagai hadiah kuis bagi remaja yang terpilih setelah menonton dan para remaja bisa juga membelinya dengan memesan melalui email.

III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Jadwal penyebaran video dokumenter ini dilakukan semenjak video di unggah pada media internet, Youtube. Mengambil waktu pada saat *weekend* yaitu Sabtu dan Minggu. Para remaja biasanya sudah berhenti melakukan aktifitas pembelajaran di sekolah maupun di kampus.

Agar informasi sampai pada target sasaran maka perlu adanya strategi dalam mendistribusikan media informasi yang dibuat, hal ini dilakukan agar apa yang diharapkan dalam pendistribusian media informasi ini benar-benar sampai pada target sasaran, untuk itu maka perlu adanya langkah-langkah dengan menjalin kerjasama beberapa pihak. Ini dilakukan untuk membuka jalur pendistribusian media promosi yang dibuat. Pihak-pihak yang akan mendukung seperti tempat belajar DJ serta tempat DJ tampil.

Tabel III.2 Tabel Distribusi Media Tahun 2016 Akhir

Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

	MEDIA	Oktober				November				Desember			
	Media Utama												
	Video Dokumentasi *Disc Jockey*												
	Media Pendukung												
	Media Promosi												
b	Poster												
c	*X-Banner*												
	Media Pengingat												
a	Jejaring Sosial												
b	*Flyer*												
c	Baju Kaos												
d	Gantungan Kunci												
e	Pin												
f	*Sticker*												

III.2 Konsep Visual

Konsep visual adalah ide untuk mengklasifikasi objek-objek yang biasanya dinyatakan dalam suatu istilah kemudian dituangkan ke dalam contoh. Konsep visual pada perancangan video dokumenter *Disc Jockey* pada remaja adalah: *Daily Vlog*. Seperti menceritakan keseharian dari kehidupan sang DJ.

III.2.1 Format Desain

Format yang digunakan pada video dokumenter ini yaitu Mp4 dengan perkiraan durasi 30 menit dan ukuran *landscape* 1920 x 1080 *pixel* yang nantinya akan tersedia juga berbagai pilihan ukuran lain untuk menyesuaikan kebutuhan. Komposisi yang teratur dengan maksud agar mudah dilihat dan jelas sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh para remaja.

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout yang digunakan dalam video dokumenter *Disc Jockey* pada remaja ini dibuat sedemikian menarik dengan ekspresif agar saat menonton tidak merasa bosan, namun tetap mengindahkan standar *layout* video khususnya penempatan teks dan tingkat keterbacaan. Tata letak sendiri dibuat dengan menggabungkan berbagai unsur seperti warna, huruf, bentuk dan gambar yang komposisinya disesuaikan agar terlihat menarik dan rapi saat dilihat. Tata letak yang baik akan berhasil dalam penerapan video yang dibuat maka tata letak ini dibuat sedemikian sederhana namun tetap menarik. Dalam perancangan *layout* menggunakan referensi jenis video dokumenter yang sudah ada.



Gambar III.1 Tata Letak
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

III.2.3 Huruf

Huruf yang digunakan dalam video ini ada beberapa jenis untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dari isi video tersebut. Pada judul video akan dipilih huruf yang tegas namun tetap terlihat santai, pemilihan jenis huruf ini bertujuan agar mudah dibaca dan terlihat jelas saat orang melihatnya. Sedangkan untuk sub judul akan dipilih huruf yang lebih santai dan menarik. Penggunaan huruf pada *body text* akan digunakan jenis huruf yang lebih sederhana dan mudah dibaca dengan tujuan agar terlihat jelas saat melihat dan mata tidak mudah lelah. *Body text* didalam video akan diempatkan secara dinamis agar sesuai antara tulisan dengan gambar.

Berdasarkan pemilihan huruf ada beberapa jenis huruf yang akan digunakan dalam video dokumenter ini antara lain :

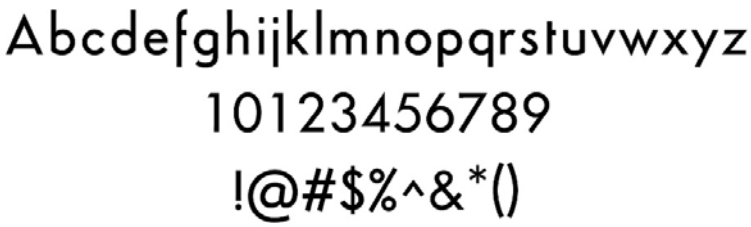
Huruf untuk judul



Gambar III.2 Huruf untuk judul video
Sumber: Dokumen Pribadi (Bauhaus-Medium)

Jenis huruf ini memiliki karakter yang tegas namun tetap terlihat santai cocok digunakan dalam video dokumenter ini,. Huruf ini digunakan karena terlihat jelas dan memudahkan ketika dibaca dalam bentuk judul. Sehingga diharapkan dapat menarik perhatian.

Huruf untuk *body text*



Gambar III.3 Huruf untuk isi video
Sumber: Dokumen Pribadi (Semplicita)

Jenis huruf ini memiliki karakter yang tegas dan terkesan kuat. Memiliki keterbacaan yang baik sangat penting karena akan memberikan kejelasan dalam melihat dan memberikan kesan rapi sehingga tertata dengan baik.

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik menggambar, lukisan, foto atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan subjek dengan tulisan yang dimaksud dari pada bentuk.

Tujuan diberikannya ilustrasi agar pembaca bisa mengerti apa yang sedang terjadi atau mengartikan sebuah tulisan. Diharapkan dengan bantuan ilustrasi maksud dari tulisan bisa dipahami dengan jelas dan mudah dicerna.

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan video dokumenter ini menggunakan gaya ilustrasi tipe karakter DJ. Karakter DJ digunakan agar video ini bisa dengan mudah membuat penonton tertarik.

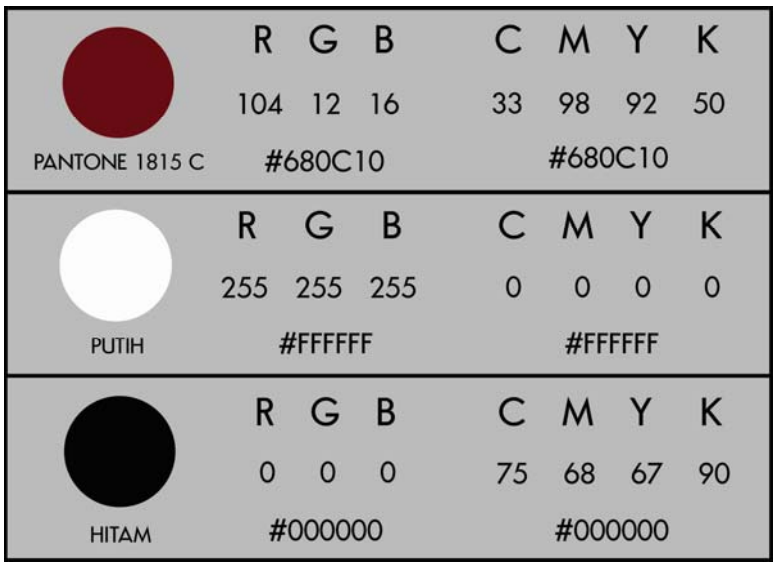
Diharapkan dengan judul yang diambil refrensinya melalui alat DJ dan dibuat menjadi menarik ini, tentu dapat memiliki daya tarik untuk mengajak masyarakat kalangan remaja untuk mengetahui lebih detil mengenai DJ dan mendapatkan lebih banyak audien untuk menonton video dokumenter ini.



Gambar III.4 Studi visual judul dalam video
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.2.5 Warna

Warna merupakan salah satu elemen yang sangat penting dalam sebuah perancangan video ini. Warna dapat dikategorikan sebagai alat untuk memperkuat pesan yang akan disampaikan. Dengan pemilihan warna yang disesuaikan dengan karakter remaja yang bertujuan agar penonton tidak bosan saat menonton. Warna yang dipilih pada perancangan video dokumenter ini memiliki jenis-jenis warna yang bermacam-macam namun kebanyakan warna yang dipakai yaitu warna-warna yang bersifat natural dan warna-warna sedikit gelap. Digunakan warna natural dan warna-warna gelap yaitu memberikan kesan hangat agar bisa menjelaskan sebuah ilustrasi dengan suasana yang menarik seperti remaja yang selalu tertarik dengan hal baru. Sedangkan untuk warna huruf pada video, warna merah yang di pilih karna berkesinambungan dengan bahan pada video tersebut. selain itu perpaduan warna putih dan hitam pada video diseragamkan sama seperti pada media media pendukung.



Gambar III.5 Contoh Penggunaan Warna
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)