BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi merupakan suatu cara yang di susun untuk mencapai sebuah kemenangan atau tujuan. Sedangkan perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi perancangan adalah cara suatu perencanaan yang di susun untuk mencapai suatu tujuan.

Perancangan informasi manfaat tumbuhan kersen melalui video *motion graphic* adalah suatu cara untuk memberikan informasi terkait tumbuhan kersen kepada masyarakat pada umumnya dan kepada remaja pada khususnya. Dalam suatu perancangan diperlukan strategi yang dapat mendukung dan memenuhi tujuan dari perancangan tersebut. Proses untuk mencapai tujuan perancangan dimulai dari analisis objek dan permasalahan, menuliskan ide, membuat sketsa gambar, pemilihan jenis huruf, serta bagaimana mengatur gerak dan tata letak gambar dan mengkombinasikan dengan audio untuk di jadikan video *motion graphic* yang menarik dan informatif.

III.1.1 Khalayak Sasaran

Demografis

- Jenis kelamin : Pria dan wanita
- Usia : 13 - 18 tahun
- Pekerjaan : Pelajar
- Pendidikan : SMP - SMA
- Status Sosial : menengah

Geografis

Wilayah perkotaan di Indonesia khususnya di kota Bandung dan sekitarnya.

Pisikografis

- Remaja yang tertarik dan ingin mengenal hal-hal terkait ilmu pengetahuan alam.
- Menyukai ilmu pengetahuan yang di anggap baru.
- Memiliki rasa ingin tahu yang sangat besar.

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ini adalah memberikan informasi terkait tumbuhan kersen dan juga manfaatnya bagi kesehatan tubuh sebagai ilmu pengetahuan agar anak remaja dapat memanfaatkan tumbuhan kersen dengan baik.

III.1.3 Pendekatan Komunikasi

Dalam perancangan video *motion graphic* dibutuhkan pendekatan komunikasi yang tepat sesuai dengan porsi anak remaja agar pesan dari video *motion graphic* tersebut dapat tersampikan dengan baik. Pendekatan komunikasi yang digunakan adalah melaui pendekatan komunikasi secara visual dan verbal.

- Pendekatan visual

Pendekatan visual yang dibuat pada video *motion graphic* ini yaitu dengan menggunakan ilustrasi vektor dengan gaya desain datar datar atau lebih sering disebut (*flat design)*. Ilustrasi (*flat design)* dipilih karena terlihat simpel dengan warna-warna yang datar. Selain karena itu (*flat design)* pada sat ini sedang populer di kalangan masyarakat terutama dikalangan remaja yang sesuai dengan target *audience*.



Gambar III.1 Referensi ilustrasi *flat design*

Sumber : youtube. Bandung City sanitation motion graphic

- Pendekatan verbal

Pendekatan verbal yang digunakan pada video motion grafik ini adalah bahasa Indonesia sehari-hari yang baik dan benar. Pendekatan dengan menggunakan bahasa sehari-hari sangat efektif untuk menyampaikan pesan agar dapat mudah dimengerti dan difahami oleh target *audience*.

III.1.4 Materi Pesan

Matri pesan yang akan disampaikan pada video *motion graphic* ini memberikan informasi yang berisikan:

- Pertumbuhan pohon kersen dan penyebarannya
- Manfaat dari pohon kersen
- Daun kersen dan manfaat dari daun kersen
- Buah kersen dan manfaat dari buah kersen
- Nama- nama lain dari buah kersen di setiap negara dan daerah
- Pengolahan daun dan buah kersen

III.1.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan pada video *motion graphic* ini adalah gaya bahasa deskiriptif yang menggambarkan suatu objek secara terperinci atau mendetil sehingga tampak seolah-olah target *audience* melihat, mendengar, dan merasakannya sendiri.

III.1.6 Pemberi Mandat

Herbal Tv (htv) merupakan salahsatu saluran di *youtube* yang memuat video-video tentang kesehatan, obat-obatan herbal dan juga tumbuhan-tumbuhan herbal. Herbal Tv memiliki 721 pelanggan dengan penayangan video yang diputar sebanyak 256.254 kali tayang dari 183 video yang di unggah.



Gambar III.2 Herbal Tv

Sumber : google.com

III.1.7 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam penyampaian informasi ini adalah dengan menggunakan video *motion graphic* yang berjudul "Manfaat Kersen*".* Judul tersebut dipilih agar mudah di ingat oleh penonton selaku target *audience*. Perancangan *motion graphic* tersebut haruslah mengunakan strategi yang mudah dimengerti dan tidak membosankan agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh target *audience.*

III.1.7.1 *Story line*

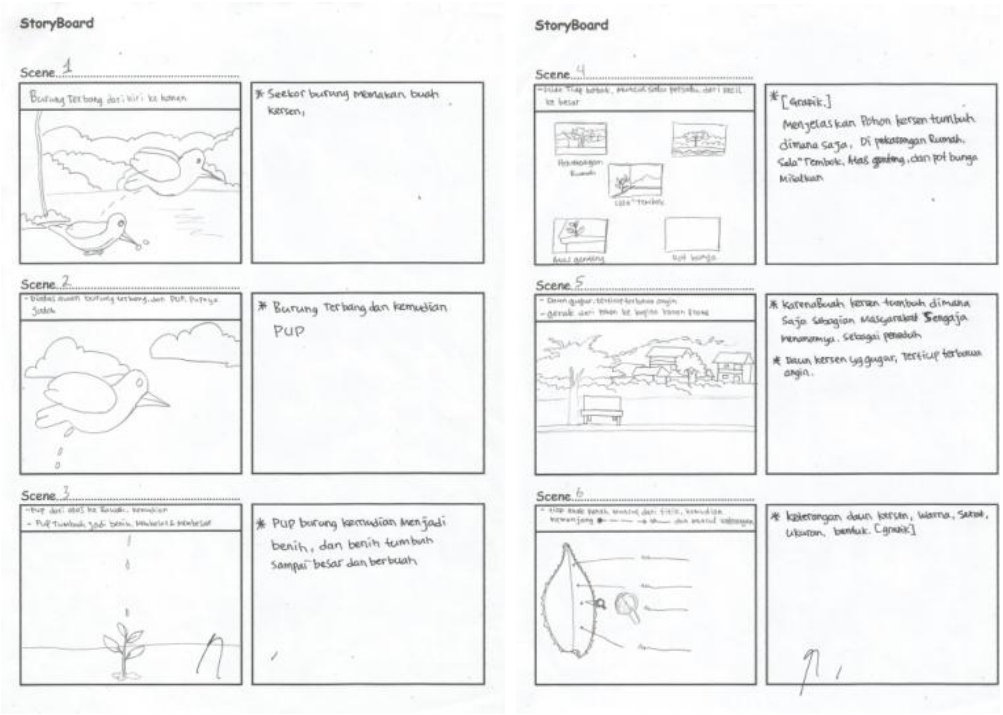
Story line yang dibuat dalam video ini yaitu alur cerita pada video yang akan dibuat. Berikut adalah *Story line* yang ada dalam video tersebut :

1. Dimulai dari burung pemakan buah yang memakan buah kersen yang jatuh di tanah lalu burung itu terbang
2. Biji buah kersen tidak tercerna oleh burung, maka kotoran burung yang jatuh menjadi benih kersen

3. Benih tersebut tumbuh perlahan-lahan hingga menjadi pohon kersen yang lebat dan berbuah banyak
4. Pohon kersen dapat tumbuh dimana saja seperti di pot bunga, atas genteng, pinggir jalan atau selokan, di sela-sela tembok dan lain-lain
5. Menjelaskan tentang daun kersen
6. Menjelaskan manfaat daun kersen dan cara pengolahanya
7. Menjelaskan tentang buah kersen dan kandungan dari buah kersen
8. Menjelaskan nama-nama lain dari buah kersen di negara dan daerah
9. Menjelaskan manfaat dari buah kersen
10. Penutup

III.1.7.2 *Story board*

Story board yang dibuat dalam video ini diantaranya adalah sebagai berikut:



Gambar III.3 *Story board*

Sumber : google.com

III.1.8 Strategi Media

III.1.8.1 Media Utama

Media utama yang digunakan dalam informasi ini adalah sebuah video *motion graphic* berdurasi pendek yang berisikan informasi mengenai manfaat tumbuhan kersen mulai dari menjelaskan secara singkat awal mula tumbuhnya pohon kersen dari benih sampai dengan berbuah, menjelaskan daun kersen dan manfaatnya Dalam konten video tersebut berisikan data singkat yang akurat dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh target *audience*.

III.1.8.2 Media Pendukung

Media pendukung digunakan sebagai media yang mendukung terhadap media utama agar isi dari informasi yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami. Adapun media pendukung yang digunakan antara lain:

1.Poster

Poster merupakan media informasi yang dapat diakses pada papan informasi di wilayah perkantoran, poster akan memberikan sedikit informasi mengenai manfaat tumbuhan kersen yang kemudian mengundang target *audience* untuk melihat media utama.

2. media sosial

Media sosial akan dibuat agar khalayak sasaran dapat lebih mudah mengakses informasi yang diberikan salah satu diantaranya beberapa media sosial yang akan dibuat adalah:

- Facebook

Facebook merupakan media sosial yang paling diminati hingga saat ini hampir setiap orang memiliki akun facebook, dengan demikian informasi dapat tersebar dengan luas dan dapat diakses oleh siapa saja melaui facebook.

- Twitter

Twitter merupakan media sosial yang sangat populer dikalangan remaja hingga dewasa karena informasinya yang *up to date* dapat di akses dengan cepat di media ini, sehingga memudahkan informasi cepat ter *update.*

3. Media pengingat

Media pengingat atau biasa disebut dengan *merchandise* menjadi salahsatu pengingat dalam sebuah media, tujuanya untuk mengingatkan kepada target *audience* mengenai informasi manfaat tumuhan kersen. Dari sekian banyaknya *merchandise,* maka yang akan digunakan diantaranya yaitu:

- *Note*
- Mug
- *Toth bag*
- *T-shirt*
- stiker
- Pin

III.1.9 Strategi Distribusi

Target *audience* pada informasi ini adalah masyarakat pada umumnya dan anak remaja pada khususnya. Cara pendistribusian yang akan dilakukan diantaranya melalui:

- Media *online* dikarenakan target *audience* sering mengunakan internet baik menggunakan *smartphone,* komputer atau laptop.
- Melalui media cetak dengan adanya media cetak maka target *audience* pada jam-jam tertentu memiliki kontak dan pengelihatan terhadap media cetak yang di tampilkan dalam perjalanan maupun saat di tempat umum.

Adapun waktu penyebaran media yang dapat dilakukan dengan tepat sasaran sesuai dengan waktu yaitu:

- Untuk media utama informasi dapat disebar saat target *audience* melakukan akses internet pada jam tertentu seperti bangun tidur, istirahat bekerja, ketika *hang out* bersama teman, dan pada malam hari sebelum tidur, ketika target

audience tidak disibukan dengan kegiatan pada pagi hari pada jam 05.30-06.30 siang hari 11.45-13.00 dan pada sore hingga malam hari 17.00-22.00

- Media pengingat *(merchandise)* dapat disebar saat pada event-event tertentu seperti pada saat hari kesehatan nasional pada tanggal 12 November.

Media	Juli				agustus				september				oktober				november				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Poster																								
SosMed																								
VIDEO																								
Merchandise																								

Tabel III.1 jadwal strategi distribusi penyebaran media

Sumber : Pribadi

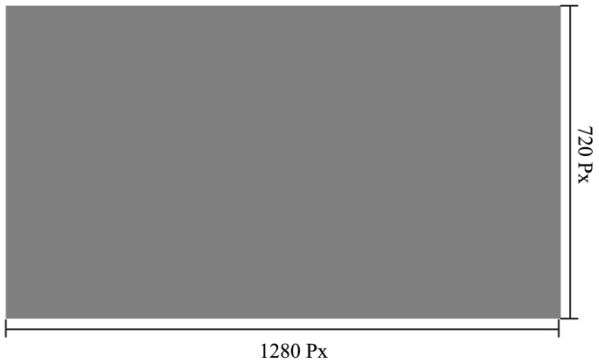
III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan pada perancangan informasi manfaat tumbuhan kersen ini merupakan perancangan menyeluruh dimulai dari media utama hingga media pendukung yang disebarkan kepada target *audience.* Pada perancangan informasi ini di tuangkan dalam bentuk video *motion graphic.* Pemilihan video *motion graphic* sedang populer dikalangan masyarakat terutama di kalangan remaja di kota Bandung. Hal ini di buktikan oleh pemerintah kota Bandung yang memberikan informasi-informasi mengenai tempat destinasi, dan penyuluhan terhadap masyarakat kota Bandung dengan melalui video *motion graphic* yang di ungah dan dapat di tonton di *youtube.*

III.2.1 Format Desain

Desain perancangan informasi mengenai manfaat tumbuhan kersen ini tuangkan dalam bentuk video animasi *motion graphic* dengan ukuran layar 1280 x 720 pixel. Format tersebut dipilih karena tampilan pada layar akan tampak luas dan akan leluasa. Gambar yang digunakan dalam video *motion graphic* ini berbentuk

ilustrasi vektor dengan gaya desain datar (*Flat design*). Dalam pengerjaannya menggunakan Adobe Illustrator CS6 dan di gerakan dalam bentuk *motion* pada Adobe After effects CS6, karena aplikasi tesebut mempunyai *tools* yang lengkap dan sesama produk Adobe bisa saling terhubung satu sama lain sehingga mempermudah untuk mengeksport dan import hasil pengerjaan visualnya.



Gambar III.4 Format desain

Sumber : Pribadi

III.2.2 Tata Letak

Untuk menarik minat target *auduence* maka tampilan harus di desain sebaik mungkin mulai dari tata letak letak tipografi, ilustrasi serta konten lainnya. Berikut adalah salah satu tampilan utama dalam video *motion graphic* ini.



Gambar III.5 *scane* pertama

Sumber: Pribadi



Gambar III.6 *Scane* penutup

Sumber: Pribadi

III.2.3 Huruf

Pemilihan *font* atau jenis huruf yang digunakan sangatlah berpengaruh dalam perancangan suatu karya. Dalam pembuatan media informasi ini jenis huruf yang digunakan mempunyai karakter yang unik, kuat dan cocok untuk penyampaian informasi ini. Huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang cukup baik sehingga informasi yang disampaikan dapat terlihat jelas, adapun jenis huruf yang digunakan adalah:

BUBBLEGUM

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z (. , - ? / : ! @)

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Choko

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z (. . - ? / “: ! @)

A b c d e f a h i i k l m n o p a r s t u v w x u z (. . - ? / “: ! @)

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

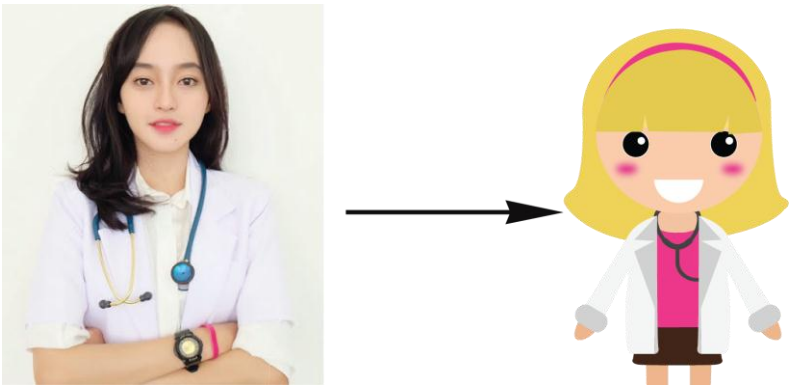
III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi berguna untuk menjelaskan isi dari media informasi tersebut. Ilustrasi dalam video *motion graphic* ini sangat di perlukan karena lebih banyak menggunakan visual agar video ini terlihat baik dan informatif juga sebagai pesan yang mewakili tulisan. Ilustrasi yang digunakan dalam multimedia ini adalah ilustrasi gaya desain datar atau lebih sering disebut *flat design.* Ilustrasi *flat design* dipilih karena warna-warnanya yang datar dan tidak banyak gradasi warna sehingga terlihat lebih simpel.

A. Karakter

Dalam perancangan media ini menggunakan karakter sebagai narator untuk menuntun target *audience* saat melihat video ini,adapun karakter yang digunakan adalah sebagai berikut :

Karakter pertama yaitu seorang wanita yang berprofesi sebagai dokter. Dokter dipilih agar informasi mengenai manfaat dari kersen bisa lebih di perkuat dengan karakter tersebut.



Gambar III.7 karakter

Sumber: Pribadi

Karakter yang kedua yaitu burung cabai. Burung cabai adalah salah satu jenis burung yang suka memakan buah kersen.



Gambar III.8 karakter burung

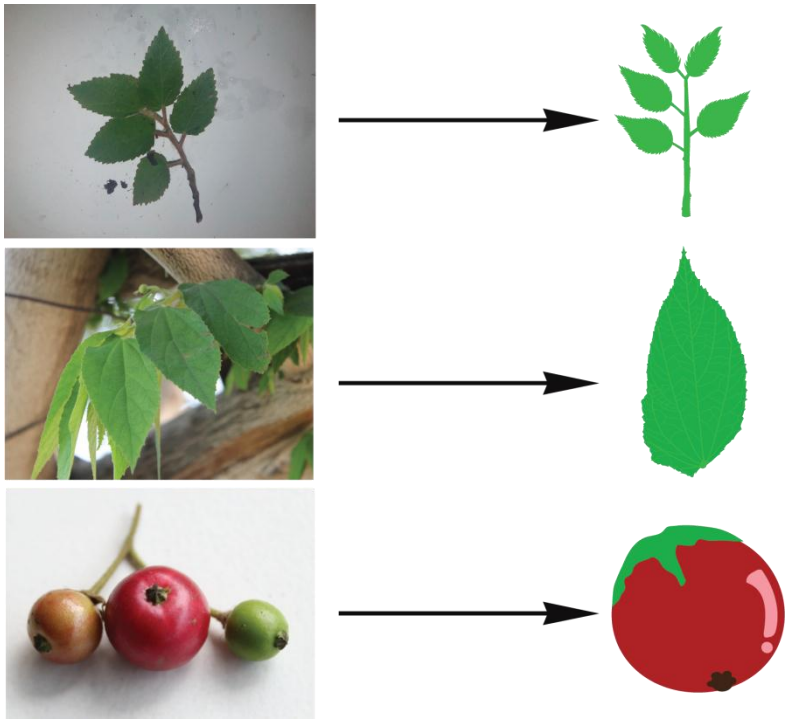
Sumber: Pribadi

B. Elemen-Elemen Visual



Gambar III.9 elemen-elemen Visual

Sumber: Pribadi



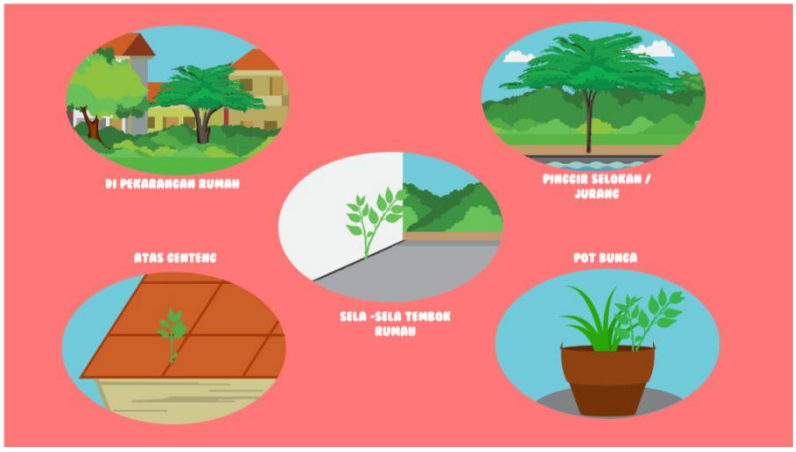
Gambar III.10 elemen-elemen Visual

Sumber: Pribadi



Gambar III.11 Ilustrasi *background*

Sumber: Pribadi



Gambar III.12 Ilustrasi grafik

Sumber: Pribadi

III.2.5 Warna

Warna yang digunakan pada media informasi ini menggunakan warna-warna yang datar, warna tersebut dipilih berdasarkan karakter dari gaya desain datar (*flat design*). berikut adalah warna-warna yang digunakan.



Gambar III.13 warna

Sumber: Pribadi