

## **BAB. III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN**

### **III.1. Khalayak Sasaran**

Khalayak sasaran merupakan salah satu bagian penting dalam perancangan dan konsep media informasi yang akan dibuat, supaya informasi yang akan diberikan kepada audien bisa tersampaikan/tersalurkan dengan baik, tepat sasaran, dapat diterima dan mudah dipahami oleh audien. Dan berikut ini khalayak sasaran yang ditentukan dalam perancangan media informasi meliputi:

#### **A. Demografis**

Dari segi demografis dalam khalayak sasaran meliputi gambaran ruang lingkup masyarakat yang dimana lokasinya berada di Banten. Antara lain:

- Usia : 17-25tahun
- Kelamin : Pria dan Wanita
- Setatus Pendidikan : (SMA)/sederajat – Kuliah
- Pekerjaan : Pelajar – Mahasiswa - Kerja
- Status : Belum Menikah
- Status Ekonomi Sosial : Kelas Menengah – Kelas Menengah Atas

#### **B. Geografis**

Dari segi geografis dalam khalayak sasaran yang berhubungan dengan lokasi atau wilayah, yang dimana tempat khalayak sasaran tinggal. Berdasarkan wilayah khalayak sasaran pada perancangan media informasi kesenian Yalil ialah masyarakat yang ada maupun bertempat tinggal di daerah Banten

#### **C. Psikografis**

Terdapat beberapa segi psikografis dalam khalayak sasaran yang meliputi minat atau ketertarikan, opini, gaya hidup, sikap dan kepribadian. Dalam perancangan media informasi tersebut ditujukan kepada masyarakat yaitu: memiliki kepedulian terhadap kebudayaan/tradisi tersebut di wilayahnya, mempunyai rasa ketertarikan pada kesenian dan kebudayaan.

#### D. *Consumer Insight*

Khalayak sasaran meliputi *Consumer Insight*. *Consumer insight* merupakan menganalisis tentang audiens atau seseorang berdasarkan keinginan, dan perasaan konsumen yang menuju pada perilaku/tingkah laku konsumen. Yang dimana masyarakat menginginkan agar kesenian yalil lestari dan eksis di masyarakat khususnya Banten, dan mendapatkan informasi kesenian yalil dari pihak terkait.

#### E. *Consumer Journey*

Khalayak sasaran meliputi juga *Consumer Journey*, karena untuk menganalisis target audiens dari pengalaman maupun kegiatan yang dilakukan sehari-hari dari khalayak sasaran.

Tabel III.1. Tabel Journey

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

<b>WAKTU</b>	<b>AKTIVITAS AUDIENS</b>	<b>TEMPAT</b>
04:00 - 06:00 WIB	Bangun Tidur, Shalat Subuh, Cek Handphone, Mandi, Sarapan	Rumah/Kostan (Kamar Tidur, Kamar Mandi, Ruang Makan)
07:00 - 07:45 WIB	Berangkat Kuliah/Kerja	Jalan Raya, Transportasi (Kendaraan Pribadi/Umum)
08:00 - 11:45 WIB	Kuliah, Kerja	Kampus (Ruang Kampus, Parkiran), Kantor/Pabrik (Parkiran, Ruang Kerja)
12:00 - 13:00 WIB	Istirahat, Shalat Dzuhur, Makan Siang	Kampus, Kantor/Pabrik, Kantin, Masjid/Mushola
13:00 - 15:00 WIB	Lanjut Kerja/Belajar	Kampus (Ruang Kampus),

		Kantor/Pabrik (Ruang Kerja)
15:00 - 16:00 WIB	Shalat Ashar, Pulang Kerja/Kuliah	Masjid/Mushola, Kantor, Kampus, Parkiran, Jalan Raya, Kostan, Rumah
16:00 - 18:00 WIB	Cek/Main Handphone, Istirahat (Rebahan), Mandi, Nonton TV, Beres-beres Kamar/Rumah, Ngobrol	Rumah (Kamar Tidur, Ruang TV/Keluarga, Kamar Mandi), Kostan
18:00 - 19:00 WIB	Shalat Magrib, Ngaji, Main Handphone, Istirahat (Nyantai), Makan Malam, Nonton TV, Shalat Isya	Rumah (Kamar Tidur, Ruang TV/Keluarga), Kostan, Masjid/Mushola
20:00 - 22:30 WIB	Main Handphone, Main Game, Nonton TV, Kumpul/Ngobrol, Belajar, Kerjain Tugas, Nonton Video/Film, Tidur	Rumah (Kamar Tidur, Ruang TV/Keluarga), Kostan, tongkrongan,
23:00 - 04:00 WIB	Tidur, Bangun Tidur, Shalat Subuh	Rumah (Kamar Tidur, Kamar Mandi), Kostan

### III.2. Strategi Perancangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online (2019), menjelaskan bahwa strategi merupakan rencana yang cermat atau tepat dalam sebuah kegiatan untuk mencapai sasaran khusus, sedangkan Perancangan adalah proses atau cara dalam pembuatan merancang suatu desain. Jadi dalam perancangan media informasi dibutuhkan strategi, supaya pesan yang ingin disampaikan tepat sasaran dengan baik dan menarik melalui visual maupun verbal. Perancangan informasi yang digunakan adalah media informasi berupa video dokumenter dan juga sebagai media utama. Digunakannya sarana informasi berupa audio visual, ialah salah satu media/sarana yang baik dan mudah diingat untuk sebuah media informasi. Yang dimana di dalam video tersebut memberikan informasi penting dan keunikan yang terdapat pada kesenian Yalil.

### **III.2.1. Tujuan Komunikasi**

Dalam perancangan media informasi tentang kesenian Yalil, yang tentunya memiliki tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Tujuan komunikasi dari media informasi tersebut adalah menjadi solusi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas, dimana media informasi berupa video dokumenter ini lebih fokus pada informasi kesenian Yalil yang terdapat pada prosesi kesenian Yalil. Dan semoga juga dengan ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat umum lebih tertarik untuk mengenal lebih dalam kesenian *Yalil*.

### **III.2.2. Pendekatan Komunikasi**

Pada pembuatan media informasi berupa video dokumenter tentang kesenian Yalil, terdapat beberapa pendekatan komunikasi agar pesan dalam video dapat tersampaikan dengan baik antara lain sebagai berikut.

#### **III.2.2.1. Pendekatan Visual**

Dalam perancangan media informasi ini pertama adalah pendekatan visual. Dalam perancangan ini ditampilkan dalam bentuk video, yang dimana dalam proses pengambilan ada beberapa pengambilan gambar menggunakan teknik *cinematic shoot* agar membuat gambar lebih berkesan. Sebuah film dikatakan informatif ialah film yang bisa memberikan informasi, dimana isi, pesan dan juga karakter toko yang ada dalam cerita (Tarmawan, & Amalina, 2019, h.24). Kemudian pengambilan landscape ikonis yang ada di daerah Banten yang disisipkan pada video dan pengambilan gambar detail-detail yang berkaitan dengan prosesi kesenian Yalil. Dalam pengambilan gambar memilih referensi dari film dokumenter *Senyap* yang dimana seolah menampilkan suasana apa adanya yang sedang terjadi dan teknik pengambilan gambar yang bisa dicontoh sebagai referensi visual.



Gambar III.1 Referensi visual (film Senyap)

Sumber: [https://ichef.bbci.co.uk/news/ws/660/amz/worldservice/live/assets/images/2016/01/15/160115121907\\_senyap\\_640x360\\_ap\\_nocredit.jpg](https://ichef.bbci.co.uk/news/ws/660/amz/worldservice/live/assets/images/2016/01/15/160115121907_senyap_640x360_ap_nocredit.jpg) (25 Mei 2019)

### III.2.2.2. Pendekatan Verbal

Dalam perancangan media informasi ini yang kedua adalah pendekatan verbal. Dimana dalam perancangan media informasi berupa video dokumenter menggunakan narasi informatif dari hasil wawancara seniman Yalil dan Instansi Terkait, mengenai kesenian Yalil dan menggunakan Bahasa Indonesia dengan gaya Bahasa formal dan juga menggunakan bahasa nonformal agar pesan yang disampaikan dapat diterima atau dimengerti oleh khalayak sasaran. Dan juga referensi verbal mengambil dari film Senyap yang di amana film tersebut melakukan wawancara kepada narasumber secara langsung.



Gambar III.2 Referensi Verbal (film Senyap)

Sumber: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTPUNAOdy3gohx9mZmJP1bSDb4SkMyYMzLqW4bljPHIxZi5Off> (25 Mei 2019)

### III.2.2.3. Pendekatan Audio

Dalam perancangan media informasi ini yang terakhir adalah pendekatan audio. Dimana dalam perancangan media informasi berupa video, audio memiliki peran penting untuk membangun suasana dan menarik perhatian. Faktor suara adalah

salah satu bagian yang sangat penting dalam mempengaruhi makna gambar yang akan ditampilkan (Naratama, 2004, h.81). Diantaranya menggunakan *background* musik atau instrument tradisional yang berkaitan dengan pernikahan dan yang paling penting adalah audio dari kesenian Yalil tersebut dan juga audio hasil wawancara, karena kesenian Yalil merupakan kesenian lagu yang bernuansa islami yang tidak menggunakan iringan alat musik pada saat pelaksanaan. Dan membutuhkan alat perekam suara yang bagus agar menghasilkan suara yang bagus dan jernih, karena dapat mempengaruhi suasana atau *mood* dari khalayak sasaran.

### III.2.3. *Mandatory*

Menurut website resmi peraturan.bpk.go.id (2019), *Mandatory* adalah Perusahaan, Instansi, orang atau pemerintah yang mendapatkan amanat yang dimana itu semua bersifat perintah ataupun penugasan yang wajib. Tujuannya untuk menguatkan informasi agar pesan yang akan disampaikan lebih dapat dipercaya dan diterima oleh audien, serta membantu dalam upaya mempublikasikan dan mengenalkan informasi terhadap kesenian Yalil. Maka dari itu terdapat instansi yang menjadi *mandatory* pada perancangan media informasi kesenian Yalil, adalah Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Serang. Sebab lembaga tersebut berperan penting pada pengembangan serta pelestarian Kesenian dan Kebudayaan terutama yang ada di wilayah Kabupaten Serang. Disini peran Dinas Pendidikan dan Kebudayaan sangat berperan penting dalam upaya mempublikasikan dan juga mengangkat kembali kesenian Yalil melalui media informasi berupa video Dokumenter, kepada masyarakat luas.



Gambar III.3 Pemerintah Kabupaten Serang, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan

Sumber:[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/7a/Logo\\_kabupaten\\_serang.png/475px-Logo\\_kabupaten\\_serang.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/7a/Logo_kabupaten_serang.png/475px-Logo_kabupaten_serang.png) (25 Mei 2019)

#### **III.2.4. Materi Pesan**

Sebagai materi pesan untuk disampaikan dalam media informasi ialah menyampaikan pesan yang berkaitan dengan kesenian Yalil untuk menginformasikan sejarah kesenian Yalil, keunikan dan perbedaan yang ada pada kesenian Yalil, serta secara tidak langsung memperkenalkan Daerah Banten kepada Khalayak sasaran yaitu remaja yang berada di daerah Banten dan bisa juga kepada masyarakat luas. Berikut materi pesan dalam informasi ini yaitu:

- Memperkenalkan adat kesenian yang terdapat di daerah Banten
- Menginformasikan sejarah dan pengertian kesenian yalil
- Menjelaskan upaya pemerintah daerah dalam menjaga terhadap kesenian yalil

#### **III.2.5. Gaya Bahasa**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online (2019), gaya bahasa merupakan memanfaatkan kekayaan bahasa dalam menyatakan isi pikiran untuk memperoleh efek-efek tertentu berupa dalam bentuk tulis maupun lisan. Bahasa yang digunakan yaitu bahasa Indonesia supaya informasi apa yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran dapat dipahami, yang terdapat pada narasi hasil wawancara. Gaya bahasa yang dipakai adalah Denotatif karena memiliki arti atau makna yang sebenarnya yang terkandung dalam sebuah kata secara objektif.

#### **III.2.6. Strategi Kreatif**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online (2019), terdiri dari strategi dan kreatif adalah dimana dalam pembuatan media informasi memiliki daya cipta untuk menciptakan rencana atau rancangan yang cermat agar mencapai sasaran khusus sesuai yang diinginkan. Perancangan media informasi berupa video dokumenter dipilih karena masih kurangnya media informasi terutama dalam audio visual. Dan merupakan salah satu media informasi yang baik karena terdapat gambar dan suara yang dapat memberikan informasi tentang kesenian Yalil agar target audiens dapat menyerap atau mengingat informasi yang disampaikan melalui media dokumenter.

Strategi kreatif merupakan bagian penting terhadap perancangan media informasi dalam menentukan proses dan mengeksekusi hasil karya agar lebih maksimal dan sesuai dengan rancangan yang sudah ditentukan. Strategi kreatif dalam perancangan media informasi yang dilakukan meliputi sebagai berikut:

### **III.2.6.1. Copywriting**

Menurut Sando (2015), Copywriting adalah sebuah teknik yang dimana untuk menghasilkan tulisan agar membuat target audiens yang membaca memberikan respon atau reaksi yang diinginkan. Copywriting yang dipakai di perancangan media informasi diantaranya kata “YALIL” dipakai sebagai *headline*, karena kata tersebut merupakan inti dari media informasi yang ingin disampaikan. Headline atau Judul yang harus berkaitan dengan *bodycopy*-nya (Madjadikara, 2004, h.25). Kemudian kalimat “Tradisine Wong Banten” dipakai sebagai *tagline*, karena maksud kalimat tersebut menjelaskan bahwa Yalil adalah tradisi asli tanah Banten. Dan kalimat *tagline* menggunakan Bahasa nonformal yaitu Bahasa Jawa Serang (bebasan) merupakan salah satu Bahasa yang digunakan di daerah banten, yang memiliki arti “Tradisinya Orang Banten”.

### **III.2.6.2. Sinopsis**

Sinopsis ialah ringkasan cerita yang merupakan gambaran singkat berkaitan dari film dokumenter yang ingin dibuat (Nalan, 2011, h.21). berikut synopsis dari film dokumenter yang akan dibuat.

Sinopsis:

Film dokumenter ini menceritakan tentang kesenian yang terdapat pada adat pernikahan di Daerah Banten. Yang mana adalah kesenian Yalil (Buka Pintu), yang biasa digunakan pada acara pernikahan adat Banten. Menjelaskan bagaimana sejarah dan penjelasan tentang kesenian sampai ke proses pelaksanaan kesenian yalil. Kemudian menjelaskan kondisi kesenian yalil dan juga upaya pemerintah daerah dalam melestarikan dan menginformasikan kepada masyarakat luas khususnya di daerah Banten.

### III.2.6.3. *Storyline*

Menurut Imanfunky (2007), *storyline* adalah susunan dari sebuah naskah cerita berupa teks. Dan membantu dalam proses produksi video dokumenter.

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

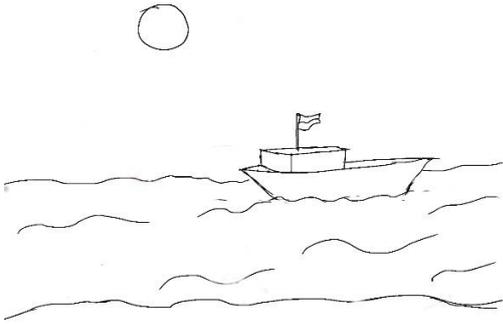
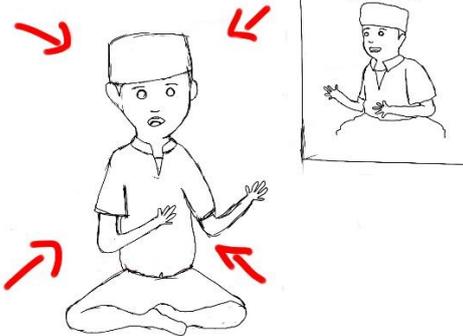
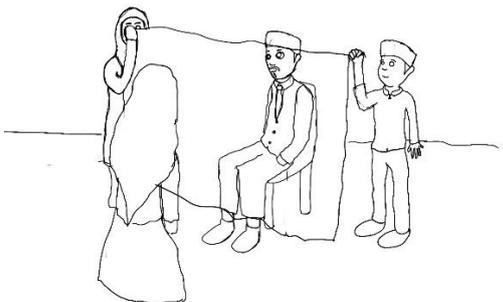
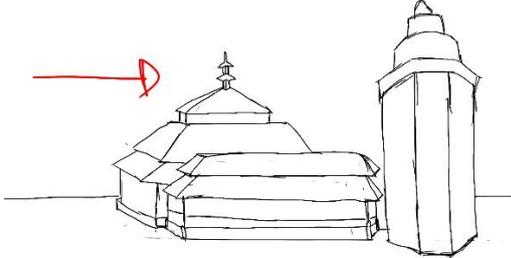
No	Keterangan
1	Opening Menampilkan <i>landscape</i> atau <i>landmark</i> yang ada di daerah Banten pada siang hari
2	Isi Menampilkan wawancara seniman yang menjelaskan kesenian Yalil dan menampilkan wawancara dari pihak bidang kebudayaan Dinas Kabupaten Serang
3	Menampilkan video Yalil sebagai selingan dari wawancara, menyesuaikan dari narasi wawancara sebagai gambaran
4	Closing Menampilkan suasana sore atau malam hari dengan teknik pengambilan <i>timelapse/hyperlapse</i> berlokasi di sekitar Masjid Agung Banten
5	Credit title Menampilkan nama yang berkaitan dan anggota yang ikut berkontribusi dalam pembuatan video dokumenter

### III.2.6.4. *Storyboard*

Menurut imanfunky (2007), *Storyboard* adalah susunan dari sebuah naskah cerita yang divisualisasikan dalam bentuk gambar sketsa. Dan membantu dalam proses produksi video dokumenter juga sebagai acuan agar proses produksi tidak keluar dari jalur.

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

Scene	Visual	Keterangan
-------	--------	------------

1	<p style="text-align: center;">Time Lapse</p> 	<p>Teknik pengambilan gambar  <i>Long shoot (timelapse)</i> pagi hari          Kamera stay menggunakan tripod</p>
2		<p>Teknik pengambilan gambar  <i>-Medium shoot image stabilization (Camera master)</i>  <i>- Middle Close Up (Camera Detailing)</i></p>
3		<p>Teknik pengambilan gambar  <i>-Medium shoot image stabilization (Camera master)</i>  <i>- Middle Close Up (Camera Detailing)</i></p>
4		<p>Teknik pengambilan gambar  <i>-Long Shoot image stabilization (Panning Left)</i>          sore/malam hari</p>

### **III.2.6.5. Visualisasi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online (2019), visualisasi merupakan suatu proses dalam mengungkapkan gagasan atau perasaan dalam kedalam perancangan melalui bentuk gambar, tulisan maupun yang lainnya yang dapat menggambarkan atau mengungkapkan sebuah gagasan atau informasi dalam bentuk visual.

### **III.2.7. Strategi Media**

Strategi media dalam perancangan ini diperlukannya untuk menentukan alat atau sarana yang digunakan kedalam perancangan informasi, supaya isi dari media informasi berupa informasi maupun pesan yang hendak disampaikan atau berikan bisa diterima dengan baik sesuai khalayak sasaran yang sudah ditentukan.

#### **III.2.7.1. Media Utama**

Dalam strategi media diantaranya terdapat media utama, yaitu media informasi berupa film dokumenter yang dijadikan sebagai media utama atau andalan. Film dokumenter adalah menggambarkan kejadian-kejadian nyata, atau kehidupan seseorang yang memiliki makna melalui sebuah film (Nalan, 2011, h.19). Dipilihnya film dokumenter sebagai media utama, karena melalui film dokumenter yang dimana didalamnya terdapat gambar dan audio yang menjelaskan dan menginformasikan tentang kesenian Yalil. Karena media informasi yang berupa gambar dan suara yakni salah satu dari beberapa media yang baik bagi sarana penyampaian pesan yang diinginkan dan dapat diingat oleh khalayak sasaran.

#### **III.2.7.2. Media Pendukung**

Dalam strategi media, tidak hanya media utama dan memerlukan media pendukung yang dimana media pendukung berperan penting untuk membantu, mengangkat, mendukung media utama agar informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran dibantu oleh media pendukung supaya pesan atau informasi lebih tersampaikan kepada target audiens. Dan juga peran sebagai media tersebut ialah media komplemen atau tambahan dalam membantu media primer untuk menyampaikan informasi atau pesan sampai tujuan kepada khalayak sasaran.

Tentunya digunakan sebagai penunjang media primer/utama yaitu media yang berkaitan dengan objek, dan kebiasaan terkait dalam kegiatan sehari-hari khalayak sasaran. Berikut media pendukung sebagai berikut: Kaos, totebag, x-banner, stiker, gantungan kunci, pin, poster, topi, flayer, stiker *one way vision*.

### III.2.8 Strategi Distribusi dan Penyebaran Media

Strategi distribusi yaitu dimana media utama dan media pendukung disebar luaskan kepada khalayak sasaran. Menyangkut dengan masalah waktu, tempat maupun lokasi untuk menyebarkan, dalam strategi penyebaran kita harus menentukan waktu dan tempat/lokasi agar media tersebut diterima oleh khalayak sasaran dengan baik.

Tabel III.4 Distribusi Media

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Media	Cara	Waktu	
		Juli 2019	Agustus 2019
Film Dokumenter	-Video Dokumenter Upload ke Youtube. -Penayangan untuk nonton bareng pada malam 17 agustus 2019	★	★
Poster	Ditempel di tempat umum yang ramai (halte bus, tembok/mading) dan share di media sosial.	★	★
<i>X-Banner</i>	Ditempatkan/dipajang dekat tenda/stand acara/event		★
Stiker	Dibagikan secara gratis bagi target audiens yang datang keacara/festival		★
Totebag	Dibagikan dengan syarat tertentu, untuk hadia souvenir dan tempat untuk paketan hadia souvenir		★
-Gantungan Kunci -Pin	Dibagikan dengan syarat berlaku (memfollow media social yang terkait)		★

<i>T-Shirt</i>	Dibagikan dengan syarat berlaku. mengikuti lomba foto dengan unsur kebudayaan (Yalil)	★	★
Topi	Akan dibagikan sebagai hadiah pada acara event atau lomba yang berkaitan dengan kesenian yalil.		★
Flayer	Dibagikan secara gratis pada acara/event yang berkaitan dengan kesenian yalil	★	★
Stiker <i>One Way Vision</i>	Dipasang atau ditempelkan pada kaca belakang mobil angkot	★	★

### III.3. Konsep Visual

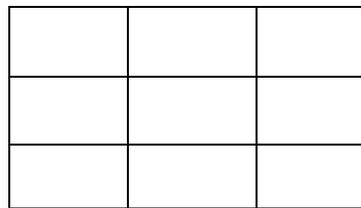
Dalam perancangan media informasi konsep visual berperan penting dalam menyampaikan gagasan atau pesan yang ingin sampaikan. Agar media informasi yang dibuat lebih menarik dan mendapat reaksi dari khalayak sasaran yang melihat atau menerima media informasi. Dalam perancangan media informasi konsep visual meliputi antara lain format desain, tata letak/*layout*, tipografi, ilustrasi, dan juga warna, supaya media informasi mendapatkan hasil visual yang maksimal.

#### III.3.1 Format Desain

Menggunakan Format desain pada media utama yaitu menggunakan kualitas video dengan resolusi Full High Definition (FHD) 1920x1080 piksel, bisa disebut juga dengan resolusi 1080p, dengan perbandingan layar wide screen 16:9 dan juga format file video berupa MP4. Dalam media utama yang berupa video dokumenter memakai resolusi tersebut karena pada zaman sekarang barang elektronik yang memiliki fitur perekam atau pemutar video sudah menjadi ukuran standar. Dan juga dalam mendistribusikan media utama ke Youtube menggunakan resolusi FHD sudah terbilang kualitas video bagus, jernih, dan nyaman untuk ditonton. Karena Youtube sanggup untuk memutar/menyimpan video beresolusi FHD bahkan lebih besar lagi.

### III.3.2. Tata Letak (*Layout*)

*Layout* yaitu bisa artikan tata letak elemen-elemen desain dalam sebuah bidang pada media agar mendukung konsep yang dipakai (Rustan, 2009, h.0). Salah satu media informasi yang menarik dan enak dipandang atau terlihat rapih, tata letak (*layout*) dalam pembuatan media ini sangat berperan penting dalam peletakan, penyusunan element tulisan maupun grafis. Dan penting dalam hasil media agar tidak jadi media yang tidak teratur/tertata dan supaya media informasi yang malah membuat bingung khalayak sasaran untuk memahaminya. Menurut Nugroho (2007), Dalam pembuatan video terdapat patokan disebut dengan istilah *The Rule Of Thirds* untuk menghasilkan gambar yang bagus pada *off-center* terhadap gambar/objek, yaitu dengan cara meletakkan atau memposisikan objek pada salah satu titik yang membuat objek terlihat menarik. (h. 122)



Gambar III.4 *The Rule Of Thirds*

Sumber: Dokumen Pribadi

(25 Mei 2019)

### III.3.3. Tipografi

Kemudian tipografi dalam perancangan media informasi terdapat teknik penataan komposisi huruf atau tulisan agar terlihat menarik dan mudah dibaca. Tipografi dalam istilah Yunani (*typos* dan *graphe*) yang arti harafiahnya adalah “bentuk tulisan” (Anggraini S, & Nathalia, 2018, h.51). Dalam perancangan ini menggunakan beberapa huruf/font dan memilih jenis font yang sesuai dengan desain yang dibuat agar saling berhubungan antara desain visual dan tipografi. Berikut beberapa font yang digunakan dalam perancangan media informasi.

- Nirmala UI

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 g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Font Nirmala UI termasuk kedalam jenis font san serif merupakan font dari merek dagang dari grup perusahaan Microsoft. Menggunakan font ini karena sesuai dengan desain media yang dirancang. Merupakan font yang bisa dipakai untuk formal dan nonformal.

- Sinthya

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 g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Font Sinthya termasuk kedalam jenis font skrip, dibuat oleh Sronstudio pada tahun 2018. Font ini merupakan font gratis apabila untuk penggunaan pribadi, jika font ini dipergunakan untuk komersial dikenakan biaya untuk membeli lisensi font Sinthya. Font ini dipilih dalam desain media informasi karena sesuai dengan tema pernikahan dan merupakan font nonformal.

- Myriad Pro

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 g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Termasuk kedalam jenis font san serif font Myriad Pro merupakan font yang dirancang oleh Robert Slimbach dkk. Font Myriad Pro lebih dikenal sebagai font perusahaan Apple dan sudah digunakan dari tahun 2002 sebagai pengganti Apple

Garamond. Digunakannya font ini karena sesuai dengan desain rancangan media dan digunakan untuk kalimat penjelas pada rancangan media informasi.

#### **III.3.4. Ilustrasi**

Menurut Nikko (2019), dalam sebuah perancangan media informasi konsep visual sangat penting salah satunya yakni Ilustrasi, yang dimana merupakan sebuah karya seni dalam bentuk gambar maupun visual yang berfungsi agar menarik, memperjelas maupun membantu suatu pesan atau informasi yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik dan juga mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Yang digunakan dalam perancangan media informasi yakni menggunakan ilustrasi berupa video dan foto.

#### **III.3.5. Warna**

Menurut Sutanto (2012), warna merupakan salah satu bagian dari format desain yang memiliki elemen penting dibidang seni visual dan warna bisa mempengaruhi suasana hati dan menunjukkan sifat serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Warna yang ingin dipakai dalam rancangan media informasi tentunya harus berkaitan dengan tema yang dipakai di rancangan media informasi. Berikut ini beberapa warna yang digunakan pada rancangan media informasi serta makna dari segi psikologi warna menurut Sutanto (2012):

- Hitam: Warna hitam dari segi psikologi warna memiliki makna keanggunan dan gaya.
- Putih: Warna putih dari segi psikologi warna memiliki makna kesucian, kesederhanaan dan perdamaian.
- Kuning: Warna kuning dari segi psikologi warna memiliki makna optimis.
- Coklat: Warna coklat dari segi psikologi warna memiliki makna alam dan kekayaan alam.
- Oranye: Warna oranye dari segi psikologi warna memiliki makna perhatian, menarik dan ceria yang melambangkan energy.