

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1.Khalayak Sasaran

III.1.1. Pengertian Khalayak Sasaran

Menentukan khalayak sasaran dilakukan guna informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran sesuai dengan apa yang diinginkan. Khalayak sasaran adalah segmentasi yang dibagi menjadi demografis, psikografis, dan geografis yang akan menjadi sasaran pendistribusian, berikut adalah segmentasi yang dituju :

- Demografis
 - Jenis Kelamin : Laki – laki dan Perempuan
 - Usia : 15 – 22 tahun
 - Pendidikan : SMA / sederajat dan Perguruan Tinggi
 - Ekonomi : Menengah Kebawah

Perancangan menentukan khalayak sasaran kepada remaja dengan usia 15 hingga 22 tahun, dikarenakan usia tersebut adalah usia yang masih memiliki antusias yang tinggal dan memiliki ketertarikan pada hal baru terlebih pada bentuk visual seperti video dan remaja khususnya pelajar dapat menjadi pengetahuan baru dalam akademik mengenai bentuk kesenian daerah.

- Psikografis

Masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap kebudayaan dan menonton film karena remaja cenderung ingin mengetahui sesuatu hal yang baru dan menarik. Allport dalam Sugih (2017) psikologi remaja memiliki 3 ciri sebagai berikut :

 1. *Extinction of the self* (pertumbuhan diri sendiri) seorang remaja dapat menjadikan suatu hal atau seseorang menjadi bagian dari dirinya jika pada saat anak – anak memiliki ego yang tinggi dalam fase remaja ego tersebut semakin berkurang dan disusul dengan rasa empati yang muncul terhadap orang lain. Hal ini menunjukkan khalayak sasaran remaja mulai mengenal kesenian Wayang

Landung Panjalu dan dapat menyebarkan informasi kepada remaja lainnya.

2. *Self objectivication self* (objektif melihat diri sendiri) remaja mulai bisa melihat dirinya sendiri (*self insight*) dan dapat bersifat tenang meskipun seorang remaja dijadikan sebagai bahan candaan (*sense oh humor*). Dalam fase ini remaja mulai bisa menyadari bahwa sebagai masyarakat dari kota atau ras tertentu semestinya mengetahui budaya dari kota tersebut meski remaja mendapat kritikat.
3. *Unifying philosophy of life* (memiliki falsafah hidup) remaja mulai dapat memahami bagai mana bertingkah laku dan mulai tidak terpengaruh dengan pendapat orang lain. Fase ini remaja mulai bisa menilai dan memilah bahwa kesenian wayang landung panjalu adalah kesenain yang harus tetap lestari dan dapat dijadikan kebanggaan.

- Geografis

Tempat : Khusus Kabupaten Ciamis dan umum di Jawa Barat
Iklim : Tropis
Budaya : Sunda

Perancangan menentukan lokasi geografis sesuai khalayak sasaran yang berada di Kabupaten Ciamis agar khalayak sasaran lebih mengenali Kesenian Wayang Landung Panjalu sebagai kesenian yang berasal dari Kabupaten Ciamis.

1. *Consumer Insight*

Cunsomer insight merupakan cara atau tahapan dalam mencari sebuah informasi mengenai khalayak sasaran baik secara mendalam baik dari segi kebiasaan, pemikiran dan perilaku Amalia dalam Setya (2018) *cunsomer insight* adalah tahapan mencari infomasi secara mendalam mengenai perbuatan, pola pikir dan perilaku konsumen terhadap suatu produk beserta informasi yang dimuat didalamnya. Studi lapangan mengenai

pencarian data dilakukan di Kabupaten Ciamis terhadap remaja sebagai khalayak sasaran.

2. *Consumer Journey*

Consumer Journey adalah proses memahami kegiatan khalayak sasaran yang biasa dilakukan menurut (Nadhilfah, 2018) *Consumer journey* merupakan pencarian data mengenai khalayak sasaran seperti identitas, karakteristik dan kebiasaan dalam waktu tertentu untuk membuat interaksi antara informasi dan khalayak sasaran.

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

Waktu	Kegiatan	Tempat	<i>Point Of Contact</i>
05.00 – 07.00	Bangun Tidur dan Mandi	Kamar dan Toilet	Gawai, Paper Toys
07.00 – 14.00	Sekolah	Sekolah	Pencil Wrap, Gawai, X Banner, Poster, Infografis
10.00 – 10.30 12.00 – 13.00	Istirahat	Kelas dan Kantin	Gawai, X Banner, Poster, Infografis
14.00 – 15.00	Selesai Sekolah dan Perjalanan Pulang	Jalan	Poster
19.00 – 20.00	Beristirahat	Rumah (Kamar)	Paper Toys, Gawai, TV
20.00 – 22.00	Belajar	Rumah (Kamar)	Paper Toys, Gawai, Pencil Wrap
22.00 – tidur	Beristirahat	Rumah (Kamar)	Paper Toys, Gawai, TV

Tabel III.2 *Consumer Journey Weekend*
 Sumber : Data Pribadi

Waktu	Kegiatan	Tempat	Point Of Contact
05.00 – 10.00	Bangun Tidur	Kamar dan Toilet	Gawai, Paper Toys
10.00 – 12.00	Bersih - bersih	Rumah	Gawai, Paper Toys
12.00 – 13.00	Istirahat	Sekolah	Gawai, Paper Toys, Televisi
14.00 – 15.00	Pergi keluar Rumah	Jalan	Poster
16.00 – 20.00	Bermain Bersama Teman	Tempat Hiburan seperti Restoran / Cafe	Gawai
20.00 – 21.00	Perjalanan Pulang	Jalan	Poster
21.00 – tidur	Beristirahat	Rumah (Kamar)	Paper Toys, Gawai, TV

III.2. Strategi Perancangan

Media informasi tentang Kesenian Wayang Landung ini akan dibuat sebuah media berbentuk video profil yang berisi kesenian sunda, meliputi bahan pembuatan hingga bentuk pementasannya, informasi merupakan kumpulan data yang terstruktur dan dapat disampaikan melalui bahasa lisan, surat kabar, video dan lainnya (Ati, Nurdien, dkk, 2014, h.4). Informasi juga terbagi menjadi beberapa jenis menurut Soetaminah dalam Antin, Nurdienm dkk (2014) diantaranya informasi untuk kegiatan sosial biasanya dibuat oleh pemerintah atau institusi mengenai kebijakan atau program kerja, informasi untuk pengajar bisa melalui buku guna menambah wawasan, dan informasi untuk pelajar dan

mahasiswa berguna untuk menambah dan mengembangkan pengetahuan biasanya mencari informasi melalui buku, majalah dan lainnya. Video profil secara umum adalah pengambilan video atau film yang mendokumentasikan kenyataan dan dapat diolah kembali sehingga bukan dilihat sebagai suatu rekaman nyata, seperti penambahan *voiceover*, wawancara dari para ahli, saksi dan pendapat masyarakat tentang objek tertentu (Hidayat, 2018, h.9).

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan media informasi berupa video profil adalah untuk memberikan informasi tentang bahan pembuatan hingga bentuk pementasannya dalam Kesenain Wayang Landung Panjalu dengan jelas dan menarik untuk dilihat sehingga masyarakat Kabupaten Ciamis dan Jawa Barat dapat mengetahui dan memperlajarinya.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Komunikasi merupakan interaksi antara individu dengan individu lainnya atau penyampaian pesan dan gagasan dari komunikator kepada komunika, sehingga komunikasi sangat dibutuhkan sehari – hari menurut Depari dalam Sugih (2017) komunikasi adalah penyampaian pesan gagasan dan harapan yang telah disampaikan melalui lambang atau simbol tertentu yang mengandung arti yang dilakukan oleh penyaipai pesan (*source, communication, sender*) ditunjukkan kepada penerima pesan (*receiver, komunikan, audience*) dengan maksud mencapai kebersamaan (*kommunies*).

Sehingga pendekatan komunikasi bisa diartikan sebagai upaya penyampain informasi atau pesan kepada khalayak sasaran, dalam perancangan informasi ini akan menggunakan dua cara pendekatan komunikasi dengan menggunakan pendekatan visual (non verbal) dan pendekatan verbal, hal tersebut bertujuan agar penyampaian informasi dapat diterima secara menyeluruh oleh khalayak sasaran tujuan menggunakan pendekatan visual agar mempermudah khalayak dalam mempelajari karena mudah diingat dan menarik untuk dilihat sedangkan

pendekatan verbal sebagai mempertegas dan memperkuat informasi yang disampaikan melalui pendekatan visual.

III.2.2.1. Pendekatan Visual

Pendekatan komunikasi secara visual adalah pendekatan atau penyampaian pesan menggunakan gambar atau simbol Arthur (2007, h. 23) menjelaskan “Gambar dalam desain grafis punya kekuatan untuk memikat audiens yang tepat, membangkitkan imajinasi, memperjelas problem yang rumit, memberi pengertian, mengekspresikan perasaan, membangkitkan rasa keindahan dan merekam peristiwa”. Pendekatan visual dalam perancangan informasi menggunakan elemen sebagai berikut :

- Teks, sebagai tampilan layar yang menampilkan kata – kata yang dibuat menggunakan font juga memiliki warna, teks juga bisa berupa terjemahan dari sebuah percakapan dari bahasa asing maupun bahasa daerah. Gaya bahasa teks ini menggunakan Bahasa Indonesia.
- *Image*, menampilkan gambar atau visual dari suatu objek guna untuk lebih memperjelas objek tersebut meliputi foto – foto bahan pembuatan dan pementasan dari Kesenian Wayang Landung Panjalu.
- *Movie*, memberikan gambaran yang lebih jelas dan nyata dengan menghadirkan rekaman mengenai Kesenain Wayang Landung Panjalu.
- *Video Effect*, memberikan tambahan pada clip video agar lebih terlihat menarik meliputi animasi, *effect* warna, transisi video, dan audio.

III.2.2.2. Pendekatan Verbal

Pendekatan Verbal dapat berupa tulisan atau lisan berupa pengucapan yang memiliki bunyi yang dapat didengar oleh telinga, diantaranya terdapat beberapa contoh bahasa lisan seperti, bahasa daerah, bahasa Indonesia, bahasa prokem dan bahasa gaul (Sugih, 2017, h.26). Pendekatan secara verbal juga penting karena dapat mempengaruhi khalayak sasaran seperti jika khalayak sasaran adalah remaja sebaiknya menggunakan bahasa yang mudah dimengerti atau khalayak sasaran Majas Klimaks termasuk pada bagaian dari majas penegasan yang menyampaikan gagasan atau informasi secara berturut – turut dari gagasan atau informasi yang

sederhana hingga kompleks dengan pemilihan kata yang tepat sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas dan efektif.

III.2.2.3. Pendekatan Audio

Audio merupakan bunyi yang dapat didengar melalui indra pendengaran telinga audio sendiri biasa berupa musik dan ucapan atau perkataan yang keluar dari sebuah alat bantu seperti speaker, Munir dalam Sugih (2017) audio adalah macam – macam bunyi dalam bentuk digital seperti suara, musik, narasi dan sebagainya yang dapat didengarkan untuk keperluan suatu latar, penyampaian pesan duka, sedih, semangat dan lainnya disesuaikan dengan situasi dan kondisi.

Oleh karena itu pendekatan audio yang digunakan yaitu dengan menggunakan narasi dan musik bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat diterima dan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran.

III.2.3. Mandatory

Mandatory adalah pihak penyelenggara atau pihak yang memiliki mandat dan kewenangan baik berupa institusi tertentu dan kelompok atau organisasi masyarakat. Dalam perancangan video informasi berbentuk profil mengenai Kesenian Wayang Landung Panjalu yang dikembangkan oleh KAI (Komunitas Anak Ibu) Panjalu yang merupakan pihak penyelenggara dalam aktifitas kreatif baik dari pembuatan wayang hingga pementasan Wayang Landung Panjalu



Gambar III.1 Logo KAI (Komunitas Anak Ibu) Panjalu
Sumber : KAI (Komunitas Anak Ibu) Panjalu
(Diakses pada 05/17/2019)

dan Dinas Pariwisata Kab. Ciamis karena Wayang Landung Panjalu menjadi kesenian yang dapat dinikmati sebagai hiburan agar sebagai daya tarik masyarakat untuk mengunjungi Kabupaten Ciamis.



Gambar III.2 Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis
Sumber : www.galamedianews.com
(Diakses pada 06/13/2019)

III.2.4. Materi Pesan

Dalam perancangan informasi terdapat materi atau poin yang disampaikan sebagai informasi yang ingin diberikan kepada khalayak sasaran sebagai berikut :

1. Daerah asal dari Wayang Landung Panjalu yang berasal dari Kabupaten Ciamis tepatnya kesenian dari Desa Panjalu.
2. Komunitas yang mengembangkan yaitu KAI (Komunitas Anak Ibu) Panjalu.
3. Sejarah kesenian Wayang Landung Panjalu, tepatnya Wayang Landung Panjalu pertama dipentaskan pada Festival Jembaran Bali pada tahun 2007, dibuat oleh tiga keator, kata landung sendiri dalam bahas Sunda yaitu tinggi dan pada bagian bawah bergelambir hingga tanah.
4. Bahan pembuatan Wayang Landung Panjalu yang menggunakan bahan bekas dan mudah didapatkan seperti ban bekas, jerami kering, daun janur, dan kararas atau daun pisang kering.
5. Bentuk pementasan dari Wayang Landung Panjalu, dalam pementasan terbagi menjadi beberapa bagian mulai dari properti, cerita, musik, narasi dan tahapan dalam pementasan.

Poin – poin diatas lalu dikemas menjadi sebuah video profil dengan penyampaian pesan Visual karena berbentuk video maka visual dari awal hingga akhir lalu Audio

dan elemen Verbal karena bentuk dari video ini menggunakan narator maka elemen verbal yang ada tidak banyak mencul pada video profil ini.

III.2.5. Sifat Pesan

Sifat pesan merupakan merupakan penyampain pesan yang mempunyai kesan dari pesan tersebut dalam video profil Kesenian Wayang Landung Panjalu mengguakan sifat pesan halus, santai dan tidak berbelit – belit atau sederhana. Sifat pesan ini digunakan agar khalayak sasaran dapat dengan mudah menerima informasi yang ingin disampaikan.

III.2.6. Gaya Bahasa

Penggunaan kata dalam gaya bahasa yang digunakan yaitu Bahasa Indonesia dengan acuan sifat pesan, gaya bahasa merupakan gambaran sebuah cerita dari hasil pemikiran lewat bahasa yang khas dan dapat menimbulkan kesan tertentu (Sora, 2015, p.1). Gaya bahasa yang digunakan untuk video Wayang Landung Panjalu menggunakan gaya bahasa naratif yang digunakan tidak formal tersekan halus, santai dan tidak berbelit – belit atau sederhana sehingga khalayak sasaran mendapatkan kejelasan gaya bahasa naratif merupakan penggambaran suatu kejadian yang bersifat menguraikan dan menjelaskan dari sebuah kejadian (Berpendidikan, 2019, p.6). Penggunaan gaya tersebut tentunya mengacu kepada khalayak sasaran yaitu remaja ini juga berguna agar video profil mengenai Kesenian Wayang Landung agar khalayak sasaran tidak menganggap video profil tentang Kesenian Wayang Landung kaku dan terkesan membosankan.

III.2.7. Strategi Kreatif

Perancangan strategi kreatif dibuat bertujuan untuk menginformasikan poin – poin apa saja yang akan diinformasikan dalam video profil Kesenain Wayang Landung Panjalu sehingga informasi yang dibuat harus menarik dan bermanfaat bagi khalayak sasaran dengan baik. Video profil merupakan media informasi yang dibuat agar khalayak dapat melihat informasi secara terus menerus oleh karena itu penggunaan tataletak dan pengambilan gambar yang variatif sangat berperan kepada khalayak sasaran agar khalayak sasaran bisa menilai dan mempunyai

kesan (Sugih, 2017, h.27). Berikut merupakan poin – poin apa saja yang diambil dalam pembuatan video profil :

1. Objek : Kesenian Wayang Landung Panjalu
2. Lokasi : Dusun Pabuaran, Desan Panjalu,
Kabupaten Ciamis.
3. *Point of view (POV 1)* : Bahan pembuatan
4. *Point of view (POV 2)* : Bentuk pementasan
5. *Voice over dan text*
6. *Copywriting*
Title : Wayang Landung Panjalu
7. *Storyline*
Opening : Video profil Kesenian Wayang Landung Panjalu diawali dengan tampilan beberapa potongan video wayang landung panjalu dan desa panjalu dengan transisi cepat lalu menampilkan judul, agar menarik perhatian audiens dan memberikan kesan pertama.
8. *Video Content*
Lokasi pengambilan gambar dilakukan di beberapa tempat seperti Kabupaten Ciamis dan KAI (Komunitas Anak Ibu) yang bertempat di Dusun Pabuaran Desa Panjalu. Pada video ini menggunakan teknik wawancara kepada Bah Ganda sebagai kreator Wayang Landung Panjalu dan pendiri KAI Panjalu dan *Voice over*.
9. *Closing*
Video profil ini ditutup dengan pesan dari Bah Ganda kepada khalayak sasaran yaitu remaja yang berada di Kabupaten Ciamis dan logo dari Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis sebagai *mandatory* dan logo KAI (Komunitas Anak Ibu) Panjalu sebagai *support by*.

III.2.7.1.1. Storyline

Storyline dibuat karena menjadi acuan dalam pembuatan video sehingga proses pengambilan gambar dan alur cerita teratur dan tersusun, didalam *storyline* juga biasanya terdapat cerita pendek dari pengambilan gambar tersebut beserta *effect*

apa saja yang ada dalam pengambilan gambar tersebut. Berikut adalah perancangan *storyline* yang digunakan.

Tabel III.3 *Storyline*
Sumber : Data Pribadi

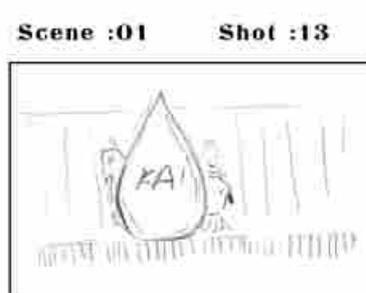
STORYLINE “WAYANG LANDUNG PANJALU”		
Durasi : 6 menit		
Skenario	Skrip Video	Skrip Audio
<i>Opening Scene</i>		
<i>Scene 1</i>	Potongan video (footage)	Musik
<i>Scene 2</i>	Animasi Teks “Wayang Landung Panjalu”	Musik
<i>Main Scene</i>		
<i>Scene 3</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Gapura Kab. Ciamis • Alun – alun Ciamis (taman Raflesia) • Gapura Desa Panjalu • Alun – alun Panjalu 	Musik : musik tradisional dan suara perkotaan/kendaraan VO : penjelasan Kab.Ciamis dan Desa Panjalu
<i>Scene 4</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat KAI (Komunitas Anak Ibu) Panjalu • Beberapa Wayang Landung Panjalu 	Musik : musik tradisional VO : penjelasan KAI Panajalu sebagai sanggar yang mengembangkan Wayang Landung Panjalu
<i>Scene 5</i>	Penjelasan sejarah Wayang Landung Panjalu	Wawancara dengan Bah Ganda sebagai kreator Wayang Landung Panjalu
<i>Scene 6</i>	Penjelasan bahan pembuatan Wayang Landung Panjalu	VO : bahan bahan
<i>Scene 8</i>	Prosesi <i>Jogol</i> , pertarungan antar wayang	Musik : musik tradisional (musik pada saat pementasan) VO : Penjelasan Jogol
<i>Scene 9</i>	Pesan dari KAI Panjalu kepada masyarakat Ciamis khususnya remaja	Wawancara bersama Bah Ganda
<i>Closing Scene</i>		
<i>Scene 10</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Support by</i> • <i>Mandatory</i> • <i>Credit Title</i> 	Musik : musik tradisional

III.2.7.1.2. *Storyboard*

Dalam perancangan suatu video tentu sangat memerlukan *storyboard* karena *storyboard* berguna sebagai acuan dalam pengambilan sebuah gambar, *storyboard* merupakan sebuah sketsa yang telah disusun dan visualisasi dari *storyline*, menurut Helianthusonfridalam Sugih (2017) *storyboard* merupakan visualisasi dari gambar yang akan diproduksi dalam sebuah video. Terdapat beberapa teknik dalam pengambilan gambar menggunakan teknik *long shot*, *medium shot*, *medium close up* dan *close up*

- Long Shot
Teknik pengambilan gambar dari kaki hingga kepala, digunakan untuk memperlihatkan pergerakan yang cepat agar semua pergerakan dapat dilihat.
- Medium Shot
Teknik pengambilan gambar dari bagian pinggang hingga atas kepala, digunakan untuk memperlihatkan gerakan tangan atau gesture.
- Medium Close Up
Teknik pengambilan gambar dari dada hingga bagian atas kepala, digunakan untuk memperlihatkan ekspresi.
- Close Up
Teknik pengambilan gambar pada bagian kepala, digunakan untuk memperlihatkan detail atau ekspresi seseorang.

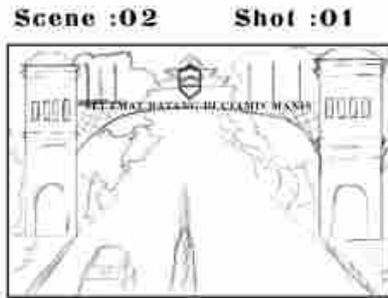
Berikut merupakan beberapa tahapan *storyboard* sebagai acuan yang telah dibuat.



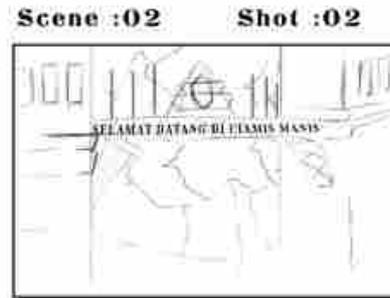
1



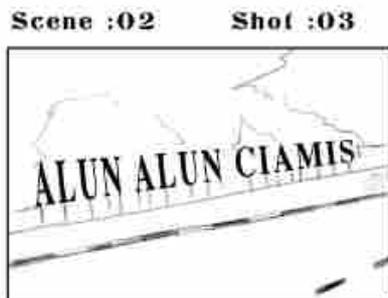
2



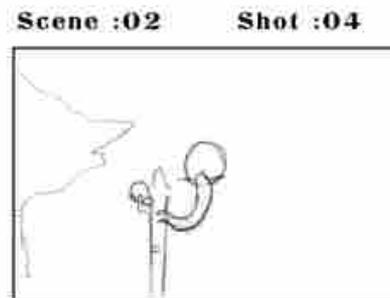
3



4



5



6

Gambar III.3 *Storyboard*
Sumber : Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 05/17/2019)

III.2.8. Strategi Media

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat Kabupaten Ciamis maka dalam hal ini pemilihan media bertujuan untuk menciptakan solusi bagi permasalahan tersebut. Maka media yang digunakan menjadi dua bagian yaitu media utama dan media pendukung.

Rancangan tayangan video profil :

1. Video memiliki durasi kurang lebih 6 menit mengenai obyek Kesenian Wayang Landung Panjalu dengan *voice over* dan musik.

2. Video profil ini merupakan video informasi mengenai Kesenian Wayang Landung Panjalu.
3. Bahasa yang digunakan merupakan Bahasa Indonesia dengan gaya bahasa tidak formal tersekan halus, santai dan tidak berbelit – belit atau sederhana karena khalayak sasaran dari video informasi ini adalah kewarganegaraan Indonesia.
4. Video terdapat beberapa *effect* agar lebih menarik untuk dilihat.

III.2.8.1. Media Utama

Media utama yang digunakan yaitu berupa video profil yang digunakan sebagai sarana informasi tentang Kesenian Wayang Landung Panjalu menurut Binato dalam Alif (2017) kata video berasal dari kata latin yang artinya ‘saya lihat’ video merupakan gabungan dari gambar – gambar yang tersusun dan dapat dibaca dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu sedangkan Video profil merupakan video gambaran singkat mengenai suatu objek seperti manusia, kelompok, tempat atau wilayah yang bergerak dan membuat suatu ilusi (Sugih, 2017, h.28) ilusi merupakan pengelihatan penonton mengenai video yang menciptakan perasaan merasakan suasana dari video. Media utama berupa video dipilih karena video merupakan sebuah alat komunikasi yang efektif karena disampaikan melalui gambar dan suara (Tarmawan, 2019, h.24). Video profil ini menggunakan gambaran mengenai bahan pembuatan, cara pementasan meliputi musik pengiring, narasi cerita dan properti, juga sejarah dan komunitas yang mengembangkan yaitu KAI (Komunitas Anak Ibu) menurut Kriyantono dalam Alif (2017) terdapat beberapa unsur dalam video profil yaitu meliputi sejarah, filosofi, budaya perusahaan atau komunitas, identitas, perkembangan dan deskripsi mengenai produk atau objek tertentu. Agar video ini terlihat menarik maka penggunaan elemen – elemen visual yang sesuai dengan khalayak sasaran sangat diperlukan video profil ini sangat diharapkan dapat menjadi sarana informasi yang menarik dan dengan mudah dapat dipahami oleh khalayak sasaran.

III.2.8.2. Media Pendukung

Dalam perancangan media pendukung ini menggunakan foto yang bertujuan untuk mendapatkan detail sehingga khalayak sasaran dapat melihat dengan jelas media merupakan interaksi manusia sebagai pengguna atau penyimak dari suatu media yang dilihat dan dapat dilihat sebagai sebuah bentuk komunikasi (Albar, 2011, h.34). Maka dibuat sebuah media sebagai sebuah alat komunikasi dan penghubung video profil Kesenian Wayang Landung Panjalu dengan masyarakat.

1. Media Informasi :

- **Poster**
Penggunaan poster merupakan tahapan dari penyebaran informasi sehingga memudahkan khalayak sasaran untuk melihat informasi Kesenian Wayang Landung Panjalu, karena poster merupakan media cetak yang dapat dipasang ditempat umum seperti mading sekolah dan tempat yang menyediakan mading untuk informasi.
- **X Banner**
X Banner merupakan media yang menjadi tahapan dalam penyampaian informasi yang didalamnya mempunyai tujuan untuk penyampaian informasi juga pesan sehingga dapat menimbulkan daya tarik.
- **Teaser Video**
Teaser video merupakan cuplikan singkat mengenai isi atau konten dari sebuah video, oleh sebab itu *teaser* video digunakan untuk cuplikan singkat dari video profil Kesenian Wayang Landung Panjalu.
- **Infografis**
Infografis merupakan media informasi yang didalamnya terdapat elemen visual dan verbal yang bertujuan untuk menginformasikan sesuatu secara singkat dan menarik, infografis bisa digunakan untuk penyampaian informasi singkat tentang cara pemantasan Wayang Landung Panjalu agar lebih singkat.
- **Konten Media Sosial**
Media social menjadi penunjang untuk video profil Wayang Landung Panjalu dalam tahapan informasi yang cocok dalam era modern ini karena memiliki fitur menampilkan beberapa foto dan juga video dan

memiliki jangkauan luas sehingga menjadi media informasi yang baik. Dalam hal ini penggunaan seperti media sosial dalam tampilan Instagram, Facebook, Youtube dan lainnya menginformasikan tentang Wayang Landung Panjalu.

2. *Gimmick* :

- *Zine*

Zine merupakan media cetak kecil yang biasanya terdiri dari beberapa halaman dan diproduksi hitam putih dan berwarna *zine* juga dapat disebut majalah kecil, *zine* dibuat untuk kebutuhan informasi cetak yang didalamnya dapat membahas satu topik atau beberapa topik dalam media informasi mengenai Wayang Landung Panjalu *zine* dapat disebar secara gratis di festival atau *event* saat Wayang Landung Panjalu tampil.

- *Paper Toys*

Paper toys merupakan boneka yang terbuat dari selembar kertas lalu dibentuk dengan mengikuti pola yang sudah ada, *paper toys* biasanya tidak bisa dimainkan seperti main lainnya karena berbahan kertas maka hanya dapat disimpan sebagai pajangan diatas meja atau rak mainan. Objek Wayang Landung Panjalu dapat dibuat *paper toys* dan menjadi daya ingat bagi khalayak sasaran karena dapat disebar secara gratis di festival atau *event* saat Wayang Landung Panjalu tampil.

3. *Merchandise*

- *Pencil Wrap*

Pencil Wrap merupakan tempat bawaan barang – barang yang kecil seperti alat tulis, sisir, dan lainnya berbahan kain dalam hal ini media tersebut dapat dijadikan sebagai *merchandise* yang dijual oleh KAI (Komunitas Anak Ibu) Panjalu baik pada saat sedang Wayang Landung Panjalu pentas atau hari – hari biasa.

III.2.9. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Dalam sebuah perancangan membutuhkan strategi distribusi untuk mengatur waktu dan tempat penyebaran agar informasi yang disampaikan kepada khalayak

sasaran tersampaikan secara baik. Penyebaran media terbagi menjadi dua bagian yaitu secara *online* dan *offline*, penyebaran secara *online* merupakan cara distribusi melalui media sosial seperti Instagram, Line dan Youtube lalu penyebaran secara *offline* merupakan cara distribusi melalui KAI (Komunitas Anak Ibu) Panjalu dan sekolah yang berada di Kabupaten Ciamis. Target *online* dan *offline* tersebut yaitu KAI (Kominutas Anak Ibu) Panjalu, masyarakat Kabupaten Ciamis khususnya remaja dan umumnya masyarakat Jawa Barat.

Tabel III.4 Distribusi Tempat Waktu
Sumber : Data Pribadi

Media	Tempat	Waktu Tahun 2019												
		Bulan												
		6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	
Media Utama														
Video Profil	Youtube													
Media Pendukung														
Poster	Media Online, KAI Panjalu & tempat umum (madding,d ll)													
X Benner	Sekolah SMA													
Teaser Video	Media Online													
Inforgrafis	Media Online, KAI Panjalu & tempat umum (madding,d ll)													
Konten Media Sosial	Media Online													
Zine	Sekolah SMA dan festival													
Paper Toys	Sekolah SMA dan festival													
Pencil Wrap	KAI Panjalu, Sekolah SMA dan festival													

Tabel III.5 Distribusi Media
 Sumber : Data Pribadi

Media	Distribusi
Poster	Didistribusikan di media social dan cetak di tempat umum seperti madding sekolah SMA sederajat
<i>X Benner</i>	X Benner diterapkan di sekolah SMA sederajat yang berada di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis.
<i>Teaser Video</i>	<i>Teaser Video</i> didistribusikan di Youtube dan Instagram
Inforgrafis	Didistribusikan di media sosial dan cetak di tempat umum seperti madding sekolah SMA sederajat
Konten Media Sosial	Konten sosial media memberikan informasi seperti kegiatan dan lainnya yang dibuat satu minggu sekali
<i>Zine</i>	<i>Zine</i> diberikan secara gratis pada saat festival atau event ketika Wayang Landung Panjalu pentas
<i>Paper Toys</i>	<i>Paper toys</i> diberikan secara gratis pada saat festival atau event ketika Wayang Landung Panjalu pentas
<i>Pencil Wrap</i>	<i>Pencil Wrap</i> dapat dibeli di KAI (Komunitas Anak Ibu) Panjalu

III.3. Konsep Visual

Dalam video ini menggunakan konsep film pendek yaitu berupa video profil Wayang Landung Panjalu yang didalamnya memuat bahan pembuatan dan bentuk pementasan meliputi musik pengiring, narasi cerita dan properti. Video informasi ini ditata agar menarik dan pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran.

III.3.1. Format Desain

Video informasi Kesenian Wayang Landung Panjalu yang berjudul “Wayang Landung Panjalu” dibuat dengan format Mpeg-4 atau Mp4 (codec.H.264) aspek rasio 16:9 dengan ukuran lebar 1280px dan tinggi 720px dan berdurasi kurang lebih 6 menit. Ukuran ini digunakan karena perangkat zaman sekarang telah banyak menggunakan layar monitor *widescreen* dan agar video terlihat jelas.

III.3.2. Tata Letak (*Layout*)

Tata letak atau *layout* merupakan suatu komposisi yang didalamnya terdapat beberapa elemen seperti elemen visual dan verbal yang bertujuan untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan terhadap khalayak sasaran. Tata letak menurut Lincy dalam Kusrianto (2007) didalamnya terdapat proporsi, keseimbangan, kontras, irama dan kesatuan maka dari itu dalam penggunaan tataletak membutuhkan *grid system* agar mempermudah dan menjaga objek tetap konsisten satu salama lain dalam sebuah komposisi. Dalam penggunaan media utama atau media pendukung menggunakan gaya tata letak *style natural* yang berkesan rapi juga terdapat jarak antara *headlines* dengan *bodytext* (Kusrianto 2007, h.293) menjelaskan “*style natural* memiliki susunan yang elegan menggunakan teks berpariasi lebar. Jarak antara *headlines* dan *bodyteks* dibuat cukup jauh.” Tataletak atau *layout* tentunya berfungsi untuk penyampaian informasi yang memberikan kenyamanan dalam membaca sebuah informasi dengan tepat didalam sebuah layout didalamnya terbagi menjadi tiga elemen yaitu elemen teks, elemen visual dan *invisible elment* (Rustan, 2017, h.27).



Gambar III.4 Tata Letak
 Sumber : Dokumentasi Pribadi
 (Diakses pada 07/13/2019)



Gambar III.5 Tata Letak Video
 Sumber : Dokumentasi Pribadi
 (Diakses pada 07/13/2019)

III.3.3. Tifografi

Tifografi merupakan elemen penting bagi media informasi karena tifografi merupakan sebuah alat komunikasi dalam penyampaian sebuah pesan atau informasi menurut Anggraini dalam Azmi (2018) tifografi merupakan elemen yang terpengaruhi dan dipengaruhi elemen lain serta dapat mempengaruhi keberhasilan suatu karya seni desain. Tifografi juga merupakan pemilihan bentuk dan susunan huruf yang menjadi suatu pesan yang dapat disampaikan, berikut adalah jenis huruf yang digunakan diantaranya :

1. Titania

Huruf Titania dibuat oleh Mediengestaltung pada tahun 2001 dengan lisensi *free for personl use* dan *free for commercial use*, jenis huruf ini dipilih karena berjenis huruf sans serif yang baik digunakan untuk *headlines* menurut Supriyono (2010) jenis huruf sans serif baik digunakan untuk headlines karena cukup efektif untuk penulisan kalimat pendek dan memiliki kesan dinamis, simple dan mudah dibaca selain itu dengan memiliki bentuk meliuk dapat mencerminkan kesan tradisional.



Gambar III.6 Jenis Huruf Titania
Sumber : Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 07/13/2019)

2. Spirit

Huruf Spirit dibuat oleh Digital Graphic Labs dengan lisensi *free for personl use* dan *free for commercial use*, jenis huruf ini dipilih karena berjenis huruf serif yang baik digunakan untuk *bodytext* menurut

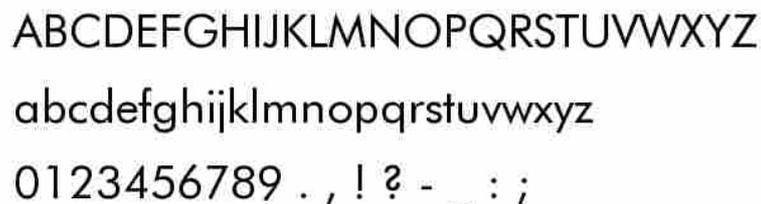
Supriyono (2010) jenis huruf serif baik digunakan untuk bodytext karena memiliki kesan luwes, fleksibel dan lebih nyaman dibaca untuk teks panjang. Jenis huruf Spirit dipilih karena memiliki bentuk meliuk dan melengkung memberikan kesan tradisional.



Gambar III.7 Jenis Huruf Spirit
Sumber : Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 07/13/2019)

3. Futura Md BT

Huruf Futura Md BT merupakan jenis huruf sans serif yang dibuat oleh Paul Renner pada tahun 1927 yang digunakan untuk *subtitle* karena memiliki aspek kejelasan bentuk huruf (*legibility*) yang baik dan mudah dibaca (*readability*).



Gambar III.8 Jenis Huruf Futura Md BT
Sumber : Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 06/07/2019)

III.3.4. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan lemen visual berupa sebuah gambar yang berguna menjelaskan dan memperkuat sebuah elemen verbal yang dapat menampilkan pesan berupa visual guna khalayak sasaran dapat dengan mudah mengingat materi pesan yang ingin disampaikan. Video merupakan tampilan dari beberapa gambar bergerak menurut Munir dalam Sugih (2017) video adalah teknologi

penangkapan, perekaman dan penglohan urutan dari beberapa gambar diam yang menyajikan adegan – adegan atau gerak dalam bentuk elektronik.

Maka dari itu video adalah tampilan dari beberapa gambar yang tersusun yang bertujuan untuk memvisualkan dan membantu mempertegas visual verbal yang tentunya sangat berkaitan satu sama lainnya untuk penyampaian suatu informasi. Pada pembuatan media utama berupa video menggunakan penggambaran situasi yang sedang terjadi yang didukung oleh narasi dan visual verbal seperti pada saat pementasan Wayang Landung Panjalu.

Pada perancangan media pendukung menggunakan teknik kolase atau penggabungan dari beberapa elemen visual seperti foto dan ilustrasi gambar berupa vektor, gaya foto dipilih karena untuk khalayak sasaran bisa dapat melihat secara detail mengenai objek Kesenian Wayang Landung Panjalu sedangkan ilustrasi vektor digunakan sebagai elemen pendukung atau *supergraphic* dan tentunya elemen verbal untuk memuat sebuah informasi, sebagian besar iklan cetak maupun digital menggunakan dua elemen visual yaitu visual dan verbal elemen visual bisa berupa ilustrasi seperti foto dan gambar, tifografi atau elemen gabungan sedangkan elemen verbal berupa headline, subheadline dan teks (Supriyono, 2010, h.131).



Gambar III.9 Referensi Ilustrasi Vektor
Sumber : www.kaskus.co.id/wayang-masuk-mall-vidpic/.jpg
(Diakses pada 07/13/2019)



Gambar III.10 Referensi *Supergraphic*
Sumber

:https://www.google.com/search?q=pesona+indonesia+supergraphic&safe=strict&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwif_cuUtrTjAhVIguYKHxAsAsUQ_AUIECgB&biw=582&bih=622#imgrc=-D6XXIfDhdpseM:.jpg
(Diakses pada 07/13/2019)

Supergraphic yang digunakan merupakan siluet dari kepala Wayang Landung Panjalu berikut gambar dan penempatan.

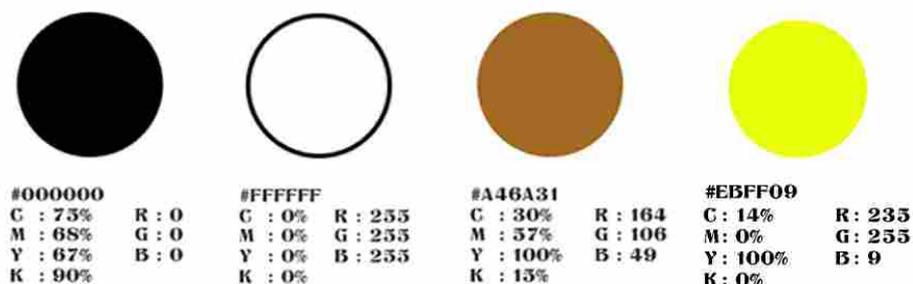


Gambar III.11 *Supergraphic*
Sumber :Dokumentasi Pibadi
(Diakses pada 07/13/2019)

III.3.5. Warna

Selain menggunakan elemen visual dan verbal, warna juga menjadi elemen penting dalam sebuah perancangan agar dapat menarik perhatian dan membuat kesan, warna merupakan pelengkap visual fungsi dari warna juga guna untuk menarik perhatian dan memberikan kesan, selain menarik perhatian warna juga mampu memberikan kekuatan dan masing – masing warna mampu memberikan respons psikologis (Kusrianto, 2007, h.46-47). Dalam perancangan ini warna untuk kebutuhan media pendukung berupa cetak menggunakan warna hitam, putih, dan coklat sedangkan untuk media utama berupa video menggunakan warna kuning untuk *teks subtitle* dan warna hitam dan putih untuk penggunaan animasi berupa teks.

Maka penggunaan warna dalam perancangan ini memiliki arti dan mengacu kepada objek Kesenian Wayang Landung Panjalu sebagai berikut :



Gambar III.12 Warna Yang Digunakan
Sumber : Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 07/13/2019)

1. Hitam

Warna hitam memiliki arti kekuatan, kemewahan, dan keagungan (Kusrianto, 2007, h.47). Pementasan Wayang Landung Panjalu banyak melibatkan laki – laki pada saat pementasan selain itu warna hitam memiliki keterbacaan yang jelas.

2. Putih

Warna putih memiliki arti kemurnian/suci, bersih, dan kecermatan (Kusrianto, 2007, h.47). Penggunaan warna putih menjadi warna dari

Wayang Landung Panjalu itu sendiri karena mengacu pada mencintai alam dan lingkungan sekitar agar tetap terjaga, warna putih merupakan warna netral sehingga memberikan kemudahan khalayak sasaran dalam membaca informasi yang diberikan.

3. Coklat

Warna coklat memiliki arti bumi, dapat dipercaya, nyaman dan bertahan (Kusrianto, 2007, h.47). Bahan pembuatan Wayang Landung Panjalu lebih banyak menggunakan bahan alam atau dari bumi seperti bambu, daun janur, padi kering, kararas (daun pisang kering), dan dedaunan lainnya.

4. Kuning

Warna kuning memiliki arti optimis, harapan, dan filosofi (Kusrianto, 2007, h.47) warna kuning digunakan untuk warna pada *subtitle* dan berguna juga agar lebih terlihat jelas dan mudah dibaca.

Untuk media yang didistribusikan cetak menggunakan warna CMYK sedangkan media distribusi *online* secara digital menggunakan warna RGB.

Color grading atau *tone color* yang digunakan dalam perancangan media utama adalah warna *orange color grading* berguna meningkatkan kualitas suatu video dan membuat kesan atau *mood* menurut (Larasati, 2018) *color grading* merupakan proses dimana mengkoreksi warna pada sebuah video untuk meningkatkan nilai estetika dan kualitasnya *color grading* juga disesuaikan dengan tema, isi cerita dan hal yang dapat mempengaruhi suasana yang menimbulkan kesan dalam video. Penggunaan warna *orange* mempunyai arti energi, keseimbangan dan kehangat (Kusrianto, 2007, h.47). Warna orange dipilih karena ingin menciptakan kesan kedekatan antara video Wayang Landung Panjalu dengan khalayak sasaran warna ini juga dipilih karena daerah Kabupaten Ciamis merupakan daerah yang sedikit panas dengan udarah yang sejuk, dengan penggunaan warna *orange* akan mempresentasikan daerah Kabupaten Ciamis itu sendiri.