

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Khalayak Sasaran Perancangan

Menentukan sasaran khalayak bertujuan untuk menentukan target dari khalayak yang tepat agar iklan video ini dapat tersampaikan dengan tepat kepada konsumen. Sasaran khalayak ditentukan berdasarkan target yang sebelumnya sudah ditentukan. Target khalayak untuk pelaksanaan iklan video menjadi satu target yaitu siswa dan siswi yang masih menempuh jenjang pendidikan SMP maupun SMA. Target khalayak merupakan remaja karena menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2014, remaja adalah kelompok usia 10 tahun sampai berusia 18 tahun. Pada usia tersebut biasanya orang-orang yang sedang menempuh pendidikan di sebuah sekolah, ditambah hampir setiap sekolah memiliki ekstrakurikuler olahraga bola basket. Status sosial ekonomi menengah yang menjadi target pasar utama diharapkan semua target khalayak dapat melihat seluruh promosi di sosial media yang dimiliki Trobos Basketball Academy.

III.1.1. Demografis

- Target : Pelajar Remaja
- Usia : 11-18 Tahun (Remaja)
- Gender : Laki-laki dan Perempuan
- Pendidikan : SMP dan SMA / Sederajat
- Status/Pekerjaan : Pelajar Sekolah
- Status Ekonomi : Kalangan Menengah

III.1.2. Geografis

Segmentasi target khalayak secara geografis diutamakan pada khalayak yang tinggal di wilayah Sub-Urban, khususnya wilayah Soreang dan sekitarnya yang berada di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Pemilihan target khalayak dikarenakan wilayah tersebut tempat di mana klub bola basket Trobos Basketball Academy ini berada, dan khalayak Soreang yang seharusnya lebih mengetahui tentang keberadaan klub sehingga dapat memanfaatkan sebuah klub untuk mengembangkan potensi diri anak remaja yang gemar bermain basket.

III.1.3. Psikografis

Menurut Ahyani dan Dwi Astuti (2018) pakar psikolog menulis dalam bukunya yang berjudul Buku Ajar Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja menjelaskan bahwa masa remaja awal adalah masa di mana sikap positif terhadap teman sebaya mulai berkembang, biasanya ditunjukkan oleh sikap setia kawan yang kuat (*solider*) biasanya dikarenakan mempunyai kebutuhan dan kepentingan yang serupa. Pada masa ini juga berkembang rasa simpati serta empati, remaja awal dapat merasakan perasaan orang lain, remaja ini juga berusaha bersikap sesuai kebiasaan dalam kelompoknya, hal tersebut menjadi sebuah tanda bahwa remaja awal menyesuaikan diri dengan teman sebayanya. Emosi remaja masih belum dapat mengendalikan diri dengan baik, sehingga emosi masih lebih menguasai tingkah laku mereka, emosi yang paling sering timbul pada masa remaja awal antara lain adalah marah, malu, takut, cemburu (*jealousy*), sedih, cemas (*anxiety*), gembira, iri hati (*envy*), rasa kasih sayang dan ingin tahu (h.96).

Perubahan sikap dan perilaku remaja setingkat dengan perubahan fisik remaja tersebut. Terdapat empat perubahan yang sama bersifat universal menurut Ahyani dan Dwi Astuti (2018) yaitu:

- Perubahan emosi pada masa awal remaja cukup cepat dan akan terus meningkat emosinya, lebih menonjol dan terlihat lebih jelas emosinya pada masa remaja akhir.
- Bagi remaja, mendapatkan sebuah masalah baru yang hadir dikehidupan lebih sulit diselesaikan dibanding masalah yang hadir sebelumnya. Remaja masih merasa terbebani dengan masalah sampai dirinya dapat menyelesaikan dengan kepuasannya sendiri.
- Berubahnya minat dan perilaku maka cara menilai. Sesuatu dianggap penting sebelumnya pada masa anak-anak akan dianggap sesuatu tidak penting lagi pada masa remaja.
- Menginginkan dan menuntut sebuah kebebasan, tetapi takut untuk bertanggung jawab atas perbuatannya, berdasarkan hal tersebut menyebabkan dapat meragukan kemampuan diri mereka sendiri untuk mengatasi tanggung jawab tersebut.

Target khalayak dari segi psikografis yaitu remaja, dengan demikian dari pendapat pakar di atas maka bisa dirangkum bahwa gambaran kejiwaan remaja awal terkait objek Trobos Basketball Academy yaitu memperhatikan faktor untuk mencari sebuah kesenangan bersama, dapat menerima hal-hal baru yang bersifat menarik dan menggugah berdasarkan emosional, mencari sebuah penggapaian prestasi demi kepuasan dan kebanggaan diri. Sehingga dapat digiring untuk mencapai sebuah prestasi dengan berlandaskan kesenangan dan kesukaan aktifitas yang berasal dari dalam diri. Berdasarkan menurut Ahyani dan Dwi Astuti (2018) umumnya minat remaja awal ini sangat kuat, namun sejumlah remaja awal mengarahkan minat rekreasi ini pada pengembangan hobi, terutama olahraga (h.105). Adapun khalayak sasaran perancangan dari video iklan ini ditinjau dari segi *consumer insight*, *consumer journey*, dan indikator konsumen yang berada di bawah ini.

III.1.4. Consumer insight

Consumer insight ini didapatkan dari hasil riset kepada khalayak yang menjadi target khalayak yaitu remaja. Untuk target khalayak video iklan promosi Trobos Basketball Academy adalah khalayak yang dituju adalah yang cenderung senang berkegiatan olahraga, terutama yang menyukai olahraga bola basket. Hal ini dimaksudkan agar kegiatan khalayak berdasarkan kegiatan yang disukainya untuk lebih mempermudah dalam menyentuh sisi emosional.

Berikut *insight* dari targer khalayak:

- Trobos Basketball Academy ini untuk mengembangkan hobi.
- Dapat menambah wawasan serta menambah teman yang banyak.
- Bisa bermain secara benar dan bermain seperti profesional.
- Mengejar sesuatu untuk mencapai sebuah target demi kepuasan diri.

Dengan target khalayak yang senang berkegiatan olahraga bola basket dan *insight* dari target yang sesuai, maka iklan video promosi Trobos Basketball Academy ini dimaksudkan untuk menambah yakin kembali konsumen akan pentingnya keberadaan klub ini sehingga dapat memberi informasi serta mempersuasi khalayak untuk terinspirasi bergabung dengan klub Trobos Basketball Academy.

III.1.5. Consumer Journey

Consumer journey ini didapatkan dari hasil riset kepada khalayak berjumlah lima remaja, berdasarkan mencari tahu kebiasaan sehari-hari untuk mengetahui apa saja objek yang menjadi *poin of contact*.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Waktu	Aktifitas	Tempat	<i>Point Of Contact</i>
05.00	Bangun Tidur	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Meja Rias, Lemari Baju, Jam Alarm, Smartphone
06.15	Mandi	Kamar Mandi	Bak Mandi, Sikat Gigi, Pasta Gigi, Gayung Cermin, handuk
06.30	Siap-Siap	Kamar Tidur	Cermin, Baju, Tas, Sepatu, jaket
06.40	Sarapan	Ruang Makan	Gelas, piring, botol, nasi, meja makan, kursi

06.00	Berangkat	Jalan	Mobil, Motor, Jalan Raya, Tukang Koran.
07.00	Tiba Di Sekolah	Sekolah	Meja Belajar, Kursi, Map, Alat Tulis, Buku Tulis, Mading
7.30	Proses belajar berlangsung	Ruang kelas	Guru Meja, Papan tulis, Rekan Belajar, Air Minum.
09.00	Istirahat	Kantin	Makanan, Minuman, Meja Kantin, Penjual Makanan, Rekan Belajar,
10.00	Proses pembelajaran kembali	Ruang kelas	Guru Meja, Papan tulis, Rekan Belajar, Air Minum.
12.00	Pulang sekolah	Jalan	Mobil, Lampu Merah, Jalanan.

13.00	Sampai Dirumah	Rumah	Sofa, Televisi, air putih, Keluarga.
14.00	Santai Bersama Keluarga	Ruang Keluarga	Sofa, Televisi
15.00	Bermain	Rumah teman/ berkumpul Disuatu tempat, Olahraga, Bermain game	Bermain sambil belajar, fasilitas umum olahraga, peralatan olahraga, Game online/offline
17.00	Mandi	Kamar mandi	Bak Mandi, Air, Sabun, Sikat Gigi, Pasta Gigi
19.00- 21.00	Mengerjakan tugas sekolah	Kamar	Alat tulis, Buku, Meja, Jam, Orang tua
21.30	Tidur	Kamar	Kasur, Jam alarm, lampu kamar, selimut. Bantal

III.2. Strategi Perancangan

Perlu diadakannya sebuah perencanaan strategi (*plan*) agar solusi yang sudah ditentukan dapat berjalan dengan sebaik mungkin, sehingga dapat mengurangi peluang terjadinya masalah atau kesalahan dalam perancangan. Perancangan merupakan hasil dari sebuah proses berfikir mendalam, setelahnya terdapat penyeleksian yang ditentukan dengan dianggap memiliki nilai lebih berdasarkan efektivitas dan efisiensi. Seperti yang di ungkapkan oleh Sanjaya (2008) bahwa perencanaan adalah awalan dari sebuah proses kegiatan yang bersifat rasional, sehingga arah dan tujuannya harus ditentukan untuk mencapai sebuah tujuan melalui pemanfaatan berbagai kemungkinan potensi yang ada agar pencapaian tujuan itu efektif dan efisien (h.25).

Perancangan yang akan dibuat adalah perancangan komunikasi desain yang mengacu kepada iklan video promosi yang akan dibuat, maka batasan masalah perancangan yang akan dilakukan adalah perancangan strategi komunikasi, perancangan strategi media, dan perancangan strategi kreativitas, sesuai dengan kebutuhan video promosi yang akan dibuat, serta kebutuhan solusi yang akan di terima oleh khalayak.

Permasalahan yang terjadi terkait dengan Trobos Basketball Academy yang memposisikan klubnya sebagai “*An Amateur Basketball Club*” yaitu sebagai klub bola basket yang membidik orang-orang amatir sebagai target pemasarannya. Trobos Basketball Academy melakukan promosi melalui kunjungan kesekolah saja untuk mempromosikan klub. Karena tidak semua sekolah dapat dikunjungi dan hanya beberapa orang saja yang mendapatkan promosi, hal itu menyebabkan promosi tidak dapat menjangkau seluruh target khalayak yang ditentukan oleh target khalayak Trobos Basketball Academy.

Terjadinya kegagalan komunikasi yang terlihat dari setiap tahun mengalami penurunan jumlah anggota yang menjadikan klub Trobos Basketball Academy tidak populer di khalayak. Seluruh anggota yang bergabung adalah anggota yang sekolahnya dikunjungi oleh kegiatan promosi Trobos Basketball Academy saja,

hal tersebut menyebabkan jumlah anggota yang bergabung tidak banyak dan tidak sesuai dengan target yang diharapkan oleh klub.

Setelah menemukan permasalahan yang ada di Trobos Basketball Academy, dapat diatasi dengan membuat promosi melalui iklan video kepada pengunjung. Informasi ini dapat disampaikan melalui media yang sifatnya mengubah emosional dari khalayak. Pesan yang disampaikan memodifikasi tagline menjadi "*Step Towards Profesional*". Video iklan ini akan disebarluaskan melalui sosial media yang dimiliki oleh Trobos Basketball Academy maupun disebarluaskan kepada sekolah-sekolah yang memiliki ekstrakurikuler olahraga bola basket, serta dengan cara inilah cangkupan target khalayak Trobos Basketball Academy dapat lebih banyak tidak hanya dari sekolah yang dikunjungi saja. Diharapkan dengan adanya promosi ini, khalayak dapat terinspirasi dan mau bergabung di klub Trobos Basketball Academy, serta jumlah anggota yang bergabung kepada klub dapat meningkat.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi dari perancangan promosi ini adalah:

- Agar khalayak dapat menangkap informasi yang sesuai mengenai Trobos Basketball Academy.
- Dengan adanya komunikasi melalui video iklan ini diharapkan dapat mengajak khalayak untuk tertarik bergabung dengan Trobos Basketball Academy.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menentukan bagaimana komunikasi bisa disampaikan, pendekatan komunikasi bisa dilakukan dengan dua pendekatan yaitu pendekatan komunikasi verbal dan pendekatan komunikasi non-verbal. Menurut Wahyuningsih, Sri (2013) kata komunikasi secara umum dapat dimengerti sebagai sebuah proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak atau lebih (h.2). Keberhasilan suatu komunikasi ditentukan oleh bagaimana caranya agar pesan yang disampaikan dapat

diterima dengan baik kepada penerima pesan (komunikasikan). Oleh karenanya pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah dengan pendekatan komunikasi verbal dengan menganalisa perilaku khalayak dengan pendekatan kondisi dan keadaan khalayak dan harapan khalayak.

- **Pendekatan Komunikasi Visual**

Menurut Anggraini dan Nathalia (2014) bahwa komunikasi visual adalah sebuah proses menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan visual atau bahasa rupa yang disampaikan melalui media berupa desain yang dapat diterima, bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, hingga mengubah perilaku target khalayak sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan (h.15). Teknik pendekatan komunikasi visual dilakukan melalui media visual yang bisa menggugah hati dan emosi khalayak dengan cara menghadirkan gerakan-gerakan yang biasa dilakukan dalam olahraga bola basket, sehingga khalayak merasa tergugah untuk melakukan.



Gambar III.1 Pendekatan Visual Gerakan Olahraga Basket
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan dengan cara menghadirkan visual gerakan-gerakan permainan bola basket, dengan menampilkan satu tokoh utama untuk melakukannya, dengan ini dirasa tepat seperti khalayak sedang bermain basket bisa merasakan secara emosional, tidak lupa di tampilkan sebuah visual satu tim Trobos Basketball Academy yang

mengajak untuk bergabung dengan klub, hal ini menjadikan bahwa ada kebersamaan dalam satu tim dan keterbukaan bagi siapapun yang mau bergabung dengan Trobos Basketball Academy.

- **Pendekatan Komunikasi Verbal**

Menurut Rogers (seperti yang dikutip oleh Cangara, 2014) komunikasi adalah proses di mana sebuah ide disalurkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (h.35). Hal tersebut akan tercapai melalui satu pemahaman dan menggunakan bahasa yang semua target khalayak mengerti. Berdasarkan target khalayak yang sudah ditentukan yaitu anak yang masih berada dalam pendidikan SMP dan SMA maka bahasa yang digunakan cenderung bahasa formal Indonesia dengan campuran bahasa formal Inggris, dengan pembagian 90% bahasa Indonesia, dan 10% bahasa Inggris. Menggunakan bahasa Indonesia dikarenakan mayoritas khalayak masih menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa sehari-hari serta agar dapat dengan mudah di mengerti, selain itu menggunakan bahasa Inggris dimaksudkan agar memberi kesan elegan, mampu menarik perhatian, karena bahasa Inggris bahasa yang dipakai di mana olahraga bola basket ini berasal dan juga merupakan bahasa yang dipakai digunakan secara Internasional. Bahasa Inggris di sini digunakan pada *tagline* yang bersifat memberi informasi.

- **Pendekatan Audio**

Berdasarkan pendekatan visual dan pendekatan verbal, maka pendekatan audio di sini disesuaikan dengan cara pendekatan bernuansa semangat, menggunakan musik-musik bertema basket seperti musik Rap Beat Hip Hop yang sering tampil pada acara pertandingan NBA. hal ini dimaksudkan untuk menambah kesan semangat dan mengimbangi visualisasi pada pendekatan visual yang bersifat energik. Audio Basketball Freestyle To The BEAT! Lords of Gravity, dan Action Drums Upbeat Background Music For Videos digunakan karena memiliki tempo nada yang cepat sehingga membuat perhatian khalayak serta menambah kesan semangat. Pemilihan audio musik ini dapat menyentuh sisi emosional dari semua khalayak, sehingga pesan yang akan disampaikan dapat lebih terkesan dramatis.

III.2.3. *Mandatory*

Mandatory merupakan istilah yang digunakan kepada lembaga atau organisasi yang menjadi landasan informasi yang dibuat untuk tersebar. Biasanya dari lembaga negara untuk perihal masalah sosial dan khalayak, dan lembaga umum atau swasta untuk perihal masalah informasi mengenai hal yang berkaitan dengan perusahaan atau organisasi dengan perihal lebih bersifat umum kepada khalayak banyak. Uraian di atas mengacu kepada seorang pakar, seperti yang disampaikan oleh Madjadikara (2004) mengungkapkan bahwa *mandatory* merupakan sebuah bagian elemen-elemen yang harus selalu ada atau tampil disetiap media dan tidak diperkenankan dirubah seperti merek dan nama produk, nama ataupun logo dari perusahaan atau produsen itu sendiri, slogan dan sejenisnya (h.75).



Gambar III.2 Logo Trobos Basketball Academy
Sumber: Dokumentasi Klub (2018)

Mandatory perancangan video iklan ini diberikan oleh klub Trobos Basketball Academy sebagai sarana untuk menyampaikan pesan promosi komersial yang bersifat persuasif, dengan begitu pesan yang disampaikan mengandung sebuah informasi dari klub Trobos Basketball Academy dan beberapa strategi pesan beserta strategi komunikasi yang dimiliki klub, dalam perancangan video iklan ini juga harus memiliki ketetapan dan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak klub Trobos Basketball Academy, sehingga pesan yang akan disampaikan tidak akan menyimpang dan tidak akan menjadi salah artian dalam penilaian khalayak. Ketetapan dari ketentuan video iklan tersebut dimaksudkan juga untuk lebih menegaskan bahwa ini adalah iklan komersial yang dibuat klub olahraga bola basket Trobos Basketball Academy.

III.2.4. Materi Pesan

Pesan utama dari kegiatan promosi ini berguna untuk mempengaruhi khalayak secara emosional, diharapkan khalayak dapat terinspirasi dan tertarik untuk bergabung, dengan begitu dapat menanggulangi penurunan jumlah anggota yang bergabung, serta dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan eksistensi keberadaan klub Trobos Basketball Academy. Perancangan video iklan ini meliputi beberapa materi pesan yang akan disampaikan sesuai dengan strategi komunikasi visual, menggambarkan sebuah kegiatan basket dan sebuah tim Trobos Basketball Academy yang mengajak kepada khalayak untuk bergabung kepada klub dengan memiliki pesan yaitu:

- Trobos Basketball Academy adalah klub yang memiliki soliditas tinggi terhadap sesama anggota dan klub Trobos terbuka untuk umum.
- Trobos Basketball Academy adalah klub mulai dari seorang pemain basket amatir hingga pemain basket profesional.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa terbagi menjadi bahasa verbal dan non-verbal. Bahasa verbal atau secara lisan, yaitu komunikasi yang dilakukan dengan cara berbicara kepada satu sama lain. pada jenis komunikasi ini dipergunakan pengucapan maupun bunyi-bunyian serta telinga pendengaran sebagai sensasi dengar. Bahasa lisan menggunakan bahasa yang biasa dipakai atau yang di dengar seperti bahasa daerah, bahasa Indonesia dan sebagainya. Sedangkan bahasa non-verbal merupakan bagian dari komunikasi yang disampaikan secara visual. Gaya bahasa bahasa ini memiliki fungsinya masing-masing. (Kusrianto, 2009, h.4).

- **Gaya Bahasa Verbal**

Pada perancangan ini, bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia dan campuran bahasa Inggris sebagai narasi iklan video Trobos Basketball Academy dengan alasan target khalayak yang berusia remaja, agar lebih menarik perhatian dan terkesan bahwa klub tersebut bukan klub main-main. Tidak memiliki gaya bahasa spesifik namun disampaikan seperti gaya bahasa penegasan secara lugas, serius, dan tegas karena narasi hanya berupa potongan kalimat pendek tidak berupa dialog.

- **Gaya Bahasa Non Verbal**

Sedangkan untuk gaya bahasa non-verbal menggunakan materi visual yang mengandung unsur pendekatan terhadap gaya aktifitas gerakan olahraga basket, ditambah dengan gaya bahasa non-verbal dengan unsur mengajak, gaya bahasa yang ditampilkan berupa ajakan bermain basket bersama yang dilakukan oleh satu tim klub Trobos Basketball Academy, hal tersebut dimaksudkan bahwa visual yang dibuat bersifat menggugah pola pikir khalayak agar terinspirasi untuk bergabung dengan klub Trobos Basketball Academy.

III.2.6. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah serangkaian analisis terhadap kerangka berpikir visual dari pesan komunikasi yang sudah dirancang. Dalam hal lain, strategi kreatif digunakan untuk bagaimana menyampaikan pesan komunikasi melalui kerangka visual yang akan diterapkan pada media komunikasi nantinya. Strategi kreatif tentang perancangan ini membuat iklan pendek berdurasi kurang dari satu menit dengan menggunakan visual remaja yang dapat bermain basket secara dasar hingga bergabung dengan Trobos Basketball Academy menjadi mulai profesional. Dari yang standar melakukan gerakan-gerakan pengolahan bola hingga mahir dan lincah dalam mengolah bola basket dan gerakan olahraga bola basket. Serta menyelipkan sebuah penyampaian informasi untuk mengajak kepada khalayak agar mau untuk bergabung. Visual yang digunakan akan melakukan gerakan-gerakan basket agar dapat merangsang pikiran remaja untuk berimajinasi karena visualisasi dari gerakan dapat terbayang oleh khalayak, hal ini ditujukan untuk membuat target khalayak berpikir melakukan gerakan yang sama pada video sehingga menggunakan perasaannya ketika melihat video iklan promosi tersebut. Tidak lupa menampilkan satu buah tim Trobos Basketball Academy yang berdiri di sejajar dilapangan untuk melakukan ajakan, tujuannya adalah untuk menegaskan bahwa ini adalah klub bola basket Trobos Basketball Academy, sehingga jika khalayak tertarik untuk bergabung setelah melihat video iklan, maka khalayak akan mengetahui ke mana khalayak melakukan langkah untuk bergabung selanjutnya, yaitu bergabung ke klub Trobos Basketball Academy. Strategi kreatif selanjutnya

mengenai pembuatan video iklan, dibuat menjadi tiga video iklan yang akan berdurasi masing-masing video sekitar ± 50 detik, ± 30 detik, ± 20 detik, dengan masing-masing video sudah mencakup materi pesan yang akan disampaikan sesuai perencanaan materi pesan yang sebelumnya telah direncanakan.

III.2.6.1 Positioning

Trobos Basketball Academy disini memiliki *positioning* sebagai sebuah klub yang mewadahi khalayak untuk mengembangkan potensi dan hobi yang dimilikinya, tempat berkumpulnya masyarakat yang mau berkegiatan olahraga bola basket. Sebagai intinya klub Trobos Basketball Academy ini adalah klub sebagai langkah menuju profesional.

III.2.6.2 Copywriting

Tulisan yang mampu memikat dan memiliki daya tarik lebih sangat diperlukan dalam sebuah elemen untuk mempromosikan bagian dari elemen tersebut. Seperti tulisan *copywriting*, berguna untuk menarik perhatian dalam mempromosikan suatu barang atau jasa. *Copywriting* merupakan suatu teknik yang digunakan untuk memilih kata dalam mempromosikan seseorang, ide atau gagasan, produk, jasa, perusahaan dan lainnya, sehingga orang yang membacanya mau melakukan sesuatu seperti yang di perintahkan oleh tulisan itu, karena tulisan tersebut mampu mengajak atau mempengaruhi orang untuk mengikuti apa yang kita inginkan. contohnya tertarik untuk membeli. Strategi kreatif *copywriting* yang digunakan merupakan penulisan *tagline* dengan menggunakan kalimat “*Step Towards Professionals*” seperti *positioning* Trobos yang bermakna bahwa klub sebagai langkah menuju profesional.

III.2.6.3 Storyline

Storyline merupakan sebuah rangkaian alur kejadian dalam sebuah cerita. *Storyline* pada iklan Trobos Basketball Academy ini terdapat tiga buah konsep rancangan dengan masing-masing *storyline* berbeda konsep, walaupun berbeda konsep namun ke tiga video iklan tersebut tetap membahas satu buah pesan singkat yang akan disampaikan berdasarkan materi pesan sebelumnya yang telah di tentukan.

Tabel III.2 *Storyline* Video 1
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

<i>Storyline</i> Video Iklan 1 Trobos Basketball Academy	
<i>Scene</i>	Deskripsi
<i>Opening</i> Pengambilan gambar mengenai suasana waktu pagi hari	<i>Super : Step Towards Professional</i> <i>Audio : Suara Alami Lapangan</i>
Adegan pengambilan gambar yang memperlihatkan tokoh utama sedang bermain bola basket namun tidak mahir, kesulitan untuk memasukan bola kedalam <i>ring</i>	<i>Audio : Suara Alami Lapangan</i>
Karena kesulitan memasukan bola kepada <i>ring</i> Tokoh utama merenung	<i>Audio : Suara Alami Lapangan</i>
Tiba-tiba datang seorang anggota klub Trobos mengajak bergabung dan memberikan Jersey basket lalu mengulurkan tangannya untuk membantu berdiri	<i>Audio : Music Basketball</i>

Memperlihatkan tokoh utama yang menggunakan Jersey Trobos yang diberikan padanya.	<i>Audio : Music Basketball</i>
Lalu Tokoh utama tersebut latihan <i>dribble</i> secara dasar berkembang cepat karena sering latihan, hingga akhirnya melakukan pengolahan bola lebih cepat dan variatif	<i>Audio : Music Basketball</i>
Dan pada akhirnya tokoh utama transisi lokasi tiba tiba dilapangan <i>Indoor</i> dengan gerakan <i>dribble</i> sudah lebih fasih. Lalu Tokoh utama berhenti <i>dribble</i> dan memegang bola	<i>Audio : Music Basketball</i>
Sebagai penutup gerakan, tokoh utama berlari melakukan gerakan <i>layup</i>	<i>Audio : Music Basketball</i>
Terdapat tulisan pesan dibelakang “Melangkah Bersama”	<i>Audio : Music Basketball</i>
Di ikuti tulisan Mandatory berupa logo klub dan tulisan Trobos Basketball Academy	<i>Audio : Music Basketball</i>

Tabel III.3 *Storyline* Video 2
 Sumber: Dokumetasi Pribadi (2019)

<i>Storyline</i> Video Iklan 2 Trobos Basketball Academy	
<i>Scene</i>	Deskripsi
<i>Opening</i> Pengambilan gambar tokoh utama <i>dribble</i> di sebuah gor <i>Indoor</i>	Super : <i>Step Towards Professional</i> Audio : <i>Music Basketball</i>
Lalu memegang bola dan melakukan gerakan <i>layup</i> menuju arah <i>ring</i>	Audio : <i>Music Basketball</i>
Saat tokoh utama mengambil bola dan berbalik badan, melihat satu buah tim Trobos sedang berdiri.	Audio : <i>Music Basketball</i>
Terdapat satu buah tim Trobos mengajak tokoh utama bermain bersama, salah satu orang dari klub Trobos mengoperkan bola basket kepada tokoh utama	Sfx: Suara Angin

<p>Tokoh utama menangkap bola yang di operkan oleh salah satu orang dari klub Trobos, lalu tokoh utama melakukan gerakan <i>dribble</i> bola menggiring bola ke depan untuk mendatangi tim Trobos Basketball Academy tersebut</p>	<p><i>Audio : Music Basketball</i></p>
<p>Lalu Tokoh utama bermain bersama dengan klub Trobos Basketball Academy</p>	<p><i>Audio : Music Basketball</i></p>
<p>Selanjutnya sebagai penutup terdapat tulisan pesan ditengah yang bertuliskan “Solider Untuk Semua”</p>	<p>Super : Melangkah Bersama Kami</p> <p><i>Audio : Music Basketball</i></p>
<p>Di ikuti tulisan Mandatory berupa logo klub dan tulisan Trobos Basketball Academy</p>	<p>Super : Trobos Basketball Academy</p> <p><i>Audio : Music Basketball</i></p>

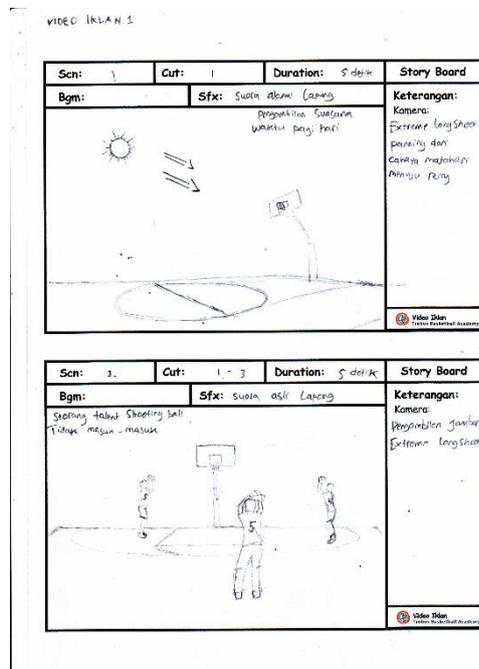
Tabel III.4 *Storyline* Video 3
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

<i>Storyline</i> Video Iklan 3 Trobos Basketball Academy	
<i>Scene</i>	Deskripsi
<i>Opening</i> Tokoh utama yang akan melakukan latihan olahraga bola basket, dengan tokoh utama sedang bersiap-siap menalikan tali sepatu basketnya	Super : Step Towards Professional <i>Audio : Music Basketball</i>
Lalu berjalan sambil mengambil jersey yang menggantung di sebuah tiang stadium Gor lapangan.	<i>Audio : Music Basketball</i>
Setelah mengambil lalu tokoh utama memakai jersey basket tersebut	<i>Audio : Music Basketball</i>
Setelah mengenakan jersey tokoh utama melakukan pemanasan bagian badan atas seperti bagian tangan, bagian pinggang	<i>Audio : Music Basketball</i>

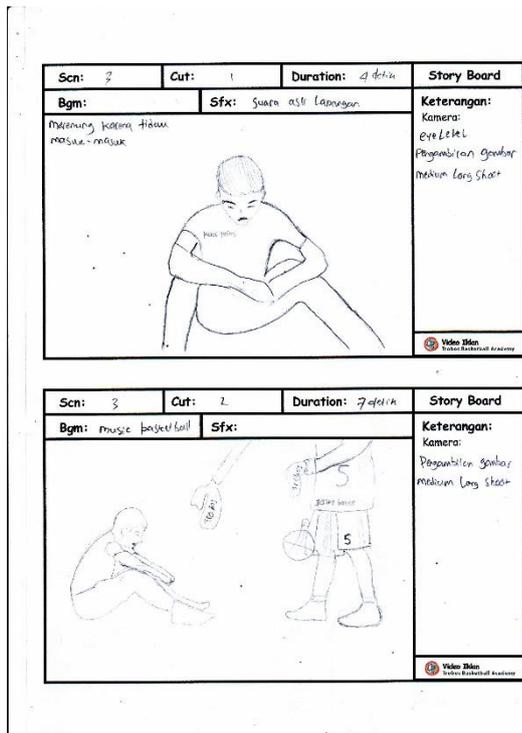
<p>Lalu melakukan pemanasan bagian badan bawah seperti bagian paha, bagian betis kaki</p>	<p><i>Audio : Music Basketball</i></p>
<p>Tokoh utama melakukan aktifitas latihan fisik berupa naik turun tangga dengan cepat secara berulang</p>	<p><i>Audio : Music Basketball</i></p>
<p>Tokoh utama melakukan latihan pengolahan bola <i>dribble</i></p>	<p><i>Audio : Music Basketball</i></p>
<p>Setelah beres latihan fisik dan teknik tokoh utama kembali menggantungkan jersey di tempat sebelumnya dia mengambil jersey</p>	<p><i>Audio : Music Basketball</i></p>
<p>Sebagai penutup video iklan terdapat tulisan pesan dibelakang “Melangkah Bersama”</p>	<p>Super : Melangkah Bersama Kami <i>Audio : -</i></p>
<p>Di ikuti tulisan Mandatory berupa logo klub dan tulisan Trobos Basketball Academy</p>	<p>Super : Trobos Basketball Academy <i>Audio : -</i></p>

III.2.6.4 Storyboard

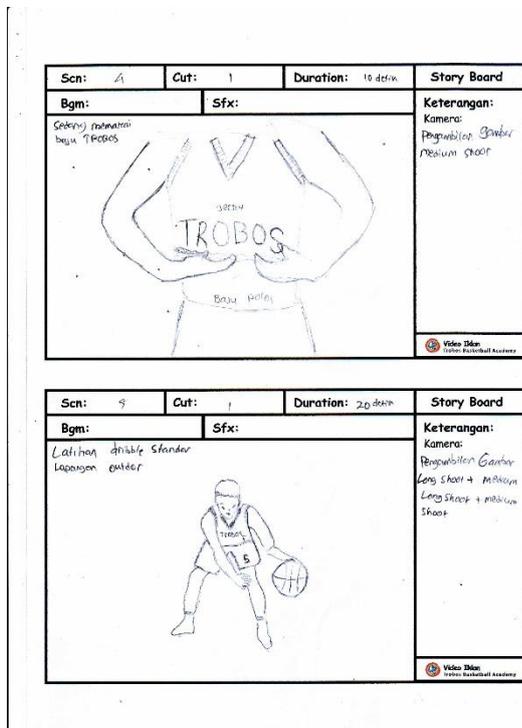
Storyboard menurut Halas (dalam Sutopo, 2003: 36), merupakan sebuah rancangan gambaran yang direncanakan secara teratur sesuai dengan pesan-pesan yang ingin disampaikan. *Storyboard* dapat mempermudah dalam pembuatan alur cerita yang akan disampaikan kepada khalayak, serta dapat mempermudah dalam proses pengambilan gambar yang akan dibuat. Video satu menceritakan mengenai suasana waktu pagi hari yang memperlihatkan tokoh utama sedang bermain bola basket namun tidak mahir, kesulitan untuk memasukan bola kedalam *ring*, karena kesulitannya tokoh utama merenung tiba-tiba datang seorang anggota klub Trobos Basketball Academy memberikan Jersey basket dan mengulurkan tangannya untuk membantu berdiri, lalu tokoh utama yang menggunakan Jersey Trobos yang diberikan padanya. Tokoh utama tersebut latihan pengolahan bola basket secara dasar dan sederhana, berkembang cepat karena sering latihan, hingga akhirnya melakukan pengolahan bola lebih cepat dan variatif. Selanjutnya tokoh utama melakukan latihan di lapangan *Indoor* dengan memantulkan bola sudah lebih fasih, Lalu Tokoh utama berhenti melakukan gerakan memantulkan bola dan memegang bola. Sebagai penutup gerakan, tokoh utama berlari melakukan gerakan *layup*.



Gambar III.3 Storyboard 1 Video 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.4 Storyboard 2 Video 1
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

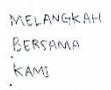


Gambar III.5 Storyboard 3 Video 1
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Scn: 6	Cut: 1	Duration: 20 detik	Story Board
Bgm: music Basket ball	Sfx:		Keterangan: Kamera: Pegambilan gambar Long shot + Medium Shot + mix Pemasukan Pindah ke Gor
Melakukan dribble Perguliran bola Stealer → Rebound Outdoor → Indoor			
			

Scn: 7	Cut: 1	Duration: 5 detik	Story Board
Bgm: music Basket ball	Sfx:		Keterangan: Kamera: Pegambilan gambar Long shot dan Medium shot
Layup di dalam Indoor			
			

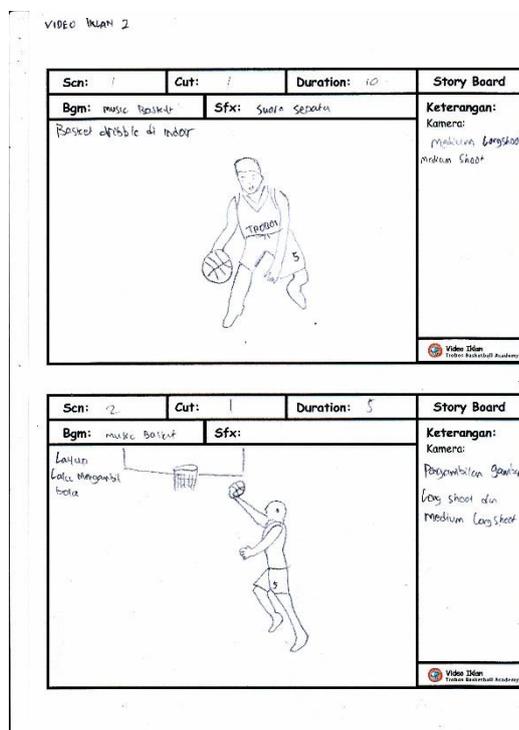
Gambar III.6 Storyboard 4 Video 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Scn: 8	Cut: 1	Duration: 3 detik	Story Board
Bgm: music Basket ball	Sfx:		Keterangan: Kamera: Editing
MELANGKAH BERSAMA KAMI			
			

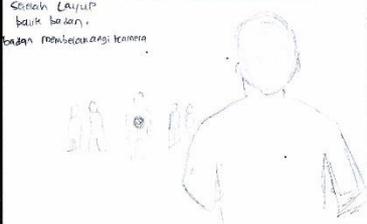
Scn: 9	Cut: 1	Duration: 3 detik	Story Board
Bgm: music Basket ball	Sfx:		Keterangan: Kamera: Editing
		TROBOS BASKETBALL ACADEMY	
			

Gambar III.7 Storyboard 5 Video 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Video Iklan Trobos Basketball Academy yang kedua menceritakan tentang tokoh utama sedang melakukan gerakan *dribble* di sebuah gor *Indoor*, lalu dia memegang bola dan melakukan gerakan *layup* menuju arah papan *ring* basket. Saat dia mengambil bola yang terjatuh dari atas *ring*, tokoh utama berbalik badan menghadap *ring* yang berlawanan arah, tokoh utama melihat satu buah tim Trobos Basketball Academy sedang berdiri berjajar ke samping. Klub Trobos Basketball Academy mengajak tokoh utama bermain olahraga bola basket bersama, salah satu orang dari klub Trobos Basketball Academy mengoperkan bola basket kepada tokoh utama dan tokoh utama menangkap bola basket yang di operkan oleh salah satu orang dari klub Trobos Basketball Academy, lalu tokoh utama menggiring bola ke depan menghampiri anggota klub dan bermain bersama dengan klub Trobos Basketball Academy. Dalam konsep ini dimaksudkan sebuah ajakan yang dilakukan oleh ssatu tim klub Trobos basketball academy kepada masyarakat umum. Berartikan bahwa klub ini adalah klub yang terbuka untuk umum dan memiliki solidaritas tinggi sesuai dengan pesan pada perancangan video iklan yang akan di sampaikan.

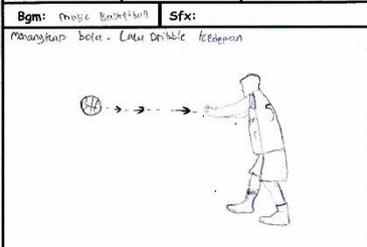


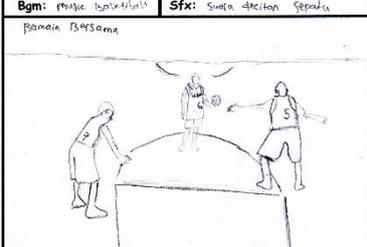
Gambar III.8 Storyboard 1 Video 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Scn: 3	Cut: 1	Duration: 3 detik	Story Board
Bgm: Music Basket	Sfx: CFX Angin	Keterangan: Kamera: Kamera Fokus ke kanan Panggung, dengan bergeser dan Pandangan gambar masuk close up	
Cerita: Lari-lari baik-baik dengan membetulkan kamera 			

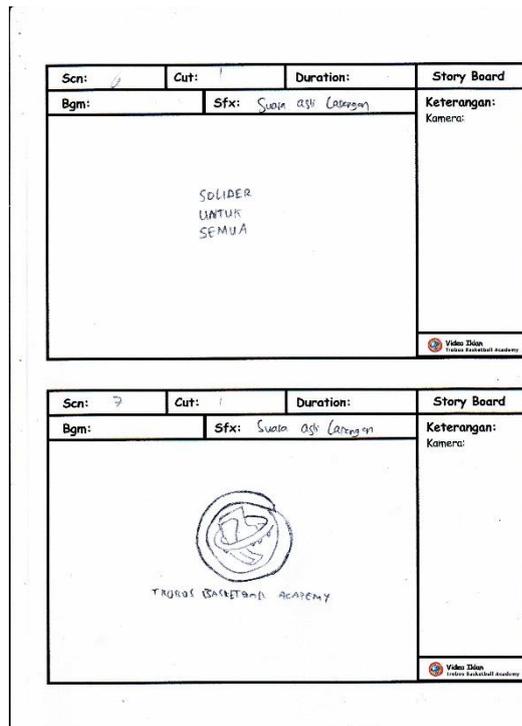
Scn: 3	Cut: 2	Duration: 15 detik	Story Board
Bgm: music Basket	Sfx: CFX Angin, SFX Suara	Keterangan: Kamera: Lurus eye level dengan pengambilan mendalam shoot	
To make satu buah Tim Protes Asaya bermain, Lalu mengoperkan Bola 			

Gambar III.9 Storyboard 2 Video 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Scn: 4	Cut: 1	Duration: 5 detik	Story Board
Bgm: music Basketball	Sfx:	Keterangan: Kamera: Pengambilan gambar medium long shot	
Mengoperkan bola - Lalu Drizzle ketepan 			

Scn: 5	Cut: 1	Duration: 2,5 detik	Story Board
Bgm: music Basketball	Sfx: Suara atcitan Sepakbola	Keterangan: Kamera: Pengambilan gambar long shot	
Bermain Bersama 			

Gambar III.10 Storyboard 3 Video 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

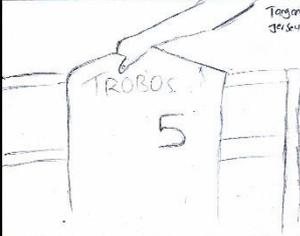


Gambar III.11 *Storyboard* 4 Video 2
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Video iklan yang ketiga berbeda dari yang lain, di sini tidak menampilkan ajakan, namun lebih kepada bagaimana dia mengembangkan diri dan berlatih, menceritakan mengenai tokoh utama yang sudah bergabung dengan Trobos Basketball Academy sedang bersiap-siap akan melakukan latihan olahraga bola basket, diawali dengan duduk menalikan tali sepatu basketnya lalu berjalan sambil mengambil jersey yang menggantung di sebuah tiang. Setelah mengambil lalu tokoh utama memakai jersey basket tersebut lalu tokoh utama melakukan pemanasan bagian badan atas seperti bagian tangan, bagian pinggang. Gerakan pemanasan berlanjut pada bagian badan bawah tubuh seperti bagian paha, bagian betis kaki. Tokoh utama melakukan aktifitas latihan fisik berupa naik turun tangga dengan cepat secara berulang. Tokoh utama melakukan latihan serta gerakan pengolahan bola (*dribble*), setelah selesai melakukan gerakan latihan fisik dan teknik, tokoh utama kembali menggantungkan jersey di tempat sebelumnya dia mengambil jersey. Berikut di bawah ini adalah sketsa *storyboard* video iklan ke tiga klub Trobos Basketball Academy:

Video Iklan 3

Scn: 1	Cut: 1	Duration: 5 Detik	Story Board
Bgm: Staring Melodifest atau senam	Sfx:		Keterangan: Kamera: Pandangan Jauh Close up
			
			Video 3dan Visual Storyboard Academy

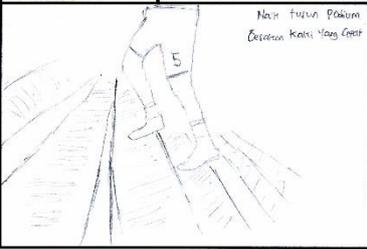
Scn: 2	Cut: 1	Duration: 3 Detik	Story Board
Bgm: music Basketball	Sfx:		Keterangan: Kamera: Pandangan Jauh Pandangan Close up
			
			Video 3dan Visual Storyboard Academy

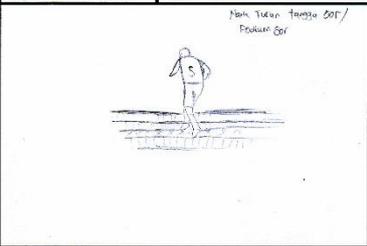
Gambar III.12 Storyboard 1 Video 3
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Scn: 3	Cut:	Duration: 3 detik	Story Board
Bgm: Melainkan Pemasaran Mendapat krayan / Brain otas	Sfx:		Keterangan: Kamera: Pandangan Jauh Melakukan Shoot
			
			Video 3dan Visual Storyboard Academy

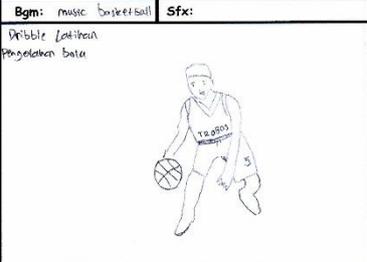
Scn: 4	Cut:	Duration: 3 detik	Story Board
Bgm: music Basketball	Sfx:		Keterangan: Kamera: Pandangan Jauh Medium long shoot
			
			Video 3dan Visual Storyboard Academy

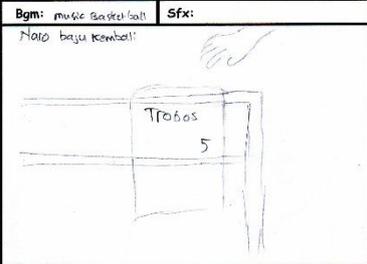
Gambar III.13 Storyboard 2 Video 3
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Scn: 5	Cut:	Duration: 5 detik	Story Board
Bgm: music Basketball	Sfx:		Keterangan:
		Nama: Tuzva Pokim Gerakan: Kaki Yang Cepat	Kamera: medium shoot kibakan kaki
			Video 2dan Video Basketball Academy

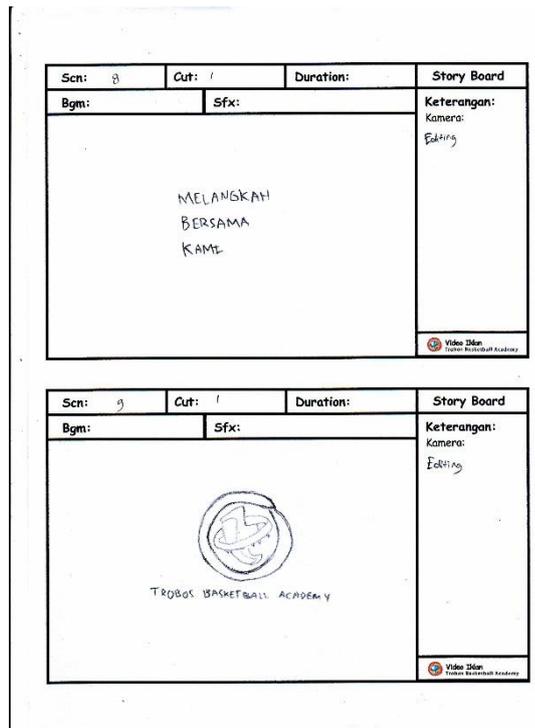
Scn: 5	Cut: 2	Duration: 5 detik	Story Board
Bgm: music Basketball	Sfx:		Keterangan:
		Nama: Tuzva Pokim Gerakan: 201/ Pokim 501	Kamera: Pengambilan Gambar Extreme Long shoot
			Video 2dan Video Basketball Academy

Gambar III.14 Storyboard 3 Video 3
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Scn: 6	Cut: 1	Duration: 5 detik	Story Board
Bgm: music basketball	Sfx:		Keterangan:
		Dribble Latihan Pengalakan bola	Kamera: medium long shoot medium shoot Attacks bola
			Video 2dan Video Basketball Academy

Scn: 7	Cut: 1	Duration: 3 detik	Story Board
Bgm: music Basketball	Sfx:		Keterangan:
		Noto baju kembali!	Kamera: medium shoot
			Video 2dan Video Basketball Academy

Gambar III.15 Storyboard 4 Video 3
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.16 *Storyboard 5 Video 3*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.2.7. Strategi Media

Strategi media merupakan sebuah perencanaan dalam kegiatan yang berhubungan dengan media dan juga meliputi penyebaran media disuatu wilayah beserta waktu penyebarannya untuk mencapai sasaran khusus. Strategi media sebagai rencana yang dapat membantu dalam menjangkau target khalayak berdasarkan pemilihan media dengan mempertimbangan tempat dan waktu, hal tersebut untuk menempuh cara yang paling efektif dalam penyampaian informasi. Menurut Prasetyo, H dan Indira Rachmawati (2016) dalam jurnalnya menuliskan bahwa AISAS adalah sebuah proses di mana konsumen memfokuskan diri kepada produk, layanan atau iklan yang biasa disebut *Attention*, dan menimbulkan sebuah ketertarikan dari melihat produk tersebut disebut *Interest*, sehingga munculnya sebuah rasa penasaran dan keinginan untuk mencari informasi lebih lengkap disebut *Search*, setelah melakukan pencarian informasi jika konsumen tertarik maka akan melakukan pembelian disebut *Action*, dan setelah membeli maka konsumenpun membagikan pengalaman kepada oranglain disebut *Share*. Dalam Strategi media di sini akan dibuat dalam sebuah acara pembukaan registrasi Trobos Basketball

Academy dan akan disusun sesuai AISAS untuk lebih mudah dalam menentukan strategi media yang akan di tentukam. Media-media yang dipilih dalam strategi media dapat diringkas sebagai berikut sesuai tabel di bawah ini.

Tabel III.5 Model Strategi AISAS
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

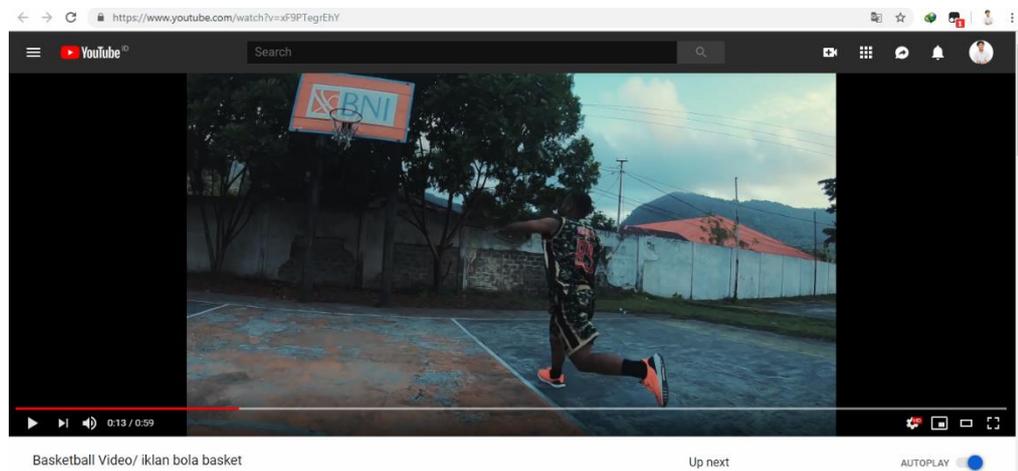
MODEL AISAS	MEDIA			
<i>Attention</i>	Poster 1			
<i>Interest</i>	Poster 2	<i>X-Banner</i>	Video Iklan 1	Video Iklan 2
<i>Search</i>	Brosur		Halaman Sosial Media	
<i>Action</i>	Video Iklan 3			
<i>Share</i>	Halaman Sosial Media		<i>Merchandise</i>	

III.2.7.1 Media Utama

Penyampaian pesan yang akan dibuat mengenai Trobos Basketball Academy adalah melalui media iklan video. Definisi Iklan atau yang biasa kita sebut juga dalam bahasa inggris *advertising* menurut Wahyuningsih, Sri. (2013) merupakan suatu bentuk komunikasi yang bersifat masa komersial, didesain untuk mempromosikan sebuah produk ataupun jasa, bisa merupakan penyampaian pesan dari suatu lembaga, organisasi, dan bisa juga dalam ranah politik (h.127). Sedangkan video menurut Kiger, B dalam bukunya Achmad Ghazali dan Muhammad Ilham Fauzi (2015) mengemukakan bahwa videografi merupakan kegiatan produksi serupa dengan film yang direkam menggunakan alat rekam beserta tambahan teknik pascaproduksi elektronik. Namun yang membedakan dengan film adalah alat rekamannya. Film menggunakan gulungan film (*film stock*) sedangkan rekaman video menggunakan pita rekam elektronik. Pita elektronik di sini dapat merekam gambar diam yang disebut *frame*, jumlah *frame* ini sangat banyak bahkan bisa

jutaan. *Frame* tersebut digabungkan dalam susunan teratur dengan kecepatan tertentu sehingga dapat menghasilkan gambar yang terlihat bergerak. Satuan gambar tersebut biasa disebut *Frame Rate*, jika dihitung dalam satuan detik maka satuannya menjadi *Frame Per second* (h.2).

Menurut Albar (2011) mengemukakan bahwa komunikasi yang baik akan dapat menyampaikan sebuah pesan secara baik pula, pesan yang baik tersebut memiliki ciri paling mudah yaitu pesan akan dapat dengan mudah dimengerti oleh penerima pesan atau khalayak (h.41). Video iklan ini dirasa paling tepat dibuat untuk menyampaikan pesan-pesan yang diperlukan oleh khalayak mengenai klub Trobos Basketball Academy. Media ini dipilih karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan iklan berbasis cetak. Penyebaran video iklan dapat menjangkau secara luas khalayak sasaran meskipun ruang lingkungnya sudah difokuskan di wilayah Soreang Kabupaten Bandung, terlebih penempatan iklan video akan dilakukan melalui Instagram dan dapat dishare melalui akun media sosial yang di mana khalayak sasaran dapat melihat kapanpun dan di manapun untuk melihat video iklan tersebut.



Gambar III.17 Contoh Iklan Klub Basket
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=xF9PTegrEhY>
(Diakses pada 16/6/2019)

Konsep yang akan dibuat pada media utama ini adalah video iklan yang energik dengan gerakan olahraga bola basket, tujuannya untuk membangkitkan semangat,

menggunakan adegan-adegan berdasar kegiatan seputar olahraga bola basket. Hal ini dimaksudkan untuk menyentuh sisi emosional sesuai dengan strategi visual yang telah direncanakan. Tidak lupa akan ditambah audio yang menggugah dan memberi kesan semangat dalam video agar dapat menarik perhatian khalayak. Video iklan di sini terdiri dari tiga video yang akan berdurasi masing-masing video sekitar ± 50 detik, ± 30 detik, ± 20 detik, dengan masing-masing video sudah mencakup materi pesan yang akan disampaikan sesuai perencanaan materi pesan yang sebelumnya telah direncanakan.

III.2.7.2 Media Pendukung Publikasi

Penyampaian pesan media utama tidak terlepas dari media-media yang dapat mendukungnya, media pendukung disini bersifat untuk lebih mengarahkan kepada media utama yang mengandung inti pesan, dan media pendukung di sini juga lebih bersifat informatif saja, bertujuan untuk menginformasikan mengenai pengarahan kepada media utama agar masyarakat tergiring kepada media utama, maupun setelah media utama keluar ke publik ataupun disebarluaskan. Media pendukung yang digunakan pada perancangan disini antarlain:

- **Poster**

Menurut Wahyuningsih, Sri (2013) poster adalah gambar pada sebuah kertas atau halaman yang digunakan sebagai alat untuk mengiklankan sesuatu, poster ini bertujuan untuk menyampaikan pesan ataupun informasi (h.103). Pemilihan poster ini dimaksudkan untuk menjadi pesan pembuka dalam menyampaikan pesan, poster di sini berisi informasi mengenai media utama. Poster ini juga akan disebarluaskan secara digital maupun manual, dapat dibagikan melalui sosial media dan dapat dicetak dan di tempel pada mading sekolah. Konsep poster menggunakan fotografi yang di lakukan pengolahan menjadi *digital imaging*, dengan menggabungkan gambar fotografi hasil kamera digabungkan dengan gambar lapangan yang diunduh berlisensi personal dari Internet, tidak untuk diperjual belikan atau diproduksi banyak secara komersial. Konsep selanjutnya diberi efek seperti asap agar terkesan lebih dramatis, serta *tone* warna yang dipilih cerah agar dapat memusatkan perhatian khalayak kepada poster.

- Brosur

Dikutip dari situs web KBBI bahwa brosur adalah selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap (tentang perusahaan atau organisasi). Media brosur digunakan oleh sebuah perusahaan atau organisasi tertentu untuk menawarkan produk maupun jasa, layanan atau program kepada khalayak umum. Dalam konteks promosi Trobos Basketball Academy ini brosur digunakan setelah hadirnya media utama. Media brosur ini diletakan pada tahap *search*, digunakannya media brosur yang dapat difungsikan untuk menjelaskan lebih terperinci tentang klub Trobos Basketball Academy. Berguna untuk mempermudah khalayak dalam mencari informasi lebih detail dan terperinci jika tertarik untuk bergabung dengan klub. Brosur ini dapat dibagikan saat Trobos Basketball Academy berkunjung kepada sekolah-sekolah dan dapat dipublikasikan secara elektronik kepada khalayak yang menjadi target khalayak. Konsep yang dibuat hanya menggunakan fotografi yang di tempatkan sesuai sub judul.

- *X-Banner*

Media *X-Banner* ini menyerupai spanduk namun dalam ukuran yang lebih kecil dan menggunakan kaki penyangga yang menyerupai huruf “X”. Dikutip dari situs web KBBI bahwa spanduk itu sendiri adalah kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum. Penggunaan media *X-Banner* digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai adanya media utama, *X-Banner* di sini bersifat informatif dan persuasi untuk mengajak khalayak menuju kepada media utama. *X-Banner* ini dapat dipublikasikan dengan cara saat berkunjung ke sekolah-sekolah yang menjadi target sesuai target khalayak klub Trobos Basketball Academy.

- Halaman Facebook/Konten Instagram

Penggunaan halaman sosial media ini merupakan penyampaian pesan berbasis elektronik, seperti yang dikemukakan Ahlqvist, T. Dalam buku Sulianta, F. (2015) media sosial adalah interaksi sosial antara manusia untuk saling bertukar informasi, hal ini mencangkup gagasan dan berbagai komunitas visual (h.5). media sosial ini juga bahwa promosi di era

informasi ini yang paling efektif dan efisien adalah kolaborasi berbagai layanan online salah satunya komunitas jejaring sosial. Sosial media digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai Trobos Basketball Academy digunakan saat khalayak mencari informasi saat mereka tertarik bergabung dengan klub.

III.2.7.3 Media Pendukung *Merchandise*

Penyampaian pesan melalui media pengingat dapat dilakukan salah satunya dengan cara membagikan *merchandise*. Sedangkan *merchandise* itu sendiri merupakan segala bentuk barang yang diberikan sebagai hadiah, lebih jelasnya diberikan secara begitu saja kepada orang yang telah mengikuti ketentuan-ketentuan dari perusahaan yang telah ditetapkan atau melaksanakan kegiatan yang diwajibkan oleh produsen produk tersebut. Menurut Sutiono, Rudy J. (2009) visual *merchandising* bukan hanya aktifitas mendisplay sebuah produk dengan begitu saja, namun harus dapat mempersentasikan produk secara abstraktif dan persuasif kepada produk perusahaan, sehingga nilai-nilai mengenai perusahaan tidak hilang dan justru malah sebaliknya melekat pada benak khalayak. *Merchandise* yang digunakan sebagai media pengingat dalam pendukung promosi Trobos Basketball Academy antarlain:

- *Miniature ring* basket Trobos Basketball Academy

Perlu adanya sebuah media pengingat di mana media ini biasanya berupa media fisik yang tampak, salah satunya adalah *miniature ring* basket ini yang dapat digunakan sebagai media pengingat, benda ini dapat diletakan dimeja belajar khalayak karena berukuran sangat kecil namun memiliki pengaruh secara emosional, saat khalayak yang masih pelajar sesuai dengan target khalayak, *Miniature ring* basket. Melihat *miniature ring* basket ini maka dia akan mengingat *ring* ukuran asli yang menjadikan khalayak termotivasi untuk bermain basket kembali. *Miniature ring* basket ini dapat diperoleh dengan cara sebagai hadiah kejuaraan event lomba internal yang terdapat di klub Trobos Basketball Academy. Serta *miniature ring* basket ini akan di berikan kepada pemenang konten perlombaan yang di adakan di sosial media Trobos Basketball Academy dengan *like* terbanyak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

- **Botol Minum Trobos Basketball Academy**
Media botol minum ini untuk menarik perhatian khalayak serta botol minum yang digunakan sebagai *merchandise* klub ini dapat membangkitkan ingatan terhadap Trobos Basketball Academy. Tempat penyimpanan air minum ini dapat dimiliki oleh khalayak dengan cara pembagian secara gratis bagi pemenang konten perlombaan yang diadakan di sosial media Trobos Basketball Academy yang akan di beritahukan informasinya melalui media sosial.
- **Jersey Trobos Basketball Academy**
Jersey ini adalah bagian dari strategi media pada bagian tahap *Action*, di mana jika khalayak mendaftar untuk bergabung dengan klub Trobos Basketball Academy akan mendapatkan satu stel Jersey Trobos Basketball Academy, Jersey ini adalah sebuah *merchandise* yang dibagikan sesuai dengan program klub yang berlaku. Jersey ini di desain dengan warna merah sesuai dengan warna yang mirip identitas klub yang digunakan pada logo klub Trobos Basketball Academy.
- **Kaus Kaki Trobos Basketball Academy**
Perlengkapan yang satu ini menjadi perlengkapan yang sangat wajib dalam olahraga terutama olahraga bola basket, maka dari itu perlengkapan kaus kaki ini dimanfaatkan sebagai *merchandise*. Kaus kaki di sini berbahan *dryfit* dan dapat diperoleh oleh khalayak dengan cara mengajak teman bergabung sebanyak dua orang yang akan di beritahukan informasinya melalui media sosial. Perlengkapan ini dapat menarik perhatian khalayak karena atribut ini merupakan atribut wajib yang digunakan dalam permainan olahraga bola basket.
- **Topi Trobos Basketball Academy**
Merchandise selanjutnya adalah topi, berfungsi untuk menghindari sinar matahari saat dalam perjalanan, topi ini dapat menjadi sarana promosi trobos karena topi bisa digunakan kapanpun sehingga khalayak yang menggunakan dapat menyampaikan brand secara tidak langsung kepada khalayak lainnya, topi ini dapat diperoleh dengan cara bergabung dengan klub namun rajin latihan selama satu bulan berturut-turut.

- **Bola Basket Trobos Basketball Academy**
Bola basket ini adalah *merchandise* yang paling mencirikan sebuah permainan bola basket, terdapat tulisan dan logo pada bola basket yang menjelaskan bahwa bola basket ini adalah bola basket klub Trobos Basketball Academy. Bola ini berbahan karet dan berdiameter 38cm. Bola basket ini sesuai standar dengan ukuran nama GG7 seperti yang tercantum pada aturan FIBA 2012. Bola basket ini dapat diperoleh dengan cara mengikuti lomba konten Instagram yang mendapatkan like terbanyak yang akan di beritahukan informasinya melalui media sosial.
- **Leg Sleeve Trobos Basketball Academy**
Leg Sleeve ini sebagai media *merchandise* yang dapat diperoleh dengan cara mengajak teman bergabung sebanyak empat orang yang akan di beritahukan informasinya melalui media sosial. Berguna untuk memberikan pengamanan terhadap lutut jika terjadi kecelakaan dalam permainan bola basket. Hal ini dapat menarik perhatian karena *Leg Sleeve* ini merupakan atribut yang identik dalam olahraga bola basket.
- **Jaket *Training* Trobos Basketball Academy**
Jaket *training* dapat diperoleh dengan cara dibeli sesuai paketan pendaftaran anggota yang bergabung. Dapat dibeli dengan cara paket namun tidak bersifat wajib untuk dibeli. Berguna untuk dipakai saat akan berangkat latihan maupun berfungsi secara tidak langsung dapat mempromosikan klub karena terdapat tulisan beserta logo Trobos Basketball Academy. Konsep jaket *training* ini satu paket dengan celana sehingga memiliki desain yang berkesinambungan antara jaket dan celana *training*. Warna yang dipilih adalah merah yang merupakan warna yang menyerupai warna identitas.
- **Handuk Trobos Basketball Academy**
Handuk ini akan berukuran kecil.digunakan sebagai *merchandise*, berguna untuk mengelap keringat seusai latihan. Dapat diperoleh dengan cara mengajak teman bergabung sebanyak tiga orang. Berlaku baik anggota putra maupun anggota putri. Handuk ini berwarna merah karena menyesuaikan dengan warna yang mirip identitas klub yang digunakan pada logo klub Trobos Basketball Academy.

- Gantungan Kunci Trobos Basketball Academy
Gantungan kunci berguna untuk digantungkan di belakang tas sekolah, selain dapat menjadi *merchandise*, gantungan ini secara tidak langsung dapat mempromosikan klub bola basket Trobos Basketball Academy. Gantungan ini dapat diperoleh dengan cara *give away* saat klub Trobos Basketball Academy ini berkunjung ke sekolah-sekolah.
- Stiker Trobos Basketball Academy
Stiker dapat digunakan untuk ditempelkan di manapun sesuka khalayak, umumnya ditempel dikamar seseorang, helm maupun objeklainnya. Stiker ini dapat diperoleh dengan cara *give away* kepada calon anggota yang hadir untuk melakukan *trial training* pertama gratis dan saat klub Trobos Basketball Academy ini berkunjung ke sekolah-sekolah.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Setelah menentukan media-media apa saja yang akan dibuat maka selanjutnya mendistribusikan media tersebut dan menentukan waktu penyebarannya agar perancangan media dapat tersampaikan dengan sebaik-baiknya. Maka perlu ditentukan strategi waktu penyebarannya agar media, hal ini dapat menjadi sebuah strategi dalam proses penyampaian pesan dan pesan bisa diterima khalayak. Penentuan waktu ini berfungsi agar membuat khalayak fokus terhadap apa yang ingin dituju dalam sebuah promosi, mulai dari media yang bersifat pengenalan, menarik perhatian, lanjut kepada khalayak tertarik, khalayak menjadi penasaran dan mencari informasi, hingga khalayak tertarik, tidak berhenti disitu lanjut kepada media pengingat yang berfungsi untuk mengingatkan khalayak kepada produk yang sedang dipromosikan sebelumnya. Berikut dibawah ini adalah tabel *timeline* strategi distribusi dan waktu penyebaran media yang akan dilakukan oleh klub Trobos Basketball Academy:

Tabel III.6 *Timeline* Pendistribusian Media
 Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Klasifikasi Media	Media	September				Oktober			
Media Utama	Video Iklan								
Media Pendukung	Poster								
	<i>X-Banner</i>								
	Halaman Sosial Media								
	Brosur								
Media Pengingat	Jersey								
	Jaket Training								
	Gantungan Kunci								
	Stiker								
	Kaus Kaki								
	Botol Minum								
	Handuk								
	<i>Leg Sleeve</i>								
	Topi								
	Bola								
	<i>Miniature Ring Basket</i>								

III.3. Konsep Perancangan

Konsep visual adalah salah satu bagian yang penting karena dapat merepresentasikan sebuah produk yang sedang melakukan kampanye promosi komersial. Dengan perancangan visual yang baik maka akan melahirkan hasil final karya yang baik juga. Berkaitan dengan promosi Trobos Basketball Academy. Konsep media utama lebih ditekankan dalam menyampaikan pesan yang bersifat persuasi, menarik perhatian secara emosional, sehingga khalayak tertarik dan terinspirasi untuk bergabung dengan klub. Pengambilan gambar lebih ditekankan kepada satu orang tokoh utama dengan banyak pengambilan gambar medium *shoot* supaya tokoh utama terlihat sedang melakukan gerakan olah bola basket. Konsep yang akan dirancang berkaitan dengan gerakan-gerakan yang biasa dilakukan saat melakukan olahraga bola basket. Pengambilan video dan foto didominasi oleh gerakan energik dan menggunakan tata letak tipografi yang sesuai, diharapkan mampu menarik perhatian khalayak dan mempengaruhi emosional khalayak sehingga menjadi tertarik untuk bergabung dengan klub Trobos Basketball Academy. Media pendukung lebih ditekankan kepada pengenalan kepada media utama dengan pesan-pesan berisi ajakan untuk menanti hadirnya media utama atau menuju media utama.

III.3.1 Format Desain

Perancangan promosi Trobos Basketball Academy ini menggunakan format desain yang menyesuaikan dengan karya yang akan dibuat, media utama dan media pendukung berbeda secara format desain, pertimbangan jenis media yang digunakan menjadi pembeda format desain. Berikut adalah paparan mengenai format desain dengan berdasarkan klasifikasi medianya sendiri.

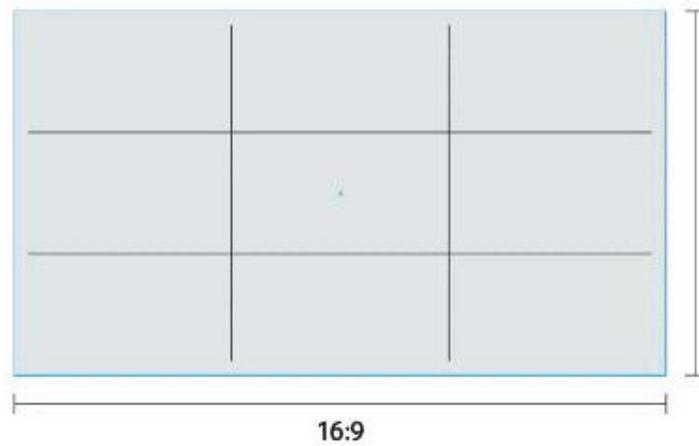
- **Media Utama**

Perancangan media utama Trobos Basketball Academy dalam menyampaikan pesan-pesan yang bersifat persuasi adalah menggunakan media video. Terdiri dari banyak *frame* tentu video *frame* ini berbentuk *landscap* karena tujuannya agar khalayak yang melihat video tersebut terkesan terlihat lebih luas dengan memperlihatkan pemandangan dibelakang objek, juga untuk menyesuaikan dengan konsep gerakan yang

telah dirancang pada konsep visual. Berikut rincian format desain pada media utama yang menggunakan media video iklan:

Video Iklan Trobos Basketball Academy

- *Frame size* :1920 x 1080px
- *Frame rate* :30fps
- *Aspect ratio* : NTSC widescreen square pixel 16:9
- *Channel* :RGB
- *Format video* : MPEG-4 (.MP4)
- *Duration* : 20sec – 60sec
- *Audio sample rate* : 48 kHz
- *Audio channels* : Stereo
- *Format audio* : mp3



Gambar III.18 Format Media Video
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

- **Media Pendukung**

Perancangan media pendukung bersifat publikasi antara lain poster, brosur, *X-Banner* ini dalam berfungsi menyampaikan pesan-pesan yang bersifat membuat penasaran untuk menunggu hadirnya media utama, dengan hadirnya media tersebut dapat menggiring khalayak menuju media utama.

Berikut detail lengkap ukuran media pendukung yang digunakan oleh klub bola basket Trobos Basketball Academy:

Poster Trobos Basketball Academy

- *Orientation* : *Portrait*
- *Frame size* : 4961 x 3508px / A3 (297mm x 420mm)
- *Color model* : RGB / CMYK
- *Quality* : *Maximum*
- *Resolution* : *High (300 ppi)*
- *Format Media* : (.JPG) / Cetak
- *Arah Baca* : Kiri ke Kanan

X-Banner Trobos Basketball Academy

- *Orientation* : *Portrait*
- *Frame size* : (60cm x 160cm)
- *Color model* : CMYK
- *Quality* : *Maximum*
- *Resolution* : *High (300 ppi)*
- *Format Media* : Cetak

Brosur Trobos Basketball Academy

- *Orientation* : *Landscape*
- *Frame size* : (210mm x 297mm)
- *Color model* : CMYK
- *Quality* : *Maximum*
- *Resolution* : *High (300 ppi)*
- *Format Media* : Cetak

III.3.2 Tata Letak

Video iklan klub Trobos Basketball Academy ini menggunakan pengambilan gambar *center of interest*, berguna untuk lebih menyita fokus khalayak sasaran yang menonton iklan tersebut karena objek atau subjek yang berada di tengah-tengah *frame*. Tata letak ini sangat mempengaruhi khalayak terhadap objek atau subjek yang dilihat. Pemilihan tata letak *center of interest* juga memungkinkan untuk menambah elemen visual lainnya pada pinggir-pinggir *frame* tanpa mengganggu objek atau subjek utama yang berada di tengah *frame*.



Gambar III.19 Contoh *Layout Center Of Interest*
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=aNikKt2o0Vw>
(Diakses pada 17/7/2019)

III.3.3 Tipografi

Penyusunan desain sangat dipengaruhi oleh peran tipografi. *Font* yang digunakan sebagai media pendukung maupun media utama haruslah sesuai konsep perancangan awal. Seperti yang dikemukakan oleh Rustan (2014) huruf merupakan media penting untuk berkomunikasi dalam tipografi, komponen tersebut terdiri dari satuan alfabet, angka, dan tanda baca, segala mengenai huruf adalah typografi (h.15). Tipografi yang digunakan sebagai Tagline menggunakan *font* yang dibuat oleh “Sports Font Database” berjudul Adidas Half Block 2016 dengan lisensi izin *personal license/ non commercial*. Pemilihan *font* tersebut karena *font* tersebut tebal

dan terkesan ramai, kuat, tidak lemah. Diharapkan dapat mencirikan ketegasan dan sesuai dalam segi karakteristik klub Trobos Basketball Academy.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gambar III.20 Contoh Penggunaan *Font* Adidas Half Block 2016
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Sedangkan penggunaan tipografi dalam *bodytext* menggunakan *font* yang dapat dengan mudah terbaca, *font* tersebut bernama Montserrat Alternates yang dibuat oleh “Julieta Ulanovsky” dengan lisensi lisensi izin *personal license/ non commercial*. Penggunaan *font* tersebut dengan pertimbangan jenis huruf yang mudah terbaca dan jenis huruf serif tidak mudah lelah untuk dibaca.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gambar III.21 Contoh Penggunaan *Font* Montserrat Alternates
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Penggunaan tipografi yang digunakan oleh Tagline klub Trobos Basketball Academy ini menggunakan *font* yang menampilkan seperti grafity, *font* tersebut bernama Empires yang dibuat oleh “Mlkwsn” dengan lisensi lisensi izin *personal license/ non commercial*. Penggunaan *font* tersebut dengan pertimbangan jenis huruf yang seperti grafity agar terkesan gaul, berjiwa muda sesuai target khalayak serta menarik perhatian untuk dibaca.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gambar III.22 Contoh Penggunaan *Font* Empires
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kursianto (2007), Suatu gambar yang dapat menjelaskan pesan atau menggambarkan pesan berguna untuk memberikan penjelasan makna atau suatu tujuan tertentu secara visual (h.140). Alasan dipergunakan suatu gambar bergambar bergerak atau video adalah karena video dapat mengilustrasikan sebuah objek yang dinamis, sesuai dengan strategi pesan yang akan disampaikan, video dapat menyasar sisi emosional karena bersifat dinamis, tidak terpaku pada satu gerakan.

- **Elemen Visual**

Elemen visual adalah bagian yang penting karena dapat menambah estetika dalam desain yang akan dibuat. Pembuatan element visual disesuaikan dengan khalayak sasaran seperti elemen pencahayaan, warna, bidang, ruangan yang dipergunakan.

- **Logo Klub Trobos Basketball Academy**

Logo klub Trobos Basketball Academy digunakan sebagai identitas kampanye komersial dan kegiatan pada media-media yang akan dibuat pada perancangan kampanye komersial klub.



Gambar III.23 Logo Klub Trobos Basketball Academy
Sumber: Dokumentasi Klub (2019)

Dalam pembuatan video iklan ini ide-ide yang mendasari agar khalayak sasaran dapat tertarik bergabung dengan klub Trobos Basketball Academy ini tidak dapat terlepas begitu saja, seperti tokoh utama yang menjadi pemeran utama dalam video iklan trobos basketball academy, latar tempat lapangan bola basket dan waktu yang dipergunakan, serta pencahayaan yang digunakan saat melakukan proses shooting video iklan. Berikut penjelasan lebih rinci mengenai unsur apa saja yang terdapat dalam pembuatan video iklan ini:

- Tokoh

Penentuan tokoh utama pada video iklan yang dirancang tentu disesuaikan secara fisik antara karakter dalam cerita dengan khalayak sasaran, maka sebagai representatif tokoh tersebut adalah seorang remaja laki-laki dengan karakter fisik memiliki rambut pendek, berkulit sawo matang, berpostur tidak gemuk dan tinggi badan yang tidak terlalu tinggi.



Gambar III.24 Tokoh Utama Adhi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.25 Tokoh Kedua Ergi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Tokoh utama dalam video kampanye komersial ini adalah Adhi dan Ergi, meskipun tidak satu tokoh atau solo tokoh, dan tidak selalu Adhi dan Ergi yang menjadi sorotan namun posisi Adhi di mana tokoh tersebut menjadi patokan dalam konsep iklan yang menceritakan kegiatan yang dilakukan di klub Trobos Basketball Academy.

- *Setting* Tempat dan Waktu

Pembuatan video iklan klub Trobos Basketball Academy ini menggunakan lokasi sesungguhnya, di mana lokasi tersebut adalah lokasi yang masih rutin digunakan oleh klub untuk mengadakan kegiatan yaitu di Alun-alun Soreang Kabupaten Bandung. Sehingga pengambilan gambar dilakukan dengan cara *shoot on location*, sedangkan waktu dipilih adalah waktu pagi hari agar lebih terlihat soft namun cerah. Sedangkan untuk lokasi kedua menggunakan lapangan basket Gor LCC Kasih bangsa Taman Kopo Indah yang berlokasi di Holis, melakukan pengambilan gambar atau *shooting* pada malam hari dengan menggunakan lampu Gor LCC agar terkesan dramatis.

- Properti

Pembuatan video iklan tersebut menggunakan properti yang sesuai dengan konsep adegan yang akan dibuat. Oleh karena itu properti tersebut digunakan agar sesuai dengan rancangan sebelumnya, properti yang digunakan adalah Jersey klub Trobos Basketball Academy sebanyak enam buah, bola basket, sepatu basket dan kaus putih polos.

- Gestur dan Ekspresi

Dalam pembuatan video iklan klub Trobos Basketball academy diusahakan gestur dan ekspresi gerak tubuh tokoh digiring lebih ekspresif, diharapkan dengan begitu menimbulkan kesan semangat karena konsep video tidak menggunakan dialog. Ekspresi yang ditampilkan melalui gerak tubuh yang terkonsep mulai dari gerakan dasar hingga gerakan latihan mulai cepat. Tujuannya agar terlihat perbedaan waktu karena sudah mulai menguasai mengenai olahraga bola basket.

• Pencahayaan

Pencahayaan yang digunakan saat melakukan proses *shooting* yang berada pada lokasi luar ruangan adalah menggunakan cahaya alami yang berasal

dari sinar matahari. Diharapkan dengan cahaya sinar matahari langsung dapat memberikan warna yang real alami sesuai dengan kegiatan yang ada sebenarnya. Sedangkan *shooting* yang dilakukan di dalam Gor menggunakan lampu sorot yang berasal dari Gor.

III.3.5 Warna

Warna menurut Junaedi (2003) warna pada dasarnya yang dipantulkan dari suatu objek yang ditangkap oleh mata manusia, hal tersebut membuat kerucut warna pada retina yang menimbulkan gejala warna pada objek, sehingga merubah persepsi penglihatan manusia (h.14). Penggunaan warna dominan pada properti adalah warna merah, di mana warna merah merupakan warna turunan yang diperoleh berdasarkan logo Trobos Basketball Academy, warna video pada media utama menggunakan warna sedikit kebiruan agar terkesan *soft* sehingga khalayak dapat menikmati video iklan dan nyaman untuk memperhatikan dengan saksama. Sedangkan media pendukung di dominasi oleh warna merah pemilihan warna tersebut merupakan warna yang dihasilkan dari warna yang menyerupai logo klub Trobos Basketball Academy. Warna warna yang dihasilkan mengacu terhadap identitas klub namun disesuaikan dengan kebutuhan.

III.3.6 Audio

Audio menurut Sadiman seperti dikutip Djamarah (2011) audio adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dengan bentuk verbal atau non-verbal. Audio yang digunakan adalah audio yang memberikan kesan semangat seperti musik Rap Hip Hop yang bertemakan basketball. Audio yang digunakan terdapat yang hanya menggunakan Instrumen saja. Bertujuan untuk lebih memfokuskan terhadap video dengan penggunaan musik yang tidak adanya vocal pada audio, serta mendambah kesan dramatis karena menggunakan musik yang bersifat emosional. Audio yang dipergunakan berlisensi digunakan untuk personal, seperti lagu oleh Rap Beat Hip Hop Instrumental with CutsScratches - BASKETBALL (by Skilly Music), tidak dapat digunakan untuk diperjual belikan. Selain itu terdapat sound efek mengenai pantulan bola, dipergunakan dengan tujuan apabila ada suara bola basket yang tidak terdengar akan digantikan dengan sound efek buatan.