

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

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

Khalayak sasaran atau segmentasi pasar terdiri dari konsumen, serta yang memiliki sebuah keinginan, sumber daya, lokasi, sikap dalam membeli sesuatu, serta praktek pembelian. Melalui khalayak sasaran atau segmentasi pasar yang besar dan kecil serta dapat dicapai lebih efektif dengan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan khalayak sasaran (Kotler, Armstrong, 2008, h:225).

Khalayak sasaran yang dituju dalam perancangan ini yaitu masyarakat Tasikmalaya, khususnya pelajar yang berusia 9 sampai dengan 13 tahun. Berikut uraian khalayak sasaran dari perancangan ini.

- **Demografis**

Sasaran yang dituju pada perancangan ini adalah remaja awal dengan usia 9 hingga 13 tahun, karena pada usia tersebut para remaja sedang mencari jati diri, dan senang untuk mengetahui hal yang baru untuk dirinya.

Status ekonomi : Menengah – Menengah atas

Pendidikan : SD – SMP

Jenis kelamin : Laki - laki dan Perempuan

Pekerjaan : Pelajar.

- **Psikografis**

Usia 9 tahun hingga 13 tahun merupakan fase kelas tinggi sekolah dasar, berdasarkan sifat anak-anak pada masa ini adalah adanya kecenderungan memuji diri sendiri, pada masa usia tersebut juga sedang gemar membentuk kelompok bermain. (Dalyono, 2015, h. 124)

Berdasarkan hasil psikografis tersebut maka khalayak yang sesuai untuk ditetapkan adalah anak yang berusia 9-13 tahun. Karena manfaat sangat bagus untuk membantu meningkatkan kepercayaan diri untuk bergaul dengan teman sebayanya.

- Geografis

Perancangan ini ditargetkan pada masyarakat khususnya remaja yang berada di kota Tasikmalaya dan sekitarnya, karena Mr. Arian Magic Course terdapat di Tasikmalaya sehingga memudahkan khalayak sasaran yang akan mempelajari sulap. Tasikmalaya juga dipilih karena sebelumnya pertunjukan sulap sempat diminati oleh masyarakat, namun saat ini peminat sulap terus menurun sampai tidak ada sama sekali.

### III.1.1 Consumer Insight

*Consumer insight* adalah mengetahui informasi secara mendalam tentang keinginan, perbuatan, pemikiran, dan perilaku dari khalayak sasaran. Khalayak sasaran dari perancangan ini adalah remaja awal hingga pertengahan. Remaja tertarik dengan sesuatu yang menarik dan yang membuat penasaran, dan remaja juga perlu untuk mendapatkan pengakuan diri dari orang-orang sekitarnya. Maka dari itu sulap sangat cocok bagi remaja yang sedang mencari jati diri, dan ingin mempunyai kelebihan.

### III.1.2 Consumer Journey

*Consumer journey* adalah kegiatan atau kebiasaan yang dilakukan oleh khalayak sasaran setiap harinya. *Consumer journey* dalam suatu perancangan akan mempermudah dan menentukan media penyampaian pesan yang akan ditemui khalayak sasaran, dalam melakukan aktivitas setiap harinya. *Consumer journey* dari perancangan ini berdasarkan kehidupan sehari-hari dari sebagian besar khalayak sasaran usia 9 hingga 13.

Tabel III.1 *Consumer journey*  
 Sumber: Dokumen Pribadi  
 (Diakses pada: 28/06/19)

Kegiatan	Tempat	<i>Point of Contact</i>
Bangun tidur	Kamar tidur	Jam, selimut, lemari, meja belajar, lampu
Mandi, bersiap-siap	Kamar mandi	Peralatan mandi, handuk, cermin, seragam, tas, sepatu,

Sarapan	Ruang makan	Piring, sendok, gelas
Perjalanan menuju sekolah	Jalan	Kendaraan umum dan kendaraan pribadi, <i>billboard</i> , baliho, <i>flyer</i> , poster
Belajar di sekolah, dalam kelas	Sekolah, kelas	Buku, pulpen, pensil, papan tulis, mading.
Istirahat	Kantin	Poster, kios, pedagang, plastik, sedotan.
Perjalanan pulang sekolah	Jalan	Kendaraan umum dan kendaraan pribadi, <i>billboard</i> , baliho, <i>flyer</i> , poster
Makan siang	Ruang makan	Piring, sendok, gelas, Tv
Waktu luang, bersantai	Rumah, kamar	Tv, <i>Handphone</i> /tablet, bantal
Bermain	Rumah teman, cafe	<i>Handphone</i> , Tv, bantal, gelas, hiasan
Makan malam	Ruang makan	Piring, sendok, gelas, Tv
Belajar	Kamar	Meja belajar, buku, pulpen, <i>Handphone</i> , lampu belajar, tas
Istirahat, tidur	Kamar tidur	Kasur, bantal, selimut, jam, meja belajar.

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa khalayak sasaran setiap hari tidak terlepas dari TV, *Handphone*, buku, pulpen, dan bantal. Sehingga benda-benda tersebut dapat digunakan sebagai media yang menunjang promosi yang akan di rancang.

### III.2 Strategi Perancangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI (2008) strategi merupakan rencana atau cara merancang suatu kegiatan untuk mencapai sasaran atau target tertentu yang telah ditetapkan. Untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang terjadi di Mr. Arian Magic Course, maka dirancanglah strategi dengan membuat promosi Mr. Arian Magic Course yang tepat kepada sasaran. Startegi perancangan ini akan disampaikan dengan tujuan agar pesan dan informasi dapat dipahami dan diterima oleh khalayak sasaran yang sudah ditetapkan.

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

Tujuan dari komunikasi dalam perancangan media promosi Mr. Arian Magic Course yaitu untuk menarik perhatian dan membujuk khalayak sasaran agar tertarik untuk mempelajari seni sulap, sehingga seni sulap tidak tertinggal.

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

Pendekatan komunikasi pada perancangan ini akan menggunakan dua cara pendekatan, yaitu pendekatan visual, pendekatan verbal dan pendekatan audio dengan tujuan supaya pesan dapat disampaikan dan dipahami.

#### **1. Pendekatan Visual**

Pendekatan visual dalam perancangan promosi Mr. Arian Magic Course yaitu dengan menampilkan 1 trik sulap dengan menggunakan teknik pengambilan gambar berupa video dengan durasi 1 menit.

#### **2. Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal dalam perancangan ini yaitu menggunakan bahasa Indonesian yang informal, hal ini bertujuan agar pesan yang di sampaikan dapat dimengerti oleh khalayak sasaran. Terdapat *tagline* yang akan digunakan dalam perancangan ini, yaitu “*Keajaiban ada ditangan mu!!*” yang bertujuan untuk menarik perhatian khalayak sasaran.

### **III.2.3 Mandatory**

*Mandatory* merupakan suatu sumber untuk meyakinkan suatu informasi dari lembaga atau perusahaan agar dapat dipercaya oleh penerima informasi. Pembuatan media ini berkerja sama dengan Mr. Arian Magic Studio yang berada di kota Tasikmalaya.



Gambar III.1 Logo Mr. Arian Magic Studio  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada 28/06/19)

Mr. Arian Magic Studio adalah studio sulap terlengkap yang ada di Tasikmalaya, yang merupakan *mandatory* utama dalam perancangan ini, karena perancangan ini dibuat untuk membuat media promosi pada Mr. Arian Magic Studio. Seluruh konsep perancangan ini dibuat agar dapat menarik minat khalayak sasaran untuk mendalami seni sulap, dan meningkatkan penjualan produk sulap yang ada di Mr. Arian Magic Studio.

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

Materi pesan dalam promosi ini akan disampaikan dengan mengenalkan, dan menampilkan trik sulap kepada khalayak sasaran yaitu remaja. Materi pesan yang dilakukan dalam perancangan media promosi ini yaitu dengan menggunakan video iklan. Media video iklan dipilih karena iklan merupakan proses komunikasi yang dapat membuat masyarakat penasaran. dengan menghadirkan sisi humor kepada masyarakat Tasikmalaya dan sekitarnya. Selain menampilkan trik sulap, perancangan promosi ini juga akan memperlihatkan suasana saat mempelajari seni sulap di Mr. Arian Magic Course, dan memperlihatkan keberhasilan muridnya yang berhasil membuat orang bahagia dengan pertunjukan sulapnya.

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

Gaya bahasa dalam perancangan ini akan menggunakan gaya bahasa anti klimaks, dimana gaya bahasa ini menguraikan suatu peristiwa yang makin lama, ceritanya akan semakin menurun.

### III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi ini menjelaskan tentang khalayak sasaran, *positioning*, kompetitor dan keunikan, serta keunggulan dari produk atau jasa. Memberikan pendekatan dengan visual atau bahasa penyampaian agar mencapai tepat kepada khalayak sasaran yang di inginkan. Strategi ini dapat dijadikan untuk menyusun strategi kreatif dalam konsep desain (Supriyono, 2010, h. 135).

Dalam perancangan promosi ini terdapat headline “*Keajaiban ada di tanganmu*“. Strategi kreatif ini bertujuan untuk mempromosikan Mr. Arian Mgaic Course dengan menggunakan metode AISAS. Hal ini bertujuan agar dapat memudahkan perancangan promosi secara berturut-turut.

#### III.2.6.1 Metode AISAS

Strategi kreatif yang digunakan untuk mempromosikan Mr. Arian Magic Course adalah dengan menggunakan metode AISAS (*Attention, Interest, Action, Share*). Metode ini digunakan agar mendapatkan perhatian khalayak sasaran dan dapat menimbulkan keingintahuan audiens. Dengan dimulai dari tahap perhatian, ketertarikan, pencarian, aksi dan membagikan secara bertahap, sehingga memudahkan perancangan promosi ini.

- ***Attention***

Pada tahap *attention*, pesan yang akan disampaikan melalui media video iklan dengan tujuan agar mendapatkan perhatian dari khalayak sasaran. Pesan yang akan disampaikan dalam video iklan yaitu dengan menampilkan 1 trik sulap, dengan ditambahkan sebuah *headline* “*Keajaiban ada ditangamu*“. *Headline* tersebut digunakan agar menjadi daya tarik dan membuat khalayak sasaran penasaran.

- ***Interest***

Pada tahap *interest*, pesan akan disampaikan melalui media video singkat yang berisi beberapa trik sulap, dan ada 1 trik sulap yang akan diberitahu rahasianya, sehingga dapat memancing dan menimbulkan rasa penasaran khalayak sasaran untuk lebih ingin tahu pada trik sulap lainnya.

- ***Search***

Setelah khalayak sasaran tertarik, maka dibutuhkan media untuk memudahkan khalayak sasaran untuk mencari informasi mengenai Mr. Arian Magic Course. Maka pada tahap ini pesan yang akan disampaikan adalah informasi tentang Mr. Arian Magic Studio berupa poster digital yang akan di sebarkan pada media sosial Instagram dan Facebook Mr. Arian Magic Studio. Informasi yang terdapat pada poster digital ini berisi alamat dan kontak Mr. Arian Magic Studio, dan fasilitas apa saja yang disediakan di Mr. Arian Magic Course

Selain poster digital, ada pula *road banner* yang akan ditempatkan di sekitar Mr. Arian Magic Course agar khalayak sasaran dapat mengetahui keberadaan Mr. Arian Magic Course. *Road banner* ini digunakan untuk mendapatkan perhatian khalayak sasaran namun dalam jarak yang tidak terlalu luas. Pesan yang akan disampaikan yaitu informasi dan keberadaan Mr. Arian Magic Course, sehingga mempermudah khalayak sasaran untuk mencari informasi Mr. Arian Magic Course

- **Action**

Pada tahap ini Mr. Arian Magic Course akan membagikan brosur yang berisi informasi Mr. Arian Magic Course. Lalu akan di sebarkan juga flyer kepada khalayak sasaran.

- **Share**

Pada tahap ini Mr. Arian Magic Course akan memberikan sebuah *merchandise* berupa alat sulap *basic* kepada khalayak sasaran yang mendaftarkan dirinya untuk mempelajari sulap di Mr. Arian Magic Course. Selain menjadi identitas bagi khalayak sasaran, *merchandise* ini diharapkan akan menjadi sebuah kebangga bagi khalayak sasaran yang mempelajari sulap di Mr. Arian Magic Course. Untuk khalayak umum, Mr. Arian akan membagikan kartu namanya, dimana di kartu nama tersebut terdapat trik ilusi mata yang membuat khalayak umum penasaran dengan jawabannya.

### III.2.6.2 Copywriting

*Copywriting* yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah:

1) **Headline** : “Keajaiban ada di tanganmu!!”

2) **Tagline** : “*Are you ready ?? Simsalabim*”

*Copywriting* dipilih ini berisikan pesan yang menggambarkan kelebihan jika menjadi seorang pesulap. Seorang pesulap bisa menampilkan keajaiban-keajaiban saat melakukan pertunjukan sulap dan membuat bahagia penontonya, dengan mantra yang sering diucapkan yaitu “*Simsalabim*.” *Copywriting* ini juga bertujuan untuk memberitahu bahwa semua orang juga bisa memberikan keajaiban dengan pertunjukan sulap.

### **III.2.6.3 Sinopsis**

- **Sinopsis Video utama**

Pada suatu ketika ada anak laki-laki yang berjalan jangan penuh gaya dan berlagak sombong. Anak itu pun menghampiri teman-temannya yang sedang asik bermain *handphone*, lalu anak itu pun ingin menunjukkan trik sulapnya kepada teman-temannya. Namun sulap yang ditunjukkan oleh anak itu sangat membosankan, teman-temannya pun bingung melihat anak tersebut. Lalu tiba—tiba muncul suara dengan ajakan untuk bermain sulap yang baik. Akhirnya anak itu pun langsung pergi untuk mempelajari pertunjukan sulap, meninggalkan teman-temannya yang masih bingung.

- **Sinopsis Video 2**

Anak yang di cerita sebelumnya akhirnya mencari keberadaan tempat pelatihan sulap, dia berlari mendatangi tempat pelatihannya. Saat sampai anak itu pun meminta kepada pelatih sulap untuk mengajarnya sulap. Lalu mereka pun mulai mempelajari sulap. Setelah bisa bermain sulap anak itu pun datang lagi ke teman-temannya, dan menunjukan trik sulap yang telah dipelajarinya. Dan akhirnya teman-temannya pun bahagia melihat trik sulap yang diperlihatkan oleh anak tersebut.

- **Sinopsis Video 3**

Mr.Arian selaku pelatih di Mr. Arian Magic Course memperlihatkan keahilannya bermain sulap, dengan menampilkan trik-trik sulap yang menghibur, yaitu sulap manik-manik warna yang terpisah, dompet yang terbakar, uang Rp.5000 berubah menjadi Rp.100.000, dan yang terakhir



kertas yang berubah menjadi uang Rp.5000. dan di akhir video tersebut ada 2 trik sulap yang akan diajarkan caranya oleh Mr. Arian

#### **III.2.6.4 Storyline**

Video 1 durasai 60 detik

##### *Scene 1*

Muncul langkah kaki, dengan diiringi suara langkah yang menegangkan

##### *Scene 2*

Lalu munculah seorang anak laki-laki dengan sombong, dia mengibaskan jaketnya.

##### *Scene 3*

Lalu disana ada 2 anak, yang sedang asik bermain hp

##### *Scene 4*

Anak laki laki itu langsung menunjukan keahlian sulap dia, di hadapan teman-temannya

##### *Scene 5*

Namun karena trik sulap yang diperlihatkan oleh anak tersebut itu sangat membosankan dan tidak menarik, maka bingung lah mereka

##### *Scene 6*

Lalu layar pun berhenti, dan terdengar suara untuk mengajak bermain sulap dengan benar




##### *Scene 7*

Lalu anak laki-laki tersebut pun ingin mempelajari sulap, agar dapat menghibur teman-temannya, dan pergi untuk mempelajari sulap

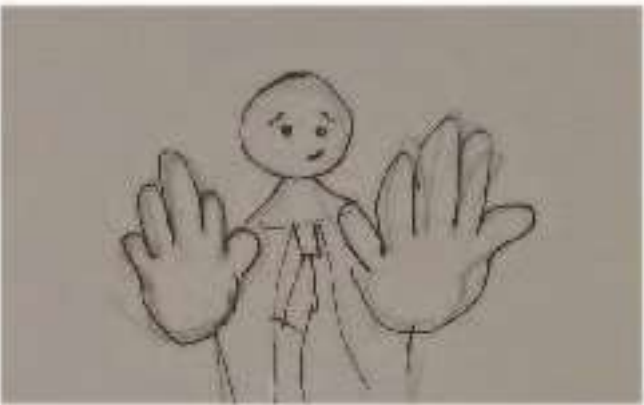
### III.2.6.5 Storyboard

*Storyboard* digunakan sebagai acuan dalam pengambilan gambar sehingga dapat mempermudah pada saat produksi, dengan memvisualkan ide cerita yang sudah dibuat melalui sketsa.

Tabel III.2 Storyboard  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada: 16/07/19)

Keterangan	Visual
Close up ke kaki yang melangkah	
Harry mengibaskan jaketnya, dan berlaga sombong	
Terdapat anak-anak yang sedang asik bermain handphone	

Lalu Harry langsung menunjukan skill sulapnya dihadapan teman-temannya


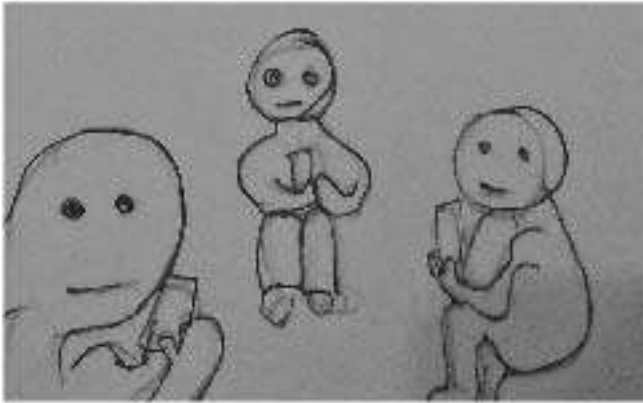


Harry melakukan trik sulap



Harry melakukan trik sulap, dengan menyembunyikan tangannya yg terkunci ke belakang kepala



<p>Harry berhasil melakukan trik sulapnya dimana tangannya yg terkunci menjadi terpisah, namun trik sulap itu nampak membosanan</p>	
<p>Teman-temannya pun nampak kembanguna dengan apa yang dilakukan Harry</p>	

### III.2.7 Strategi Media

Strategi yang digunakan pada perancangan ini menggunakan metode AISAS, berikut adalah media utama yang digunakan pada setiap tahapan AISAS

#### III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan promosi Mr. Arian Magic Course adalah media digital berupa video iklan. Video iklan ini berguna untuk menginformasikan dan mempromosikan Mr. Arian Magic Course dengan ringkas, mudah diingat dan dapat membuat orang penasaran. Media utama ini akan disebarakan melalui media sosial Youtube, Instagram, dan Facebook.

#### III.2.7.2 Media Pendukung

Adapun media pendukung yang digunakan dalam perancangan promosi pada Mr. Arian Magic Course, sebagai berikut.

- Video 2  
Video 2 ini berisi video lanjutan dari video 1 yang merupakan media utama. Video 2 tersebut berisi proses pelatihan sulap yang diajarkan di Mr. Arian Magic Course. Sehingga khalayak sasaran mengetahui bagaimana suasana saat belajar di Mr. Arian Magic Course
- Video 3  
Video 3 ini berisi pertunjukan sulap yang ditampilkan oleh Mr. Arian. Mr. Arian menampilkan beberapa trik sulap, dan diakhir video tersebut Mr. Arian akan membocokan 1 trik sulap agar dapat menarik perhatian khalayak sasaran.
- Poster  
Media poster dipilih agar pesan yang disampaikan dapat langsung diterima oleh khalayak sasaran, dengan penempatan yang fleksibel sehingga dapat mudah dijangkau oleh khalayak sasaran
- Poster Digital  
Poster digital digunakan untuk memberikan informasi mengenai aliran-aliran uslpa yang dapat di pelajari di Mr. Arian Magic Course. Sehingga khalayak sasaran dapat mengetahui dan memahami sulap terlebih dahulu.
- Brosur  
Brosur adalah suatu media publikasi yang terdapat beberapa halaman, yang menjelaskan suatu barang atau jasa. Media brosur ini dipilih agar Mr. Arian Magic Course dapat menyampaikan pesannya dengan lengkap kepada khalayak sasaran, sehingga masyarakat tahu keberadaan Mr. Arian Magic Course
- Flyer  
Media flyer ini berisi beberapa informasi tentang Mr. Arian Magic Course, Yang akan dibagikan kepada masyarakat. Di dalam flyer tersebut juga terdapat formulir bagi khalayak sasaran yang ingin mendaftarkan diri untuk mempelajari sulap. Juga diberikan diskon sebagai promo yang diberika oleh Mr. Arian Magic Course,yang bertujuan agar khalayak sasaran tertarik.
- Kartu nama

Pada kartu nama terdapat informasi alamat dan kontak yang bisa dihubungi khalayak sasaran untuk mencari informasi. Pada Kartu nama ini juga terdapat ilusi mata yang dapat menimbulkan ketertarikan khalayak sasaran. Sehingga kartu nama ini dapat terus disimpan dan diingat oleh masyarakat.

- *Tripod Banner*

*Tripod banner* merupakan media untuk menyampaikan informasi Mr. Arian Magic Course. Media *tripod banner* ini dipilih untuk digunakan dalam sebuah *event* atau acara yang akan dilakukan oleh Mr. Arian Magic Course.

- *Road Banner*

*Road banner* ini berfungsi sebagai petunjuk arah ke Mr. Arian Magic Course, agar khalayak sasaran yang akan datang tidak kebingungan saat mencari keberadaan Mr. Arian Magic Course.

- *Merchandise*

*Merchandise* merupakan sebuah kelengkapan dalam sebuah perusahaan, atau produk. *Merchandise* ini akan dibagikan kepada khalayak sasaran yang mendaftar di Mr. Arian Magic Course, sebagai sebuah penghargaan kepada pendaftar. *Merchandise* yang akan diberikan kepada khalayak sasaran yang mendaftar adalah berupa alat-alat sulap *basic* untuk mempelajari sulap. Karena khalayak sasaran yang ditapkan adalah seorang siswa, maka alat sulap yang diberikan berupa, pulpen, *notebook*, yang dapat digunakan sehari-hari oleh khalayak sasaran. Selain itu ada pula *magic box*, *magic book* yang merupakan alat sulap yang dapat digunakan sehari-hari.

- *Gimmick*

*Gimmick* yang diberikan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan ketertarikan khalayak sasaran terhadap seni sulap, yaitu dengan memberikan *magic set* yang berisi alat sulap *basic*, dengan tujuan khalayak sasaran menambah percaya diri.

### **III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media**

Penyebaran media utama dan juga media pendukung dalam perancangan promosi Mr. Arian Magic Course akan dilakukan pada beberapa tahap agar efektif, yang

akan dilakukan dalam jangka waktu 6 bulan. Berikut ini adalah strategi distribusi dan waktu penyebaran media.

Tabel III.3 Strategi distribusi penyebarani waktu dan media  
 Sumber: Dokumen pribadi  
 (Diakses pada: 15/07/19)

No	Media	2020						Tempat penyebaran
		Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	
1.	Video Iklan							Youtube, Facebook
2.	Video 2							Youtube, Facebook
3.	Video 3							Youtube, Facebook
4.	Poster							Mading sekolah, kawasan sekolah
5.	Poster digital							Instagram
6.	Brosur							Kawasan sekolah, event acara
7.	<i>Tripod Banner</i>							Mr. Arian Magic Studio, Event
8.	<i>Road Banner</i>							Bumi Resik Panglayungan, sekitar Mr. Arian Magic Studio
9.	Flyer							Kawasan sekolah, event acara
10.	Kartu nama							Event acara
11.	<i>Merchandise</i>							Mr. Arian Magic Studio
12.	<i>Gimmick</i>							Mr. Arian Magic Studio

Distribusi dilakukan pada bulan Juni hingga November. Media utama yaitu video iklan akan dilakukan setiap bulan, poster digital, brosur, *Tripod banner*, *road banner*, *merchandise* juga akan di sebarakan setiap bulan. Agar dapat meningkatkan daya tarik dan citra yang dimiliki Mr. Arian Course, dan agar promosi yang dilakukan oleh Mr. Arian Magic Course dapat terus berjalan dan semakin dikenal oleh masyarakat. Sedangkan flyer disebarakan mulai dari bulan agustus, jadi setelah Mr. Arian mempromosikan dan menginformasikan pelatihan sulapnya maka disebarakan flyer yang didalamnya terdapat formulir pendaftaran.

Tabel III.4 Distribusi *merchandise*  
 Sumber: Data pribadi  
 (Diakses pada: 15/07/19)

<i>Merchandise</i>	Cara mendapatka		
	Berbayar	Gratis	Gratis Bersyarat
Pulpen			
<i>Notebook</i>			
<i>Magic book</i>			
<i>Magic box</i>			

Pada tabel diatas, setiap *mechandise* memiliki ketentuan masing masing untuk mendapatkannya. Untuk dan *magic box* bisa didapatkan dengan membeli pada Mr. Arian Magic Course. Pulpen, pensil 1, dan sapu tangan dapat didapatkan dengan gratis jika khalayak sasaran ingin mengetahui secara lebih mendalam pada Mr. Arian Magic Course, dan ingin mengetahui permainan sulap yang dapat dipelajari. Sedangkan untuk pensil 2, *cutter*, *notebook*, kalkulator, akan diberikan gratis kepada khalayak sasaran yang mendaftarkan dirinya di Mr. Arian Magic Course.

### III.3 Konsep Visual

Untuk mendapatkan media promosi yang baik, maka diperlukan konsep yang baik pula, agar dapat menghindari kesalahan informasi yang diterima oleh khalayak sasaran. Konsep visual yang dilakukan dalam perancangan media promosi ini yaitu dengan menggunakan video iklan. Media video iklan dipilih agar dapat tersampaikan dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran, dengan ditambahkan unsur humor yang diharapkan iklan ini akan terus diingat oleh khalayak sasaran.

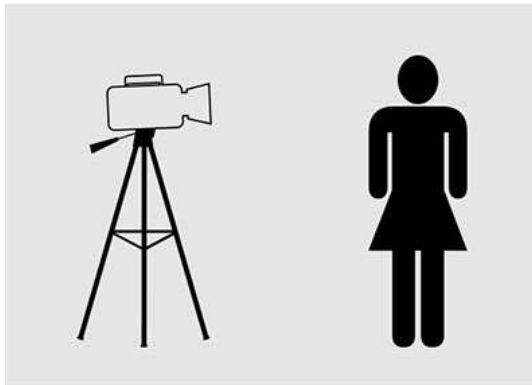
#### III.3.1 Format Desain

Video iklan yang dirancang untuk media promosi Mr. Arian Magic Course menggunakan format mp4, dengan resolusi 720p, dan ukuran *frame* 1280 x 720. Ukuran tersebut digunakan agar video iklan dapat dinikmati maksimal melalui *handphone*, dan tidak terlalu memakan biaya kouta yang banyak.



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

Tata letak yang digunakan dalam sudut pengambilan gambar yaitu dengan *eye level*, dimana sudut pengambilan gambar ini sejajar dengan objek. Sudut pengambilan gambar ini digunakan karena ingin tidak ingin memberikan kesan yang dramatis, karena pada *scene* tersebut terdapat peristiwa yang membosankan.



Gambar III.2 *Eye Level*

Sumber: <https://tumpi.id/gerakan-kamera/>  
(Diakses pada 15/07/18)

Setelah menentukan sudut pengambilan gambar, maka berikutnya adalah ukuran gambar yang akan digunakan pada perancangan media video iklan sebagai media utama, menurut Rudi dalam buku “Membuat Film Indie Itu Gampang” (2003, h.34) yaitu.

- *Big close up*  
Pengambilan gambar kaki dari batas mata kaki sampai telapak kaki, agar dapat menonjolkan objek tertentu.



Gambar III.3 *Big Close Up*  
Sumber: [www.kelasfotografi.com](http://www.kelasfotografi.com)  
(Diakses pada: 15/07/19)

Pada video iklan *big close up* akan digunakan pada pembukaan video, dengan *scane* kaki yang sedang melangkah.

- *Full shot*

Pengambilan gambar ini penuh dari atas kepala hingga kaki, yang berfungsi agar dapat memperlihatkan objek dengan lingkungan.



Gambar III.4 *Full Shoot*  
Sumber: [www.kelasfotografi.com](http://www.kelasfotografi.com)  
(Diakses pada: 15/07/19)

Pada video iklan pengambilan gambar ini akan digunakan pada *scene 2*, yang menunjukkan kedatangan objek.

- *Axial layout*

*Axial Layout* yang digunakan pada perancangan promosi Mr. Arian Magic Course, dipilih karena tata letaknya yang memiliki tampilan visual yang kuat di tengah halaman dengan tampilan element pendukung di sekeliling gambar

utama biasanya berupa gambar atau tulisan yang berhubungan dengan tampilan di tengah halaman sebagai titik pusatnya (Kusrianto, 2007, h:310).



Gambar III.5 Axial Layout

Sumber: <http://www.johngodbercentre.co.uk/events/2018-10-27/>  
(Diakses pada: 13/08/19)

Tata letak ini akan digunakan pada media cetak, seperti poster, *road banner*, *tripod banner* dan lain-lain.

### III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan elemen yang penting dalam suatu perancangan desain. Pemilihan *font* yang baik bertujuan agar pesan yang akan disampaikan dapat nyaman dan mudah dibaca. *Font* juga harus disesuaikan dengan isi pesannya. Dalam merancang sebuah desain untuk promosi Mr. Arian Magic Course yaitu dengan menggunakan *font* sebagai berikut.

- Unicorns are Awesome

*Font* Unicorns are Awesome didesain oleh Misti pada tahun 2017, *font* ini dipublikasikan pada *website* Misti's *Font* pada tanggal 14 April 2017, dengan lisensi *Freeware*, namun jika ingin digunakan untuk keperluan komersial maka harus memberikan donasi kepada desainer *font* tersebut.

Unicorns are Awesome

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk  
 Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
 Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

? ! @ # \$ % ^ & \* ( ) + " : ; ' < > . ,

Gambar III.6 Font *Unicorns are Awesome*  
 Sumber: <https://mistifonts.com/unicorns-are-awesome/>  
 (Diakses pada: 08/07/19)

Font ini digunakan untuk *headline* dan *sub-headline* dengan font yang unik dan lucu, agar dapat menarik khalayak sasaran.

- Oh Whole

Font Oh Whole juga didesain oleh Misti pada tahun 2017, font ini dipublikasikan pada website Misti's. Font pada tanggal 17 Maret 2017. Lisensi font ini *Freeware*, namun jika ingin digunakan untuk keperluan komersial maka harus memberikan donasi kepada desainer font tersebut.

Oh Whole

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
 Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss  
 Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

? ! @ # \$ % ^ & \* ( ) + " : ; ' < > . ,

Gambar III.7 Font *Oh Whole*  
 Sumber: <https://mistifonts.com/oh-whale/>  
 (Diakses pada: 08/07/19)

Font ini digunakan untuk *bodycopy*, dengan karakteriksi lucu yang dapat menggambarkan sifat anak-anak yang ceria.

### III.3.4 Ilustrasi

#### III. 3.4.1 Vektor

##### 1. Topi sulap

Topi sulap ini merupakan *icon* dari pesulap, maka dari itu pada media pendukung ditampilkan topi sulap sebagai identitas seorang pesulap.



Gambar III.8 Topi  
Sumber: Data pribadi  
(Diakses pada: 09/08/2019)

##### 2. Kartu

Kartu juga digunakan karena kartu merupakan salah satu alat dan aliran dari seni pertunjukan sulap. Kartu ini sebagai salah satu simbol dari aliran sulpa yang dapat dipelajari di Mr. Arian Magic Course.



Gambar III.9 Kartu  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada: 09/08/2019)

##### 3. Tongkat sulap

Tongkat sulap biasanya selalu melekat dengan pesulap. Dimana tongkat sulap ini merupakan alat yang dapat “menyihir” sesuatu. Maka dari itu tongkat sulap digunakan karena tongkat ini adalah bagian dari pesulap



Gambar III 10 Tongkat  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada: 09/08/2019)

#### 4. Bintang

Bintang ini melambangkan keajaiban, digunakan pada media pendukung agar dapat memberi kesan keajaiban.



Gambar III.11 Bintang  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada: 09/08/2019)

#### 5. Cahaya Sinar

Cahaya merupakan simbol dari keajaiban. Cahaya ini digunakan agar menambah kesan meriah dan ajaib.



Gambar III.12 Cahaya  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada: 09/08/2019)

### III.3.4.2 Aktor

#### 1. Theodorus Harry

Harry adalah seorang siswa SMP yang berada di Tasikmalaya. Pada video ini Harry berperan sebagai anak laki-laki yang ingin mendapatkan perhatian dari teman-temannya. Harry dipilih karena dia memiliki sifat yang aktif. Harry juga memahami beberapa *skill* sulap.



Gambar III.13 Harry  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada: 26/07/19)

#### 2. Theovila Putri

Putri adalah seorang siswi SMP di tasikmalaya. Pada video ini Putri berperan sebagai teman Harry yang narsis. Putri dipilih karena dapat memerankan sebagai anak yang memiliki sifat yang narsis dan aktif dalam pergaulan.



Gambar III.14 Theovila  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada: 26/07/19)

### 3. Willy

Willy merupakan siswa SMP yang berada di Tasikmalaya. Pada video ini Willy berperan sebagai teman Harry. Willy memiliki sifat yang pemalu.



Gambar III.15 Willy  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada: 26/07/19)

### III.3.5 Warna

Warna merupakan elemen yang penting dalam desain. Pada setiap warna memiliki karakter dan sifat tersendiri. Warna sudah menjadi sesuatu kesatuan dalam desain, yang juga dapat menjadi identitas (Hendy, 2009. h. 40). Warna yang digunakan pada perancangan video ikan ini menggunakan warna yang hangat, agar dapat menciptakan kesan yang dramatis, dan misterius.



Gambar III.15 *Tone* warna  
Sumber: Dokumen pribadi  
(Diakses pada: 15/07/19)