BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan terbagi atas tiga bagian, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahap penyampaian media informasi berupa *video stop motion* ini memerlukan persiapan yang baik,sehingga akan menghasilkan suatu karya yang menarik untuk disajikan.

III.1.1 Strategi Komunikasi

Menurut Husein Umar dalam bukunya yang berjudul *Strategic Management in Action* (2008 : 31) mengatakan bahwa pengertian strategi menurut Stephanie K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Komunikasi penyampaian pesan atau informasi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain yang masih dalam konteks hubungan sosial. Sedangkan strategi komunikasi menurut Anwar Arifin dalam buku strategi komunikasi (1984 : 10) menyatakan bahwa dalam memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat. Jadi, strategi komunikasi yang dilakukan dalam perancangan *video stop motion* ini adalah mampu memberikan penyampaian komunikasi yang menarik serta kreatif yang mampu menarik perhatian pengunjung serta memberikan informasi visual yang cepat dipahami. Selain itu dengan hadirnyabeberapa jejaring social yang sedang ramai dikalangan masyarakat bisa menjadi strategi komunikasi untuk menjadi sarana promosi candi Jiwa ini.

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi ini dilakukan agar seluruh masyarakat mampu mengetahui mengetahui lokasi Candi Jiwa ini berada serta mampu memaksimalkan potensi dari Candi Jiwa itu sendiri sebagai warisan purbakala yang seharusnya diperhatikan dan dilestarikan.

III.1.3 Pesan Utama

Menginformasikan adanya keberadaan Candi Jiwa ini agar mampu menaik perhatian dari pengunjung, baik sekitar Kota Karawang maupun luar kota.

III.1.4 Materi Pesan

Materi Pesan yang disampaikan adalah berupa *video stop motion* yang yang di fungsikan sebagai media informasi keberadaan dan rute menuju lokasi Candi Jiwa

III.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan adalah membuat *video stop motion* sebagai media informasi lokasi Candi Jiwa sehingga mampu memiliki daya tarik yang unik serta menarik.

III.2.1 Pendekatan Kreatif

Kebanyakan masyarakat lebih menginginkan akses yang mudah dipahami dan sederhana, namun tidak meninggalkan unsur yang mampu menarik perhatian, oleh karena itu akan dilakukan pendekatan melalui sarana penyampaian informasi menarik secara visual dan mudah dimengerti yaitu dengan membuat media informasi yang sesuai segmentasi *audience*.

III.3 Strategi Media

Strategi yang digunakan dalam penyampaian media informasi Candi Jiwa ini menggunakan media-media yang bertujuan untuk menginformasikan lokasi Candi yang mudah dipahami oleh masyarakat.

III.3.1 Pemilihan Media

Berdasarkan adanya masalah yang dihadapi maka dalam pemilihan suatu media ini diharapkan mampu menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Pemilihan media akan dioptimalkan sesuai kebutuhan dan efektifitas para pengunjung.

III.3.2 Media Utama

- *Video Stop Motion*

Media yang dipilih berupa *video stop* motion karena dengan penyampaian pesan berupa *video* mampu memiliki daya tarik tinggi sehingga memudahkan penyampaian informasi mengenai keberadaan lokasi Candi Jiwa.

III.3.3 Media Pendukung

- Majalah Elektronik

Majalah elektronik berfungsi sebagai media distribusi membantu sarana penyebaran informasi candi, majalah ini dibuat khusus membahas sekitar candi jiwa. Jadi tidak hanya menginformasikan letak candi, namun bisa mengetahui informasi lainnya seputar candi yang berada di Batujaya Karawang.

- *Website*

Website ini menjadi salah satu media distribusi dan media pendukung adanya penyebaran *video stop motion* ini.

III.3.3 Pertimbangan Dasar

Semakin berkembangnya dunia teknologi, masyarakat kini mampu dengan mudah mengakses informasi yang berupa *video*, tidak hanya media informasi yang berupa media cetak. Justru dengan hadirnya media informasi yang berupa

video dengan tampilan visualisasi yang menarik, maka masyarakatpun mampu lebih cepat tanggap dibandingkan dengan media yang lain. Teknik media informasi berupa *video* ini merupakan media yang mampu dicerna oleh masyarakat karena penyampaian pesan ini menggunakan dua indera yaitu penglihatan dan indera pendengaran. Selain itu, dengan adanya *video stop motion* ini akan memudahkan persepsi masyarakat terhadap Candi Jiwa. Karena persepsi ingatan yang berupa audio visual itu mampu diingat lebih lama dan memiliki kesan tersendiri.

III.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi ini disesuaikan dengan target *audience* yaitu lebih sesuai dengan target *Audience*. Karena demografisnya umur dari 25-27, dilihat dari perkembangan zaman yang dilihat banyak menggunakan jejaring social. Strategi distibusinya itu bisa menggunakan *website*, *youtube, facebook,twitter,*dan lain-lain.

III.4.1 Jalur Distribusi

Atas dasar pelestarian warisan purbakala Indonesia, maka pendistribusian ini melalui jalur kerjasama dengan pemerintah Jawa Barat khususnya Pemerintah Kota Karawang. Untuk dokumentasi guna mendukung pendidikan dan pengetahuan masyarakat sehingga sangat mudah untuk menyebarkan informasi.

III.5 Konsep Visual

Konsep visual dalam pembuatan *video stop motion* ini adalah menggabungan satu foto dengan foto yang lain hingga menghasilkan suatu gambar bergerak. Kemudian menggunakan elemen-elemen berupa tata suara, musik, teknik pengambilan gambar dan elemen-elemen visual seperti fotografi,

dan elemen-elemen visual seperti fotografi, agar penyampaian dan elemen-elemen visual seperti fotografi agar penyampain media informasi tersebut tidak membosankan dan menarik perhatian serta mudah dimengerti.



Foto III.1 Konsep *video* gabungan dari foto-foto

(Sumber : Data Pribadi)

III.5.1 Musik

Musik merupakan salah satu elemen yang paling berperan penting dalam memperkuat *mood*, nuansa, serta suasana sebuah *video* atau film. Musik dapat kita kelompokan menjadi 2 macam, yakni ilustrasi musik dan lagu. Ilustrasi musik yaitu musik latar yang mengiringi aksi selama cerita berjalan, sedangkan lagu yaitu pengiring sebuah film yang membentuk karakter serta *mood* suasana adegannya. Elemen musik disini dimasukan untuk mempertegas suasana agar lebih kuat maknanya.

Genre musik : *Country rock*

Penyanyi : *The eagles*

Judul lagu : *Take it easy*

III.5.2 Tipografi

Huruf yang baik mengarah kepada keterbacaan dan keaslian, mudah dibaca dan nyaman baik dari segi proporsi, spasi, ukuran maupun penempatannya.

Penggunaan jenis huruf lebih diarahkan kepada kesan tegas dan jelas sehingga tidak melelahkan mata *audience*. Dengan tingkat keterbacaan yang baik. Huruf yang digunakan pada *video* ini adalah helvetica

HELVETICA

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

1234567890

!@#$%^&*()_-+=



Foto III.2 Penggunaan Teks

(Sumber : Data Pribadi)



Foto III.3 *Opening Video*

(Sumber : Data Pribadi)

Penggunaan huruf pada *opening video* ini menggunakan huruf 1942 report, agar terkesan seperti mesin ketik yang disesuaikan dengan profesi talen nya dalam konsep *video* ini.