BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan terdiri dari dua kata yaitu “strategi” dan “perancangan”, yang masing-masing kata mempunyai pengertian tersendiri. Strategi adalah cara yang ditetapkan untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan perancangan adalah suatu aktivitas pembuatan usulan-usulan yang merubah sesuatu yang telah ada menjadi sesuatu yang lebih baik. Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa strategi perancangan adalah cara yang ditetapkan untuk membuat sesuatu yang lebih baik untuk mencapai tujuan.

Strategi perancangan dari promosi gitar Genta ini adalah menjelaskan secara detail bahan-bahan dari gitar *akustik* elektrik fs103, dan *equipment* yang digunakan. Agar promosi Gitar Genta dapat dengan efektif mencapai tujuan maka dibutuhkan strategi perancangan yang terkonsep dengan baik. Berikut ini merupakan tahap-tahap strategi perancangan dalam membuat iklan Gitar Genta:

III.1.1 Khalayak Sasaran Perancangan

- **Geografis**

- Wilayah : kota Bandung
- Iklim : Tropis

- **Demografis (Jenis / Tipe orang)**

  - Usia : Remaja Tengah (15-25 tahun)
  - Jenis Kelamin : Laki-laki & Perempuan
  - Status ekonomi sosial : Menengah
  - Pendidikan : SMP dan Mahasiswa
  - Status pekerjaan : Pelajar

- **Psikografis**

  Perkembangan Psikologi remaja secara garis besar sudah mampu berfikir dan mengambil inti-inti informasi serta keputusan tentang

permasalahan yang muncul serta sudah berpikir efisien dan berwawasan cukup luas dan memiliki rasa keingintahuan yang cukup tinggi tentang apa yang membuatnya tertarik. Menurut pendapat Petro Blos (1962) ahli psikoanalisis secara garis besar remaja terbagi menjadi 3 tahap yaitu:

- Remaja awal dimana sudah memiliki sifat yang mandiri tapi masih memiliki sifat kekanak-kanakan yang tinggi yang artinya sifat ego masih tinggi dan sulit dimengerti.
- Remaja tengah/ madya sama dengan remaja awal bersifat mandiri namun sudah meninggalkan masa kekanak-kanakan sedikit demi sedikit dan munculnya rasa bingung untuk menentukan pilihan oleh karena itu dibutuhkan teman sebagai pendorongnya.
- Remaja akhir lebih menigkat dari kedua tahap sebelumnya, dimana pada tahap ini pemikiran lebih kepada orientasi ke masa depan.

Dari ketiga tahapan tersebut menunjukan bahwa pembahasan tentang permasalahan gitar Genta lebih kepada tahap remaja tengah dan juga remaja akhir, dimana informasi yang akan disajikan bersifat memberi tahu secara detail tentang produk yang diangkat.

III.1.1.1 *Consumer Insight*

Suatu keinginan yang ada di dalam seseorang. Masyarakat yang ingin mengetahui lebih lagi tentang produk yang ditawarkan dari gitar Genta. Dengan penyajian berbentuk narasi penjelasan dari setiap bagian dari produk gitar yang diangkat dan beberapa teks agar lebih jelas.

III.1.1.2 *Consumer Journey*

Suatu kebiasaan yang sering dilakukan oleh seorang konsumen ketika ingin membeli sesuatu adalah mencari informasi tentang spesifikasi produk yang ingin dibeli. Teknologi yang semakin maju seperti sekarang ini konsumen tidak usah lagi datang langsung ke toko gitar jika hanya ingin mengetahui informasi tentang

spesifikasi gitar yang ingin dibeli, akan tetapi cukup dengan mencarinya di internet.

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi atau ide dari satu pihak ke pihak lainnya. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Dalam perancangan video promosi ini bertujuan agar informasi yang didapat bisa diberikan dan diharapkan dapat dimengerti dan mudah dipahami.

III.1.3 Pendekatan Komunikasi

- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan verbal adalah hal yang paling penting sebagai penarik perhatian dari konsumen selain dari informasinya, pendekatan ini berkaitan dengan pendekatan verbal pada umumnya yang berkaitan dengan target audiens dan tentu saja dengan penyesuaian gaya pada saat pengambilan video penulis. Pesan yang disampaikan oleh narator sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik.

- **Pendekatan Visual**

  Pada perancangan video komersil ini penulis mengambil gaya visual modern, singkat, dan padat terhadap informasi yang disampaikan. Untuk setiap *scene* bagian-bagian gitar yang dijelaskan akan ditambahkan tipografi, dan menambahkan narasi untuk memperjelas informasi yang disampaikan.



Gambar III.1 Contoh Video Review Gitar Fender

Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=NnmLtvPVewM

(3 Agustus 2015)

III.1.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah tentang spesifikasi dari produk gitar Genta.

a. Informasi tentang produk yang diangkat.

b. Produk yang diangkat yaitu : gitar *akustik* elektrik tipe fs103

c. Pembahasan mengenai :

- Spesifikasi bahan kayu yang digunakan pada gitar.
- *Equipment* yang digunakan pada gitar.
- Suara yang dihasilkan oleh gitar.

III.1.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan video komersil ini adalah dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh target audiens yaitu bahasa indonesia sehari-hari agar informasi dapat tersampaikan dengan baik. Termasuk untuk informasi yang disampaikan oleh narator menggunakan bahasa indonesia dan beberapa akan dibiarkan tetap menggunakan istilah dari gitar seperti*: equalizer, treble, middle, presence, dan volume control*.

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam perancangan video komersil ini adalah menjelaskan satu persatu bagian dari gitar Genta fs103 mulai dari bahan kayu yang digunakan, dan *equipment* yang terdapat pada gitar. Selain menjelaskan bagian-bagian gitar, dalam video komersil ini juga akan ditambahkan tipografi serta narasi pada setiap *scene* bagian gitar yang sedang dijelaskan. Kemudian diakhir video audiens akan diarahkan oleh penulis melalui video menuju *website* milik gitar Genta agar target audiens bisa melihat informasi lebih lanjut tentang gitar fs103 melalui *website*.

III.1.6.1 Landasan Teori

- **Multimedia**

  Tay Vaughan (2004) mendeskripsikan Multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, animasi, dan video yang disampaikan dengan komputer atau peralatan manipulasi elektronik dan digital lain. Multimedia dapat menjadi sensasi dasyat ketika digabungkan dengan element multimedia yang menggambungkan gambar serta animasi, mempercantik suara, membuat video,dan informasi tekstual mentah.

- **Elemen Multimedia**

  Multimedia merupakan suatu wadah penyatuan beberapa media menjadi satu kesatuan. Pada kenyataannya, multimedia merupakan gabungan beberapa media yang kemudian didefinisikan sebagai elemen-elemen dalam pembentukan multimedia. Menurut M. Suyanto (2005) terdapat

enam jenis elemen multimedia, yaitu: teks, video, *software* dan data, gambar, bunyi, dan animasi.

- **Promosi**

  Buchari Alma (2004) mengungkapkan "promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa". Menurut Philip Kotler dalam Benyamin Molan (2003) mengemukakan lima jenis promosi yang biasa disebut sebagai bauran promosi adalah iklan (advertising), penjualan tatap muka (personal selling), Promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat dan publisitsas (publlicity and public relation), serta pemasaran langsung (direct marketing). Semua alat promosi ini bekerja sama untuk mencapai sasaran komunikasi perusahaan. Perusahaan juga selalu mencari cara untuk bisa mencapai efektivitas dengan beralih dari satu alat promosi ke alat promosi yang lain karena nilai ekonominya lebih baik, atau mungkin saja suatu perusahaan ingin mencapai tingkat penjualan tertentu dengan beragam bauran promosi.

- **Video Promosi**

  Video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek tersebut.

III.1.7 Strategi Media

Media informasi saat ini terus berkembang dan memberikan kemudahan bagi sebagian orang untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pemilihan penyampaian video promosi melalui Youtube dipilih karena dapat menjadi media yang tepat untuk menyampaikan informasi dengan informatif. Pembuatan video promosi bertujuan untuk memudahkan konsumen mencari informasi tentang

produk gitar yang diangkat tanpa harus datang langsung ke toko resmi Genta. Dengan video promosi yang menjelaskan secara detail bahan-bahan serta *equipment* yang dipakai oleh produk gitar yang diangkat.

Dalam perancanganya memiliki 2 media yang di kategorikan, yaitu media utama dan media pendukung. Media pendukung meliputi media promosi dan media pengingat.

a. Media Utama

   Video komersil dipilih dengan dasar pemikiran bahwa video komersil adalah media informasi yang fleksibel dan dapat menjangkau target audiens. Fleksibel disini dimaksudkan pada proses melihat video komersil disini tidak perlu rumit karena setiap orang dapat dengan mudah mengakses dan melihat video ini secara gratis. Selain itu dalam video ini juga audiens dapat dengan jelas melihat produk yang ditawarkan.

b. Media Pendukung

   Media pendukung merupakan media pelengkap atau tambahan bagi media utama untuk membantu menginformasikan, agar menjadi rangsangan target audience untuk membeli produk dari gitar Genta ini. Adapun media pendukunnya, yaitu:

   - Media Promosi:
   - Poster A3

     Poster yang berisikan promosi tentang produk yang bersifat mengajak target primer ataupun sekunder.
   - Brosur

     Brosur yang berisikan promosi untuk setiap pembelian produk gitar, dan ulasan mengenai spesifikasi gitar, dan dipasang pada lokasi media utama yaitu di toko resmi Genta.
   - Media Pengingat:

     Media pengingat ini dimaksdukan sebagai *souvenir* tambahan disetiap pembelian media utama.

- Kaos

  Digunakan sebagai *souvenir* atas setiap pembelian gitar dan juga sebagai media pengingat.
- Stiker *Cutting*

  Stiker ini digunakan sebagai bonus sekaligus media pengingat dalam paket penjualan gitar akan disertakan. Ukuran dari stiker ini adalah 10x5 cm
- *Pick* Gitar

  Pick gitar selain sebagai alat bantu bermain gitar digunakan juga sebagai *souvenir* dari setiap pembelian gitar.
- Sertifikat

  Sebagai media pengingat dari pembelian gitar di toko resmi dan juga sebagai tanda orisinalitas dari setiap pembelian produk gitar.

  Beberapa strategi media diatas dikemas menjadi bagian paket penjualan, penjualan disini dimaksudkan agar semua orang yang menginginkannya medapatkan *souvenir* dari masing masing pembelian. Paket dari setiap pembelian gitar Genta tipe fs103 diantaranya:
- Gitar fs103.
- Kaos.
- 3Stiker *cutting*.
- 3 *Pick* gitar.
- Sertifikat resmi.

III.1.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi dikategorikan pada beberapa bagian :

- **Implementasi video promosi**

  Dalam implementasinya, video akan diupload pada beberapa media seperti: Youtube, *website* www.gentaguitar.com, dan turut posting di sosial media seperti: Facebook dan Twitter milik gitar Genta.

- **Media pendukung promosi**

  Dalam penyebarannya, media pendukung promosi seperti poster serta brosur akan disebar di toko resmi genta sendiri, studio-studio musik, serta toko toko musik yang ada di kota Bandung. Distribusi media pendukung difokuskan pada 2 toko musik yang berada di bandung dan banyak kunjungi yaitu:

- Nada: Jalan Naripan No.111, Bandung, Jawa Barat 40112, Indonesia.
- Tiga Negeri: Jalan Soka No.4, Bandung, Jawa Barat 40113, Indonesia

a. Lokasi penyebaran *Souvenir*

Dalam penyebarannya, *souvenir* yang berfungsi sebagai media pengingat hanya bisa didapatkan ketika membeli gitar di toko resmi Genta saja.

b. Jadwal Penyebaran

Video promosi akan diupload mulai bulan Juli 2015, Hal yang dilakukan berikutnya adalah penyebaran poster di tempat-tempat yang telah ditentukan pada awal bulan Juli 2015. Untuk brosur akan tetap dipasang di toko resmi Genta. Terakhir *souvenir* sebagai media pengingat untuk setiap pembelian produk di toko resmi Genta hanya akan bisa didapatkan selama bulan Juli dan Agustus 2015 sedangkan untuk sertifikat menjadi media pengingat yang akan didapatkan setiap pembelian gitar fs103.

Tabel III.1 Tabel Strategi Dsitribusi

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Media	Juli 2015	Agustus 2015	September 2015
Video			
Poster			
Brosur			

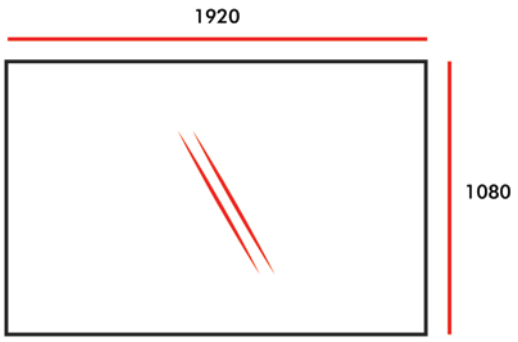
T-shirt			
Stiker			
Pick Gitar			
Sertifikat			

III.2 Konsep Visual

Dalam sebuah video promosi, konsep visual sangat penting. Konsep visual dalam video promosi ini adalah dengan merekam beberapa bagian penting dari sebuah gitar seperti: bagian kepala, leher, badan gitar, dan *equipment* yang digunakan oleh gitar Genta tipe fs103 ini seperti: tuner, senar, dan *equalizer* yang dipakai. Setelah pengambilan video selesai kemudian video diedit dengan menggunakan *software* lalu ditambahkan penjelasan dengan penambahan tipografi disetiap bagian-bagian yang dijelaskan dan menambahkan narasi serta suara dari gitar yang sedang dipetik.

III.2.1 Format Desain

Format video promosi ini akan dibuat menjadi AVI ukuran 1920 x 1080. Gambar dengan ukuran besar ditujukan agar para audiens dapat menonton dengan jelas apabila gambar diperbesar keukuran maksimal.



Gambar III.2 Ukuran Video

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

III.2.2 Tata Letak

Layout menurut arti katanya adalah tata letak, sedangkan menurut teorinya *layout* adalah usaha untuk menyusun, menata atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel, dan lain- lain) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik (Hendratman, 2008: 85). Penempatan elemen desain yang baik akan mendukung konsep/pesan yang dibawanya serta memberi kenyamanan bagi pembacanya. Definisi *layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan bahwa me-*layout* itu sama dengan mendesain.

Tata letak yang baik berfungsi sebagai salah satu kenyamanan dalam membaca, karena dalam video promosi ini tata letak untuk penempatan logo perusahaan dan tata letak untuk tipografi sebagai elemen untuk memperjelas bagian gitar yang sedang dijelaskan oleh narator pada video. Dalam video promosi ini tata letak untuk tipografi akan menggunakan ruang kosong pada video seperti pada gambar berikut:



Gambar III.3 Tata Letak Huruf

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

III.2.3 Tipografi

Tipografi (typography). Adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf. (Hendratman, 2008: 65). Tipografi sama dengan menata huruf yang merupakan

unsur penting dalam sebuah karya desain komunikasi visual untuk mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya (Santosa, 2002:108). Penggunaan teks dalam video promosi ini adalah “Futura Koyu” karena cukup mewakili sebagai elemen yang membantu memperjelas bagian-bagian gitar pada video. Ukuran huruf pada video promosi ini menyesuaikan dengan ruang kosong video, tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil.

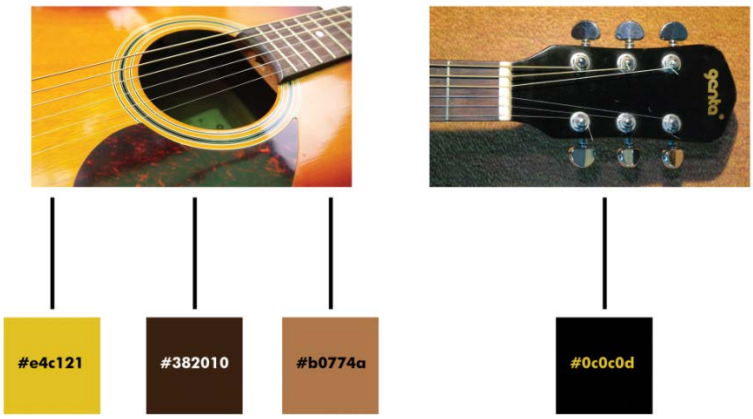


Gambar III.4 Jenis Huruf

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

III.2.4 Warna

Warna adalah faktor yang sangat penting dalam komunikasi visual. Warna dapat memeberikan dampak psikologis, sugesti, suasana bagi yang melihatnya (Hendratman, 2008: 43). Kesan yang akan ditangkap oleh maka jika melihat sebuah hal adalah warnanya. Pada proses perekaman video ini menggunakan alat bantu seperti: lampu flood sebagai alat penerangan ketika proses perekaman video berlangsung. Karena warna yang ditampilkan adalah warna-warna alami gitar seperti: hitam, coklat, dan juga kuning.



Gambar III.5 Tone Warna

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

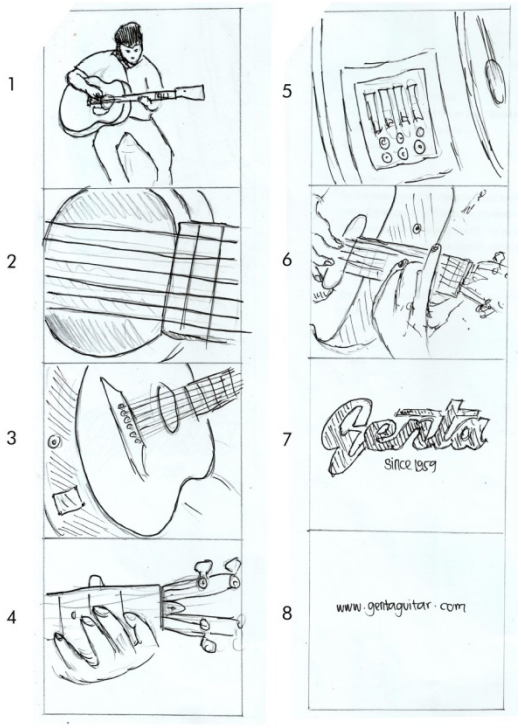
BAB IV
TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA

IV.1 Teknis Media

Untuk proses produksi media, dilakukan beberapa tahapan yaitu;

- **Tahap Sketsa**

  Sketsa adalah proses pencarian ide yang dimana untuk menentukan bentuk awal dari visual media promosi. Dengan tahapan ini dibuat secara manual dengan alat tulis sederhana dan sketsa dilakukan untuk mempermudah tahapan tahapan selanjutnya.



Gambar IV.1 Sketsa Storyboard

Sumber: Dokumentasi Pribadi

- **Tahap Eksekusi Visual**

  Proses eksekusi visual dilakukan dengan cara merekam secara detail bagian bagian pada gitar dan memotret produk dari gitar Genta yang diambil dari konsep visual yang telah dibuat sebelumnya.

- **Tahap Perancangan**

  Dalam tahapan ini yang paling penting untuk merancang media media promosi yang akan dibuat sesuai dengan konsep yang telah dibuat sebelumnya. Pertama proses mengolah video dan foto yang sudah didapatkan pada tahap eksekusi visual, selanjutnya adalah dengan menambahkan audio serta tipografi untuk video dan mengatur *layout* serta tipografi yang mendukung visual untuk media pendukung lainnya.

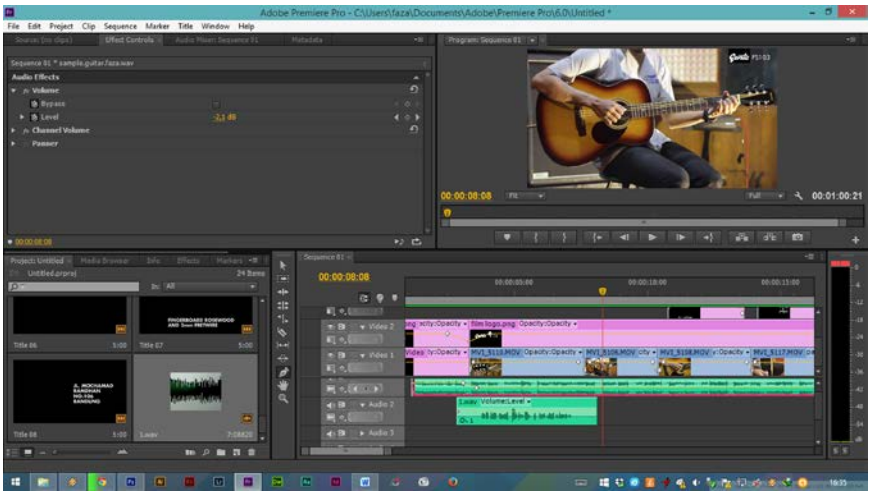
- **Tahap Akhir**

  Adalah tahapan pengaplikasian media media promosi yang telah ditentukan sebelumnya.

IV.2 Media Utama

IV.2.1 Teknik Produksi

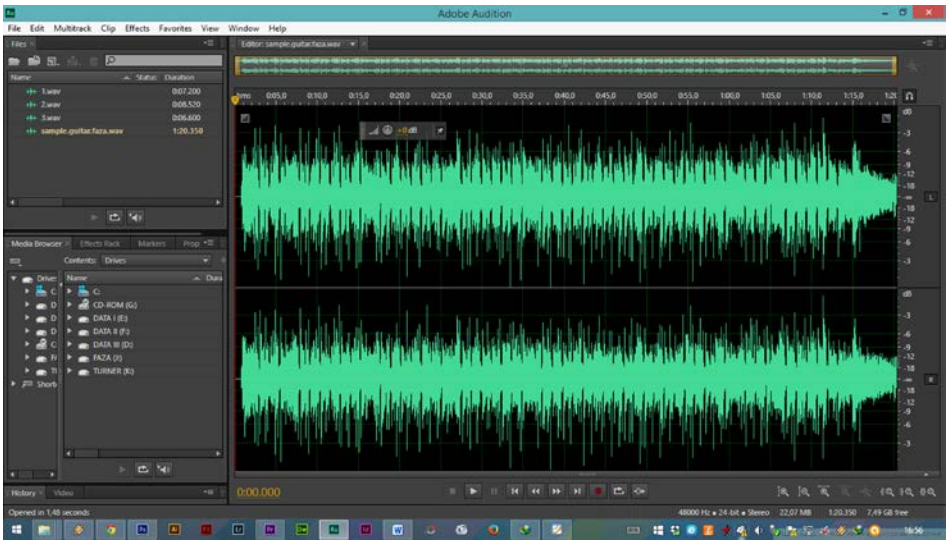
Perangkat lunak (*software*) yang digunakan adalah Adobe Premiere CS6 dari untuk proses editing video, Fruity Loop untuk proses perekaman backsound serta suara narator, dan yang terakhir menggunakan Adobe Audition CS6 untuk proses pengeditan suara.



Gambar IV.2 Proses Editing Video

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Dengan menggunakan Adobe Premiere CS6 ini semua video yang telah diambil kemudian dipotong-potong dan disatukan dengan menambahkan beberapa teks dan suara narasi.



Gambar IV.3 Proses Editing Suara

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Dengan menggunakan Adobe Audition CS6 bagian untuk suara-suara gitar yang telah diambil sebelumnya serta suara narator yang direkam diedit dan kemuadian disatukan dengan video yang telah jadi.

IV.2.2 Video Komersil

Ukuran : 1920 x 1080
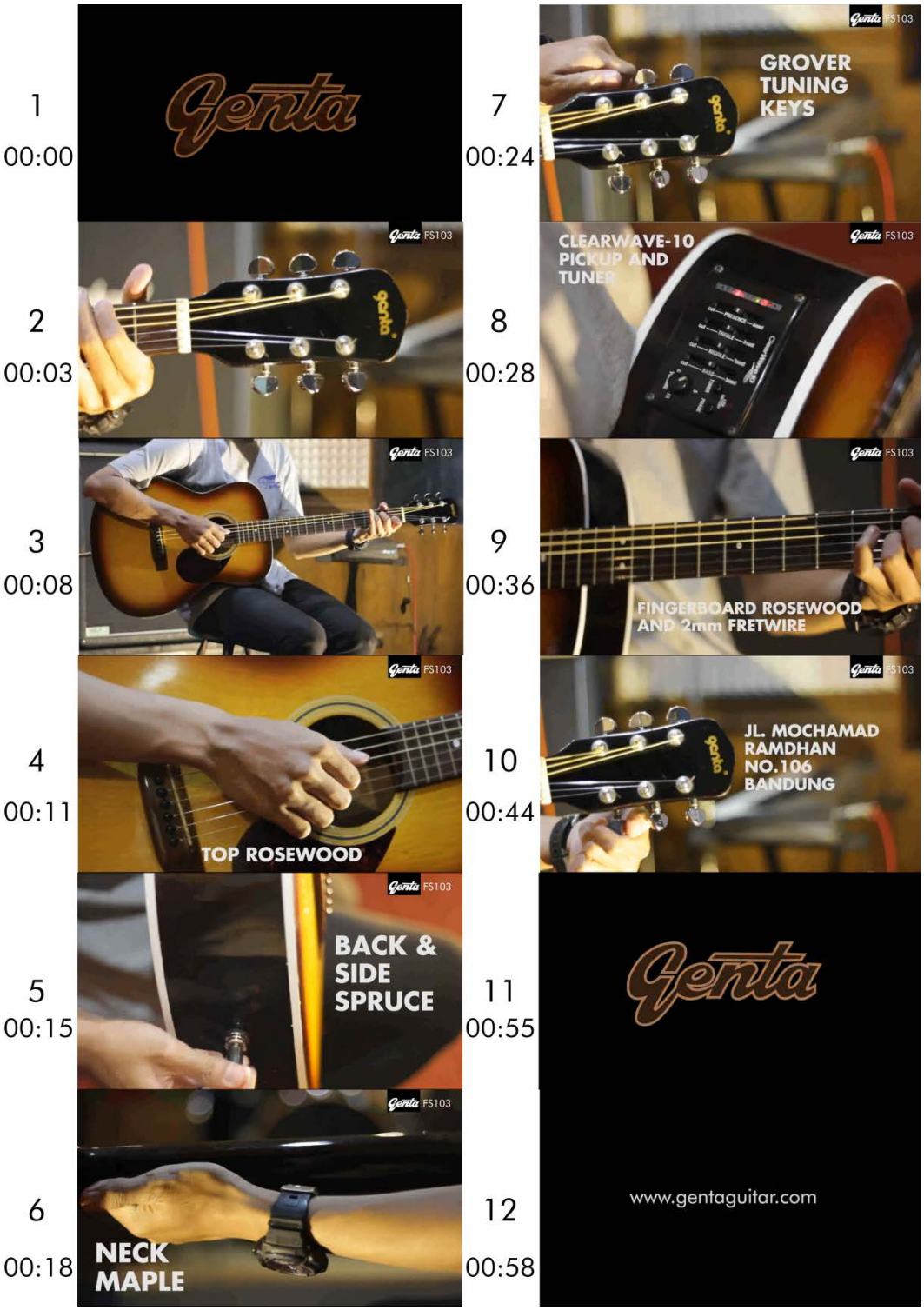
Software : Adobe Premiere CS6

Format : AVI

Waktu : 1 menit

Konsep awal proses perancangan video komersil gitar Genta ini adalah memberikan informasi (informatif) tentang spesifikasi produk dari gitar *akustik* elektrik dari Genta secara detail dalam sebuah video. Proses pembuatan video komersil gitar Genta ini menggunakan komputer sebagai alat bantu utama, kamera *mirrorless* Samsung NX300 dalam proses pengambilan video, dan menggunakan perangkat lunak (*software*) seperti

Adobe Premiere CS6 dan Adobe Audition CS6 untuk mendukung serta mempermudah dalam proses pembuatan iklan ini.



Gambar IV.4 Video Komersil Gitar Genta

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Video komersil gitar Genta ini sebagai media utama yang ditujukan kepada target audiens. Teknik produksi video yang di *render* Adobe Premiere CS6 dengan ukuran video 1920 x 1080 dan format AVI yang berdurasi satu menit.

IV.3 Media Pendukung

Media pendukung dalam hal ini bersifat sebagai pengingat *souvenir* dan dapat digunakan oleh target audiens bahkan dapat digunakan juga sebagai media untuk memperluas informasi yang disampaikan.

IV.3.1 Brosur

Brosur terdiri dari dua halaman depan dan juga belakang, ukuran brosur yang akan diaplikasikan adalah 14,8cm x 21cm (A5) untuk setiap halaman. Isi dari brosur menjelaskan spesifikasi dari gitar yang dipromosikan. Teknik produksinya dengan cara *offset sheeted*.



Gambar IV.5 Brosur Gitar Genta

Sumber: Dokumentasi Pribadi.



Gambar IV.6 *Mockup* Brosur

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

IV.3.2 Poster

Ukuran poster adalah 29.7cm x 42cm (A3), dengan material art paper 260gr dengan orientasi portrait. Dengan teknis produksi *offset sheeted*.



Gambar IV.7 Poster Gitar Genta

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

IV.3.3 Stiker

Untuk tahap awal membuaty stiker ini adalah membuat *vector* dasar logo kemudian *vector* diberi warna coklat dan ditambahkan tipografi. Material

yang digunakan adalah kertas stiker *cutting* dengan ukuran 10cm x 5 cm. Teknis produksi menggunakan *print cutting*.



Gambar IV.8 *Vector* Stiker *Cutting*
Sumber: Dokumentasi Pribadi.



Gambar IV.9 Stiker Gitar Genta
Sumber: Dokumentasi Pribadi.

IV.3.4 *Pick* Gitar

Tahap awal adalah membuat *mockup* untuk *pick* gitar, setelah *vector* selesai ditambahkan teks didalam *mockup pick* gitar tersebut kemudian diproduksi dengan Material yang digunakan adalah seluloid dengan ketebalan 0,5 mm.



Gambar IV.10 *Vector Pick* Gitar

Sumber: Dokumentasi Pribadi.



Gambar IV.11 *Pick* Gitar Genta

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

IV.3.5 Kaos

Material yang digunakan adalah kain Combat 30s dengan ukuran kaos yang akan diaplikasikan adalah ukuran L (dewasa), karena target audiensnya kepada anak-anak muda. Teknik produksinya dengan cara sablon.



Gambar IV.12 Kaos Gitar Genta

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

IV.3.6 Sertifikat

Material yang digunakan adalah kertas concorde dengan ukuran 21cm x 29,7cm. Teknis produksi menggunakan *offset sheeted*.



Gambar IV.13 Sertifikat Gitar Genta

Sumber: Dokumentasi Pribadi.