BAB III

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi diterapkan melalui video animasi berupa *Motion Graphic* berbasis vector dengan pengerjaan menggunakan aplikasi *Adobe After Effects.*Video dirancang secara sederhana dan memiliki konsep kinetik tipografi dengan diiringi *backsound*. Dengan pembahasan secara sederhana, diharapkan target dapat mengerti isi dari video tersebut.

Pendekatan yang akan diterapkan terhadap target meliputi pendekatan visual dan verbal yaitu :

- **Pendekatan Visual**

  Pendekatan visual menggunakan ilustrasi berbasis vector dan beberapa scene meliputi tipografi dan dikemas sebagai video animasi.

- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan menggunakan bahasa Indonesia yang sering digunakan sehari-hari dan biasa digunakan dalam percakapan.

  Keywords : rokok, remaja, kesehatan

  Tagline : Belajarlah Menjadi Dewasa Tanpa Rokok

III.1.2 Target Audience

- **DEMOGRAFIS**

  Usia : 13-20 tahun

  Gender : laki-laki / perempuan

  Status : perokok

  Pekerjaan : pelajar

- **GEOGRAFIS**

  Kawasan : Kota Bandung

  Tempat Aktifitas : sekolah, kampus,perpustakaan, rumah

- **PSIKOGRAFIS**

  Pada usia 13 sampai 16 tahun remaja memiliki sifat tidak tenang, kurang suka bekerja, pesimistik, dominan peduli diri sendiri dan agresif. Tetapi ketika sudah mulai menginjak usia 17 sampai 19 tahun, mulai tumbuh dorongan untuk hidup, pada masa ini adalah masa mencari sesuatu yang dipandang berharga dalam hidupnya dan belajar untuk menjadi lebih dewasa. Pada usia 20 tahun remaja yang sudah menemukan tujuan hidupnya akan beranjak menjadi orang dewasa

III.1.3 Tujuan Komunikasi

Media ini bertujuan untuk menyampaikan bahwa para remaja dapat menjadi lebih baik tanpa adanya rokok. Remaja juga harus tahu bahwa di kota Bandung, ada program Selasa tanpa rokok yang dapat dilakukan remaja untuk mengurangi bahkan mencoba berhenti dari kebiasaan merokok.

III.1.4 Materi Pesan

Konten media berisi :

- Data angka kematian akibat rokok
- Jumlah populasi remaja di bandung dan jumlah perokok remaja dibandung.
- Dampak buruk rokok pada remaja
- Selasa Tanpa Rokok
- Dampak positif dengan tidak merokok

III.1.5 Strategi Kreatif

Kebiasaan remaja yang kini sering menggunakan internet untuk kebutuhannya, dan juga remaja yang kini banyak yang memiliki *smartphone,* dapat dimanfaatkan dengan membuat sebuah video animasi secara persuasi yang disebarluaskan melalui dunia maya yang dapat diterapkan di jejaring sosial ataupun situs lainnya.

III.1.6 Strategi Media

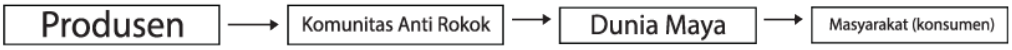
Penetapan strategi media ini ada dua yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang ditetapkan adalah media kampanye berupa *motion graphic*. Media pendukung yang akan dipakai digunakan untuk media publikasi dan promosi, diantaranya :

- Pembuatan baju untuk media publikasi.
- Pembuatan Poster untuk media publikasi.
- Pembuatan pin untuk publikasi dan digunakan oleh target
- Pembuatan Mug untuk publikasi dan digunakan oleh target
- Pembuatan gantungan kunci untuk publikasi dan digunakan oleh target
- Pembuatan alat tulis untuk publikasi dan digunakan oleh target
- Pembuatan sticker dengan ukuran kecil berkisar 10cm x 10cm ditujukan untuk dipasang dikendaraan atau pengaman seperti helm pengguna sticker tersebut.
- Pembuatan Mouse pad dibagikan kepada remaja untuk digunakan ketika hendak menggunakan komputer saat membuka internet.

III.1.7 Strategi Distribusi

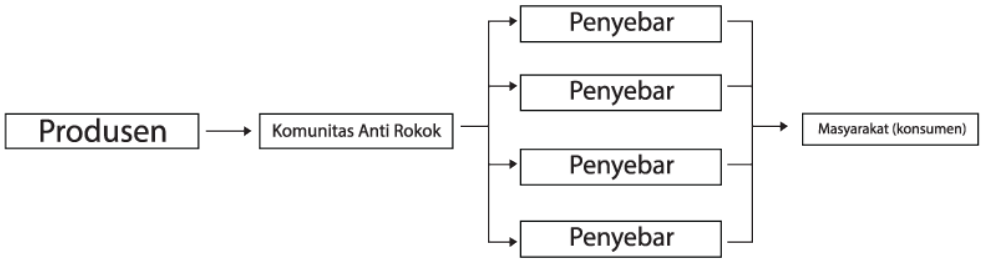
Video ini disebarkan melalui media jejaring sosial juga melalui youtube, Penempatan tersebut dituju karena tidak mengeluarkan biaya juga dapat secara masal langsung dapat terlihat oleh target. Banyaknya remaja yang menggunakan internet seperti jejaring sosial dan youtube membuat peluang iklan untuk dilihat

semakin besar. untuk penempatan di jejaring sosial, Iklan akan diletakan di akun jejaring sosial komunitas anti rokok.



Tabel III.1 Jalur Distribusi Media Utama

Untuk media pendukung dibagikan secara masal kepada masyarakat remaja setiap hari selasa dimana hari selasa adalah hari tanpa rokok. media pendukung dapat dibagikan dikisaran sekolah, universitas. Kampanye akan diadakan dengan berjalan mencari remaja yang sedang merokok ditempat seperti minimarket 24jam, warung dan sebagainya. media pendukung juga dapat dibagikan dikisaran sekolah dan universitas dimana banyak remaja disana yang berkumpul.



Tabel III.2 Jalur Distribusi Pendukung

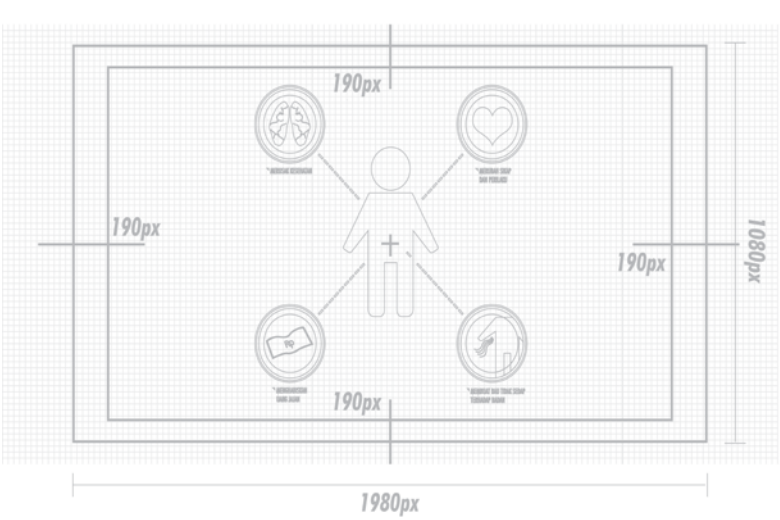
III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Desain

- Pengerjaan : *Adobe After Effects* (AE)
- Output : FLV & HDV 1980x1080
- Judul : Remaja Bandung tanpa Rokok
- Durasi : 2 menit

III.2.2 Layout

layout yang akan digunakan pada media video ini sebagai berikut :



Gambar III.1 *Layout* dalam konten video

Sumber : pribadi

Layout yang akan digunakan pada media ini simple dengan menambahkan kinetik tipografi dan beberapa ilustrasi dengan pengambilan gambar animasi ditengah dengan margin atas bawah kanan kiri 190 *pixel* agar animasi video tidak terpotong.

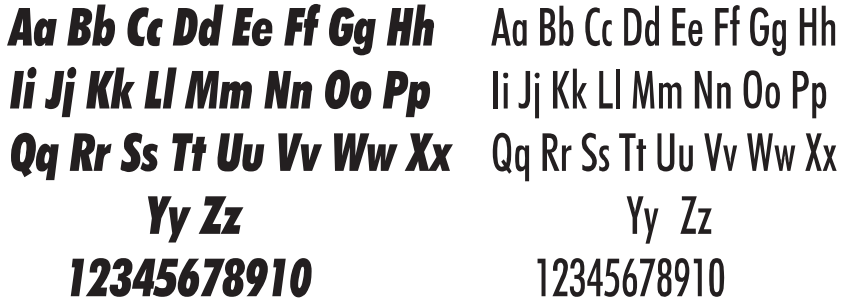
Dengan layout yang digunakan seperti gambar, penonton dapat melihat *image* dan *text* dengan seksama.

III.2.3 Tipografi

Font yang akan digunakan untuk pembuatan media ini ada tiga opsi yaitu adalah :

- Futura

  Font ini dipilih karena futuristik, *simple*, dan tegas. dengan menggunakan font ini dapat membaur dan cocok digunakan untuk para remaja.



Gambar III.2 *Futura*

Sumber : pribadi

- Helvetica

  Font yang satu ini sudah cukup dikenal dan memiliki jenis yang banyak. Font ini dapat terbaca dengan jelas dan memiliki struktur font yang rapih.



Gambar III.3 *Helvetica*

Sumber : pribadi

- Alien Gothic

  Font ini dipilih karena futuristik, *simple,* dan unik. Memasukkan font unik seperti ini ditujukan agar tidak terlihat membosankan saat target membaca *text* yang dicantumkan.

Alien Gothic

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
0123456789

Gambar III.4 *Alien Ghotic*

Sumber : pribadi

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan dalam media ini berupa beberapa gambar berbasis *vector* dan tipografi .



Gambar III.5 Referensi Media

Sumber : http//youtube.com//graphicmotion (1 Juni 2014)

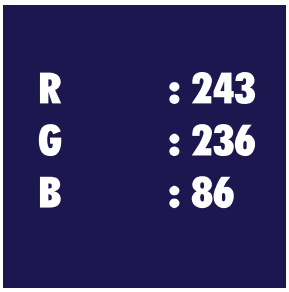
III.2.5 Warna

Warna yang diterapkan pada media video ini ada dua yaitu warna utama dan warna pendukung. yaitu :

Warna Utama

- **Warna Biru Gelap**

  Arti makna warna biru gelap yaitu memiliki makna ganda yang saling bertolak belakang. Di satu sisi, ia menyiratkan kekuatan dan kecanggihan, tapi disisi lain ia diasosiasikan dengan kejahatan dan kematian.

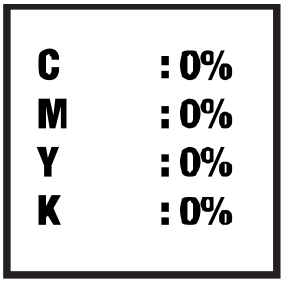


Gambar III.6 Warna biru yang Dipilih

Sumber : pribadi

- **Warna Putih**

  Arti makna warna putih secara general dihubungkan dengan kemurnian, kebersihan, kesederhanaan dan kenaifan. Pada prakteknya, logo berwarna putih akan selalu membutuhkan bidang berwarna agar terlihat pada *background* putih. Oleh karena itu, perusahaan biasanya akan membuat versi berwarna dari logo putih mereka agar dapat digunakan pada *background* berwarna putih.



Gambar III.7 Warna Putih yang Dipilih

Sumber : pribadi

- **Warna Orange**

  Arti makna warna oranye; sering dianggap sebagai warna dari inovasi dan pemikiran modern. Warna ini juga mengandung arti muda, *fun*, serta keterjangkauan.



Gambar III.8 Warna *Orange* yang Dipilih

Sumber : pribadi

Warna Pendukung

Warna pendukung yang dipilih adalah sebagai berikut :



Gambar III.9 Warna Pendukung

Sumber : pribadi