BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Dengan adanya permasalahan-permasalahan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dan batasan masalah yang telah di fokuskan maka didapatkan sebuah solusi yang bisa menjawab permasalahan tersebut dengan media yang telah dipilih yaitu dengan membuat media informasi baru mengenai batik Banten.

Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu dengan cara mengenalkan batik Banten kepada masyarakat kota Serang dan masyarakat umum yang berisi tentang 12 motif batik Banten, Sejarah, dan ciri khas dari masing-masing motif dengan cara dibuatnya video *motion graphic* yang menarik dengan melalui pendekatan visual dan bahasa yang mudah di fahami dan dimengerti oleh masyarakat khususnya para remaja.

III.2 Pendekatan Komunikasi

Strategi perancangan media informasi ini akan diproses mencangkup beberapa aspek yang disesuaikan dengan target audiens (remaja) yang dituju, menyampaikan pesan dengan baik dan efektif, dengan visualisasi yang tepat diangkat pada tema permasalahan dan elemen visual hasil studi terhadap target audiens (remaja). Dalam pendekatan komunikasi yang akan dilakukan, maka digunakan pendekatan melalui dua cara pendekatan yaitu pendekatan verbal dan pendekatan visual. Berikut penjelasan mengenai pendekatan verbal dan visual :

III.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual adalah faktor yang penting dalam mencapai daya tarik target audience maka penggambaran visual pada video animasi ini adalah dengan teknik *motion graphic*, teknik ini memadukan grafis bergerak, teks dan suara yang membuatnya tampil sederhana dan mudah dimengerti. *Motion graphic* dengan sebuah komposisi visual dan timeline yang baik akan menjadi hal menarik tersendiri. Selain visual ada juga di dalamnya sebuah *headline* dan *subheadline*

yang bertujuan untuk memotivasi remaja agar dapat mengembangkan dari hasil informasi yang diberikan. Teks dan visual harus memiliki kesatuan yang utuh dan saling melengkapi.

III.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal berupa kalimat yang akan ditujukan pada target audiens, dimana dalam media informasi ini remaja dijadikan target audiens, maka nantinya akan dibentuk sebuah pendekatan verbal dengan bahasa Indonesia secara informatif. Pendekatan verbal bersifat kalimat inti yang memberitahukan kepada para remaja agar tertanam banyak pengetahuan.

III.3 Strategi Kreatif

Merubah media utama yang sebelumnya menggunakan buku menjadi video digital yang disesuaikan dengan kebiasaan para target yang tidak lepas dengan dunia digital dan internet.

Karena media ini menggunakan dunia digital dan internet maka digunakan *keyword* dan teknik SEO (*Search Engine Optimization),* Agar terlihat oleh target audiens dan memperlancar proses komunikasi di media internet.

III.4 Strategi Media

Pendekatan yang akan dilakukan untuk perancangan video sebagai media informasi adalah dengan cara melakukan studi terhadap masyarakat remaja.

1. **Media Utama**

   Media utama yang akan digunakan adalah berupa video *motion graphic* mengenai batik Banten, dengan dibuatnya video ini maka diharapkan akan menambah pengetahuan dan ketertarikan target audiens mengenai budaya daerah Banten, karena target dekat sekali dengan media digital dan elektronik.

2. Media Pendukung

Media pendukung merupakan media pelengkap atau tambahan bagi media utama untuk membantu menginformasikan, agar menjadi rangsangan target audiens untuk menonton video informasi mengenai batik Banten.

Banner digital/*web banner*

Media banner ini digunakan unuk mengarahkan target untuk membuka dan menonton video informasi ini, banner ini dipasang pada media internet seperti jejaring sosial, iklan pada aplikasi *smartphone*.

Neon Box

Media ini dipilih karena merupakan media luar ruang yang sangat banyak dikota Serang dan juga menjadi media bagi pemerintah untuk melakukan sosialisai, sehingga memungkinkan bagi target untuk mengingat motif batik Banten yang berdasarkan penelitain sering melakukan aktifitas diluar ruang.

Pin

Pin dan gantungan kunci adalah media yang mudah dibawa atau dipasang dan dapat digunakan sebagai bagian dari aksesoris dalam, sehingga diharapkan dapat menjadi media yang efisien.

Poster

Poster digunakan pada tempat tempat tertentu, dimana untuk mengarahkan ke situs youtube dan vimeo. Poster dibuat 12 jenis dengan masing masing motif, dengan tambahan kreatif atau interaksi bertujuan untuk menarik perhatian target

Stiker

Stiker dibuat karena sifatnya individu dan stiker dikenal sangat praktis dan efektif, dapat ditempelkan dimana saja sehingga memperluas jangkauan dari pesan yang ingin disampaikan.

stiker ini bertujuan agar target lebih mudah untuk mengingat motif dari batik banten.

Flyer

Flyer dipilih karena ukurannya yang kecil, dan media yang efektif untuk disebarkan dipusat-pusat keramaian dan acara-acara yang bertema kan budaya.

III.5 Strategi Distribusi

Dan dengan melakukan mendekatan dengan berbagai pihak seperti memutarkan video ini di dalam Kafe memiliki layar digital video dan tempat dimana biasa di kunjungi oleh target. Untuk menjadikan dokumentasi dalam jangka panjang maka diunggah di situs penyimpanan video seperti youtube dan vimeo.

III.6 Konsep Visual

Video animasi ini menggunakan teknik *motion graphic* atau menggunakan gambar yang diam lalu digerakan. teknik ini sesuai dengan segmentasi remaja yang merespon video dengan teknik tersebut. Di dalam perancangan video ini terdapat beberapa unsur utama yaitu : ilustrasi, kinetik tipografi, dan suara. dengan penggabungan ketiga unsur ini proses penyampaian pesan menjadi lancar. Kesan yang ingin disampaikan adalah klasik (memutar waktu ke belakang) dan sesuatu yang baru (sebuah era modern yang dijalani oleh target sekarang), hal ini menggunakan gaya visual Kontemporer.

Materi pesan yang di sampaikan pada video ini adalah sejarah batik banten dan penjelasan keragaman motifnya.

kata kunci visual :

- Sejarah
- modern

water color/cat air adalah tema visual pada perancangan video ini. cat air telah dipilih berdasarkan:

1. Air merupakan faktor yang mereduksi warna cerah pada pembuatan batik banten.
2. Banten sebagai kota pelabuhan dan wisata pantai nya.
3. Sebuah gaya yang mewakili teknik artistik.

III.7 Format Desain

Format video menggunakan aspek rasio 1280 x 720 , resolusi ini cukup untuk kualitas tinggi dan bisa ditransformasikan ke dalam kualitas standard. Dengan 25 frame per second cukup untuk sebuah *motion graphic* yang sederhana.

III.8 Tata Letak

Tata letak atau *layout* pada video ini menggunakan 2 tata letak yaitu untuk sejarah batik atau satu menit pertama menggunakan layout penuh ilustrasi disetiap sisinya. Dan untuk motif batik menggunakan layout yang terbagi dua, yaitu gambar motif disebelah kiri dan penjelasan akan motif yang di sebelah kanan.

III.9 Tipografi

Terdapat dua jenis huruf pada video ini, yaitu ftf Indonesia, dan sakkal majalla . Untuk headline tiap scene menggunakan ftf Indonesia serif.



Gambar III.1 Huruf FTF Indonesia

Sumber: Data Pribadi

Ftf Indonesia serif ini cukup untuk mewakili budaya Indonesia. Font ini sudah digunakan visit Indonesia. font ini di buat oleh *fizzlabs typefoundery* asal Indonesia.



Gambar III.2 Huruf Sakka Majalla

Sumber: Data Pribadi

Huruf sakka majalla dipilih karena jenis huruf ini memiliki karakter etnik juga yang mempunyai struktur huruf yang baik. Sakka majalla digunakan juga untuk numberik pada video ini, karena ftf Indonesia tidak memiliki numberik yang lengkap.

III.10 Ilustrasi

Menggunakan penyederhanaan bentuk dari referensi aslinya. pewarnaan penuh warna sesuai dengan palet warna yang telah dipilih berdasarkan bermacam motif.dengan tambahan tekstur pada ilustrasi untuk menggambarkan kesan klasik, berdasarkan tujuan batik Banten yang ingin mengenalkan sejarah kerajaan banten.



Gambar III.3 Membuat gambar grafis

Sumber: data pribadi

III.11 Warna

Warna diambil dari beberapa motif batik Banten, yang juga mempunyai khas dalam warna.

warna tidak memiliki warna hitam karena batik Banten cenderung berwarna lembut.



Gambar III.4 Warna batik banten

Sumber: data Pribadi