BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

Dengan adanya permasalahan-permasalahan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya dan batasan masalah yang telah di fokuskan maka didapatkan sebuah solusi yang bisa menjawab permasalahan tersebut dengan media yang telah dipilih yaitu iklan Televisi (TV).

Strategi yang akan dirancang dalam membuat informasi mengajak anak untuk menabung akan dibuat berdasarkan segmentasi yang dituju yaitu anak-anak yang baru memasuki sekolah dasar berusia 6-8 tahun sebagai objek utama dengan penyampaian yang diharapkan agar segmentasi yang dituju bisa menangkap pesan informasi yang disampaikan lewat iklan ini.

III.1 Strategi Perancangan

Adapun strategi perancangan yang akan dibuat diharapkan bisa tersampaikan melalui media iklan ini sehingga ajakan terhadap anak untuk melakukan kegiatan menabung pesannya bisa tersampaikan.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Dalam perancangan media iklan ini dilakukan pendekatan komunikasi dengan tujuan agar mengetahui media yang mudah bagi masyarakat dalam menerima informasi adalah melalui media iklan televisi. Cara pendekatan komunikasi yang diambil dalam perancangan ini bersifat persuasif . Dengan bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi segmentasi yang dituju dengan harapan sifat persuasif sudah mencapai tingkat konatif yaitu tahap dimana segmentasi yang dituju mau melakukan sesuatu yang disampaikan dalam informasi ini.

Segmentasi

Studi kasus yang di ambil yaitu anak yang berada di sekolah menengah kebawah maka target *audience* sebagai berikut :

1. Demografis
    - Umur 6-8 tahun lelaki dan perempuan baru memasuki bangku Sekolah dasar kelas 1 dan kelas 2 (Target primer)
    - Orangtua dari siswa kelas 2 dan kelas 2 (Target sekunder)

2. Psikografi
    - Target audience memiliki sifat keingintahuan yang tinggi sesuai dengan sifat yang seusianya
3. Geografis
    - Semua wilayah baik perkotaan dan pedesaan

III.1.2 Strategi Kreatif

Upaya kreatif untuk mengajak anak melakukan kegiatan menabung diberikan dengan penyampaian melalui media iklan TV sebagai media utama dalam menyampaikan maksud dari tujuan pada masalah ini. Pengambilan iklan Tv merupakan media yang paling mudah untuk orang mendapatkan informasi terutama untuk segmentasi yang dituju, dengan penyampaian yang efektif dan sederhana maka orang bisa memahami isi pesan yang dimaksud dari sebuah iklan tersebut. Dalam iklan ini tema yang dipakai adalah tentang impian anak yang ingin dicapai melalui 3 cita-cita yang diambil yaitu *Superhero, Dokter , dan Penyanyi*. 3 cerita tersebut dijelaskan melalui gambaran-gambaran visual yang menarik.

a. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan dibuat dalam konsep perancangan media iklan tv adalah menyajikan gambar-gambar yang sesuai dengan karakter dari konsep cita-cita yang di ambil untuk superhero yang sedang terbang diatas gedung-gedung, dokter yang sedang memakai *stetoscope* dengan latar belakang rumah sakit dan untuk penyanyi menampilkan tokoh wanita sedang bernyanyi diatas panggung. Sedangkan untuk warna yang diambil disajikan dengan berbagai warna-warna primer dan sekunder yang dominan seperti kuning, merah, biru dan hijau. Warna diambil sesuai dengan segmentasi tujuan dari iklan tersebut.

b. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan dengan berupa ajakan melalui gaya bahasa yang ringan, bersahabat, dan mudah dimengerti

III.1.3 Strategi Media

Pemilihan dan perancangan media sangat berpengaruh terhadap pencapaian hasil dari masalah ini . Karena tugas perancangan media adalah untuk mencapai bauran media terbaik untuk memaksimalkan jangkauan dan frekuensi iklan guna mendapatkan dampak hasil yang maksimal, maka isi pesan diharapkan bisa tersampaikan kepada target audience dan mencapai tujuan seperti yang diinginkan, dengan mempertimbangkan strategi yang dipilih untuk menentukan media yang tepat. Media dibedakan menjadi 2 bagian yaitu media utama dan media pendukung.

a. Media Utama

Media utama yang dipilih adalah iklan televisi (TV), iklan TV dipilih karena melalui media ini memberikan kemudahan kepada target audience dalam menerima pesan yang disampaikan dan frekuensi jangkauan penyampaiannya bisa maksimal.

b. Media Pendukung

Adapun media tambahan yang jenisnya dibagi 2 yaitu media tambahan yang bisa dimiliki oleh target audiens dan media tambahan yang tidak bisa dimiliki target *audience*

- media tambahan yang dimiliki target audience yaitu berupa *tas, tempat pensil, buku, sticker, pin dan gantungan kunci*
- media tambahan yang tidak bisa dimiliki target audiens yaitu berupa *poster dan kalender*

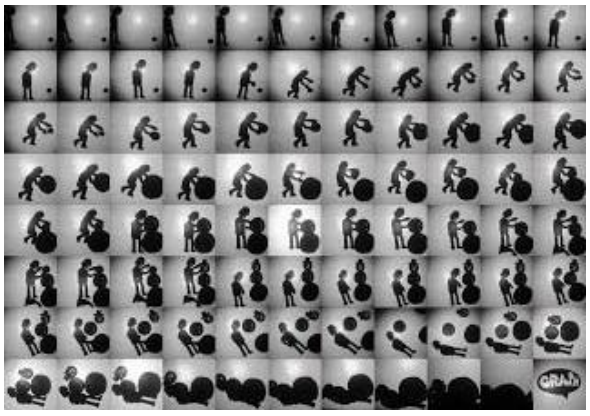
III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi media iklan tv ini akan dipublikasikan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) didukung juga oleh Bank Indonesia dan Sinar Dunia. Melalui stasiun televisi dengan prioritas waktu siaran bertepatan dengan acara khusus anak-anak, sedangkan untuk media pendukung dipublikasikan melalui sekolah dari Kemendikbud. Untuk media tambahan yang bisa dimiliki oleh target audience baik langsung diberikan setiap akhir kenaikan kelas pada anak kelas 1 Sekolah Dasar yang naik ke kelas 2 secara langsung diberikan oleh pihak Sekolah untuk anak yang berprestasi di sekolahnya pada saat

hasil raport semester dibagikan tepatnya masuk 3 besar dikelasnya, sedangkan untuk media tambahan yang tidak bisa dimiliki oleh target audience penempatannya bisa di sekolah langsung.

III.2 Konsep Visual

Visual yang akan ditampilkan berupa teknik "*stopmotion*". Menurut Richard (1996) *"stop motion (also known as stop frame) is an animation technique to make a physically manipulated object appear to move on its own .The object is moved in small increments between individually photographed frames, creating the illusion of movement when the series of frames is played as a continuous sequence. Dolls with movable joints or clay figures are often used in stop motion for their ease of repositioning."* Artinya adalah teknik animasi untuk membuat objek yang dimanipulasi secara fisik agar objek tersebut terlihat bergerak dengan sendirinya objek tersebut digerakan sedikit demi sedikit di setiap *frame* yang telah difoto sehingga menciptakan ilusi pergerakan saat serangkaian frame foto dimainkan secara berkelanjutan.



Gambar III.1 Contoh Animasi *Stopmotion*
Sumber: iluminacion.blogspot.com (12 Agustus 2014)

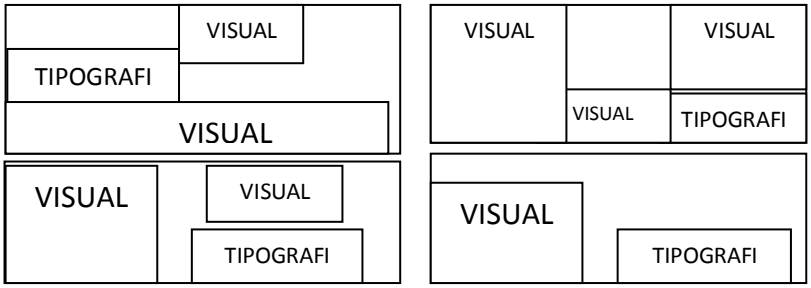
Adapun kalimat tagline yang menjadi penguat dalam penjelasan 3 jenis cita-cita yang merupakan impian dari anak tersebut yaitu *"wujudkan impianmu dengan menabung"* maksud nya adalah ketika anak mulai melakukan kegiatan menabung maka anak sudah bisa belajar untuk bisa meraih sesuatu yang di inginkannya, pesan dari kalimat tersebut merupakan tujuan yang diharapkan dalam iklan ini.

III.2.1 Format Desain

Format iklan Tv ini menggunakan aspek rasio perbandingan ukuran lebar serta tinggi *frame* . Ukuran yang dipilih adalah *720px x 480px* dengan format *file* AVI.

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Konsep tata letak pada perancangan iklan ini dibuat sederhana dengan 4 bagian tata letak yang berbeda di setiap scene nya



Gambar III.2 Contoh tata letak (*Layout)*

III.2.3 Tipografi

Tipografi merupakan elemen pendukung yang mempertegas sebuah visual dengan maksud visual tersebut bisa tersampaikan. Pemilihan tipografi dalam perancangan iklan ini mempertimbangkan tingkat keterbacaan huruf pada target *audience* pemilihan huruf yang di ambil adalah jenis huruf *decorative* dan *sans serif*



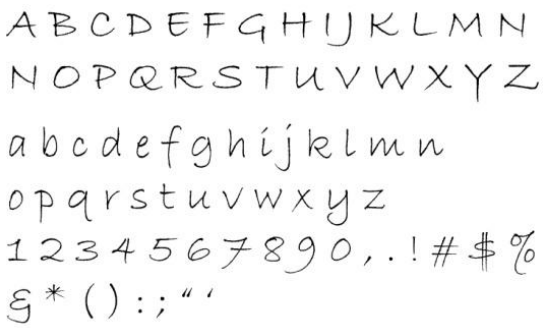
Gambar III.3 Huruf Kristen ITC

huruf Kristen ITC digunakan sebagai *headline* dalam iklan ini,pemilihan huruf *(decorative)* yang bersifat ringan, tidak kaku disesuaikan dengan sifat dari target audience.



Gambar III.4 Huruf Century Gothic

Huruf Century Gothic digunakan sebagai *subheadline* dalam iklan ini (media pendukung) memberikan kesan modern

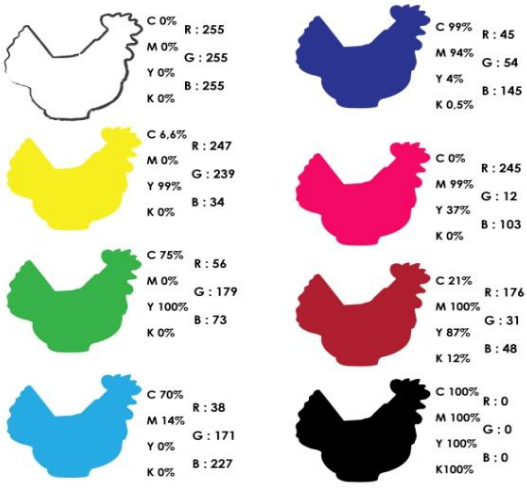


Gambar III.5 Huruf Bradley Hand ITC

Huruf Bradley digunakan sebagai font khusus media kalender (media pendukung).

III.2.4 Warna

Dalam penjelesan mengenai arti warna berdasarkan teori Sir Issac Newton menjelaskan warna adalah *spectrum* tertentu yang terdapat didalam suatu caha sempurna (berwarna putih). Warna yang paling banyak digunakan pada iklan ini adalah warna yang mudah ditangkap oleh anak-anak seperti warna biru yang meningkatkan ekspresi verbal pada anak, warna merah yang menunjukan keberanian, warna hijau menunjukan ketenangan, warna putih menunjukan keterbukaan,dan warna kuning menunjukan kesenangan .



Gambar III.6 Contoh warna

III.2.5 Sinopsis

Menceritakan tentang 3 cerita cita-cita dari anak, pertama seorang yang ingin menjadi superhero sedang terbang di atas perkotaan, ke-2 cita-cita tentang ingin menjadi dokter yang bisa mengobati orang sakit , dan ke-3 cita-cita menjadi penyanyi terkenal. Dari ke-3 cerita tersebut mendekripsikan sebuah impian byang berupa cita-cita bisa diraih apabila berusaha dan usaha tersebut bisa dilakukan dengan salah satu kegiatan positif yaitu menabung.

III.2.6 Pemilihan Karakter

Karakter dipilih dari hasil wawancara dengan target audience tentang cita-cita dimasa depannya, dari banyaknya cita-cita yang paling banyak terpilih menjadi 3 yaitu superhero di lambangkan dengan tokoh Superman, Penyanyi terkenal dilambangkan dengan seorang wanita yang sedang bernyanyi dengan menggunakan *microphone* dan seorang dokter yang sedang memakai perlengkapan alat-alat kedokterannya.



Gambar III.7 Karakter yang dipilih (Superman, Penyanyi, dan Dokter)
Sumber: http://hero-envy.blogspot.com/2012/12/the-top-5-greatest-battles-of-superman.html, http://blogs.mytas.edu.vn/lucysbc/, http://o5.com/funny-symptoms-that-you-should-tell-your-doctor/ (12 Agustus 2014)

Sedangkan untuk ajakan anak menabung dilambangkan dengan tangan yang sedang memasukan koin kedalam celengan, bentuk celengan sendiri berbentuk ayam jago. Ayam yang diwujudkan dalam bentuk celengan adalah ayam jago. "Ayam jago menjadi lambang pagi karena kokoknya di setiap pergantian hari. Ayam jago identik dengan munculnya matahari yang akan menyinari bumi. Dengan demikian, celengan ayam yang dibuat untuk anak-anak merupakan harapan anak-anak kelak akan menjadi *matahari yang menyinari bumi*" (Qurotta,2008).



Gambar III.8 Logo mengajak anak menabung
(Sumber: pribadi)

III.2.7 Ilustrasi

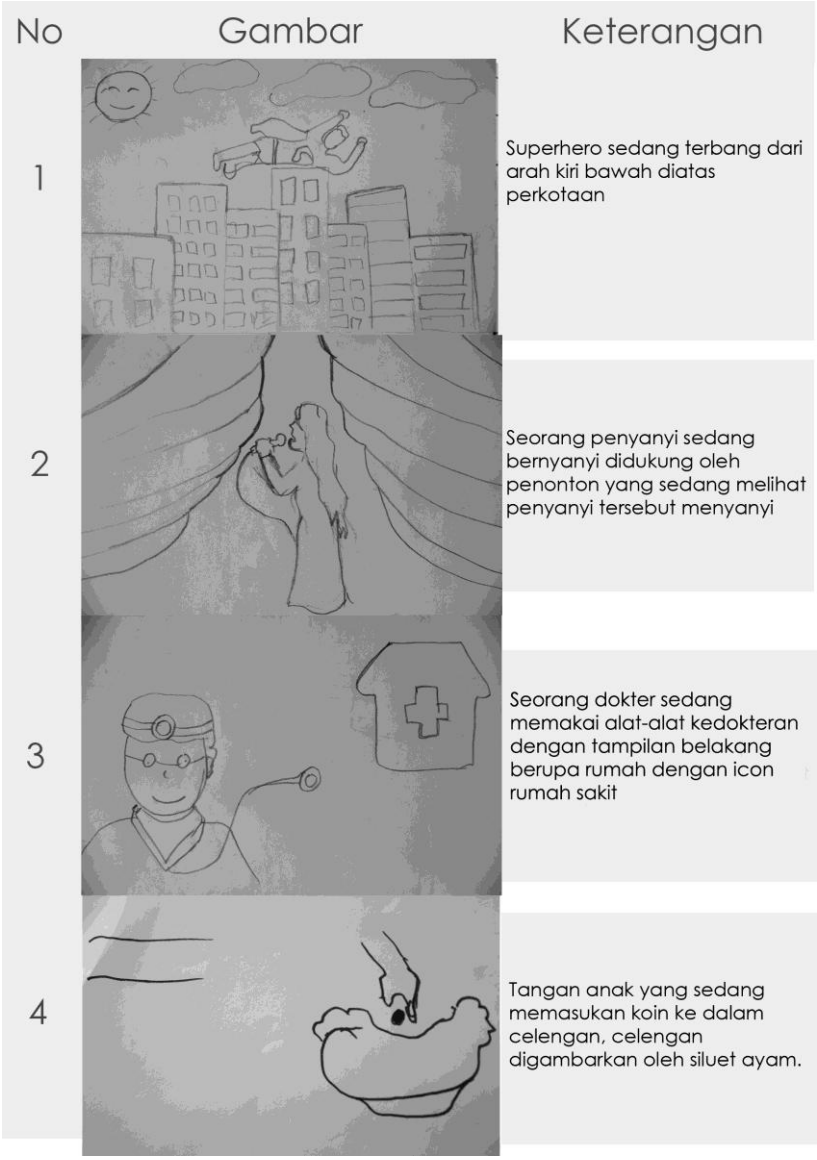
Ilustrasi merupakan gambaran sesuatu yang bertujuan untuk mempercantik tulisan atau gambaran dalam tulisan. Dalam pemilihan ilustrasi yang digunakan pada konsep visual media iklan tv ini yang digunakan adalah jenis ilustrasi kartun. Sifat ilustrasi kartun sendiri adalah menghibur dan memiliki ciri khas tertentu.



Gambar III.9 Contoh Ilustrasi Kartun

Sumber: http://hafizardi.blogspot.com/2013/12/jenis-jenis-gambar-ilustrasi.html (12 Agustus 2014)

III.2.8 *Storyboard*



Gambar III.10 *storyboard* dari sinopsis

III.2.9 Pemilihan Suara

Suara merupakan elemen penting dalam memperkuat kesan, nuansa dan suasana dalam sebuah iklan Tv. Didalam iklan Tv ini memiliki suara berupa *sound track* , *sound track* yang digunakan adalah berupa lagu instrumental dengan judul "*the children song*" yang dibuat oleh *Aisha Duo*, sesuai dengan judulnya lagu ini diperuntukan untuk anak-anak.

III.2.10 Pemilihan Kamera

Kamera yang digunakan dalam pembuatan film ini menggunakan kamera *Canon 550D* yang sudah memiliki fasilitas perekam video dan lensa standar *18-55mm.*



Gambar III.11 Kamera *Canon 550D*

Sumber: http://www.enolsoft.com/blog/how-to-upload-canon-550d-1080p-hd-video-to-youtube-on-mac/(11 Juli 2014)