BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dibutuhkan gagasan yang tepat dan efektif untuk menyampaikan media informasi yang baik dan akan menghasilkan karya yang lebih maksimal. Dimulai dengan tahapan strategi perancangan terlebih dahulu kemudian mengacu pada konsep visual yang akan dibuat. Khalayak sasaran yang dituju adalah Masyarakat umum khusunya remaja suku Batak yang kurang mengetahui tentang alat musik tradisional Batak Toba.

III.I.1 Khalayak Sasaran

Target audien adalah kelompok sasaran yang dituju secara khusus. Pemilihan target audien dalam perancangan video dokumenter Taganing ini dipilih karena beberapa hal, berdasarkan pertimbangan video ini harus dapat dipahami oleh kalangan masyarakat umum khususnya remaja. Target audien diperuntukan bagi masyarakat umum khususnya remaja berusia 15 – 25 tahun yang memiliki minat terhadap perkembangan budaya musik tradisional, yaitu Gondang Taganing. Hal-hal tersebut secara spesifik dapat dibagi berdasarkan beberapa segi:

- ***Demografis***

Secara demografis target audien dari video gondang Taganing ini meliputi dua jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Dengan kategori kelompok usia antara 15-25 tahun, dengan status sosial bawah, menengah dan atas yang diasumsikan dapat teringatkan akan pentingnya melestarikan kebudayaan tradisional.

- ***Geografis***

Pemilihan target audien berdasarkan geografis ditujukan kepada remaja yang bertempat tinggal didaerah perkotaan penduduknya dimana masyarakat telah mengalami perubahan gaya hidup khususnya dalam sisi kepedulian akan kebudayaan tradisional. Daerah yang menjadi target dari perancangan ini adalah daerah kota Medan dan sekitarnya.

- ***Psikografis***

Secara psikografis target audien yang dituju dari media video gondang Taganing ini adalah masyarakat umum suku Batak khusus nya remaja di suku Batak yang masih membutuhkan informasi dan pengetahuan.

- ***Consumer Insight***

Khalayak sasaran yang dimaksud adalah masyarakat yang membutuhkan informasi tentang tentang sejarah dan kegunaan dari gondang Taganing khususnya remaja Batak yang memiliki minat memperdalam kebudayaan Batak.

- ***Consumer Journey***

Pertama hal yang dilakukan khalayak sasaran adalah ketika bangun tidur siap melakukan aktivitas seperti biasa. Untuk kalangan muda, mandi terus bersiap untuk berangkat ke sekolah. Pada saat siang harinya khalayak sasaran beristirahat lalu mesambil mencari beberapa informasi melalui smartphone/*gadget* lewat media social dan youtube dan ketika malam hari khalayak sasaran waktunya istirahat untuk melakukan aktivitas seperti biasa keesokan harinya.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber : Pribadi

No.	Kegiatan	Tempat	*Point of Contact*
1.	Bangun pagi	Kamar tidur	*Gadget/Handphone*
2.	Perjalanan ke sekolah/kampus	Jalan, sekolah	Poster, stiker, *Handphone*
3.	Di sekolah/kuliah	Ruang kelas	Poster, Flyer, *Gadget/Handphone*
4.	Istirahat	Kantin, Kafe	Poster
5.	Pulang sekolah/kuliah	Jalan	Poster, Flyer, *Gadget/Handphone*

III.1.2 Strategi Komunikasi

- **Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan yang ingin disampaikan tepat pada sasaran, maka akan melakukan perancangan media informasi menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Batak. Karena khalayak sasaran adalah orang Indonesia khususnya masyarakat suku Batak di Medan.

- **Pendekatan Visual**

Untuk menginformasikan gondang Taganing, dilakukan strategi pendekatan visual yang akan mengangkat gondang Taganing itu sendiri. Strategi pendekatan visual yang dilakukan adalah dengan menyajikan gambar melalui video dokumenter dengan pendekatan gaya *video dokumenter*, mengenai sejarah dari mulai tempat dimana berasal gondang Taganing, dan kegunaannya pada aktivitas adat di suku Batak. Penggunaan media video dokumenter adalah agar para penonton tidak hanya mendengar saja atau hanya melihat saja tetapi dapat menikmati keduanya.

III.1.3 Mandatory

Perancangan media informasi video dokumenter Gondang Taganing bekerja sama dengan beberapa pihak. Pihak-pihak tersebut mendukung perancangan media informasi video dokumenter gondag Taganing, pembuatan media ini bekerja sama dengan komunitas masyarakat Batak Dept. Kebudayaan Batak yaitu Pemkab.Samosir dan Kemenpar Sumatera Utara selaku media Promosi video dokumenter ini.

III.1.4 Strategi kreatif

Strategi kreatif yang digunakan adalah dengan menggunakan Qr code scaner yang di pasang di flyer dan poster sehingga masyarakat bisa langsung melihat seperti apa acara yang menggunakan gondang Taganing karena dalam media tersebut terdapat informasi yang akan mengarahkan kepada media utama. Strategi kreatif sangat penting dalam menerjemahkan pesan yang ingin disampaikan kedalam bahasa visual karena pesan yang disampaikan jelas menggunakan elemen grafis sebagai dasar pada media yang dirancang. Strategi yang akan dibuat adalah video dokumenter karena video dokumenter dapat menarik perhatian remaja dan masyarakat saat ini. Video dokumenter merupakan media kreatif yang dipilih

untuk penyajian video ke penerima pesan. Pada dasarnya ide ini muncul dari realita yang terjadi saat ini bahwa minat menonton sesuatu lebih besar daripada membaca. Jadi video ini akan memperkenalkan gondang Taganing dan fungsinya kepada masyarakat khususnya remaja di Medan dan sekitarnya dengan cara tersebut. Video dokumenter dapat didefinisikan, yaitu sebuah sajian gambar dan suara yang mengenalkan atau menjelaskan sesuatu hal yang berisikan informasi dengan keadaan yang real / nyata dan ditujukan kepada khalayak atau penerima pesan. Video dokumenter banyak digunakan di perusahaan pariwisata bertujuan untuk memperkenalkan daerah – daerah wisata ke khalayak. Pada perancangan ini, maka di buatlah sebuah video dokumenter gondang Taganing. Dengan menggunakan teknik ini pelihat pesan akan mudah mengerti, karena sifatnya hanya memaparkan kejadian sebenarnya di tempat tersebut. Untuk menunjang video ini tentu pemilihan angle, dan lokasi, akan mempengaruhi tindakan dari penerima pesan. Guna untuk mengenalkan atau memberikan informasi kepada masyarakat Medan dan sekitarnya.

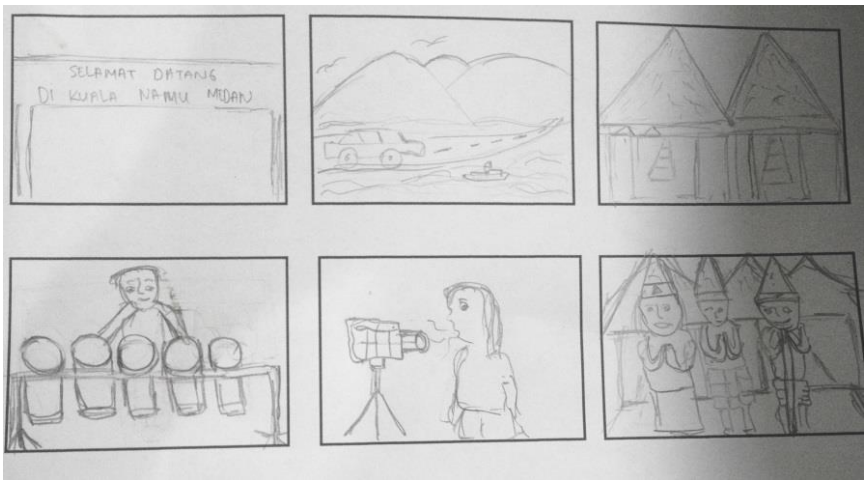
Copywriting

- Headline: Gondang Taganing alat musik Batak Toba.
- Tagline: Kenali Budaya Kita Sejak Dini Untuk Melestarikan Kesenian Bangsa.

Storyline

Dimulai dari perjalanan menuju kota Medan Sumatera Utara, dilanjutkan dengan perjalanan menuju Toba Samosir dengan pemandangan yang estetis dengan danau dan pegunungan dan rumah adat batak sebagai symbol orang batak juga aktivitas orang batak di desa Toba samosir tersebut. Setelah itu melanjutkan perjalanan ke Tomok tuk – tuk sebuah desa dimana gondang taganing ini berada dan disana biasanya diadakan pertunjukan yang dinamakan patung si gale – gale dan disana gondang taganing ini akan dimainkan bersama alat musik lain nya dan pertunjukan tersebut. Dan disana nanti akan diadakan wawancara dengan budayawan yang ada disana mengenai sejarah gondang Taganing dan kegunaan nya dalam aktivitas adat di suku batak Toba.

Storyboard



Gambar III.1. Story Board

Sumber : Dokumen Pribadi.

Scene 1 (Menit 00.00 – 02.00).

Di Scene ini menceritakan bagaimana perjalanan saya menuju kota Medan dan dilanjutkan dengan perjalanan saya menuju ke Toba Samosir dengan menceritakan bagaimana keindahan pulau Samosir dilanjutkan dengan menceritakan sejarah singkat darimana gondang Taganing ini berasal.

Scene 2 (Menit 02.00 – 05.19).

Di Scene ini menceritakan bagaimana kegunaan gondang Taganing ini di acara – acara adat suku Batak seperti penggunaan nya pada beberapa jenis Tarian sakral adat di suku Batak.

Scene 3 (Menit 05.00 – 09.20).

Di Scene ini adalah scene wawancara dengan narasumber budayawan yang ada di daerah tersebut dimana didalam wawancara ini yaitu menceritakan bagaimana Taganing ini berasal dan kegunaan nya di dalam acara – acara adat di suku Batak.

Scene 4 (Menit 09.20 – 17.01).

Di Scene ini juga adalah scene wawancara dengan narasumber seorang budayawan yang sekaligus juga pembuat alat musik Taganing ini di dalam

wawancara ini menceritakan bagaimana sejarah, bentuk, dan kegunaan Taganing ini dalam adat suku Batak dan bagaimana penting nya penggunaan gondang Taganing ini dalam acara – acara suku Batak.

III.1.5 Strategi Media

Semakin berkembangnya dunia teknologi, masyarakat kini mampu dengan mudah mengakses informasi berupa video, tidak hanya media informasi yang berupa media cetak. Justru dengan hadirnya media informasi berupa video dengan tampilan visualisasi yang menarik, mampu lebih cepat ditanggap oleh penerima pesan. Video merupakan media yang kompleks karena didalamnya ada visual dan audio, jadi indra penglihatan dan pendengaran akan mampu menyaring dari penggunaan media yang lain. Selain itu dengan adanya video dokumenter ini akan memudahkan presepsi masyarakat terhadap kesenian musik gondang Taganing. Karena presepsi ingatan yang berupa audio visual itu mampu diingat lebih lama dan mempunyai kesan tersendiri.

- Media Utama
  - Video dokumenter

  video dokumenter yaitu sebuah sajian gambar dan suara yang mengenalkan atau menjelaskan sesuatu hal yang berisikan informasi sesuai dengan apa yang terjadi pada saat itu yang ditujukan kepada khalayak atau penerima pesan.

  Media utama yang dipilih berupa video dokumenter, karena dengan penyampaian pesan berupa video pelihat pesan mampu lebih cepat menangkap penggambaran dari gondang Taganing. Dengan demikian akan memudahkan dalam penyampaian dan diterimanya informasi gondang Taganing kepada masyarakat.

- Media Pendukung
  - Flayer

  Brosur merupakan terjemahan dari istilah asing yaitu Brochures, yakni salah satu The Printed Word yang merupakan sebuah media informasi eksternal berupa tulisan yang tercetak. Dalam kegiatan kehumasan brosur merupakan salah suatu media informasi eksternal, yang sangat efektif dan efisien dalam

menyampaikan pesan kepada publik-publik. Prof. Drs.Onong.U.Effendy dalam Kamus Komunikasinya (1989 : 130)

- Poster

Definisi Poster Menurut Sudjana dan Rivai (2007:51), poster adalah sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya. Jadi poster dapat didefinisikan sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna.

- X-banner

Banner adalah salah satu jenis media promosi yang sudah dicetak menggunakan print digital yang pada umumnya memiliki bentuk vertikal atau portrait. Banner adalah suatu bentuk penyederhanaan dari yang namanya baliho.

- Merchendise
  - Topi

adalah sebuah aksesoris yang digunakan untuk menutupi kepala dari panas / sinar matahari.

  - T-shirt

t-shirt adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku.

  - Pin bros

Bros adalah benda perhiasan dekoratif yang dirancang agar dapat terpasang disematkan ke pakaian atau media lain.

  - Mug

tipe alat minum sejenis cangkir yang umumnya digunakan untuk meminum minuman.

III.1.6 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi yang dipilih melalui media elektronik berupa media online atau internet. Penyeberan video bisa di lakukan melalui situs web, media sosial, vimeo, youtube dan juga website pemerintahan dinas pariwisata dan kebudayaan Prov.

Sumatera Utara dan akan dibagikan gratis kepada masyarakat atau boleh di dapat secara gratis di kantor dinas pariwisata dan kebudayaan SUMUT. Pemilihan media ini mengingat pada era sekarang orang atau masyarakat akan lebih cenderung menggunakan media online atau internet dalam mencari data-data yang mereka butuhkan sebelum hendak berangkat ke tempat yang dituju. Dan melalui media internet masyarakat dapat melihat data-data berulangkali dan juga dapat mengambil data tersebut untuk menjadi acuan. Selain itu juga masyarakat akan sangat mudah dan lebih cepat mendapatkan pesan dengan menggunakan media internet.

Tabel III.2 Tabel Distribusi Media Tahun 2016 Akhir

Sumber: Pribadi.

	MEDIA	**September**				**Oktober**				**November**				**Desember**
	Media Utama													
	Video Dokumentasi *Gondang Taganing*													
	Media Pendukung													
	Media Promosi													
b	Poster													
c	*X-Banner*													
	Media Pengingat													
a	Jejaring Sosial													
b	*Flyer*													
c	Baju Kaos													
d	Topi													
e	Pin													
f	Mug													

III.2 Konsep Desain

Konsep visual dalam pembuatan video dokumenter ini adalah mengabungkan stok video dengan video yang lainnya sehingga mengasilkan suatu video utuh. Kemudian menggunakan elemen-elemen berupa musik atau audio serta tipografi. Elemen visual seperti videografi agar penyampaian media informasi ini tidak membosankan dan menarik perhatian serta mudah untuk di mengerti.

III.2.1 Format Desain

Format desain yang ada pada video disebut dengan aspek ratio. Aspek ratio merupakan perbandingan ukuran lebar dan tinggi pada suatu frame. Untuk video ini aspek ratio yang digunakan 1920px x 1080px untuk mendapatkan hasil wide screen. Mengingat visual yang ditampilkan cendrung landscape maka pada format video yang ditampilkan akan menggunakan wide screen.

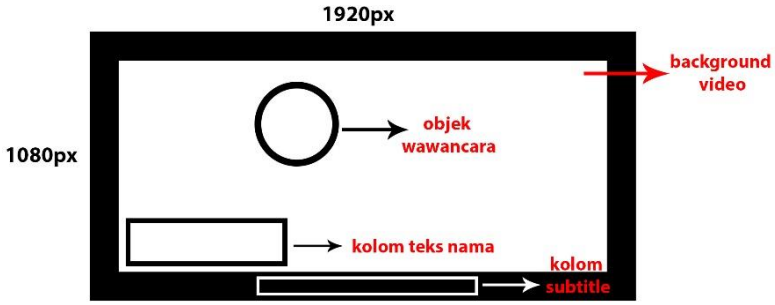


Gambar III.2. Contoh Gambar Ukuran Frame.
Sumber : Dokumen Pribadi.

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout merupakan salah satu unsur yang sangat berpengaruh dalam sebuah komposisi. Menurut Surianto Rustan (2009). " Penempatan komposisi antara teks dan gambar agar dapat dipahami" (h.8).

Pengertian layout sendiri ialah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti huruf, teks, garis, bidang, gambar dan lain sebagainya. Layout yang digunakan adalah layout jenis Frame Layout. Frame Layout adalah suatu layout dimana border, bingkai, framenya membentuk suatu naratif (cerita).



Gambar III.3 Layout wawancara Gondang Taganing

Sumber : Dokumen Pribadi.

III.2.3 Huruf / Tipografi

Menurut Danton Sihombing (2001) " huruf merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan mrupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat" (h.2). Untuk menjelaskan unsur informasi yang ada pada video ini akan menggunakan elemen tipografi. Tipografi yang digunakan harus mengandung keterbacaan, nyaman dari segi proposi, spasi, ukuran dan juga penempatannya. Penggunaan tipografi akan mengarah kepada jenis huruf yang terkesan tegas dan jelas sehingga tidak melelahkan mata target audience. Dengan tingkat keterbacaan yang baik huruf yang digunakan pada video ini adalah Lobster, Adobe arabic & Lucida sans. Dan pada penerapannya akan disesuaikan dengan penempatanya. Berikut ini adalah tipe huruf yang dipilih:



Gambar III.4 Font

Sumber : Dokumen Pribadi.

- Lobster 1.4

Jenis tipografi yang digunakan adalah Lobster 1.4 karena jenis font (huruf) yang sesuai dengan tema budaya.

- Adobe Arabic

Huruf yang paling mudah untuk dibaca dan digunakan untuk keterangan informasi.

- Lucida Sans

Jenis tipografi yang digunakan adalah Bebas Neue karena jenis font yang tebal dan tegas.

III.2.4 Warna

Warna merupakan salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan. Pemilihan warna dalam konsep visual ini berdasarkan pada kesan yang ingin di tonjolkan dan kepada siapa kesan ini akan disampaikan. Setiap warna dapat mempunyai arti warna yang berbeda pada setiap orang yang melihatnya, karena dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya. Warna-warna yang digunakan disesuaikan dengan warna-warna yang banyak terdapat pada kesenian alat musik Taganing serta warna khas Gorga batak yang mempunyai makna dan simbolisme khusus menurut religi batak kuno.

Menurut Ryan Hutagalung (2014) makna dari 3 warna yang terdapat pada gorga yaitu Merah , Putih, dan Hitam artinya adalah :

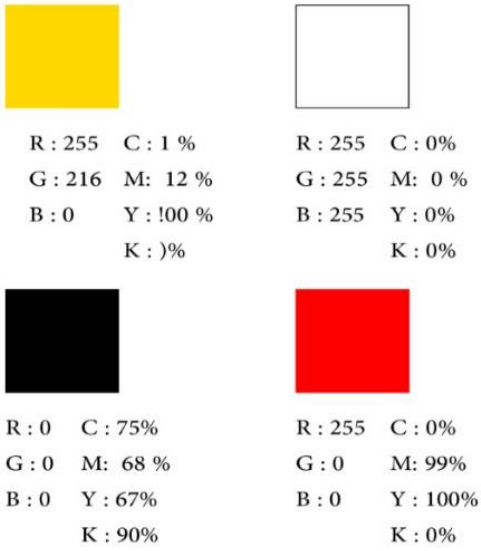
- Merah

  Sebagai perlambang kekuatan (hagogoon) dan keberanian.
- Putih

  Sebagai perlambang kesucian, kebenaran, kejujuran, dan ketulusan (sohaliapan, sohapurpuran).
- Hitam

  Sebagai perlambang kerahasiaan, kewibawaan, dan kepemimpinan
- kuning

  Warna emosional yang menggerakkan energi dan keceriaan, kejayaan, kemegahan, dan keindahan.

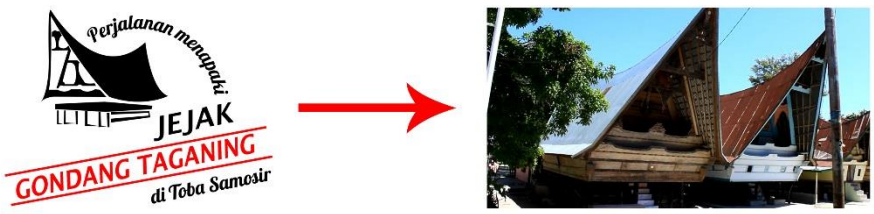


Gambar III.5. Warna CMYK

Sumber : Dokumen Pribadi.

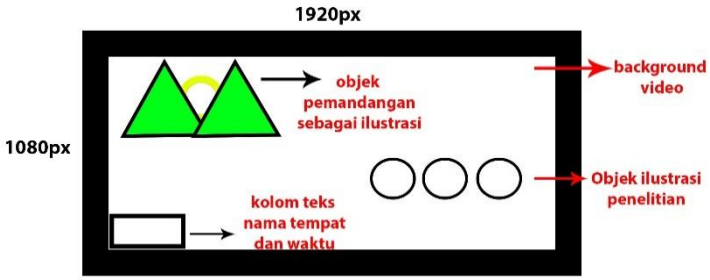
III.2.5 Ilustrasi

Menurut Dedi Nurhadiat (2004) “Ilustrasi berasar dari kata ilustrate (Latin) yang artinya menerangkan atau menjelaskan. Oleh karena itu, gambar yang berfungsi untuk memberi penjelasan atau memperindah penampilan suatu tulisan disebut gambar ilustrasi”. Penggunaan ilustrasi dalam sebuah video dokumenter ini berfungsi untuk memperjelas dan mempertegas juga sekaligus sebagai daya tarik visual. Ilustrasi yang dipakai dalam video dokumenter ini adalah dengan memaparkan kejadian sebenarnya di tempat Taganing ini berada. hal ini dimaksudkan untuk memberikan kesan nyata dan lebih dapat dicerna oleh target sasaran, karena berhubungan dengan budaya tradisional.



Gambar III.6. Ilustrasi judul.

Sumber : Dokumen Pribadi.



Gambar III.7. Ilustrasi wawancara.

Sumber : Dokumen Pribadi.

III.2.6 Musik

Menurut Dedi Nurhadiat (2009) musik disebut – sebut sebagai esensi dari sensasi manusia karena dapat menimbulkan reaksi atau respons yang terprediksi bagi pendengarnya (hal.31) Elemen yang sangat berperan penting dalam memperkuat mood, nuansa, serta suasana video ini adalah musik. Musik dapat di kelompokan menjadi dua macam, yaitu ilustrasi musik dan lagu. Ilustrasi musik adalah musik latar yang mengiringi aksi selama cerita berjalan, sedangkan musik lagu adalah pengring sebuah film yang membentuk karakter serta mood suasana adegannya Elemen musik yang dipakai pada video ini genre Etnik musik Karena mengingat fungsi musik disini untuk mempertegas suasana agar lebih kuat maknanya.