BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III. STATEGI PERANCANGAN

Berdasarkan permasalahan yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya dan batasan masalah yang telah di tetapkan, maka harus adanya strategi dan konsep visual agar solusinya dapat tercapai sesuai tujuan, permasalahan yang ditemukan masih minimnya media promosi tentang kawasan objek wisata sawarna yang terletak di Provinsi Banten terlebih sebelumnya dengan adanya sebatas majalah yang dapat di promosikan kepada masyarakat, berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa solusinya adalah membuat sebuah media promosi yakni, vidiografis berupa video promosi bertujuan untuk mempromosikan kawasan objek wisata sawarna, seperti penayangan vidio atau gambaran yang bisa menjadi acuan bagi calon wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata sawarna.

III.I.I Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi visual dari video ini adalah :

- Memberikan gambaran yang menjadi daya tarik kawasan objek wisata ini pada pengunjung lewat promosi video untuk menjadikan rekomendasi bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara
- Memberikan harapan dari masyarakat sawarna dengan adanya video promosi ini agar kunjungan kepada calon wisatawan lebih meningkat
- Sawarna dapat menjadi pertimbangan bagi investor karna sawarna memiliki banyak keunggulan seperti pantai yang bersih, pantai romantic bagi para pengunjung, lokasi pantai bagi para peselancar, sunset dan sunrise yang hanya terdapat di sawarna

III.1.2 Pendekatan komunikasi

Pada perancangan media informasi perancangan video promosi kepada masyarakat tentang kawasan objek wisata sawarna sebenarnya ini akan menggunakan dua pendekatan yang umumnya sering digunakan yakni pendekatan visual dan pendekatan verbal. Dimana kedua pendekatan ini tentunya akan sangat mempengaruhi hasil akhir nantinya.

- **Pendekatan Visual**

Pendekatan visual akan digambarkan dengan video promosi yang berhubungan dengan orang-orang , masyarakat sekitar dan tokoh yang mengalami sejarah peristiwa adanya sawarna di lokasi yang ada. Tujuannya agar mempermudah untuk memahami dan mempercayai fakta-fakta dilapangan. Video promosi dapat digunakan untuk berbagai macam maksud dan tujuan seperti informasi atau tempat tujuan calon wisatawan, pengetahuan, sosial, ekonomi, politik (propaganda), dan lain sebagainya.

- **Pendekatan Verbal**

Pendekatan komunikasi ini terfokus pada keindahan-keindahan yang dimiliki sawarna dengan penyampaian video yang disajikan dengan menggunakan Bahasa Indonesia, sehingga vidio ini akan mudah dipahami oleh audien. Untuk menggambarkan lokasi-lokasi sawarna secara akan informasi kawasan sawarna yang ada saat ini, kemudian di video ini menceritakan Masyarakat yang memberi harapan pada pihak yang bersangkutan, terutama akses jalan untuk calon wisatawan. Dan memberikan jalan tengah agar tidak saling menyalahkan atau kesalahpahaman lewat media promosi in.

III.1.3 Materi pesan

- Dalam perancangan video promosi mengenai kawasan wisata objek yang ada di sawarna adalah untuk memperkenalkan kawasan wisata sawarna, sawarna dapat menjadi pertimbangan bagi investor karna sawarna memiliki banyak keunggulan seperti pantai yang bersih, pantai romantik

bagi para pengunjung, lokasi pantai bagi para perselancar, sunset dan sunrise yang hanya terdapat di sawarna

III.1.4 Gaya bahasa

Gaya bahasa Visual yang dipergunakan dalam media promosi ini adalah dalam bentuk vidiografi berbahasa Indonesia. “narasi sangat efektif untuk memberikan pemahaman pada audien pada suatu tempat atau kawasan yang akan ditunjukan, agar dapat lebih mudah dipahami dan dalam gaya bahasa vidiografi ini memakai narator untuk membantu keindahan dan ketidak bosanan audien.

III.1.5 Target sasaran perancangan

- ***Consumer insight***

Pria dan wanita remaja sampai dewasa, 15-50 tahun. Pelajar SMA dan keluarga untuk sampai memberikan informasi sebagai media konvensional yang dapat mengajak bagi calon wisata dalam media promosi ini.

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan dimunculkan dalam ini adalah menggunakan beberapa teknik pengambilan gambar video seperti pengambilan *low angle*, *normal angle*, *high angle*, *close-up*, *extreme close-up* tambahan video*timelapse* dan pengambilan gambar lainnya. Video *timelapse* adalah sekumpulan *still* foto dan video yang diambil dengan periode yang beraturan untuk menggambarkan proses, pergerakan, atau perubahan suatu objek. lalu diproses editing dengan menambah kecepatan (*speed Duration*). Misalnya perjalanan memasuki daerah sawarna, jembatan goyang, matahari terbenam atau terbit, aktivitas masyarakat sekitar, pergerakan satwa yang ada di sawarna, dan lain sebagainya.

Storyline

- Mneit 00:00-19:00 bumper menceritakan keindahan pemandangan di kawasan memasuki daerah perbatasan cibareno dan sawarna dari ketinggian 10 kaki diatas permukaan laut
- Menit 00:19 mengambarkan kegiatan yang ada di perjalanan seperti anak-anak bermain sepak bola
- Menit 00:26 mengambil frame pergerakan satwa liar seperti tupai dan burung yang masih langka yang ada dikawasan sawarna
- Menit 00:43 pengambilan scene perjalanan memasuki kawasan sawarna hutan, jembatan, masyarakat dan papan ucapan selamat dating wisata sawarna.

III.1.7 Strategi media

- **Media utama**

  Media utama yang terpilih adalah film dokumenter karena informasinya mudah untuk dilihat, kemudian menampilkan beberapa data-data tentang sawarna, slide foto dan video dan cara penyebaran selain cd, sekarang banyak jejaring sosial untuk lebih dimanfaatkan sebagai media penyebaran.

- **Media pendukung**

a. *Poster*

Poster digunakan sebagai media promosi agar media informasi tentang Pentingnya keamanan kepada masyarakat. Karena poster sudah sering digunakan sebagai media promosi. Dengan demikian, poster tepat untuk dijadikan media pendukung.

b. *Stiker*

Stiker dapat juga dijadikan sarana pendukung sebagai media informasi atau tulisan dan gambar tentang pentingnya keamanan.

c. *T-shirt*

Baju adalah media pendukung yang efisien karna selalu akan menjadi media promosi yang cukup baik untuk wisatawan sebagai buah tangan atau untuk dikenakan wisatawan itu sendiri

III.1.4 Strategi Distribusi

Jadwal penyebaran film promosi sawarna didistribusikan pada acara-acara libur sekolah, film pendek maupun hari jadi kota Provinsi Banten, baik pada media sosisal seperti media sosial youtube dan media social lainya yang mengacu pada ketertarikan masyarakat dalam mencari rekomendasi tempat wisata pantai yang masih alami.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format film

Format film yang akan digunakan adalah format video digital dengan resolusi *full High Definition* 1920x1080 *pixel*. Karena pemutaran film ini menggunakan media proyektor dan DVD *player,* maka format film akan dibagi menjadi dua resolusi. Untuk pemutaran dengan proyektor menggunakan resolusi 1920x1280 *pixel* dengan *frame rate* 25fps, sedangkan untuk resolusi DVD adalah 720x576 *pixel*.

III.2.2 Tata letak (*layout)*

Tata letak dalam film dokumenter ini menggunakan *Intersection of thirds (Rule of Thirds)*.Komposisi *Rule of third* adalah petunjuk bagaimana caranya mengkomposisikan obyek di satu per tiga bagian dalam foto agar lebih enak dilihat.Tujuannya adalah agar film dokumenter ini terlihat menarik karena komposisi objek tidak selalu harus ada ditengah agar kreatifitas pengambilan gambar objek tidak membosankan untuk ditonton.

Dan menggunakan aspek rasio yang lebar agar semua bagian terekam oleh kamera. Aspek rasio yang digunakan dalam film pendek ini adalah 16:9, saat ini aspek rasio 16:9 merupakan rasio standar untuk film-films yang ditayangkan di bisokop Indonesia.

III.2.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam film dokumenter ini adalah Lucida calligraphy, Chaparral Pro Light, Dark Ministry untuk media utama, kemudian untuk pendukung Times New Roman. sehingga pesan dapat tersampaikan dan lebih menyadarkan kepada masyarakat.

FRESHMAN

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

AbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#$%^&()-+?*

Chaparral Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+?

"Dark ministry"

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

AbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@

"Times new roman"

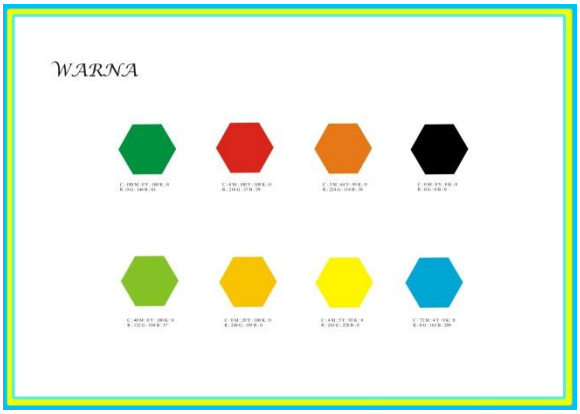
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+?

III.2.4 Warna

Dalam penggunaan warna, digunakan warna putih, hitam dalam film saat menceritakan kawasan sawarna. Dalam penulisan judul film di *cover* menggunakan warna putih dengan memakai strok sehingga berkesan Harus diperhatikan. Sedangkan warna rgb untuk keperluan digital dan warna cmyk untuk keperluan cetak.



Gambar III.1 Warna

Sumber: Dokumen pribadi

III.2.5 Musik

Musik dalam film ini dibagi menjadi dua bagian, diantaranya musik dan lagu. Ilustrasi musik digunakan mengiringi narasi, sedangkan instrumen mengiringi pembukaan film.

Elemen musik yang digunakan dalam film ini sebagai berikut :

coldplay – *mlo xymyloto*

coldplay – *heaven*

Ikan-ikan – Iwan Fals

Illustrasi musik : instrumen musik dan sound efek

III.2.6 Ide Cerita

Membuat film dokumenter ini mengangkat tentang kawasan wisata yang masih alami tak banyak tempat wissata yang sekarang banyak tercemari kotoran limbah ataupun eksplorasi pembangunan. Dengan menjadikan film promosi ini sebagai acuan untuk lebih bisa meningkatkan lagi terjaganya wisata pantai.

III.2.7 Film *Statement*

Vidio promosi ini bertujuan untuk mengangkat pariwisata ditanah air sebagai potensi baik bagi meningkatkan pariwisata terutama wisata pantai yang masih alami dan perlu adanya kerjasama calon wisatawan untuk menjaga area wisata nya agar tetap alami dan indah.