BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan

Pada strategi perancangan ini berisi sejarah awal adanya Lukisan jelekong sampai kondisi Lukisan Jelekong saat ini, untuk membantu dalam pembuatan karya. Strategi ini mengangkat permasalahan tentang perancangan informasi Lukisan Jelekong, sebagai informasi yang akan dikomunikasikan kepada masyarakat luas mengenai Lukisan Jelekong. Informasi adalah kumpulan dari beberapa data yang telah diolah sehingga dapat disajikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat.. (Anton Meliono, 1990, h.331).

Informasi yang baik ditentukan dengan bagaimana caranya supaya pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan(komunikan), dan mampu merubah keadaan yang lebih baik dari sebelumnya, selain itu informasi yang baik tidak terlepas dari dukungan penerima pesan (komunikan) itu sendiri. Jhonson, Sutton dan Harris (2001,h 81)

Strategi perancangan dari informasi Lukisan Jelekong ini adalah mampu menyampaikan suatu informasi atau pesan yang dapat dengan mudah dimengerti oleh masyarakat dan dapat menciptakan strategi promosi yang menarik, sehingga dapat lebih mengenalkan Lukisan Jelekong serta dapat menarik perhatian peminat lukisan dan wisatawan. Untuk menemukan kebutuhan dan keinginan masyarakat.
Strategi yang dilakukan dalam menginformasikan mengenai Lukisan Jelekong yaitu disampaikan menggunakan media film dokumenter yang didalamnya menampilkan salah satu sumber yang berhubungan dengan sejarah awal adanya lukisan jelekong dan menginformasikan kondisi saat ini lukisan jelekong.
secara spesifik maka dibuatlah segmentasi sebagai berikut:

1. Demografis

- Pria dan wanita.
- 17 – 60 tahun.
- Pelajar usia remaja, SMA, Perguruan Tinggi dan orang tua.

2. Geografis

- Mencakup daerah Jawa Barat.
- Wilayah kota dan kabupaten.

3. Psikologis

- Kebutuhan Berwisata.
- Menyukai kebudayaan.
- Berkepribadian terbuka, pencari hal baru, petualang, aktif.
- Senang akan aktifitas luar ruang.
- Mencintai alam.

III.1.1. Film Dokumenter

Film documenter adalah suatu film yang menyajikan fakta. Film documenter berhubungan dengan orang, peristiwa, dan lokasi yang nyata. Dalam film documenter tidak menciptakan suatu peristiwa ataupun kejadian namun merekam peristiwa yang sungguh-sungguh atau otentik terjadi tidak seperti film fiksi. Film documenter tidak memiliki flot namun memiliki struktur umum berdasarkan tema atau argument dari sineasnya. Selain itu, film documenter juga tidak memiliki tokoh protagonist dan antagonis, konflik, serta penyelesaian. Struktur film documenter biasanya sederhana untuk memudahkan penonton agar mudah di pahami sehingga mempercayai fakta-fakta yang di sajikan, contohnya *nanook of the north* (1919) yang dianggap salah satu film documenter tertua. Film ini dengan sederhana menggambarkan keseharian warga suku Eksimo di kutub utara, film documenter juga dapat digunakan untuk berbagai magsud dan tujuan seperti informasi atau berita, biografi, pengetahuan, pendidikan social, ekonomi, politik dan sebagainya.

Film documenter juga memiliki beberapa karakter teknis yang khas, dengan tujuan utamanya ialah mendapatkan kemudahan, kecepatan, flaksibel, efektifitas, serta otentitas peristiwa yang direkam. Umumnya film documenter memiliki bentuk sederhana dan jarang sekali menggunakan efek visual. Jenis kamera yang digunbakan biasanya ringan (kamera tangan) serta menggunakan lensa *zoom,* stok

film cepat, serta perekaman suara *portable* (mudah dibawa) sehingga memungkinkan untuk mengambil gambar dengan *crew* yang minim (dua orang). Dalam memberikan informasi kepada penontonnya sering menggunakan narrator untuk membawa narasi atau pula menggunakan metode *interview*. (Prastia, 2008, hal. 3).

III.1.2. Tujuan komunikasi

Tujuan komunikasi disini adalah agar target masyarakat dapat mengetahui sejarah adanya Lukisan Jelekong dan Kondisi lukisan jelekong saat ini beserta lokasi dan tempat Desa Jelekong berada. Dalam strategi perancangan ini, tujuan komunikasi sangat penting agar pesan dapat tepat pada sasaran, dengan bertujuan untuk memberikan pengenalan sekaligus membujuk calon wisatawan dan peminat Lukisan sehingga dapat membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Desa Jelekong.

III.1.3. Pendekatan Komunikasi

Strategi komunikasi yaitu konsep yang dirancang dan ditata untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Berdasarkan hasil analisa dari permasalahan seputar Lukisan Jelekong maka dalam perancangan media informasi ini akan dilakukan pendekatan komunikasi secara verbal dan visual agar tersebarnya suatu informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak sebagai berikut:

A. **Pendekatan Verbal**

Pendekatan komunikasi verbal yang digunakan adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia nonformal yang mudah di mengerti oleh masyarakat luas dan dengan pengayaan keindahan kampong jelekong maka slogan yang di dapat terkait mengajak yaitu “Kampung Seni Dan Budaya Jelekong ” sehingga akan sangat mudah dipahami oleh target audien, dan mudah di baca oleh yang melihatnya.

B. **Pendekatan Visual**

Pendekatan Secara Visual Strategi pendekatan visual pada perancangan informasi ini berbentuk film dokumenter dengan merekam berlangsungnya mewawancara kepada pelukis jelekong dan kepada salah satu keluarga yang sangat berpengaruh terkait dengan awal adanya lukisan jelekong. Sehingga informasi ini dapat mudah untuk dicerna dan dipahami oleh audiens.

III.1.4. Materi Pesan

Konsep dalam materi pesan yang akan digunakan disini adalah :

- Menginformasikan agar minat wisatawan khususnya wisatawan yang mencari lukisan dan pelajar untuk mengunjungi Kampung Seni Giriharja jelekong .
- Mengenalkan Sejarah Lukisan Jelekong dan lokasi Jelekong yang terdapat di Desa Giriharja.
- Memberikan informasi tentang lokasi dan kondisi dari Kampung seni dan budaya Giriharja baik berupa teks dalam media digital maupun cetak.

III.1.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang bersifat formal sesuai dengan gaya bahasa yang digunakan oleh masyarakat umum yakni bahasa Indonesia agar pesan yang disampaikan dapat dengan cepat dicerna dan dipahami oleh penerima pesan.

III.1.6. Pembuatan Headline dan Tagline

Konsep strategi kreatif dalam pembuatan Tagline didasari hasil penelitian di lapangan bahwa minimnya pengetahuan masyarakat mengenai Sejarah awal adanya Lukisan Jelekong dan kondisi saat ini Lukisan Jelekong, maka headline dari informasi ini adalah “Kampung seni Dan Budaya Jelekong”. pemilihan kata tersebut memiliki maksud untuk menginformasikan bahwa Jelekong sangat baik untuk perkembangan ekonomi masyarakat setempat dan kota bandung agar semakin dikenal oleh banyak kalangan.

III.1.7 Strategi Kreatif

Agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran, dengan demikian strategi pertama adalah menyesuaikan ketertarikan masyarakat terhadap informasi yang akan digunakan. Diantaranya menyajikan informasi melalui media pendukung yang akan disisipkan kode qr dan nantinya akan mengarahkan ke media utama yaitu film dokumenter yang didalamnya terdapat informasi mengenai asal mula adanya lukisan jelekong dengan merekam wawancara kepada salah satu pelukis yang berkaitan dengan sejarah awal adanya lukisan jelekong serta memperlihatkan kondisi lukisan jelekong saat ini.

III.1.8 Strategi Media

Dalam perancangan strategi media akan di gunakan media utama dan beberapa media pendukung.

1. Media utama.

Media utama yang akan digunakan disini adalah film dokumenter. Iwan (2010) menjelaskan kata video atau film berasal dari kata latin, yang berarti “saya liat”. Video atau film adalah teknologi pemprosesan sinyal elektronik yang mewakilkan gambar bergerak. (h.179). Video dipilih menjadi media utama sangat efektif karena, fil dapat menjangkau khalayak luas dan cepat untuk penyebaran informasi. Media utama akan di sebarkan melalui youtube karena media tersebut dapat mudah dan cepat untuk di lihat oleh masyarakat.

2. Media pendukung:

• Poster

Dendy (2010) menjelaskan poster adalah karya seni atau desain grafis yang membuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan ditemple di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata (*eye-catching*) sekuat mungkin. Oleh karena itulah poster biasanya dibuat dengan warna – warna kontras dan kuat. (h.07). Poster bisa jadi sarana media iklan. Dapat dicetak dalam ukuran apapun dan secara masal menjadi kelebihan dari sebuah poster.

• X-Banner

Dendy (2010) menjelaskan x-banner adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi penyangga berbentuk "X" sehingga banner bisa berdiri sendiri. Konstruksi X Banner memiliki beberapa ukuran standart yaitu: 60x160 cm, 80x180 cm, dan 80x200 cm.(h.08). X-banner dipilih karena banner mudah dipindah-pindahkan posisinya, mudah digulung, awet dan praktis (simple).

• Stiker

Menurut kamus besar bahasa Indonesia stiker adalah lembaran kecil kertas atau plastik yang ditempelkan etiket. bahan yang dapat menempel sendiri atau dengan kata lain dia memiliki bahan perekat sehingga dapat ditempelkan di benda. Stiker pada umumnya dibuat dari vinyl atau kertas. Stiker dipilih karena media ini sangat mudah di aplikasikan untuk kegiatan promosi.

• Merchendise

Merchandise menjadi suatu pengingat dalam sebuah media, maka merchandise yang akan digunakan diantaranya yaitu :

1. Pin
2. *Tote Bag*
3. Mug
4. kaos
5. X-*Banner*
6. Gantungan kunci
7. Topi
8. Stiker
9. Poster
10. Asbak

III.1.9 Strategi Distribusi

Film dokumenter akan didistribusikan atau disebarkan melalui sosial media Youtube, alasannya karena dapat menggapai pasar lebih luas dan dapat mencangkup wilayah Jawa Barat pada khususnya. Jadwal penyebaran media

utama dan pendukung ini akan dilakukan selama 3 bulan, penyebarannya dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel III.2 jadwal pendistribusian
Sumber : dokumentasi pribadi

MEDIA	MARET				APRIL				MEI			
MINGGU	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
VIDEO												
POSTER												
X-BANNER												
STIKER												
KAOS												
PIN												
TOTEBAG												
MUG												

III.2 Konsep Visual

Konsep visual dalam film documenter yang akan diangkat pada Lukisan jelekong ini adalah easy watching, yaitu video yang mudah dipahami oleh semua orang dari semua kalangan dan semua usia, dan jauh dari kesan formal.

III.2.1 *Storytelling*

Dimulai dengan menjelaskan lokasi jelekong dengan mengambil gambar gapura wilayah jelekong, kemudian dengan pengambilan gambar wilayah kampong jelekong dari atas, merekam kegiatan salah satu pelukis di gallery yang ada di jelekong sembari memperlihatkan lukisan jelekong, sambil merekam beberapa lukisan yang dihasilkan kampong Jelekong, narator akan sambil menjelaskan hasil-hasil lukisan yang dibuat di jelekong, kemudian merekam kegiatan wawancara kepada salah satu keluarga bapak Odin dengan menanyakan bagaimana awal mula bapak Odin melukis hingga bisa menjadikan sebagian besar masyarakat Jelekong memilih untuk melukis.

No.	Visual	Action
1.		Menampilkan gapura Kampong seni dan budaya Giriharja jelekong.
2.		Menampilkan Kampong jelekong dengan mengambil gambar dari atas.
3.		Menampilkan Galery-galery yang ada di Jelekong.
4.		Menampilkan salah satu pelukis jelekong dengan mewawancarai.
5.		Menampilkan kegiatan melukis di Jelekong.
6.		Menampilkan pembuatan canvas di salah satu rumah warga.

Tabel III.2 jadwal pendistribusian
Sumber : dokumentasi pribadi

Narator : Pernahkah kamu membayangkan ? dalam suatu wilayah masyarakat menjadikan kegiatan melukis sebagai mata pencaharian pokok?

Biasanya kegiatan melukis hanya dilakukan oleh seseorang yang memiliki latar belakang study dan jarang dilakukan oleh komunitas masyarakat dalam suatu wilayah.

Namun tidak demikian hal nya dengan kampong jelekong.

Kampong Jelekong merupakan sebuah desa yang berada di jalan Giriharja, kecamatan Baleendah, Kabupaten Bandung.

Di sepanjang jalan Giriharja sangat mudah ditemukan gallery-gallery lukis.

Akan sangat mudah dilihat jika kita melewati jalan Giriharja ini, aktivitas disepajangan lukisan di sepanjang jalan, pelukis yang sedang mengerjakan lukisan, pelukis yang sedang menjemur lukisan mereka yang sangat berbeda dengan desa-desa biasanya.

Sekitar tahun 80-an sampai tahun 1993, anak-anak sd di kampong ini mulai mampu melukis.

Pada tahun 2013 kampung ini dinobatkan sebagai salah satu Kampong Wisata Budaya di bandung.

Berdasarkan data dari kelurahan Jelekong, 50 persen warganya bekerja sebagai pelukis, sisanya PNS, buruh, pedagang, Petani dan lain-lain.

Pelukis di Jelekong tersebar di RW 1 sampai RW 5 dan RW 9. Jumlah sekitar 800 orang.

Menjadikan kegiatan melukis sebagai mata pencaharian.

Tradisi melukis dikampung ini diawali oleh Odin Rohidin pada tahun 1969.

Wawancara kepada salah satu anak dari bapak odin Rohidin.

Bapak Odin yang mulai melukis dengan cara belajar kepada soudaranya di Jakarta.

Bapak Odin meninggal pada usia 74 tahun 2013 lalu.

Pada tahun 1977 bapak Odin pulang dari perantauan dan mulai mulai menyebarkan ilmu lukisnya.

Awalnya pak Odin hanya mengerjakan lukisan yang di pesan oleh kolektor.

Hingga kini, masyarakat di daerah ini mampu menghasilkan banyak lukisan setiap harinya yang kemudian akan di jual.

Baik di daerah tersebut maupun ke daerah-daerah lain bahkan sampai keluar negeri.

Sehingga menjadikan kegiatan melukis ini sebagai matapencaharian pokok.

Story board



Gambar III.8 *storyboard*
Sumber : dokumentasi pribadi

III.2.2 Format Layout

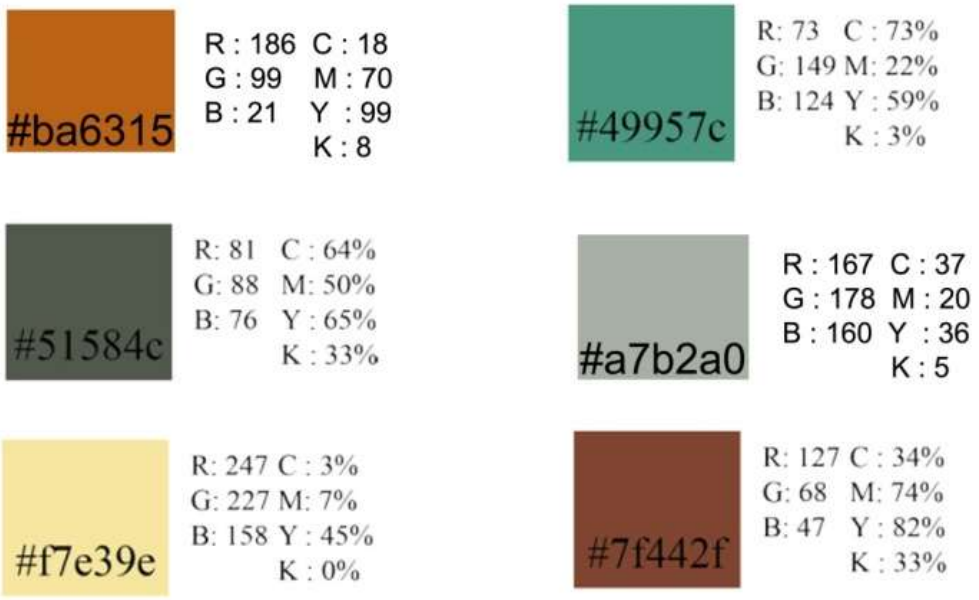
Format desain yang ada pada video disebut dengan aspek rasio. Aspek rasio yaitu perbandingan ukuran lebar dan tinggi pada suatu frame. Untuk video ini aspek ratio yang digunakan 16:9 untuk memberikan hasil sinematik. Mengingat visual yang ditampilkan lebih cendrung banyak landscape fotografi maka pada format video yang ditampilkan akan menggunakan *wide screen*, sehingga masyarakat nyaman menonton media utama berupa video ini oleh sebab itu di pilihnya ratio 16:9 di dalam ukuran media utama film dokumenter ini, agar dapat disesuaikan dengan keinginan yang memutar film Dokumenter Lukisan jelekong ini agar sangat mudah tersampaikan informasi dengan baik kepada target audien.

III.2.3 Musik (*Backsound*)

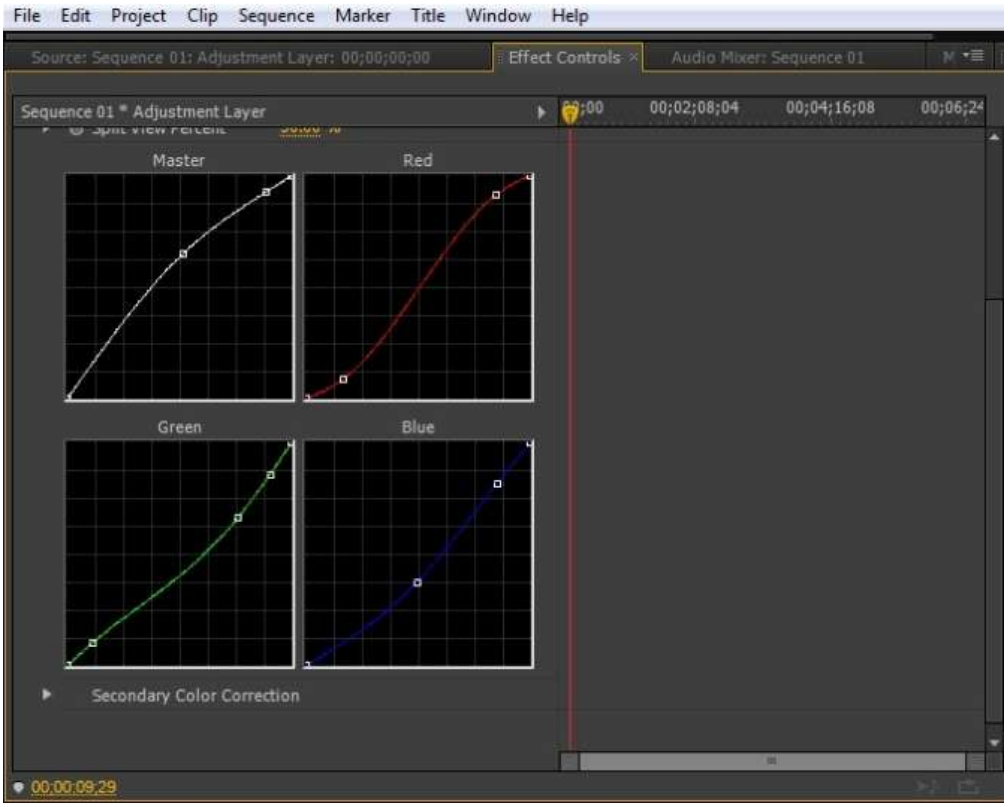
Musik atau backsound yang dipakai dalam video ini adalah *Audio bensound-happiness* musik backsound happines yang dipadukan dengan penjelasan narrator tentang video ini, pemilihan musik ini untuk memberikan kesan ketenangan dan keindahan bagi pendengarnya, karena fungsi musik disini untuk mempertegas suasana agar lebih kuat.

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. Warna yang diambil dalam video dan media pendukung ini adalah natural dan menyesuaikan cahaya yang ada, karena akan terbatas oleh dua warna sinar matahari dan sinar lampu. Warna yang dipilih untuk media cetak adalah warna-warnadasar dan pastel. Warna pastel dan dasar untuk media cetak adalah aman dalam arti tidak menyilaukan, tidak membuat mata lelah.



Gambar III.9 warna
Sumber : dokumentasi pribadi



Gambar III.8 warna video
Sumber : dokumentasi pribadi

III.2.5 Typografi

Untuk menjelaskan sebagian komposisi dari video ini akan menggunakan Tipografi yang mengandung keterbacaan, nyaman dari segi proposi, spasi, ukuran dan juga penempatannya. jenis tipografi pada video ini adalah arial black dan arial medium untuk pemberian nama pada film dan untuk poster dan media pendukung menggunakan font dk_saffron_walden dan font hoghfis. Dan pada penerpannya akan disesuaikan dengan penepatanya. Huruf ini dipilih karena sesuai dengan mereka yang sering menonton video di youtube sehingga tidak membuat mata lelah dan mudah dibaca :

ARIAL BLACK

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . ? ! ( )

Gambar III.9 arial black
Sumber : dokumentasi pribadi

ARIAL MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . ? ! ( )

Gambar III.10 arial medium
Sumber : dokumentasi pribadi

DK Saffron Walden BLACK

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . ? ! ( )

Gambar III.11 dk saffron walden black
Sumber : dokumentasi pribadi

ARIAL MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . ? ! ( )

Gambar III.12 arial medium
Sumber : dokumentasi pribadi

III.2.6 Ilustrasi

Dalam melakukan kegiatan promosi diperlukan suatu media ilustrasi yang menarik untuk memperjelas dan mempertegas juga sekaligus sebagai daya tarik visual. Ilustrasi yang dipakai dalam film dokumenter ini memperlihatkan kegiatan melukis yang ada di salah satu galery jalan Giriharja. Ilustrasi pada media cetak berupa ilustrasi dari Fotografi yang diolah melalui media komputer dengan software Adobe Photoshop, Adobe Illustator dan keseluruhan dari ilustrasi tersebut dikombinasikan jadi satu sehingga dapat tercipta ilustrasi yang menarik.