BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat kerangka dasar untuk membantu pembuatan karya media informasi untuk memudahkan masyarakat terkait penjelasan dan pemahaman tentang bagaimana cara menangani perilaku menyimpang pada anjing peliharaan. Untuk itu, penulis membuat solusi dengan merancang media informasi yang didalamnya terdapat informasi tentang klasifikasi perilaku anjing, faktor penyebab perubahan perilaku pada anjing, penanganan dan pencegahan.

Informasi dikomunikasikan melalui gambar yang bergerak, dengan demikian diharapkan informasi mengenai cara menangani perilaku menyimpang pada anjing peliharaan dapat mudah dipahami secara utuh, tentang penyebab dan penanganan perilaku menyimpang pada anjing peliharaan.

III. 1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam perancangan informasi ini adalah memberikan informasi berdasarkan fakta dan data yang diperoleh dari ahli, buku, dan narasumber mengenai perilaku menyimpang pada anjing peliharaan, serta menginformasikan faktor penyebab, bahaya, dan penanganan terkait perilaku menyimpang pada anjing peliharaan secara menyeluruh dengan media yang *modern*, komunikatif, informatif, dan efektif.

III. 1.2. Pendekatan Komunikasi

Berdasarkan hasil analisa dari seputar permasalahan perilaku menyimpang pada anjing peliharaan, agar memudahkan khalayak untuk memahami isi informasi yang dimaksud, maka perancangan media informasi ini akan dilakukan pendekatan komunikasi secara verbal dan visual.

1. Pendekatan Verbal

Berdasarkan analisa permasalahan terkait perilaku menyimpang pada anjing peliharaan, khalayak sasaran sebagai penerima informasi ini adalah dewasa awal.

Perancangan media informasi ini menggunakan pendekatan komunikasi yang bersifat informatif, yaitu menyampaikan suatu objek terhadap khalayak sasaran. Media informasi ini menggunakan Bahasa Indonesia yang digunakan sehari-hari dan tidak terlalu baku. Menggunakan pendekatan komunikasi dengan gaya bahasa yang sederhana, ringkas, jelas, sehingga informasi dapat dengan mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

2. Pendekatan Visual

Pendekatan visual pada perancangan media informasi ini menyajikan sejarah anjing, perilaku, perilaku yang menyimpang, faktor penyebab perubahan perilaku anjing menjadi menyimpang, hingga penanganan pada perilaku menyimpang pada anjing peliharaan.

III. 1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dalam video *motion graphic* ini adalah:

- Penjelasan singkat sejarah anjing.
- Klasifikasi perilaku menyimpang pada anjing.
- Faktor penyebab.
- Resiko atau bahaya yang ditimbulkan.
- Pencegahan dan penanganan.

III.1.4 Gaya Bahasa

Dalam perancangan media informasi ini gaya bahasa disesuaikan dengan tujuan dan target khalayak, yaitu menggunakan gaya bahasa tidak formal yang diharapkan memudahkan target khalayak mendapat informasi dengan jelas, memahami, dan menerapkan apa yang disampaikan dalam media informasi tersebut.

III.1.5 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan target utama yang dituju untuk informasi yang diberikan. Informasi ini bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat agar memahami isi informasi yang diberikan, sehingga masyarakat mengetahui langkah-langkah penanganan dan ciri- ciri perilaku menyimpang pada anjing peliharaan. Sasaran yang dituju adalah masyarakat yang memiliki anjing peliharaan. Berikut

adalah penjabaran dari khalayak sasaran berdasarkan dari segi demografis, psikogafis, geografis dan status sosial.

- Demografis
  a. Jenis kelamin pria dan wanita.
  b. Pria dan wanita dewasa awal dengan rentang usia antara 21 sampai 30 tahun.
  c. Status sosial khalayak sasaran media informasi ini adalah golongan menengah keatas, menjalani kegiatan di daerah perkotaan yang diimbangi kemajuan teknologi yang sangat dekat dengan *gadget*.
- Psikografis

  Pria dan wanita produktif pada usia dewasa awal yang kesehariannya bekerja, mengurus rumah tangga, penghasilannya cukup, berkumpul/bersosialisasi di lingkungan rumah, kampus, kantor, dan tempat umum lainnya. Pada umumnya pria dan wanita dewasa yang bertanggung jawab atas peliharaan yang berada di lingkungan keluarga, walaupun pemilik anjing peliharaan adalah anggota keluarga yang paling muda.
- Geografis

  Secara geografis ditujukan untuk daerah perkotaan khususnya kota Bandung.

III.1.5.1 *Consumer Insight*

Target sasaram media informasi tentang penanganan perilaku menyimpang pada anjing adalah khalayak pria dan wanita produktif, yang memiliki kesibukan seperti kuliah dan bekerja, menurut Erik Homburger Erikson, kategori dewasa awal berkisar umur 21 – 30 tahun. Khalayak pada umur produktif tidak menutup kemungkinan untuk memiliki peliharaan anjing, dan tidak sedikit khalayak yang bermasalah dengan perilaku anjing peliharaannya karena kesibukannya kuliah atau bekerja. Dengan demikian diharapkan target sasaran informasi lebih memahami bagaimana cara menangani perilaku menyimpang pada anjing peliharaannya dan dapat memberi informasi terhadap lingkungan sosial khususnya para pecinta anjing, baik yang memiliki masalah dengan anjing peliharaannya maupun tidak.

Berikut *insight* dari target audien:

Ardan, belum menikah, 25 tahun, kuliah di ISBI (Institut Seni Budaya Indonesia) bekerja paruh waktu sebagai guru theater di SMAN 1 Bandung. Bertempat tinggal di Cimahi.

Expectation: Menyukai sesuatu yang baru terutama mengenai sejarah, keunikan, dan berpergian untuk mengetahui suatu budaya tertentu.

Insight: Menyukai sesuatu yang menarik, unik, yang memiliki makna atau filosofi.

III.1.5.2 *Consumer Journey*

Tabel III.1 *Consumer Journey*

WAKTU	AKTIVITAS KONSUMEN	TEMPAT	*Point Of Contact*
Pagi 06.30 – 08.00 WIB	Bangun tidur - Mandi – Berpakaian – Minum kopi – Main *gadget* – Ke kampus – Tiba dikampus.	Kamar – Kamar mandi – Kamar – Jalan – Parkiran kampus – Kelas.	Peralatan mandi, Gelas, *Handphone*, Motor.
Siang 10.00 – 13.00 WIB	Keluar kelas – Makan – Bermain biola – Main *gadget* – Berbincang – bincang dengan teman – Pergi mengajar.	Kampus – Kantin – Teras Kampus – Parkiran kampus – Jalan.	Peralatan makan, Biola, *Handphone*, Motor.
Sore 14.00 – 18.00 WIB	Tiba di balai kota – Mengajar *theater* – Main *gadget* – Bersiap pergi ke UNISBA.	Parkiran Balai kota- Balai kota – Parkiran balai kota.	Peralatan mengajar, *Handphone*, Motor.
Malam 18.00 – 20.00 WIB 20.00 – 23.00 WIB	Tiba di kampus UNISBA –Makan – Berbincang dengan komunitas *Theater* UNISBA – Main	Parkiran UNISBA – Tempat makan – UKM *theater* – Parkiran UNISBA – Jalan – Rumah	Peralatan makan, *Handphone*, Motor, Gelas, Anjing,

	gadget – Bersiap Pergi – Tiba dirumah teman – Berbincang- bincang –Pulang – Tiba Dirumah – Memberi makan anjing- Minum kopi – Main *gadget* – Tidur	teman – Jalan – Teras rumah – Kamar	*Handphone*, Tempat tidur.

III.1.6 Strategi Komunikasi

Strategi dubutuhkan agar informasi yang diberikan dapat berhasil tersampaikan pada tujuan dan sasaran yang tepat, dengan harapan dapat memberikan pengaruh positif yang mengarah pada informasi yang diberikan. Perancangan media informasi ini diharapkan dapat menggambarkan faktor penyebab terjadinya perubahan perilaku menyimpang pada anjing peliharaan, bahaya yang ditimbulkan, serta cara penanganan yang dapat dilakukan untuk mencegah perubahan perilaku menyimpang pada anjing peliharaan sejak dini. Dengan adanya media informasi, diharapkan masyarakat dapat lebih jelas dan mudah memahami isi informasi yang dimaksud.

III.1.7 *Mandatory*

Pada perancangan media informasi penanganan perilaku menyimpang pada anjing ini, PERKIN (Perkumpulan Kinologi Indonesia) adalah satu- satunya organisasi yang berwenang mengeluarkan surat silsilah anjing trah Indonesia, dan menetapkan standar anjing trah Indonesia. Dengan adanya media informasi mengenai penanganan perilaku menyimpang pada anjing, diharapkan dapat menjadi solusi bagi anggota PERKIN, maupun lainnya yang memiliki masalah dengan perilaku menyimpang pada anjing, sehingga diharapkan dapat mengurangi akibat berbahaya bagi masyarakat yang memiliki anjing peliharaan, khususnya masyarakat yang memiliki masalah dengan perilaku menyimpang pada anjing peliharaannya di kota Bandung.

III.1.8 Strategi Kreatif

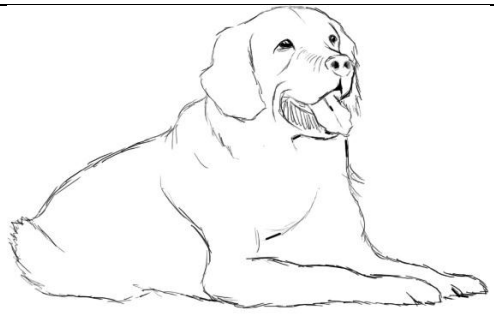
Strategi kreatif dalam perancangan media informasi mengenai perilaku menyimpang pada anjing peliharaan menggunakan ilustrasi yang dibuat bergerak, sehingga lebih menarik dan memudahkan bagi khalayak sasaran dalam memahami isi dari informasi yang dimaksud.

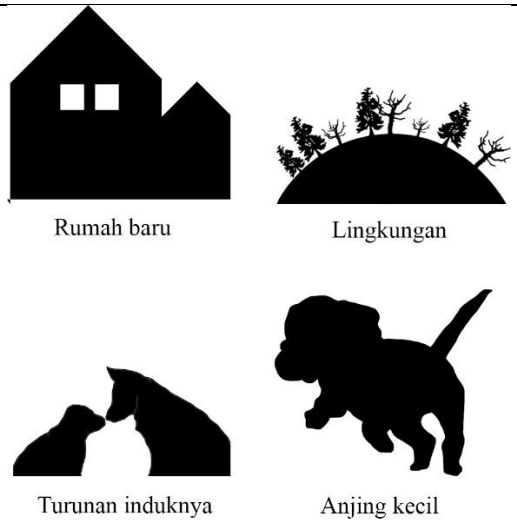
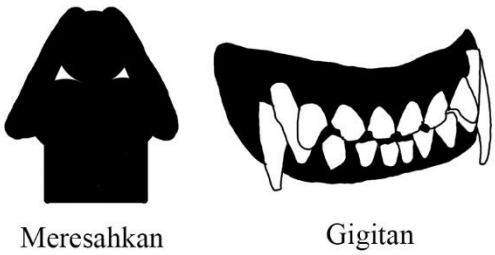
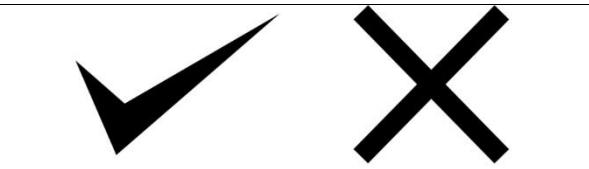
III. 1.8.1 *Headline* dan *Tagline*

Konsep kreatif dalam pembuatan *Tagline* didasari dari hasil penelitian sebelumnya bahwa pengetahuan masyarakat mengenai perilaku menyimpang pada anjing peliharaannya masih sangat mendasar, bahkan ada yang tidak menghiraukan perilaku menyimpang pada anjing peliharaannya. Dalam upaya menangani masalah ini maka *Headline* dari informasi ini adalah *"SAVE DOG BEHAVIOR".* Pemilihan kata tersebut bermaksud untuk menekankan, bahwa sangat penting memperhatikan dan menuntun perilaku anjing peliharaan sejak dini sebelum terlambat dan merugikan bahkan membahayakan orang lain. Kalimat *Tagline* yang cukup mewakili informasi ini adalah "Cegah Perilaku Menyimpang Pada Anjing", *tagline* tersebut bermaksud menyadarkan khalayak sasaran, apakan masyarakat sudah memperlakukan anjing peliharaannya dengan baik, dan diharapkan anjing peliharaannya akan terhindar dari perilaku menyimpang.

III.1.8.2 *Storyline*

Tabel III.2 *Storyline*

No	Visual	*Action*
1.		Menampilkan tentang sejarah anjing beserta perilakunya.

2.		Menampilkan faktor penyebab perubahan perilaku pada anjing.
3.		Menampilkan faktor akibat perilaku menyimpang pada anjing.
4.		Menampilkan penanganan dan pencegahan terhada perilaku menyimpang pada anjing.

III.1.9 Strategi Media

Dalam permasalahan yang dihadapi, dibutuhkan suatu media yang diharapkan dapat diterima, dipahami dengan baik, dan tepat sasaran. Strategi yang digunakan dalam perancangan media informasi ini terbagi menjadi dua jenis media yaitu media utama sebagai pusat perhatian dan media pendukung yang bertujuan sebagai pengingat.

III.1.9.1 Media Utama

Media utama dalam media informasi penanganan perilaku menyimpang pada anjing diharapkan menjadi perhatian utama dan menjadi alat ukur dalam kesuksesan proses penyampaian informasi pada masyarakat. Media utama pada proses

perancangan media informasi ini yaitu video *motion graphic* yang berisi informasi tentang sejarah anjing, perilaku yang menyimpang, faktor resiko, bahaya, penyebab, hingga penanganan dan pencegahan yang dapat dilakukan bagi pemilik anjing pemula khususnya.

Informasi membutuhkan penyampaian pesan yang jelas, mudah dipahami dengan bentuk yang sederhana. Video *motion graphic* diharapkan mampu merepresentasikan informasi, data, dan pengetahuan yang akan disampaikan yaitu tentang penanganan perilaku menyimpang pada anjing peliharaan khususnya untuk para pemilik anjing pemula.

III.1.9.2 Media Pendukung

Media pendukung adalah media pelengkap yang berguna untuk mendukung terhadap tujuan dari media utama dan sebagai pengingat terhadap informasi yang disampaikan. Adapun media pendukung yang digunakan yaitu:

1. **Informasi dalam bentuk cetak**

- *Poster*

Poster merupakan media informasi yang dapat dijumpai di taman- taman kota yang dapat dilihat pada papan informasi maupun dinding. Poster akan menunjang informasi terhadap khalayak sasaran dan memperluas jangkauan informasi.

- Brosur

Media ini digunakan sebagai pengaplikasian informasi tentang penanganan perilaku menyimpang pada anjing yang bersifat lebih praktis dan sebagai penghubung pada media utama.

- *Banner*

Media ini digunakan sebagai penghubung pada media utama yang ditempatkan pada seluruh *petshop* kota Bandung, yang nantinya akan menuntun khalayak sasaran pada media utama.

2. Informasi dalam bentuk media sosial

- *Facebook*

Facebook merupakan media yang masih sering digunakan hingga saat ini, bahkan hampir semua orang memiliki akun *Facebook*, dengan demikian informasi dapat diakses oleh pengguna *Facebook* dan tersebar luas.

- *Instagram*

Instagram adalah jenis media sosial yang sangat diminati saat ini, dikhususkan untuk berbagi gambar dan video dalam durasi pendek sehingga video *motion graphic* dapat disebarkan melalui *Instagram* dan tersebar bagi pengguna.

- *Youtube*

Youtube merupakan jejaring sosial yang paling efektif menyebarkan informasi, selain dikhususkan untuk video dengan durasi yang panjang, *youtube* dapat menyebarluaskan informasi kepada khalayak sasaran dengan kemudahan cara mengakses.

3. Media pendukung sebagai pengingat

1. Pin
2. Gelas
3. *Tote bag*
4. *Sticker*
5. *T- shirt*
6. Gantungan kunci
7. Bantal

Merchandise berguna sebagai pengingat informasi kepada khalayak sasaran khususnya, mengenai penanganan perilaku menyimpang pada anjing.

III.1.10 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Stratergi distribusi melalui kerjasama dengan PERKIN Jawa Barat. Media utama akan disebar di *youtube* pada tanggal 4 oktober khususnya yang diperingati sebagai hari binatang sedunia. *Flyer digital* media sosial seperti di *facebook* dan *instagram* akan disebar seminggu sebelum tanggal 4 oktober. Media sosial saat ini sangat sering dan mudah diakses oleh masyarakat menggunakan *gadget.*

Media cetak dan media pendukung sebagai pengingat disebar bersamaan di petshop dan taman- taman kota pada saat *car free day* dan seminggu sebelum hari binatang sedunia yang berguna sebagai pengingat, bahkan sebagai penggerak untuk melakukan kegiatan mengenai dunia binatang khususnya anjing.

Tabel III.3 Waktu Penyebaran

Media	September				Oktober				November			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Brosur												
Poster												
Media Sosial												
Merchandise												
Video												

III.2 Konsep Desain

Konsep desain pada proses perancangan media informasi mengenai penanganan perilaku menyimpang pada anjing ini dimulai dari penelitian yang menghasilkan konsep desain yang tepat, sehingga dapat diterima dengan jelas, mudah dimengerti, dan dipahami oleh khalayak sasaran. Perancangan media informasi ini di representasikan dalam animasi *motion graphic* dengan menggunakan penyederhanaan bentuk berupa vektor.

Vektor adalah penggabungan titik ke titik hingga menjadi sebuah objek dan garis, dengan menggunakan vektor yang bergerak dapat memperjelas isi dari informasi, mulai dari sejarah anjing, permasalahan, bahaya, hingga pencegahan dan penanganan yang diberikan kepada khalayak sasaran. Menurut Michael Lonka (Dikutip Prabawa pada academia.edu 2016) Motion graphic adalah teknik untuk menggerakan *still image*, sehingga objek terlihat tidak membosankan, namun terlihat dinamis dan menarik. Ada beberapa cara yang perlu diperhatikan dalam metode motion graphic, diantaranya:

1. *Timming*

   Penggunaan *timming* dapat membuat perbedaan besar dalam menciptakan suatu atmosfir yang tepat. Contohnya bila ada retakan pada visual sebaiknnya

ditunjukan satu persatu dari atas hingga kebawah, sehingga terlihat retakan tersebut sedang benar- benar terjadi.

2. Pergerakan

Penggunaan pergerakan sangat diperlukan untuk membuat suatu animasi terlihat lebih nyata. Contohnya bila terdapat objek berjalan, maka background bergerak ke arah berlawanan.

3. Atraksi

Perhatian penonton harus dialihkan ke arah yang tepat, contohnya bila ada tulisan yang ingin diperlihatkan dalam sebuah animasi, tulisan tersebut sebaiknya diberi efek pergerakan yang dinamis, atau dibuat kelap- kelip.

III.2.1 Format Desain

Format desain dalam perancangan video *motion graphic* ini menggunakan tampilan *landscape*, agar video *motion graphic* ini nyaman dilihat. Berikut adalah spesifikasi

Duration: 2:42
Format audio: mp3
Format video: mp4
Channel: RGB
Frame rate: 29,97
Frame size: 1280 x 720
*Pixel aspect ratio:*16:9
Preset:HDTP 720p

III.2.2 Tata Letak

Penyusunan tata letak dalam layout ini antara lain urutan, penekanan, konsistensi, dan pola simetris dengan keseimbangan *layout.* Urutan menjadi tuntunan bagi pembaca, penekanan menunjukan objek penting. Tata letak yang digunakan dalam perancangan media informasi ini bersifat sederhana tidak terlalu ramai dengan memunculkan objek yang berkaitan dengan informasi yang akan disampaikan. Proses munculnya objek ditampilkan satu persatu dari kanan kekiri, atas kebawah, dan posisi tengah, diikuti typografi yang semuanya menuju posisi tengah, dengan

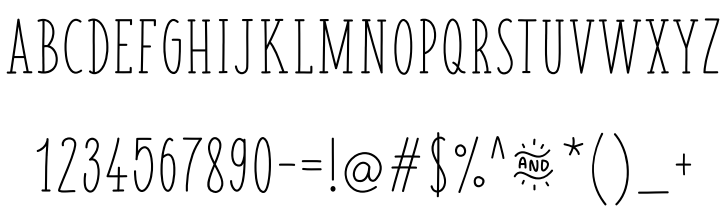
demikian tampilan lebih presisi dan seimbang, dengan harapan dapat lebih mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

III.2.3 Huruf/ Tipografi

Menurut Kusrianto (2006) tipografi adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara sebagai sarana komunikasi dan informasi, dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non- cetak. Dengan demikian huruf/ tipografi memiliki peranan penting dalam penyampaian suatu informasi. Pemilihan huruf/ tipografi yang tepat agar mudah dibaca, dengan memperhatikan kenyamanan dalam membaca. Jenis huruf yang digunakan adalah

- *FISH & CHIPS*

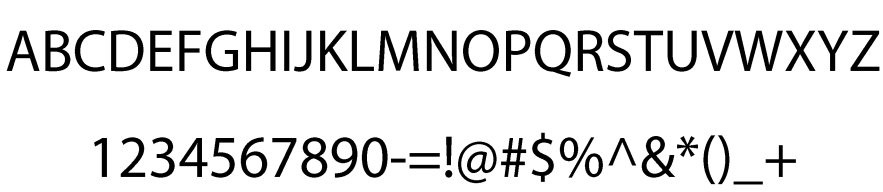
Huruf ini mengandung skybird yang menggambarkan kebebasan, tidak terlalu formal, tidak terlalu rumit, huruf yang mudah dikenal.



Gambar III. 1 *Font* 1
Sumber: Pribadi

- *MYRIAD PRO*

Huruf ini digunakan dalam logo dan media pendukung yang memiliki kesan kuat, tidak terlalu formal, dan memiliki tingkat keterbacaan tinggi.

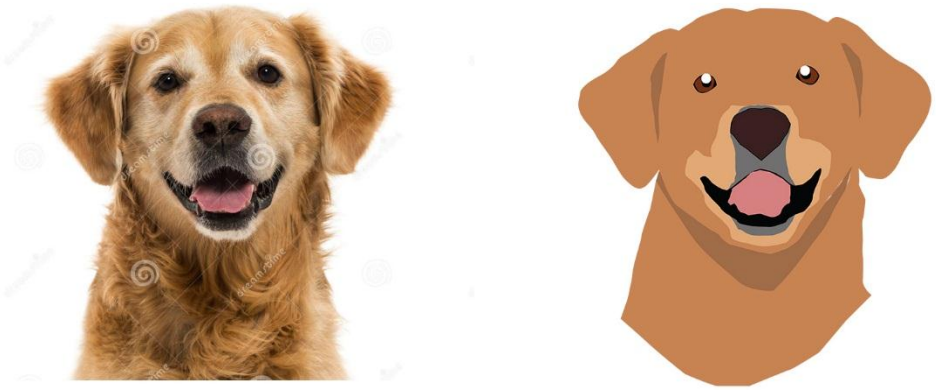


Gambar III. 2 *Font* 2
Sumber: Pribadi

III.2.4 Ilustrasi

Kusrianto (seperti dikutip Arif, 2013) Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dengan demikian ilustrasi bertujuan untuk menggambarkan pesan secara lebih jelas dan mudah dimengerti.

Ilustrasi yang digunakan dalam media informasi penanganan perilaku menyimpang pada anjing ini yaitu vektor yang sederhana, dengan harapan pesan atau informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti dan dipahami oleh khalayak sasaran.



A B

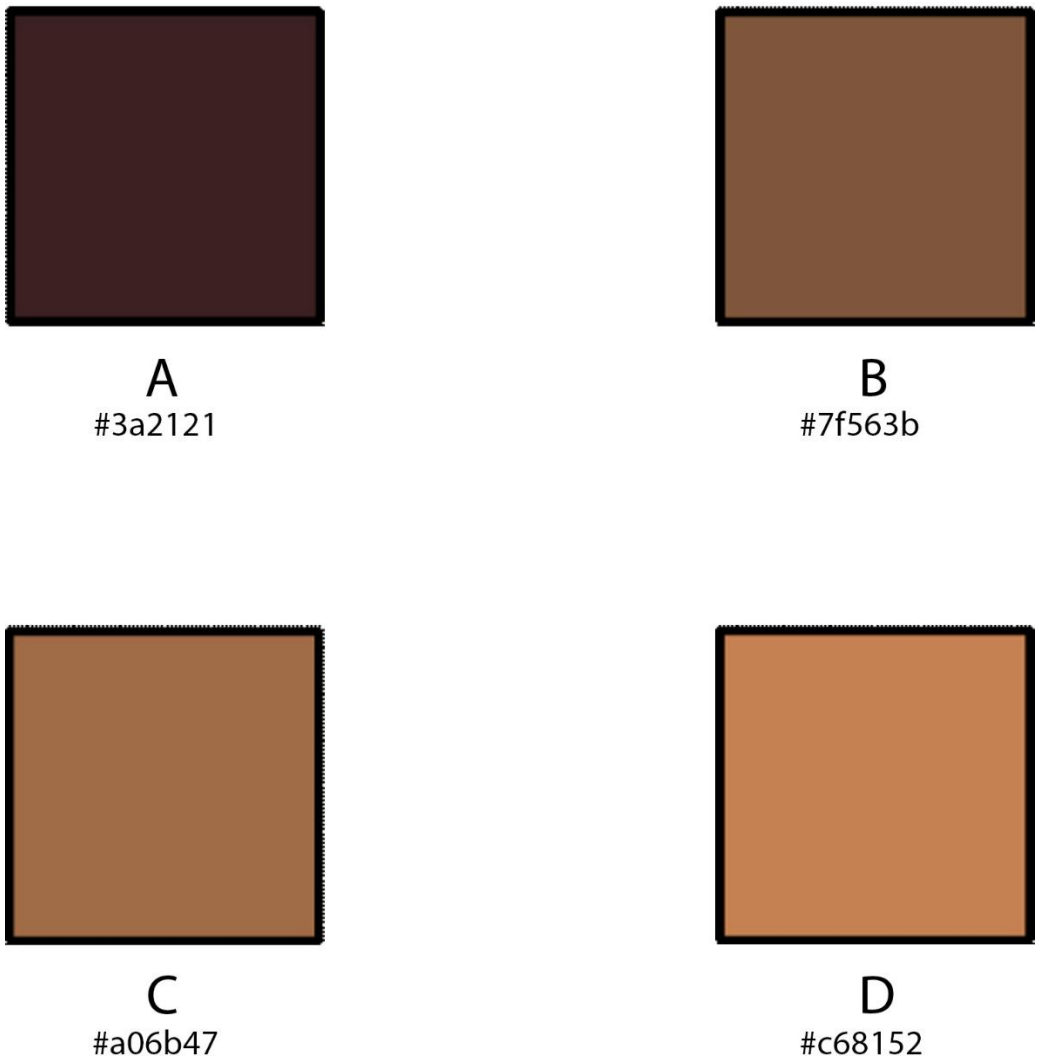
Gambar III.3 *Golden Retriever*

Sumber: (A) http://beritabenar.com/tag/golden-retriever/ (2016) (B) Dokumen Pribadi

III.2.5 Warna

J. Linschoten (Seperti dikutip Yosafat, 2015) Warna menurut psikologis , Warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa warna bukan hanya dapat diamati saja, tetapi memiliki dampak lebih yang ditimbulkan dan berperan penting untuk mempengaruhi pola pikir manusia hingga dapat mempengaruhi perilaku manusia.



Gambar III. 4 Warna

Sumber: Dokumen Pribadi