BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Dalam suatu perancangan diperlukan strategi yaitu rencana yang dapat mendukung dan memenuhi tujuan dari perancangan tersebut. Hampir semua masyarakat Indonesia mengetahui Monumen Nasional, namun karena sumber informasi berupa media digital berupa video belum banyak. Maka dibuatlah perancangan media video infromasi yang berisi informasi tentang Monumen nasional, mulai dari sejarah singkat, tujuan pembangunan dan makna yang terdapat pada Monumen Nasional.

Adapun *target audience* yang dipilih adalah sebagai berikut :

- Geografis
  Wilayah penyebaran ditujukan untuk remaja khususnya yang tinggal diperkotaan seluruh Indonesia diluar Jabodetabek.
- Demografis
  Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
  Usia : 13 tahun – 21 tahun
  Status Sosial : Menengah
  Pendidikan : SMP, SMA, Mahasiswa atau sederajat.
- Psikografis
  Seseorang yang cerdas, ingin mengetahui banyak hal, dan cenderung menyukai dunia digital, dan tertarik dengan hal yang berhubungan dengan sejarah.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuannya adalah untuk memberikan informasi agar masyarakat dapat mengetahui apa saja yang terdapat pada Monumen Nasional, seperti sejarah singkat, maksud dan tujuan didirikan Monumen Nasional serta bagian dan fasilitas yang ada di Monumen Nasional. Dan mencapai informasi yang valid dan terpercaya.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Proses penyampaian informasi yang dibuat penulis dalam video informasi ini adalah melalui pendekatan visual dan pendekatan verbal yang disesuaikan dengan target audien. Yaitu dengan menggunakan bahasa yang tidak terlalu kaku dan visual yang simple dengan tambahan motion yang menarik audien.

III.1.2.1 Pendekatan Visual

Agar informasi dapat tersampaikan dengan baik, maka dibutuhkan sinematografi dan warna (*color grading*) yang dapat menarik audien. Dalam sinematografi menampilkan video *timelapse* dan *hyperlapse* yang sedang disukai banyak remaja. Dalam warna (*color grading*) dibuat menjadi lembut (*soft*) seperti banyak video yang beredar sekarang.

III.1.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan komunikasi verbal dalam strategi perancangan ini menggunakan penyampaian komunikasi lisan dengan menggunakan bahasa Indonesia yang tidak terlalu baku dan sedikit santai agar audien tidak terlalu cepat bosan menonton dan mendengar.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang ingin diinformasikan berisi tentang :

- Sejarah singkat Monumen Nasional
- Apa saja yang terdapat pada Monumen Nasional
- Fasilitas apa saja yang terdapat di Monumen Nasional.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa dalam video perancangan media informasi Monumen Nasional tidak terlalu formal. Dengan pengambilan video seperti *timelapse* dan *hyperlapse* dan beberapa *scene* yang pergerakan kamera terlihat miring. Sehingga audien bisa menyimak pesan dalam video dengan santai.

III.1.5 Strategi Kreatif

Untuk menampilkan video yang kreatif, maka dalam video ditambahkan *motion* dan *effect* yang menyesuaikan dengan *voice over* untuk membantu menjelaskan informasi yang akan disampaikan. Selain itu, tambahan *motion* juga dapat membuat video tidak terlalu terlihat formal.

III.1.6 Strategi Media

Dalam perancangan media informasi Monumen Nasional ini, media merupakan sarana yang sangat berpengaruh terhadap penyebaran informasi. Karena media sebagai alat komunikasi dan perantara untuk menyampaikan pesan kepada target audien. Media yang digunakan antara lain :

- Media Utama

  Video Informasi

  Media ini dipilih karena mencakup aspek indera pendengaran (*audio*) dan indera pengelihatan (*visual*) sehingga target audien dapat lebih mudah memahami dan menangkap informasi yang diberikan.
- Media Pendukung

  Merupakan suatu media tambahan yang dibuat untuk membantu media utama dalam memberikan informasi diantaranya :

  a. *Brosur*
  b. *Tshirt*
  c. *Tote bag*
  d. *JakCard*
  e. *Sticker*

III.1.7 Strategi Distribusi

Penyebaran media utama akan dilakukan melalui *youtube* dan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *path* yang saat ini ramai digunakan oleh target audien. *Youtube* sebagai media publikasi video cukup efektif karena kebanyakan orang hampir setiap hari membuka youtube.

Selain media sosial sebagai perantara untuk membagi (*share link*) video Monumen Nasional yang sudah di *upload* di *youtube*. Media pendukung seperti

sticker dan brosur juga digunakan sebagai media penyebaran dari media utama dengan mencantumkan *link youtube* di dalamnya.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Desain

Format video menggunakan format *widescreen*, selayaknya pandangan mata yang horizontal, sehingga akan mendapat kenyamanan dan fokus saat menonton. Spesifikasi format video adalah sebagai berikut:

- Media Utama

  Menggunakan perangkat lunak (*software*) *adobe premiere*, dan *adobe after effect.*

  a. *Video for windows*

     Frame size : 1920 x 1080px
     Frame rate : 25 *fps*
     Colour depth : 24 *bit*
     Format video : H.264
     Duration : 3 menit 2 detik
     Data rate : 10.12 *Mbit/s*

  b. *Audio setting*

     Channel : *Stereo*
     Sample rate : 126 *kbps*
     Format Audio ; *mp3*
     Quality : *100%*

- Media Pendukung

  Media pendukung dibuat dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) adobe *illustrator* yang dibuat untuk mendukung media video sebagai media utama, yaitu :

  a. Brosur
  b. Tshirt
  c. Tote bag
  d. JakCard

e. Sticker

III.2.2 *Layout*

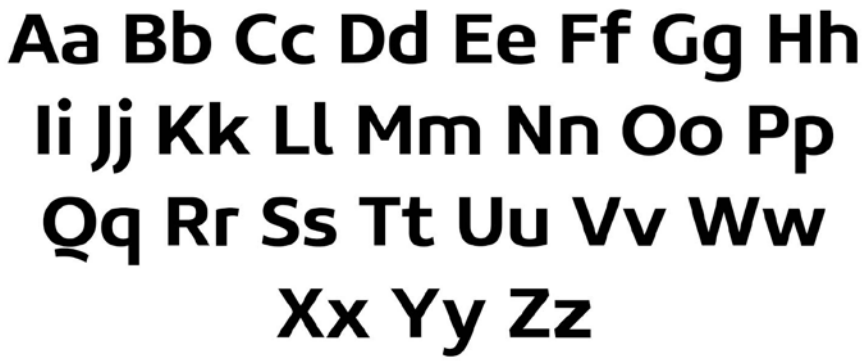
Layout adalah mengorganisasikan ruang, bukan sekedar menata letak material – material suatu halaman media, menurut Rustan (2008). Ruang – ruang tersebut mempunyai sifat yang berbeda dari jenis media yang berbeda.

III.2.3 Tipografi

Huruf yang digunanan dalam perancangan ini adalah *sans serif* yaitu *Lightweight Serif* dan *Concord Medium.* Karena jenis huruf tersebut mudah dibaca dan memberi kesan tidak kaku. Sesuai dengan khalayak sasaran.



Gambar III.1 Huruf *Lightweight Serif*
Sumber pribadi



Gambar III.2 Huruf *Concord Medium*

Sumber pribadi

III.2.4 Warna

Warna dalam perancangan media utama ini menggunakan *setting* kamera *picture syle* PP7 pada kamera Sony a7s. Warna yang dihasilkan terlihat lembut dan terkesan *flat* agar memudahkan *color correction* saat proses editing. Dan pada media pendukung juga menggunakan warna yang lembut dan terkesan ceria. Karena sesuai dengan audien yang mayoritas anak remaja. Berikut contoh warna video yang ditampilkan sebelum proses editing:



Gambar III.3 Warna video
Sumber pribadi