BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran merupakan sasaran penerima pesan sebagai target utama informasi yang akan diberikan. Sebab informasi ini bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mengetahui isi informasi yang diberikan sehingga masyarakat dapat memahami langkah cara yang baik untuk menurunkan berat badan pasca melahirkan. Khalayak sasaran dalam perancangan ini yaitu :

A. Demografi

Jenis Kelamin : Wanita
Usia : 24 – 45 tahun
Ekonomi : Kelas menengah kebawah sampai kelas menengah atas
Profesi : Karyawati, wirausahawan dan ibu rumah tangga

B. Geografi

Wanita yang tinggal di Indonesia, dan bermukim di kota-kota besar ataupun kecil maupun kabupaten yang terdapat di berbagai daerah seperti di Jawa Barat dan juga sekitarnya.

C. Psikografi

Wanita yang berumur dikisaran 24 tahun hingga mencapai 45 tahun. Seorang karyawati, wirausahawan, sampai ibu rumah tangga yang sibuk dengan kesehariannya, salah satunya yaitu wanita yang peduli akan kecantikan didirinya dan ingin merubah postur tubuh setelah melahirkan dengan cara-cara yang baik atau sehat sehingga dapat menghasilkan postur tubuh yang ideal.

III.1.1 *Consumer Insight*

Nama: Erni Herawati

Wanita yang berusia 24 tahun, seorang ibu rumah tangga yang tinggal dan lahir dikota Cimahi merupakan seorang wanita telah melahirkan yang ingin berusaha

untuk menurunkan dan mengecilkan perut pasca melahirkan, tetapi belum mengetahui cara yang baik yaitu dengan melakukan senam yoga dan pilates dikarenakan jika melakukan senam tersebut tidak mampu dikarenakan harga yang relatif mahal. Wanita tersebut sering melakukan untuk menurunkan berat badan dan mengecilkan perut hanya dengan melakukan pekerjaan rumah.

***Expectation*:** Tertarik dengan berbagi hal yang baru atau unik, dan juga menyukai berbagi macam hal tentang cara menurunkan berat badan pasca melahirkan.

***Insight*:** Memiliki ketertarikan dengan hal yang mudah dan suatu hal yang cepat ditanggap.

III.1.2 *Consumer Journey*

Pertama hal yang dilakukan khalayak sasaran ketika bangun tidur siap melakukan aktifitas seperti biasa, dan untuk kalangan wanita telah melahirkan yang hanya diam dirumah, mandi, sarapan, berpakain, dandan dan melakukan pekerjaan rumah. Pada saat siang harinya khalayak sasaran memberi makan dan mengurus anak setelah selesai khalayak menonton TV untuk mencari informasi-informasi penting dan ketika malam hari khalayak sasaran waktunya bersantai-santai atau menonton TV lalu beristirahat untuk melakukan aktifitas seperti biasa dikeesokan harinya.

Tabel III.1 *Consumer Journey*

Waktu	Aktivitas Konsumen	Tempat	*Point of contact*
Pagi 05.30 - 8.00 WIB 08.00 - 09.00 WIB	Pagi Bangun pagi- mandi- sarapan- berpakaian- dandan- pergi kepasar dan melakukan pekerjaan rumah.	Kamar Tidur- Kamar Mandi- Pasar- Rumah	Handuk, timbangan, Sisir, jam, kalender
Siang 10.00 - 15.00 WIB	Siang Makan siang- memberi makan anak- mengurus anak-dan menonton TV	Rumah	Bantal, TV, piring, gelas, jam, mainan anak

Sore 15.00 - 18.00 WIB	Sore Nonton tv- memberi makan anak- mandi	Rumah- kamar mandi	TV, piring, handuk, sisir
Malam 18.00 - 20.00 WIB 20.00 - 23.00 WIB 23.00 – 24.00 WIB	Malam Nonton TV Nonton TV makan malam Tidur	Ruang tv- rumah Ruang tv Kamar	Bantal, piring, jam, gelas, kasur, guling

Berdasarkan analisa ini yaitu *consumer journey* dibutuhkan agar penempatan aplikasi media tepat sasaran yang meliputi media utama dan media pendukung lainnya. Dengan cara ini dapat dengan mudah melihat *point of cantact* konsumen yang nantinya akan diaplikasikan media yang akan dirancang.

III.2 Strategi Perancangan

Pada strategi perancangan ini berisi kerangka dasar untuk membantu dalam pembuatan karya. Strategi ini mengangkat permasalahan tentang perancangan informasi perubahan bentuk tubuh pada wanita pasca melahirkan, sebagai media informasi yang akan dikomunikasikan kepada wanita pasca melahirkan mengenai treatment untuk mengembalikan berat badan dan cara diet yang sehat untuk wanita pasca melahirkan. Menurut Anton Meliono, (1990 : 331) informasi adalah kumpulan dari beberapa data yang telah diolah sehingga dapat disajikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat.

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

Pada informasi ini ada sebuah penjelasan mengenai bagaimana *treatment* untuk mengembalikan berat badan dan cara diet yang sehat untuk wanita pasca melahirkan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang terdapat didalam perancangan tentang perubahan berat badan pada wanita pasca melahirkan adalah untuk memberitahu cara yang baik dalam menurunkan berat badan pasca melahirkan, karena banyaknya wanita yang telah melahirkan belum memahami cara yang baik untuk menurunkan berat badan khususnya bagi wanita yang masih memberi ASI.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Strategi komunikasi yaitu konsep yang dirancang dan ditata untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Berdasarkan hasil analisa dari permasalahan seputar perubahan berat badan pada wanita pasca melahirkan 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:

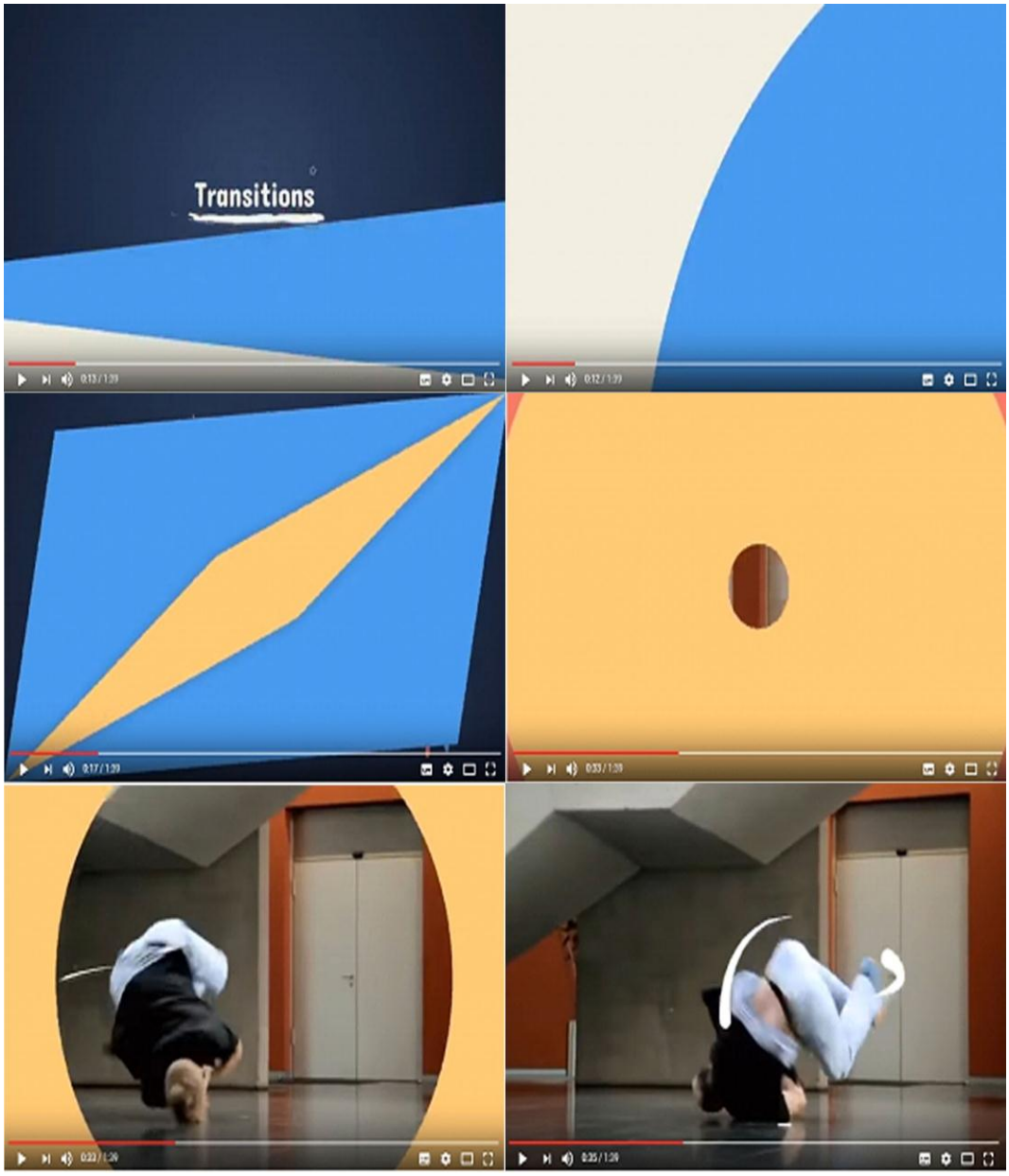
A. Pendekatan Verbal

Berdasarkan dari hasil analisa permasalahan seputar perubahan berat badan pada wanita pasca melahirkan analisa target khalayak yang dituju sebagai penerima informasi ini adalah wanita setelah melahirkan. Dalam perancangan informasi ini akan dilakukan pendekatan komunikasi yang bersifat informatif yaitu menyampaikan rancangan komunikasi yang bersifat menginformasikan suatu objek terhadap wanita. Bahasa Indonesia digunakan sebab, target yang dituju adalah masyarakat Indonesia. Sehingga bahasa yang disampaikan dapat mudah dipahami dengan memaparkan suatu pembahasan mengenai proses, perubahan, serta cara diet sehat selama menyusui sehingga dapat menginformasikan mengenai cara *treatment* yang baik agar mendapatkan hasil yang baik.

B. Pendekatan Visual

Pendekatan visual dalam perancangan ini adalah salah satu cara menyampaikan dan mengkomunikasikan informasi yang ditampilkan dalam sebuah bentuk visual video dan teks lalu ditambah dengan efek suara, dengan tujuan agar target audiens

dapat memahami dan mengerti makna dari isi pesan yang disampaikan. Beberapa referensi sebagai berikut:



Gambar III.1 Referensi visual 1
Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=ibzsHVUfZLg (2016)

III.2.3 Materi Pesan

Materi pesan mengacu pada perancangan suatu informasi, yakni memberikan informasi kepada khalayak khusunya kalangan wanita pasca melahirkan mengenai hal-hal sebagai berikut:

- Memberikan informasi mengenai perubahan-perubahan pasca melahirkan
- Memberikan tutorial atau *treatment* untuk mengembalikan berat badan pasca melahirkan

III.2.4 Gaya Bahasa

Sifat pesan dan gaya bahasa yang digunakan adalah dengan sifat gaya bahasa yang formal karena informasi yang dirancang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada wanita yang telah melahirkan mengenai perubahan-perubahan pasca melahirkan, cara-cara menurunkan berat badan serta cara diet yang sehat selama ibu menyusui. Diharapkan dengan penggunaan bahasa formal tersebut pesan yang ingin disampaikan kepada wanita yang menonton video dapat dengan mudah dipahami oleh wanita dari berbagai kalangan.

III.2.5 *Mandatory*

Pada perancangan informasi mengenai tutorial pilates dan yoga ini sanggar senam segar merupakan suatu organisasi olahraga yaitu berbentuk senam yoga dan pilates. Senam merupakan suatu cabang olahraga yang melibatkan performa gerakan yang membutuhkan kekuatan, kecepatan dan keserasian gerakan fisik yang teratur. Dengan adanya informasi mengenai tutorial gerakan pilates dan yoga diharapkan wanita yang telah melahirkan bisa melakukannya dimanapun seperti dirumah dan tidak usah melakukan dengan mengikuti pelatih langsung, cukup dengan melihat tutorial berbentuk video di DVD *(digital video disc).*

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan yaitu karena kurangnya pengetahuan mengenai cara yang baik dan sehat untuk menurunkan berat badan, maka dibutuhkan strategi kreatif untuk penyampainnya, fungsinya untuk memudahkan penyampaian informasi kepada wanita yang telah melahirkan sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik. Dalam merancang media informasi tentang cara menurunkan berat badan yang baik dengan berbentuk tutorial atau langkah-langkah dalam melakukan senam yoga dan pilates, sehingga bisa melakukan dengan sendiri dirumah tanpa harus ke tempat senam tersebut.

III.2.6.1 *Script*

Script Video tutorial

10 Desember 2016 oleh Nungki Wahyu Pangestu

Tema : **Langsing Kembali Pasca Melahirkan**

1. Subyek : Instruktur
2. Lokasi : Rumah pelatih senam
3. POV 1 : Point of View instruktur menyampaikan informasi gerakan tutorial pada gerakan pilates dan yoga
4. POV 2 : Instruktur memberi 10 gerakan pilates dan yoga
5. Data Tambahan : *Text & Image Motion.*

Rancangan Tayangan:

1. Video Berdurasi ± 11 menit, mencakup 1 video tutorial + 1 video musik
2. Rancangan Detail Video :
   - **Video Tutorial** :
     a. Video berdurasi sekitar ± 11 menit,
     b. Gaya bahasa yang digunakan adalah menggunakan Bahasa Indonesia
     c. Dalam video disertai juga terjemahan dalam Bahasa Indonesia
     d. Pertama kali yang muncul adalah ucapan salam.
     e. Dilanjutkan dengan penjelasan tutorial senam yang digunakan dalam video serta dijelaskan pula langkah-langkahnya.
     f. Instuktur menjelaskan posisi gerakan-gerakan senam.
     g. Berikutnya instuktur mengajarkan cara dari awal gerakan 100 pada pilates sampai dengan gerakan kobra pada yoga.
     h. Instuktur menuntun agar bisa melakukan gerakan senam pilates dan yoga dengan baik.
     i. Setelah itu penutup ucapan terima kasih telah menyaksikan dan semoga bermanfaat.
   - **Video Musik :**
     a. Video berdurasi sekitar ± 11 menit..

Penutup : ucapan terima kasih disertai *credit title.*

III.2.6.2 *Storyline*

- **Pilates**

a. *Take* 1

Hay perkenalkan nama saya Ade, saya adalah pelatih senam. Banyak wanita yang telah melahirkan mengeluhkan perubahan bentuk tubuhnya, diantaranya perubahan berat badan dan perut menjadi kendur, cara yang mudah dan baik yaitu dengan senam pilates dan yoga, karena dengan pilates dan yoga akan mudah membakar kalori, sehingga akan mudah menurunkan berat badan setelah melahirkan.

b. *Take* 2

Saya akan memperagakan gerakan senam yang pertama yaitu gerakan pada pilates.

c. *Take* 3

Gerakan yang pertama yaitu gerakan seratus pada pilates, langkah- langkahnya yaitu : Berbaringlah terlentang dengan tulang punggung lurus dan kedua lengan rileks discanning tubuh, gerakan ini dilakukan sebanyak jumlah 100 kali.

d. *Take* 4

Gerakan yang kedua yaitu gerakan pilates menggulung ke depan, langkah-langkahnya yaitu : Berbaringlah, kedua lengan lurus disisi kepala dan kedua kaki lurus serta rapat. Gerakan ini dilakukan sebanyak 4 kali

e. *Take* 5

Gerakan yang ketiga yaitu gerakan memutar kaki pada pilates, langkah-langkahnya yaitu : Berbaringlah diatas matras, tetapi tidak menekankan punggung ke matras, tarik nafas dan saat menghembuskan nafas angkat kaki dan usahakan lurus dari pinggul dan lutut, gerakan ini dilakukan sebanyak 6 kali untuk setiap kaki

f. *Take* 6

Gerakan yang ke empat yaitu gerakan kursi goyang pada pilates, langkah-langkahnya yaitu : Duduk tegak diatas matras dan biarkan bagian perut terasa rileks, tekuk lutut dan pegang pergelangan kaki, gerakan kebelakang hingga menempel pada bokong, lalu tempelkan dahi pada lutut, tarik nafas dan saat

menghembuskan nafas tekuk perut dan berayun kebelakang, gerakan ini dilakukan sebanyak 6 kali.

g. *Take* 7

Gerakan yang ke lima yaitu gerakan meregangkan kaki pada pilates, langkah-langkahnya yaitu : Berbaring terlentang, kedua pergelangan kaki saling menempel dan jari-jari kaki mengarah keluar, lalu tarik nafas, dan disaat menghembuskan nafas angkat leher dan pundak, gerakan ini dilakukan 5 kali untuk setiap kaki

h. *Take* 8

Gerakan yang ke enam yaitu gerakan meregangakan kedua kaki pada pilates, langkah-langkahnya yaitu : Berbaring terlentang, kedua lengan dan kaki harus teregang peregangan kaki merapat dan jari kaki mengarah kedepan, lalu tarik nafas disaat menghembuskan nafas secara bersamaan angkat leher, pundak, serta kedua kaki dan lengan regangkan sejauh mungkin, gerakan ini dilakukan 6 kali.

i. *Take* 9

Gerakan yang ke tujuh yaitu gerakan meregangkan punggung ke depan pada pilates, langkah-langkahnya yaitu : Posisi duduk, punggung lurus lalu letakan telapak tangan diatas matras, kedua kaki membuka selebar pinggul dan jari-jari kaki mengarah ke atas, gerakan ini dilakukan 6 kali.

- **Yoga**

a. *Take* 10

Selain dari gerakan pilates, saya akan memperagakan gerakan senam yang ke dua yaitu gerakan pada yoga.

b. *Take* 11

Gerakan yang pertama yaitu gerakan bangau pada yoga, langkah-langkahnya yaitu : Berdiri lalu pandangan lurus kedepan lalu kedua lengan disisi tubuh setelah itu tarik nafas dalam ketika menghembuskan nafas sentuhkan tangan kelantai lalu tempelkan telapak tangan dilantai, cobalah menempelkan dahi kelutut.

c. *Take* 12

Gerakan yang kedua yaitu gerakan melengkung setengah duduk pada yoga, langkah-langkahnya yaitu : Posisi duduk lalu regangkan kaki kiri dan tekuk kaki kanan dan letakan disisi paha kiri sehingga tumit menyentuh sisi dalam paha kiri.

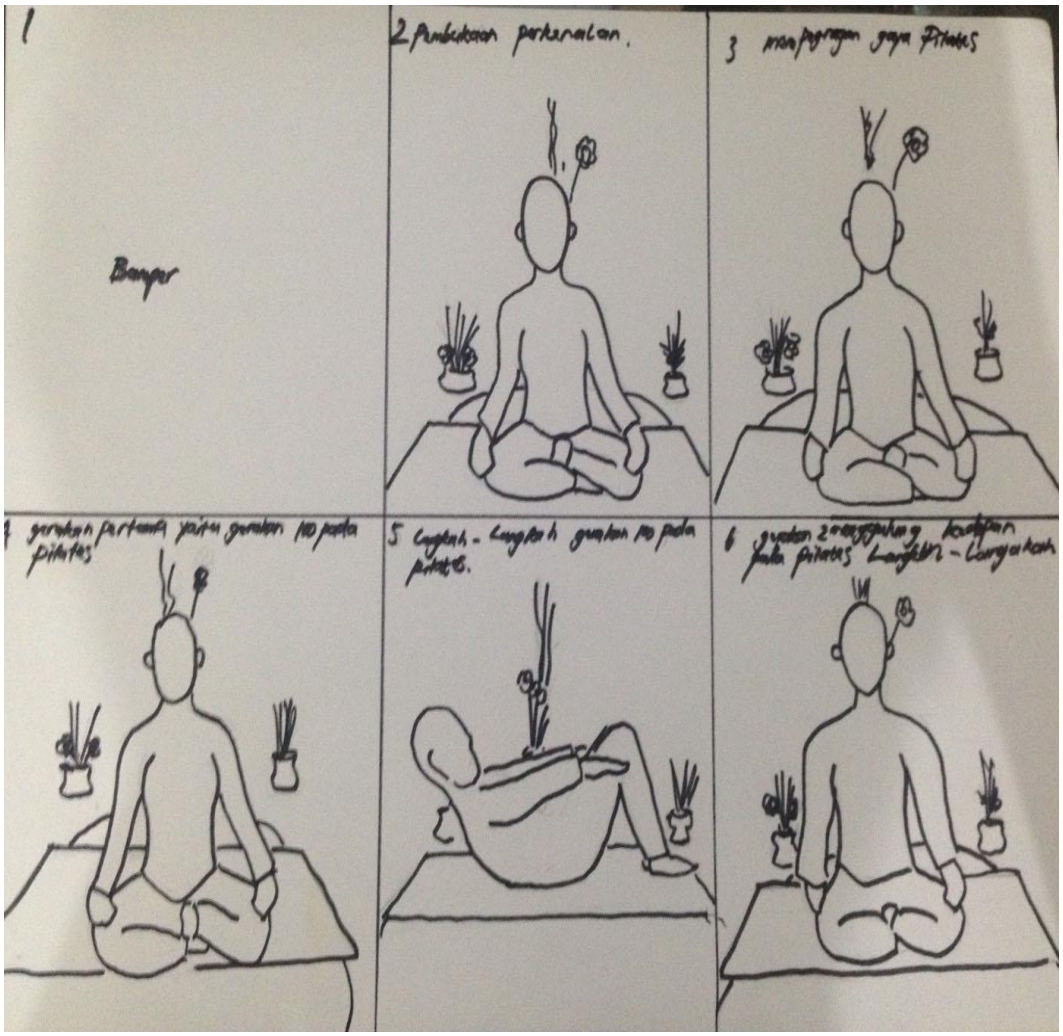
d. *Take* 13

Gerakan yang ke tiga yaitu gerakan kobra pada yoga, langkah-langkahnya yaitu : Telungkuplah dilantai dengan keduakaki rapat dan dahi menyentuh lantai lalu kedua kaki harus lurus dan punggung kaki menyentuh lantai setelah itu letakkan siku, lengan bawah dan telapak tangan dilantai.sesudah itu telapak tangan harus terlentang sama tinggi dengan bahu dan kepala harus menekan kelantai.

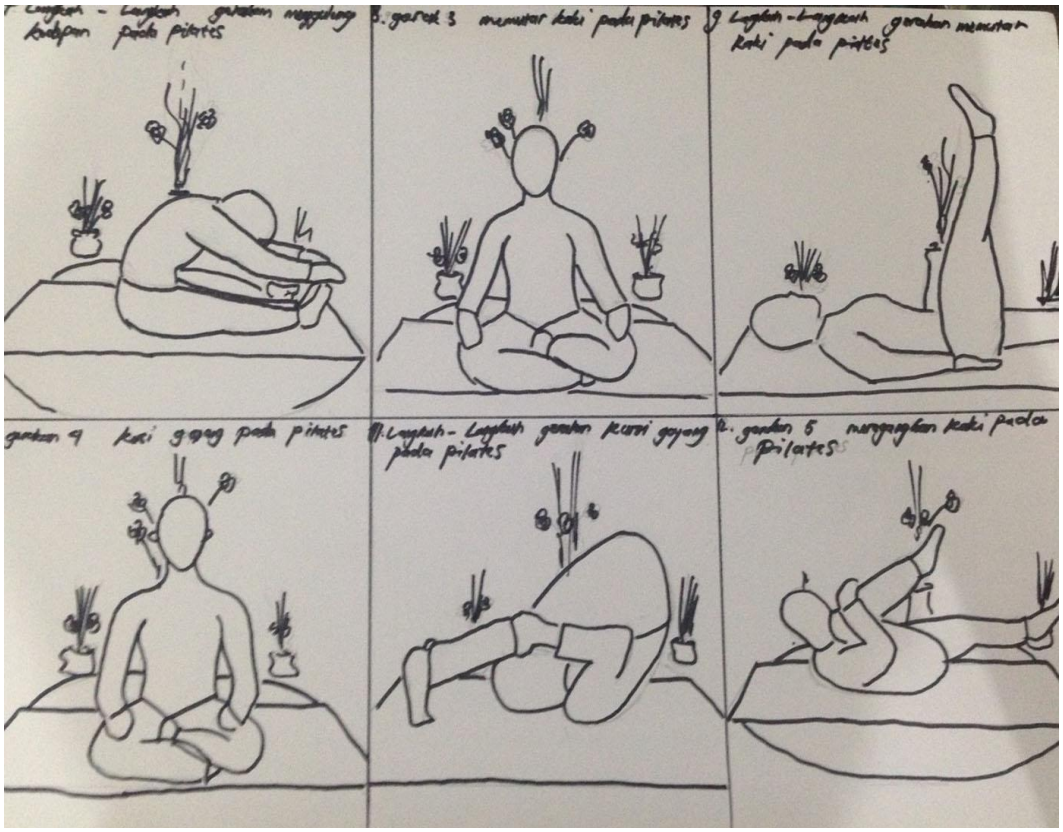
e. *Take* 14

Sekian gerakan-gerakan senam yang bisa saya berikan, semoga bisa bermanfaat untuk wanita yang ingin menurunkan berat badan pasca melahirkan. Bhaaaaay....

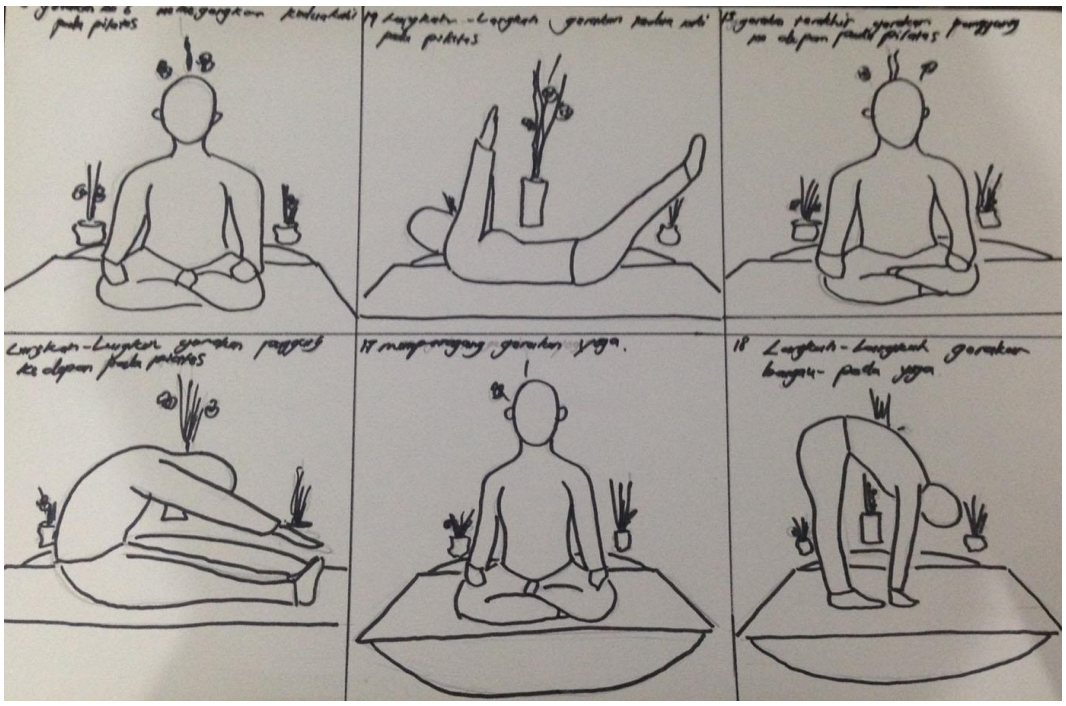
III.2.6.3 *Storyboard*



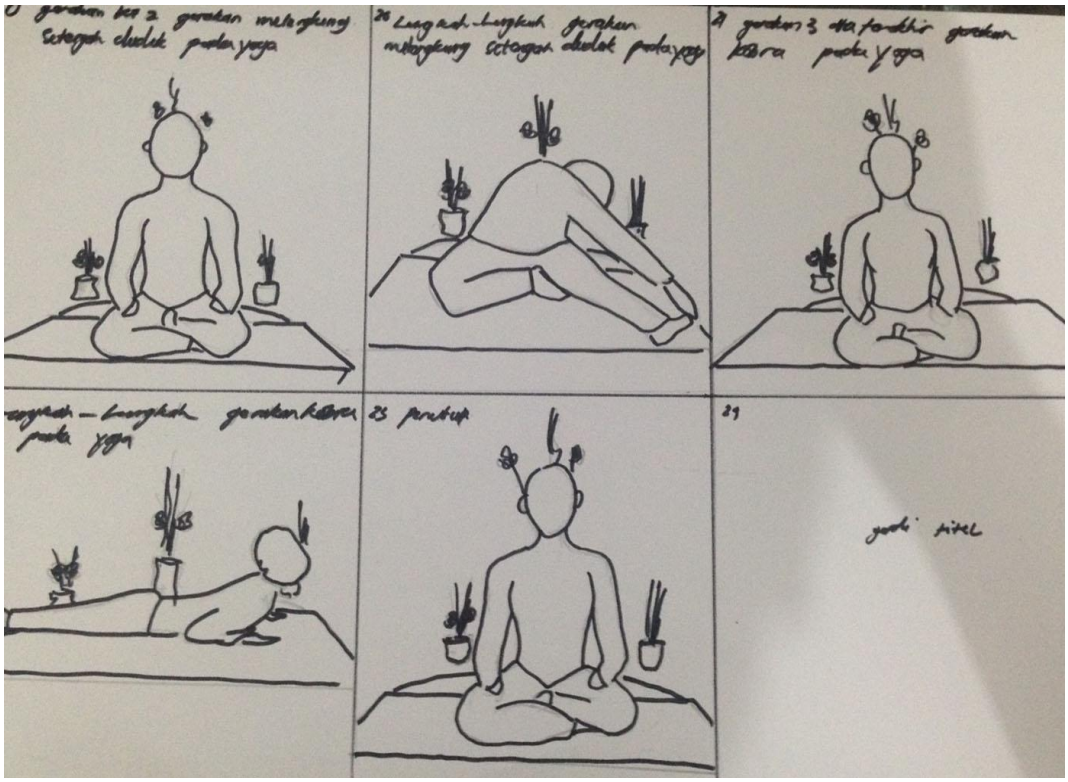
Gambar III.2 *Storyboard* gerakan pilates & yoga
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)



Gambar III.3 *Storyboard* gerakan pilates & yoga
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)



Gambar III.4 *Storyboard* gerakan pilates & yoga
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)



Gambar III.5 *Storyboard* gerakan pilates & yoga
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

III.2.6.4 Pembuatan *Headline* dan *Tagline*

Konsep strategi kreatif dalam pembuatan *tagline* didasari hasil penelitian di lapangan bahwa minimnya pengetahuan masyarakat mengenai cara diet sehat selama menyusui bahkan menganggap hal ga penting dalam menyikapi cara tersebut maka *headline* dari informasi ini adalah "LANGSING KEMBALI PASCA MELAHIRKAN". Pemilihan kata tersebut memiliki maksud untuk menginformasikan bahwa untuk menurunkan berat badan dan menghilangkan bekas di bagian perut dapat menggunakan *treatment* yang baik dan sehat, agar wanita yang telah melahirkan tidak salah dalam melakukan cara-cara untuk menurunkan berat badan setelah melahirkan.

III.2.7 Strategi Media

Dilihat dari permasalahan yang dihadapi, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi suatu solusi agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan benar. Strategi media yang digunakan dalam

perancangan informasi perubahan bentuk tubuh pada wanita pasca melahirkan ini terbagi menjadi dua jenis media yaitu media utama dan media pendukung.

III.2.7.1 Media Utama

Media utama dalam informasi perubahan bentuk tubuh pada wanita pasca melahirkan ini menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya proses penyampaian seluruh informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Konten yang disampaikan pada media utama yang dirancang adalah video yang berisikan informasi tentang perubahan, *treatment*, serta cara diet selama menyusui yang dapat dilakukan untuk menghindari perubahan yang berlebihan pada tubuh wanita pasca melahirkan. Media Utama yang dilakukan dalam menginformasikan mengenai perubahan bentuk tubuh pada wanita pasca melahirkan yaitu disampaikan menggunakan media video.

Menurut Andi, (1997 : 3) video adalah bagian dari gambar-gambar individual, yang disebut *frames, projects*inya diatas layar. Proyeksi beberapa gambar perdetik tersebut membuat ilusi gambar yang bergerak karena otak tidak dapat menangkap gambar secara individual. Dengan ukuran 24 *frame* perdetik, video akan memproyeksikan gerakan yang terlihat halus dan berkelanjutan. Secara normal salah satu atau lebih track audio akan mensinkronkan *frame* dengan *frame* suara sehingga menghasilkan gambar yang mempunyai suara.

Dilihat dari segi fungsi, video ini merupakan video yang berisikan konten sebuah informasi yang cukup banyak. Seperti menjelaskan secara singkat awal perubahan-perubahan pasca melahirkan, *treatment* untuk mengembalikan berat badan, dan cara-cara diet sehat selama menyusui. Dengan media video maka informasi yang disampaikan dapat lebih informatif dengan video yang sesuai dengan konsep yang diharapkan.

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung adalah media yang mendukung terhadap media utama agar isi dari informasi yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami. Adapun media pendukung yang digunakan antara lain:

A. Tahap informasi dalam bentuk cetak

a. X-Banner

X-banner merupakan salah satu media promosi yang banyak digunakan pada masa sekarang ini. *X-banner* banyak terdapat didalam sebuah mall atau pusat perbelanjaan. Dengan ukuran standar, yaitu 55x160cm, *x-banner* mampu menarik perhatian siapapun yang berada disekitarnya.

b. Brosur

Brosur adalah suatu alat untuk promosi barang, jasa dan lain-lain, yang terbuat dari kertas yang didalamnya terdapat sejumlah informasi dan juga penawaran mengenai jasa atau produk tersebut.

c. Poster

Poster merupakan media informasi yang dapat diakses pada papan informasi di wilayah perkantoran, poster infografis akan menunjang informasi terhadap khalayak sasaran.

d. Flyer

Flyer merupakan selembaran kertas yang berisi informasi mengenai suatu hal yang disebarkan kepada semua orang di ruang publik, terdapat sejumlah informasi dan juga penawaran mengenai jasa atau produk tersebut.

B. Tahap informasi non cetak

Media sosial akan dibuat agar khalayak sasaran dapat lebih mudah mengakses informasi yang diberikan salah satu diantaranya beberapa media sosial yang akan dibuat adalah:

a. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan foto menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring *social* termasuk milik Instagram sendiri.

b. Facebook

Facebook merupakan media sosial yang paling diminati hingga sekarang hampir setiap orang memiliki Facebook dengan demikian informasi dapat tersebar dengan luas dan dapat diakses oleh siapa saja.

C. Tahap pengingat

Merchandise menjadi suatu pengingat dalam sebuah media, tujuannya sebagai mengingatkan kepada target audiens mengenai informasi perubahan tubuh pada wanita pasca melahirkan. Maka *merchandise* yang akan digunakan diantaranya yaitu :

- Bantal
- *Tshirt*
- Timbangan untuk menghitung berat badan
- Kalender
- Stiker

Merhandise ini dapat disebarkan pada even Hari Kesehatan sedunia dan Hari Kesehatan Nasional dan even-even lainnya yang terkait dengan masalah kesehatan.

III.2.8 Strategi Distribusi Waktu dan Tempat

Target sasaran pada informasi pada perubahan bentuk tubuh pada wanita pasca melahirkan ini adalah wanita usia produktif di usia 24-45 tahun. Khalayak sasaran informasi merupakan wanita yang baru melahirkan, strategi distribusi akan dilakukan melalui:

- Melalui media video berbentuk DVD dengan adanya media video maka target sasaran pada saat apapun bisa mengjangkau dengan menonton video yang ditampilkan didalam video tersebut, dan bisa melakukannya dimanapun tidak harus mengikuti senam dengan pelatihnya langsung.
- Media *online* dikarenakan khalayak sasaran informasi sering mengunakan internet baik menggunakan *smartphone*.

Adapun waktu penyebaran media yang dapat dilakukan dengan tepat sasaran sesuai dengan waktu *consumer journey* yaitu:

- Media pendukung dapat disebar pada jam-jam ketika beraktifitas dan di area tempat bidan, klinik, dan juga ketika sasaran informasi sedang berkumpul di lapangan. Media pendukung berupa *merchandise* disebarkan disaat wanita yang

mengikuti kegiatan senam pilates dan yoga ditempat sanggar senam segar akan diberikan berupa bantal dan timbangan pada saat pendaftaran.

Tabel III.2 Jadwal Strategi distribusi waktu penyebaran media
Sumber: Dokumen Pribadi (2016- 2017)

Bulan sPenyebaran	Oktober 2016	November 2016	Desember 2016	Januari 2017	Febuari 2017	Maret 2017	April 2017
Video							
Brosur							
X-Banner							
Media Sosial							
Merchandise							

Tabel III.3 Jadwal Strategi distribusi tempat penyebaran media
Sumber: Dokumen Pribadi (2016-2017)

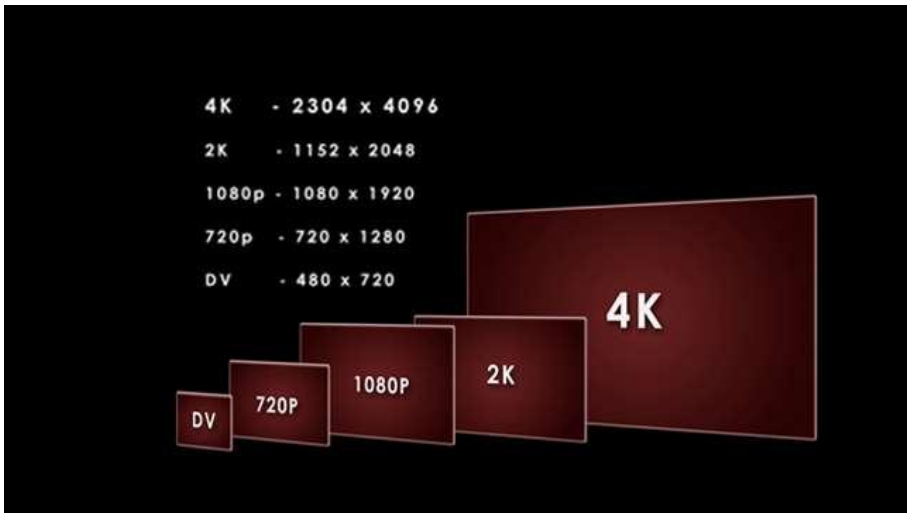
Media	Bidan	Klinik	lapangan	Tempat senam	Tempat Senam	Tempat Penjual DVD	*Car Free Day*
DVD							
Brosur							
X-Banner							
Flyer							
Poster							
Merchandise							

III.2.9 Konsep Visual

Konsep dalam video ini menggunakan pengambilan gambar secara langsung dan pembukaan bumper menggunakan *Motion Graphic.* Agar pesan tersampaikan dengan baik dan mudah dimengerti maka dilakukan proses penyambungan stok pengambilan dengan video secara langsung. Tidak lupa pula dimasukannya audio berupa musik dan suara objeknya tersebut.

II.2.10 Format Desain

Format yang digunakan adalah video dengan format resolusi 1080p (1920x1080) dan dengan aspek ratio *common sizer* 16:9.



Gambar III.6 Ukuran resolusi video
Sumber : www.infofotografi.com (2016)

II.2.11 *Layout*

Tata letak atau *layout* adalah tata letak dari suatu elemen desain terhadap suatu media agar dapat mendukung konsep utama yang dibawanya (Rustan, 2008). Berikut adalah contoh *layout single* video



Gambar III.7 *Layout*
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

II.2.12 Tipografi

Menurut Rustan (2001) tipografi dimaknai sebagai "segala disiplin yang berkenaan dengan huruf. Maka pemilihan jenis huruf merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah informasi untuk dapat menyampaikan suatu pesan dengan baik dan benar, maka pemilihan huruf wajib ditentukan dengan baik agar mudah

dibaca oleh target sasaran. Sehingga dapat dicerna dengan baik dan sesuai dengan konsep perancangan. Font yang digunakan yaitu

Calibri
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X YZ
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = @ # $ % ^ & * ( ) ! ?

Calibri
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 - = @ # $ % ^ & * ( ) ! ?

Christmas Time Personal Use
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X YZ
- = @ # $ % ^ * ( ) ! ?

Christmas Time Personal Use
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
- = @ # $ % ^ * ( ) ! ?

III.2.13 Logo

Logo yang diambil adalah bertema seorang wanita yang bertubuh langsing, dengan huruf *Christmas Time Personal Use*.



Gambar III.8 Logo
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

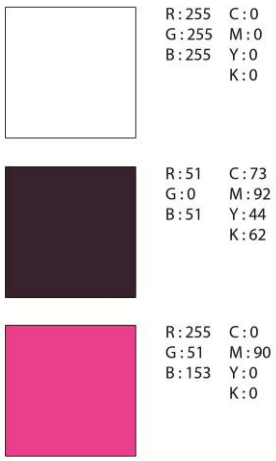
III.2.14 Warna

Warna yang digunakan pada informasi ini adalah warna- warna dari ungu dan pink. Warna tersebut menjadi identitas utama pada media informasi tersebut. Warna ungu gelap sebagai latar *background* isi konten informasi dan warna krem menjadi warna *background* dari sub judul pembahasan informasi.

Warna ungu melambangkan kelembutan dan keindahan sesuai dengan khalayak sasaran wanita agar warna ini dapat diterima dan memberi kenyamanan untuk yang melihatnya.

Sedangkan warna pink melambangkan kelembutan sesuai dengan khalayak sasaran wanita agar warna ini dapat diterima dan memberi kenyamanan untuk yang melihatnya.

Warna putih digunakan sebagai warna huruf pada objek warna putih dapat masuk ke warna mana saja sehingga dengan warna putih dapat menetralkan warna *background* atau objek lainnya.



Gambar III.9 Warna
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

III.2.15 Ilustrasi

Menurut Dedi nurhadiyat (2004) “ilustrasi berasal 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 tutorial ini berfungsi untuk memperjelas dan mempertegas juga sekaligus sebagai daya tarik visual. Ilustrasi yang dipakai dalam video tutorial ini adalah dengan memaparkan wanita yang sedang melakukan senam yoga dan pilates. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan cara-cara yang baik dan sehat dalam menurunkan berat badan pasca melahirkan.

II.2.16 Musik

Elemen yang ikut berperan penting dalam video tutorial cara menurunkan berat badan yang baik dan sehat dengan menggunakan senam pilates dan yoga adalah musik. Elemen musik yang digunakan untuk mengiringi adalah musik pop yang berjudul "Pay Day" yang diciptakan oleh Jason Farnham, yang dibuat langsung agar memperkuat karakter wanita yang senang dan semangat dalam menurunkan berat badan pasca melahirkan.