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 *offroader* untuk mengetahui isi informasi yang diberikan.

Target Audience

- Demografis

  Usia : 25 – 35 tahun.

  Jenis kelamin : Pria.

  Agama : Semua agama.

  Kewarganegaraan : Indonesia.

  Kelas sosial : Menengah keatas.

- Geografis

  Offroader yang tinggal di negara Indonesia khususnya *offroader* yang tinggal di wilayah Bandung Provinsi Jawa Barat.

- Psikografis

  Psikologi Dewasa, menurut Hurlock (1990) mengatakan bahwa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira – kira umur 40 tahun, saat perubahan – perubahan fisik dan psikologi yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif. Dari segi fisik, masa dewasa adalah masa dari puncak perkembangan fisik. Perkembangan fisik sesudah masa ini akan mengalami degradasi sedikit demi sedikit, mengikuti umur menjadi lebih tua. Segi emosional, pada masa dewasa awal adalah masa dimana lebih mengutamakan kekuatan fisik daripada kekuatan rasio dalam menyelesaikan suatu masalah. Ciri – ciri dewasa awal :

  - Mulai bekerja
  - Memilih pasangan
  - Mulai membina keluarga
  - Mengasuh anak
  - Mengelola rumah tangga

- Mencari kelompok sosial yang menyenangkan

III.2 Strategi Perancangan

Dapat dipahami bahwa strategi perancangan bertujuan untuk memperjelas tujuan dan sasaran dalam melihat kondisi sekitar. Dalam menyusun strategi agar pesan bisa disampaikan dengan baik maka disusunlah serangkaian strategi untuk mudah dipahami. Sebagai upaya dalam sosialisai peraturan IMI mengenai keselamatan dalam melakukan kegiatan *offroad*, maka dibutuhkan suatu strategi komunikasi.

Menurut Anwar (2008) sesungguhnya suatu strategi komunikasi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan.

Pada informasi ini ada suatu informasi mengenai peraturan *offroad* yang telah ditetapkan oleh IMI untuk dilakukan oleh *offroader*.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam tujuan komunikasi ada tujuan yang diharapkan dalam proses merancang komunikasi. Tujuan komunikasi dalam perancangan informasi keselamatan bagi *offroader* bertujuan untuk :

- Memberikan informasi kepada masyarakat terutama *offroader* mengenai peraturan – peraturan yang telah di tetapkan oleh IMI.
- Memberikan informasi kepada *offroader* fungsi dari setiap poin – poin yang ada di dalam peraturan IMI.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam pendekatan komunikasi ada dua pendekatan yang dilakukan dalam hal ini, yaitu :

- Verbal

  Berdasarkan dari hasil analisa permasalahan mengenai keselamatan bagi *offroader*, dalam perancangan informasi ini akan dilakukan pendekatan komunikasi verbal. Walaupun ini di Bandung akan tetapi sebagian besar *offroader* dari luar kota sehingga beragam dari sisi bahasa, maka bahasa yang tepat Bahasa Indonesia atau dicampur Bahasa Bandung.

- Visual

  Pendekatan visual dalam perancangan video ini adalah salah satu cara menyampaiakan informasi yang ditampilkan dalam sebuah bentuk visual video, dengan tujuan agar target dapat memahami dan mengerti makna dari isi pesan yang disampaikan. Berikut referensi dalam pembuatan video:



Gambar III.1 Referensi Visual
Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=EjMUL_rYZFQ (Diakses 26/12/2016)

III.2.3 Materi Pesan

Materi pesan ditujukan pada perancangan suatu informasi bagi *offroader* mengenai kelengkapan kendaraan dan pengemudi sesuai dengan peraturan – peraturan yang telah ditetapkan oleh IMI. Adapun peraturannya sebagai berikut :

- Wajib memasang *top cover* yang terbuat dari logam dengan *frame cross* dari pilar A ke B dengan jarak antara *top cover* ke helm sekitar 10cm.
- Wajib menggunakan *Rollbar* atau *Rollcage* minimal enam titik, dengan ketentuan diameter minimum 38.1mm x 2.6mm untuk kendaraan 1000cc – 2500cc dan diameter minimum 44.0mm x 2.9mm untuk kendaraan 2500cc keatas.
- Wajib memasang dan menggunakan *safety belt* minimal empat titik lebar tiga inch.
- Wajib menggunakan *helm full face* atau *half face* apabila tidak ada pelindung mata maka wajib memakai *goggle*.
- Wajib memakai *racing suit.*
- Wajib memakai sarung tangan.

- Wajib menggunakan *safety helmet* dengan menggunakan pengunci "*D-Ring*" dan helm memenuhi standar SNI.
- Wajib membawa pemadam api minimal 2kg dan terpasang dengan baik serta mudah terjangkau oleh pengemudi.
- Wajib memasang pintu kiri dan kanan atau memasang *cross bar*.
- Wajib memasang *cut off* untuk mematikan mesin dan aliran listrik.
- Ban minimal MT atau khusus *Offroad* ukuran maks 36 inch.
- Wajib membawa peralatan atau *tool kit*.
- Wajib memasang *safety net*.

III.2.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa naratif karena informasi yang dirancang bertujuan untuk memberikan informasi kepada *offroader* mengenai keselamatan dalam melakukan kegiatan *offroad*. Dengan menggunakan gaya bahasa naratif diharapkan penonton dapat dengan mudah memahami isi dari pesan.

Menurut Atmazaki (2005) gaya bahasa naratif merupakan bentuk – bentuk ungkapan yang digunakan oleh pengarang untuk menyampaikan ceritanya.

III.2.5 Mandatory

Pada perancangan media informasi video ini, IMI sebagai lembaga yang menaungi semua kegiatan *otomotif* di Indonesia terutama kegiatan *offroad*. *Offroad* merupakan kegiatan yang berbahaya apabila tidak memiliki dasar dan pengetahuan dalam kegiatan *offroad* IMI membuat beberapa poin peraturan yang wajib diikuti oleh *offroader*. Dengan adanya informasi melalui video ini, diharapakan *offroader* mengetahui dan memahami dari isi peraturan yang telah dibuat oleh IMI untuk menjaga keselamatan *offroader* dalam melakukan kegiatan *offroad*.

III.2.6 Strategi Kreatif

Dalam pembuatan video keselamatan bagi *offroader*, dibutuhkan strategi kreatif untuk menginformasikan secara detail dari setiap poin peraturan yang dibuat oleh IMI..

III.2.6.1 Pembuatan *Tagline*

Konsep strategi dalam pembuatan tagline didasari dari hasil penelitian, bahwa *offroader* tidak mengetahui informasi peraturan IMI mengenai poin – poin ketentuan kendaraan dan pengemudi tentang keselamatan dalam melakukan kegiataan *offroad*. Maka tagline yang dibuat adalah "*SAFETY RIDING OFFROADER*", kalimat tersebut dimaksud agar *offroader* lebih ingin mengetahui maksud dari kalimat tersebut.

III.2.7 Strategi Media

Semakin berkembangnya dunia tekhnologi, dengan hadirnya media informasi berupa video dengan tampilan visualisasi yang menarik, mampu lebih cepat ditanggap oleh penerima pesan. Di dalam video terdapat visual dan audio sehingga indra pendengaran dan penglihatan akan mampu menyaingi dari media yang lain.

III.2.7.1 Media Utama

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), video merupakan rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi, atau dengan kata lain video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara.

Azhar Arsyad (2011 : 49) menyatakan bahwa video merupakan gambar – gambar dalam frame, di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup.

Media utama yang dipilih berupa video *Safety Riding Offroader*, karena dengan penyampaian pesan berupa video penerima pesan mampu lebih cepat menangkap penggambaran dari poin - poin peraturan IMI. Dengan demikian akan memudahkan dalam penyampaian dan diterimanya informasi kepada penonton.

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. Media pendukung yang digunakan antara lain :

A. Media pendukung dalam bentuk cetak

- X – Banner

  X – Banner adalah media promosi yang banyak digunakan pada masa sekarang, dengan ukuran standar 55cm x 160cm, media ini mampu menarik perhatian yang ada disekitarnya.

- Poster

  Poster adalah seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf diatas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya ditempel di dinding atau di tempat datar lainnya, dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Karena itu dibuat dengan warna kontras dan warna – warni.

B. Media pengingat

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

- Stiker.

  Media yang dapat disimpan atau ditempel dibenda apapun sehingga dapat dengan mudah orang lihat.

- Stiker nomor peserta.

  Media ini berfungsi untuk menandakan kendaraan yang mengikuti kegiatan *offroad* pada acara tersebut.

- Stiker cek kelengkapan kendaraan.

  Media ini sebagai alat bukti dari kelengkapan kendaraan *offroader* pada saat mengikuti *event* tersebut.

- *T-shirt.* (Kaos).

  Media ini sebagai media yang sangat mudah untuk dapat diingat karena t-shirt sering digunakan minimal 3kali dalam seminggu.

- *Flag sign.*

  Media ini sebagai penghias atau tanda dalam suatu *event*, agar dapat dengan mudah dilihat oleh *offroader* atau masyarakat pada saat nantinya.

- *Sign board*

Media ini dibuat untuk petunjuk bagi *offroader* yang membawa kendaraan *offroad* pada *event* tersebut.

- Mug

  Media ini dibuat untuk hadiah pada saat *event* berlangsung, tidak hanya *offroader* yang mendapatkan hadiah ini tetapi pengunjung bisa mendapatkannnya.

- Botol air minum

  Media ini digunakan untuk hadiah bagi *offroader*, yang dapat dibawa pada saat melakukan kegiatan *offroader*.

III.2.8 Strategi Distribusi

Video ini di publikasikan pada saat acara kegiatan *offroad*, terutama pada saat kegiatan yang akan diselenggarakan di Bandung sirkuit oray tapa, karena pada saat kegiatan *offroad* akan banyak dihadiri para *offroader*. Sehingga pesan yang terdapat dalam video dapat dilihat dengan baik oleh para *offroader*.

Tabel III.1 Jadwal Strategi Distribusi Waktu Penyebaran Media.
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

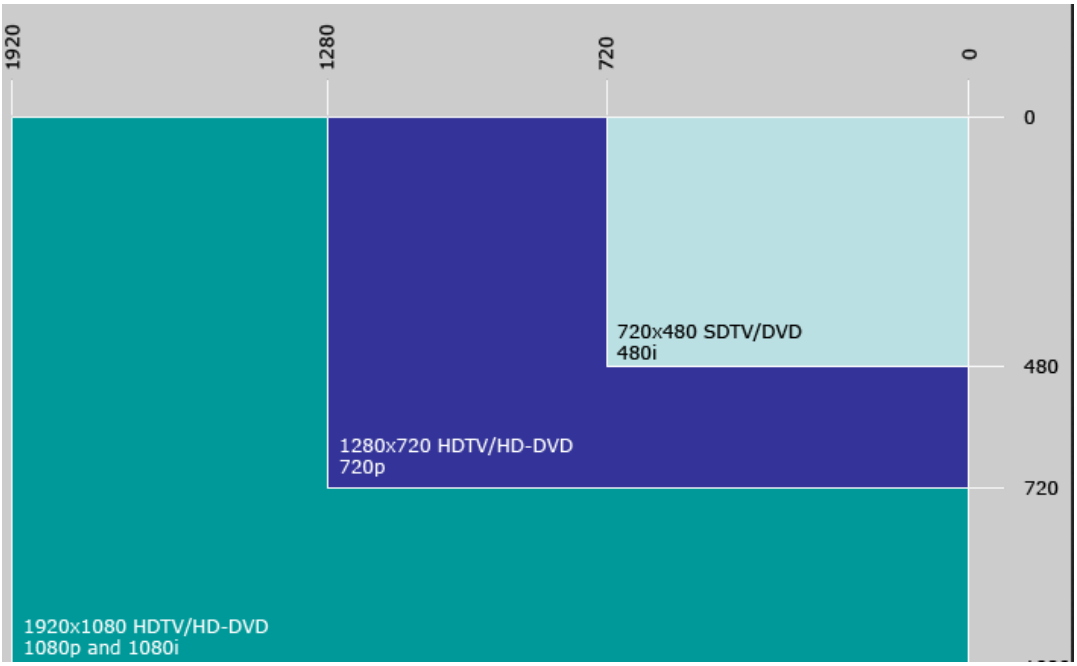
Media Utama	Januari				februari				Maret			
Video											■	■
Media Pendukung												
Informasi												
X-banner											■	■
Poster	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Media Pengingat												
Stiker											■	■
Stiker nomor peserta									■	■	■	■
Stiker cek kelengkapan											■	■
T-shirt											■	■
Flag chain											■	■
Sign board											■	■
MUG											■	■
Botol air minum											■	■

III.3 Konsep Visual

Konsep visual dari video ini adalah menggabungkan antara video dengan efek, narasi dan teks yang akan dihadirkan sebagai pembantu mempertegas informasi yang ada dalam video ini, agar informasi yang diberikan bisa lebih mudah dipahami oleh penonton.

III.3.1 Format Desain

Format desain pada video ini menggunakan video *high resolution* dengan perbandingan aspek rasio. Aspek rasio merupakan perbandingan lebar dan tinggi dari sebuah gambar. Sedangkan format kemasan dari video ini berupa dvd.



Gambar III.2 Ukuran Resolusi.
Sumber:
http://www.popcornhour.ro/img/comparatie_rezolutie_1080p_720p_PAL_NTSC.gif
(2017)

III.3.2 Musik

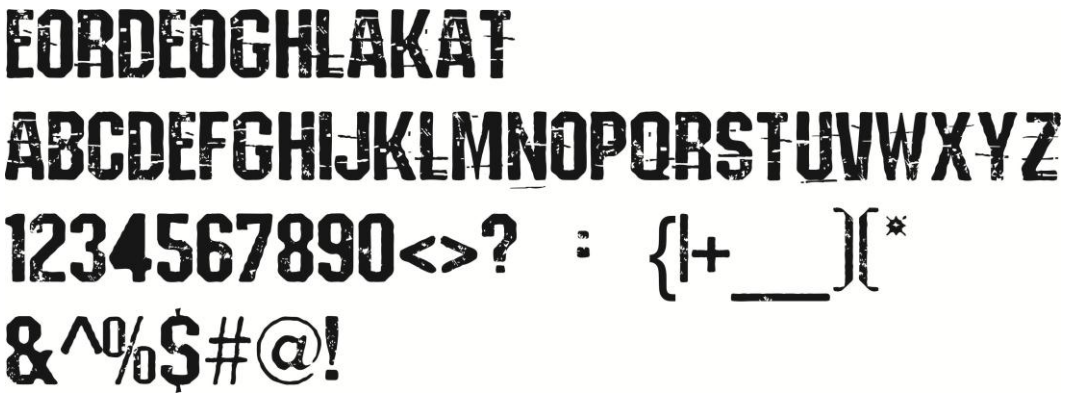
Element ini sangat berperan penting dalam memperkuat *mood*, nuansa, serta suasana. *Audio* yang digunakan adalah musik. Musik yang akan dipakai pada video ini adalah musik *instrument metal* sebagai pengiring disela – sela alur cerita. Musik *instument metal* sangat cocok untuk mengiringi video ini dikarenakan video ini bertema *offroad* kegiatan yang menantang dan dapat menambahkan semangat *offroader*.

III.3.3 Narasi

Narasi menggunakan suara wanita dikarenakan suara wanita lebih dapat menarik perhatian *offroader* yang identik dengan kaum pria.

III.3.4 Tipografi

Untuk menjelaskan unsur informasi yang ada pada video ini akan menggunakan elemen tipografi. Tipografi yang digunakan harus mengandung keterbacaan, nyaman dari segi proposi, spasi, ukuran. Penggunaan tipe tipografi akan mengarah kepada jenis huruf yang terkesan tegas, jelas dan mendekati unsur visual dari *offroad* sehingga tidak akan membuat penonton susah untuk membacanya dan tidak jenuh. Font yang digunakan eordeoghlakat dan britannic bold.



Gambar III.3 Font Eordeoghlakat
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)



Gambar III.4 Font Britannic Bold
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.5 Warna

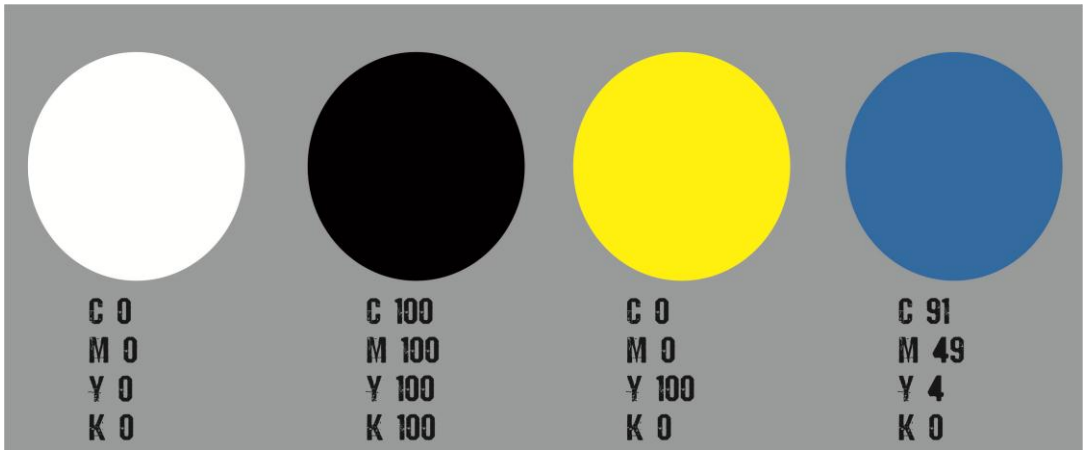
Warna – warna yang digunakan pada media informasi ini adalah warna – warna dari logo IMI dan warna – warna yang yang medekati unsur *offroad*.

Warna biru digunakan untuk penulisan kalimat *OFFROADER* yang menandakan warna favorit pria.

Warna kuning digunakan untuk penulisan kalimat *SAFETY RIDING* yang menandakan kecerahan dapat menarik perhatian dan sebagai penanda pemberitahuan.

Warna hitam digunakan untuk *background* karena warna hitam itu *elegant* apabila warna lain ada di depannya.

Warna putih digunakan pada kalimat lain yang berfungsi sebagai penetral dari warna lain.



Gambar III.5 Warna
Sumber: Dokumen pribadi