BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

McQuail dan Windhal dalam (Evelina; 2013), disebutkan bahwa khalayak sasaran merupakan sejumlah orang yang menjadi sasaran aktivitas komunikasi untuk mendapatkan simpati dari suatu usaha terkait. Khalayak sasaran ditetapkan pada penelitian ini untuk mengetahui karakteristik perorangan ataupun kelompok sebagai calon konsumen pada suatu daerah tertentu, sehingga didapatkan hasil yang berfungsi sebagai tolak ukur untuk menyampaikan perancangan media Etno-Astronomi Sunda melalui media secara efektif.

Ditinjau dari analisa hasil survei responden, wawancara sumber ahli dan solusi perancangan pada BAB II, maka didapatkan khalayak yang disasar yaitu remaja akhir. Berikut adalah analisa khalayak sasaran dalam perancangan media Etno-Astronomi Sunda:

III.1.1 Demografis

Demografis merupakan segmentasi atau pembagian berdasarkan karakteristik umum khalayak sasaran, terdiri dari target primer (utama) dan target sekunder (tidak langsung), usia, jenis kelamin, status ekonomi sosial dan tingkat pendidikan. Target primer dalam perancangan media Etno-Astronomi Sunda ditujukan kepada remaja akhir diusia 18 hingga 21 tahun.

Sedangkan target sekunder yaitu ditujukan kepada khalayak sasaran dengan fase dewasa awal diusia 19 hingga 25 tahun, jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Dengan status ekonomi sosial khalayak sasaran adalah kelas ekonomi menengah hingga atas, hal ini ditetapkan karena khalayak sasaran ini dapat mengakses media informasi dengan mudah, dan status pendidikan khalayak sasaran adalah pendidikan menengah atas hingga perguruan tinggi, hal ini ditetapkan karena pada tahap pendidikan ini khalayak sasaran sudah dapat menerima informasi dengan dengan pemahaman yang jauh lebih baik dan berpikiran terbuka.

III.1.2 Geografis

Geografis merupakan segmentasi atau pembagian berdasarkan wilayah dan karakteristik wilayah. Khalayak sasaran dalam perancangan media informasi Etno-Astronomi Sunda berada di kota Bandung, Jawa Barat. Kota Bandung dipilih karena merupakan salah satu kota besar dengan banyaknya lembaga pendidikan, penelitian, wisata seni dan sejarah, komunitas budaya ataupun modern, pelatihan budaya tradisional dan modern.

Banyaknya lembaga, komunitas dan pergaulan masyarakat kota Bandung yang berpikiran terbuka dapat memperluas penyebaran pengetahuan mengenai Etno-Astronomi Sunda.

III.1.3 Psikografis

Psikografis merupakan segmentasi atau pembagian berdasarkan psikologi, aktivitas dan gaya hidup khayalak sasaran. Berikut adalah kecenderungan karakteristik dari perkembangan psikologis khalayak sasaran fase remaja akhir:

A. Fase Remaja Akhir

Menurut Sarwono (2007, hal: 2) remaja adalah masa perubahan dalam tumbuh kembang seorang manusia baik secara fisik dan psikis menuju kedewasaan. Remaja akhir dimulai umur 18 hingga 21 tahun, merupakan fase terakhir dalam perkembangan remaja.

- Mengalami kematangan dalam kemampuan berpikir sistematis terhadap hal-hal abstrak.
- Mengalami kematangan dalam mengungkapkan pendapat atau opini terhadap suatu hal.
- Memiliki ketertarikan terhadap hal-hal baru.

Dari hasil kuisioner yang telah dilakukan pada tanggal 15 April 2017, kecenderungan remaja akhir di Kota Bandung memiliki ketertarikan terhadap hal baru baik dalam lingkup teknologi maupun modernisasi lainnya, selain itu remaja akhir sudah dapat memetakan hal-hal abstrak dan menyaring informasi yang diterima dengan baik.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah metode yang perlu ditetapkan untuk melakukan pendekatan secara komunikatif kepada khalayak sasaran melalui ide atau gagasan. Bertujuan untuk menyampaikan informasi yang merujuk dan disesuaikan pada khalayak sasaran mengenai Etno-Astronomi Sunda yang dibuat lebih menarik baik secara verbal maupun visual.

Strategi perancangan pada tugas akhir ini, berawal dari observasi lapangan baik dari ahli mengenai Etno-Astronomi Sunda yang hanya diketahui oleh masyarakat tradisional Sunda, tidak adanya unsur visual pada media buku ataupun jurnal Etno-Astronomi Sunda dan ketidaktahuannya khalayak sasaran mengenai Etno-Astronomi Sunda.

Maka dapat disimpulkan pengetahuan Etno-Astronomi Sunda tidak banyak diketahui oleh khalayak sasaran. Kemudian dilakukan analisa khalayak sasaran untuk mendapatkan data agar perancangan media Etno-Astronomi Sunda sesuai sehingga dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh khalayak sasaran.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi ini adalah tercapainya informasi dengan baik tentang Etno-Astronomi Sunda dan dapat dipahami oleh khalayak sasaran dengan media yang lebih modern dan informatif.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Agar dapat membuat informasi tentang Etno-Astronomi Sunda yang komunikatif dan tepat sasaran perlu adanya pendekatan yang dilakukan, pendekatan komunikasi yang dilakukan yaitu melalui pendekatan visual dan pendekatan verbal.

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual adalah suatu cara untuk mendapatkan simpati dan ketertarikan konsumen terhadap suatu objek melalui unsur visual. Dalam mencapai ketertarikan khalayak sasaran terhadap media tentang Etno-Astronomi Sunda, pendekatan visual merupakan faktor yang penting. Pada perancangan ini, penggambaran visual menggunakan teknik *painting* 2 dimensi, warna yang digunakan adalah warna-warna yang kontras dan mencolok. Hal ini ditetapkan karena penggunaan teknik ini dapat memberi kesan dimensi pada gambar.

Visual dirancang dengan gaya hiperbola untuk menambah kesan fantasi dan menarik perhatian khalayak sasaran. Teknik animasi pada video animasi yang digunakan adalah teknik *motion graphic*, teknik ini memadukan grafis dan ilustrasi yang bergerak dengan teks dan suara. Teknik *motion graphic* ini ditetapkan karena memiliki kelebihan dapat ditambahi dengan pesan suara *(dubber)*, sehingga khalayak sasaran selain dapat melihat pesan, juga dapat mendengar isi pesan yang disampaikan.



Gambar III.1 Ilustrasi Teknik *Painting* Oleh Scott Watanabe
Sumber : https://id.pinterest.com/pin/439523244867825786/
(pada tanggal 22 April 2017)

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal adalah suatu cara untuk mendapatkan simpati dan ketertarikan konsumen terhadap suatu objek melalui unsur verbal atau lisan. Pendekatan verbal diperlukan untuk memberikan informasi dan menguatkan pesan visual. Sesuai dengan khalayak sasaran yaitu remaja yang hidup di perkotaan, maka pendekatan verbal yang digunakan adalah Bahasa Indonesia.

Pemilihan Bahasa Indonesia ini dipilih agar mudah dipahami oleh khalayak sasaran dan dengan pemilihan bahasa ini diharapkan dapat menjangkau target market yang lebih luas daripada khalayak sasaran yang dituju. Selain itu, penggunaan istilah dalam Bahasa Sunda akan digunakan karena hal tersebut telah baku dan menjadi salah satu unsur penting dalam Etno-Astronomi Sunda.

III.2.2.3 Pendekatan Audio

Pendekatan audio adalah suatu cara untuk mendapatkan simpati dan ketertarikan konsumen terhadap suatu objek melalui unsur suara. Pada perancangan tugas akhir ini, pendekatan audio dipakai untuk menegaskan informasi melalui suara seorang *dubber* (pengisi suara) dan *backsound* (suara sebagai latar), sehingga pesan yang disampaikan melalui bantuan suara dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan pihak-pihak yang terlibat dalam suatu proyek desain, pihak-pihak tersebut dapat berupa donatur, sponsor, distributor ataupun penyedia data. Pada perancangan tugas akhir ini, pihak-pihak terkait tersebut turut membantu dalam penyebaran maupun dukungan untuk mengenalkan objek tugas akhir ini.

Berikut adalah pihak-pihak terkait tersebut beserta peranannya dalam perancangan tugas akhir ini:

a. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung



Gambar III.2 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
Sumber : http://kabarrakyat.co/tag/dinas-kebudayaan-dan-pariwisata-kota-bandung/
(diakses pada tanggal 6 Mei 2017)

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung merupakan dinas pemerintahan yang bergerak dalam bidang kebudayaan dan pariwisata yang ada di Kota Bandung, gunanya untuk mengenalkan, mengembangkan dan memasarkan produk-produk lokal, budaya ataupun pariwisata Kota Bandung kepada masyarakat Bandung itu sendiri maupun skala nasional.

Dalam perancangan media Etno-Astronomi Sunda, lembaga pemerintahan ini berperan sebagai donatur yang mendanai pembuatan media dan sebagai lembaga yang turut mengenalkan dan menayangkan video animasi Etno-Astronomi Sunda kepada khalayak sasaran dan masyarakat luas.

Pada perancangan tugas akhir ini, logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung ini akan disematkan di setiap media, baik media utama dan pendukung. Gunanya untuk menegaskan bahwa dinas pemerintahan ini mendukung Etno-Astronomi Sunda untuk diinformasikan kepada khalayak sasaran maupun khalayak luas.

b. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat



Gambar III.3 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat
Sumber : http://www.disparbud.jabarprov.go.id/applications/frontend/index.php
(diakses pada tanggal 6 Mei 2017)

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat merupakan dinas pemerintahan yang bergerak dalam bidang kebudayaan dan pariwisata yang ada di Jawa Barat, gunanya untuk mengenalkan, mengembangkan dan memasarkan produk-produk lokal, budaya ataupun pariwisata Jawa Barat kepada masyarakat Jawa Barat itu sendiri maupun skala nasional hingga internasional.

Dalam perancangan media Etno-Astronomi Sunda, lembaga pemerintahan ini berperan sebagai donatur yang mendanai pembuatan media dan sebagai lembaga yang turut mengenalkan dan menayangkan video animasi Etno-Astronomi Sunda kepada khalayak sasaran dan masyarakat luas.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan merupakan isi pesan atau informasi yang akan disampaikan dalam sebuah perancangan. Pada perancangan ini, materi pesan berupa pengenalan Etno-Astronomi Sunda yang terdiri dari:

- Awal mula masyarakat tradisional Sunda mengenal Etno-Astronomi Sunda.
- Pengetahuan Etno-Astronomi Sunda dibagi kedalam empat bagian.

- Etno-Astronomi Sunda sebagai penunjuk waktu (dipengaruhi oleh gerak semu matahari).
- Etno-Astronomi Sunda sebagai *pranatamangasa* (dipengaruhi oleh penampakan rasi bintang).
- Etno-Astronomi Sunda sebagai perhitungan kalender *Saka* (dipengaruhi oleh gerak semu bulan).
- Cerita rakyat berkaitan dengan Etno-Astronomi Sunda.

Materi pesan ini dipilih untuk menjelaskan kepada khalayak sasaran mengenai Etno-Astronomi Sunda secara keseluruhan, dengan penjelasan pesan yang tidak terlalu mendalam, agar materi pesan yang disampaikan dapat dipahami dan mudah diingat oleh khalayak sasaran.

III.2.5 Gaya Bahasa

Menurut Keraf, gaya bahasa merupakan kemampuan menulis kata-kata dengan indah, pada umumnya dipakai untuk menarik hati pembaca. Gaya bahasa dikenal dalam retorika dalam istilah *style* merupakan solusi berupa kata, klausa, frasa ataupun kalimat yang cocok untuk persoalan tertentu (2001, hal: 112).

Pada perancangan ini, gaya bahasa yang digunakan secara deskriptif menceritakan isi pesan atau informasi yang akan disampaikan, gaya bahasa ini dipilih karena dapat mendekati khalayak sasaran secara emosional dengan bahasa yang ringan dan dinamis. Tujuannya agar pembahasan tentang Etno-Astrnomi Sunda berkesan bersahabat, menyenangkan dan tidak kaku.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif menurut Rahman (2011) merupakan langkah kreatif untuk menyampaikan secara efektif objek perancangan kepada khalayak sasaran sehingga memiliki daya tarik yang lebih tinggi.

Strategi kreatif ditetapkan berdasarkan hasil observasi objek perancangan, yaitu Etno-Astronomi Sunda dan analisa khalayak sasaran. Pada peracangan ini, strategi

kreatif melalui media informasi berupa video *motion* yang berisi tentang pengetahuan Etno-Astronomi Sunda dengan pendekatan secara rasional.

Melalui video *motion*, Etno-Astronomi Sunda akan dibuat seperti cerita sehingga penyampaian pesan tidak monoton. Khalayak sasaran mendapatkan materi pengenalan dasar Etno-Astronomi Sunda itu sendiri dengan penjelasan yang singkat, padat yang menghibur melalui visual dan warna yang disesuaikan dengan khalayak sasaran.

Agar strategi kreatif dapat terarah dan mempermudah dalam pembuatan ide cerita dan juga karakter visual maka dibuat langkah penyusunan video *motion* melalui *copywriting, storyline* dan *storyboard.*

a. Copywriting

Copywriting menurut Frank Jefkins dalam (Avant, 2014), merupakan kata-kata atau kalimat yang digunakan untuk menarik perhatian, ketertarikan, keinginan, keyakinan dan tindakan khalayak sasaran melalui media cetak. Dalam media video iklan, *copywriting* dapat berupa narasi, dialog dan tulisan huruf yang ditampilkan dalam video iklan.

Pada perancangan tugas akhir ini *copywriting* terdapat pada judul dan *body* teks yang mengiringi saat audio narasi muncul.

- **Judul**

Copywriting dalam pada judul peracangan ini terdapat di awal video *motion*. Judul ditayangkan di awal video agar khalayak sasaran memahami judul informasi yang akan diberikan, berikut adalah judul dalam video ini:

Etno Astronomi Sunda

- ***Body* Teks**

Copywriting dalam pada *body* teks ini melalui narasi yang dibacakan oleh narator, untuk memperkuat informasi pada visual maka ditambahkan teks dalam video perancangan ini agar khalayak sasaran dapat memahami isi pesan yang disampaikan baik melalui audio maupun teks dalam video, berikut adalah *body* teks dalam video ini:

Lingga
Penunjuk Waktu atau *Wanci*
Wanci Tumorek
Wanci Balebat
Wanci Harieum Beungeut
Pranata Mangsa
Bentang Waluku atau Bintang Orion
Upacara *Mapag Sri*
Kalender *Saka*
Upacara *Ngabungbang* atau Mandi di bawah bulan Purnama
Cerita Rakyat Nini Anteh
Katumbiri atau pelangi
Gerhana Matahari

b. Storyline

Storyline adalah sebuah rancangan berupa teks yang akan dipakai untuk keperluan pembuatan suatu cerita. Dalam perancangan media informasi Etno-Astronomi Sunda, storyline ditetapkan untuk membangun naskah cerita yang akan dipakai dalam media video motion agar pesan yang disampaikan lebih terarah, terperinci dan mudah diaplikasikan dalam *storyboard*, yang terdiri dari:

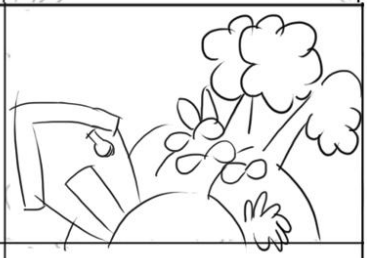
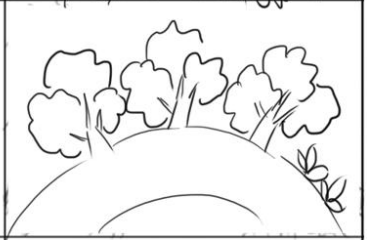
Tabel III.1 *Storyline* Etno-Astronomi Sunda

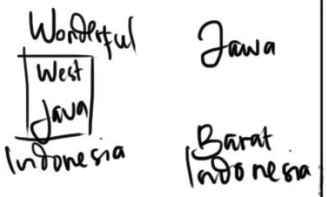
	Adegan	**Karakter**	**Narasi**
1	Memperlihatkan benda-benda langit	Matahari, bulan, bintang	Ribuan tahun lalu, masyarakat Sunda mengenal Astronomi melalui matahari, bulan dan bintang
2	Dua orang membawa lingga, lalu menaruh lingga di tanah	Masyarakat tradisional Sunda	Awalnya, mereka menggunakan lingga untuk melihat pergerakan bayangan matahari
3	Masyarakat Sunda menggunakan panca indera untuk melihat fenomena alam		Lalu mereka mendengar, melihat dan merasakan apa fenomena alam yang terjadi akibat pergerakan benda langit, hingga berulang dan berulang.
4	Muncul judul video "Etno-Astronomi Sunda"	Tipografi	Hal ini dikenal dengan Etno-Astronomi Sunda.
5	Matahari bergerak dan menimbulkan perbedaan waktu dan fenomena alam yang terjadi		Gerak semu matahari di bumi mempengaruhi waktu, masyarakat Sunda mengenal waktu menjadi empat bagian utama
6	Bulan bergerak dan memunculkan Kalender Saka Sunda		Gerak semu bulan di bumi mempengaruhi kalender Sunda yang disebut kalender Saka, didalamnya terdapat penentuan upacara adat
7	Muncul rasi bintang dan petani yang bertani		Ketika rasi bintang muncul di langit, hal ini mempengaruhi masyarakat Sunda dalam bertani hingga berlayar, disebut dengan pranatamangsa
8	Nini Anteh yang berada di dalam Bulan, Batara Guru yang menelan Matahari dan Bulan, Bidadari yang menuruni pelangi menuju air terjun		Bagaimana dengan cerita rakyat Sunda mengenai benda langit? Tentu saja ada, Yang paling terkenal adalah Nini Anteh penunggu bulan, selain itu ada katumbiri, cerita Bhatara Guru mengenai gerhana matahari dan bulan, dan bintang Alpha Centauri.
9	Keseluruhan Adegan dalam satu *frame*		Semua itu terdapat dalam Astronomi dalam budaya Sunda.

c. Storyboard

Storyboard merupakan konsep komunikasi dan ungkapan kreatif dari naskah yang telah dibuat melalui *storyline* melalui teknik dan media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual, termasuk audio dengan mengolah elemen desain grafis berupa bentuk dan gambar, huruf dan warna, serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh khalayak sasaran.

Storyboard ditetapkan dalam perancangan tugas akhir ini untuk menggambarkan storyline secara visual dan bayangan secara visual video yang akan dirancang.

	Ilustrasi	Narasi
1		Ribuan tahun lalu, masyarakat Sunda mengenal Astronomi melalui matahari, bulan dan bintang.
2		Awalnya, mereka menggunakan lingga untuk melihat pergerakan bayangan matahari. Lalu mereka mendengar, melihat dan merasakan apa fenomena alam yang terjadi akibat pergerakan benda langit, hingga berulang dan berulang.
3		Hal ini dikenal dengan Etno-Astronomi Sunda.
4		Gerak semu matahari di bumi mempengaruhi waktu, masyarakat Sunda mengenal waktu menjadi empat bagian utama. *Wanci Haneut Moyan* (Pagi).
5		*Wanci Tumorek* (Siang). *Wanci Harieum Beungeut* (Menjelang Malam).

6		Munculnya bintang dipakai masyarakat Sunda untuk bertanam atau disebut pranata mangsa.
7		Gerak semu bulan, dipakai masyarakat Sunda untuk mengingat kebaikan Dewi Sri di musim panen tiba.
8		Untuk informasi selengkapnya ikuti *West Java Wonderful* Indonesia dan DISPUBDAR JABAR.

Gambar III.4 *Storyboard*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(pada tanggal 29 April 2017)

III.2.7 Strategi Media

Strategi media merupakan langkah untuk memberikan informasi terkait melalui media yang dapat menarik perhatian, mudah dipahami dan mudah dijangkau oleh khayalak sasaran. Strategi media dibuat berdasarkan kecenderungan khalayak sasaran. Berikut adalah media utama dan media pendukung dalam perancangan media informasi Etno-Astronomi Sunda:

a. Media Utama

Media utama pada perancangan informasi ini berupa video *motion graphic*. Menurut Binanto (2010, hal: 2), video merupakan jenis multimedia linear, dimana pengguna hanya menjadi penonton dan menikmati produk multimedia yang disajikan dari awal hingga akhir. Pengertian dari video merupakan seperangkat komponen atau media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara dalam

waktu bersamaan. Video juga merupakan metode yang cerdas untuk mengirimkan pesan multimedia kepada khalayak sasaran yang melihat di televisi ataupun internet.

Sedangkan menurut Prakoso (2010, hal: 97), *motion graphic* merupakan salah satu cabang animasi namun gerakannya lebih sederhana dengan visual berupa grafik dasar yang sederhana dan durasi waktu yang lebih singkat dibandingkan dengan animasi. Meski begitu, dalam beberapa *motion graphic* ditemukan ilustrasi yang cukup kompleks, bersifat imajiner, berlebihan, hal ini mendekati *motion* kepada animasi.

Pada tugas akhir ini, dipilih media informasi berupa video *motion graphic* karena berdasarkan hasil kuisioner *online* yang telah disebar, didapatkan hasil bahwa frekuensi remaja akhir dalam menggunakan *gadget* cenderung sering, pemilihan media video *motion graphic* lebih banyak dipilih oleh khalayak sasaran.

b. Media Pendukung

Media pendukung merupakan media pelengkap atau tambahan bagi media utama untuk membantu menginformasikan dan menghubungkan khalayak sasaran ke medi autama. Pada tugas akhir ini, media pendukung dipilih agar khalayak sasaran dapat terhubung ke video *motion* sebagai media utama. Berikut adalah media pendukung yang dipilih pada perancangan tugas akhir ini:

- **Buku Saku**

Buku saku adalah buku yang menyajikan informasi dan memandu atau memberikan tuntunan kepada pembaca, fungsinya agar informasi yang diberikan jelas dan dipahami oleh pembaca. Dalam buku panduan perancangan ini, berisi penjelasan Etno-Astronomi Sunda dari video animasi, buku menjadi alternatif bagi target yang gemar membaca, selain itu melalui buku juga diharapkan target membaca dan memahami Etno-Astronomi Sunda.

- ***Notes***

Notes merupakan buku catatan yang berukuran tidak terlalu besar yang dipakai untuk menuliskan hal-hal penting dan mudah dibawa kemana-mana. *Note* dipilih karena informasi tentang Etno-Astronomi Sunda dapat diterapkan pada bagian cover, selain itu karena ukuran note dan fungsinya yang efisien, informasi yang diberikan lebih mudah tersampaikan kepada khalayak sasaran.

- ***Desktop*/ Laptop *Wallpaper***

Desktop/ Laptop *Wallpaper* merupakan suatu gambar yang tertempel pada tampilan monitor *desktop*/ laptop. Fungsinya memberi keindahan secara visual agar tampilan monitor tidak monoton. Media pendukung ini dipilih, karena monitor *desktop/* laptop sering dilihat oleh khalayak sasaran.

- ***Mousepad***

Mousepad adalah alas *mouse* agar *scroll* yang ditampilkan pada layar monitor tidak licin. *Mousepad* dipilih sebagai media pendukung karena dapat menampilkan visual dan informasi yang diterapkan, selain itu posisi *mousepad* yang berdekatan dengan *mouse* dan layar monitor dapat dilihat oleh khalayak sasaran.

- ***Cover Casing Handphone***

Cover casing handphone merupakan pelindung *handphone* agar tidak mudah tergores atau kotor. Pada perkembangannya, *cover casing handphone* dibuat semenarik mungkin melalui penambahan *pattern* ataupun visual. Oleh karena itu, *cover casing handphone* dipilih karena informasi dapat disisipkan melalui visual pada *cover casing*, selain itu khalayak sasaran memiliki tingkat pemakaian tinggi terhadap *handphone* dan tidak mudah lepas dari penggunaan *handphone*.

- ***X-Banner***

Banner merupakan salah satu media promosi yang dicetak dengan *print digital* yang umumnya berbentuk potrait atau vertikal, dan merupakan penyederhanaan dari baliho. Sedangkan *banner digital* merupakan *banner* yang dipasang atau dipromosikan melalui alat digital seperti *smartphone*.

Media x-*banner* ini digunakan unuk mengarahkan target untuk membuka dan menonton video animasi Etno-Astronomi Sunda, *banner* ini dipasang pada media internet seperti jejaring sosial, iklan pada aplikasi *smartphone*, web dinas pemerintahan pariwisata dan kebudayaan Kota Bandung ataupun Jawa Barat.

- **Poster**

Poster atau plakat adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata konsumen sekuat mungkin.

Pada perancangan ini terdapat poster *digital* dan poster cetak. Poster *digital* disebar melalui media sosial agar khalayak sasaran mendapat informasi dan dapat terhubung kepada informasi utama di video *motion graphic*.

Selain itu, penyebaran poster cetak dilakukan di jalan seperti yang terpasang di sepanjang jalan yang menggunakan tiang besi, berisi informasi mengenai Etno-Astronomi Sunda.

- ***Flyer***

Flyer adalah media promosi berupa selembar kertas berukuran kecil yang bertujuan untuk mempromosikan sesuatu mulai dari produk, jasa hingga *event*, *flyer* sering juga disebut sebagai selebaran.

Dalam perancangan ini, *flyer* dipilih karena ukurannya yang kecil, dan media yang efektif dalam memberikan informasi terkait Etno-Astronomi Sunda untuk disebarkan dipusat-pusat keramaian dan acara-acara yang biasa dihadiri khalayak sasaran seperti konser musik, budaya hingga pentas sekolah.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan langkah untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen untuk mencapai tujuan tertentu. Pada perancangan tugas akhir ini, strategi distribusi ditetapkan agar media informasi Etno-Astronomi Sunda berupa video animasi dapat disalurkan dengan tepat kepada khalayak sasaran, sehingga khalayak sasaran dapat mengakses dan mengetahui informasi yang terdapat dalam media tersebut.

Penyebaran media utama perancangan tugas akhir ini, yaitu video *motion graphic* akan disalurkan dengan waktu, tempat dan cara penyebaran yang telah ditetapkan berikut ini:

Tabel III. 2 Waktu Penyebaran Media

<table>
<tr><td colspan="2" rowspan="3">Media Perancangan Etno-Astronomi Sunda</td><td colspan="5">Waktu Penyebaran Media</td></tr>
<tr><td colspan="5">Tahun 2017</td></tr>
<tr><td>April</td><td>Mei</td><td>Juni</td><td>Juli</td><td>Agustus</td></tr>
<tr><td>Media Utama</td><td>Video Motion Graphic</td><td colspan="5">2 Juni s.d 27 Agustus</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Media Pendukung</td><td>Buku Saku</td><td colspan="3" rowspan="5"></td><td colspan="2" rowspan="5">2 Juli s.d 27 Agustus</td></tr>
<tr><td>Note</td></tr>
<tr><td>Desktop/ Laptop Wallpaper</td></tr>
<tr><td>Mousepad</td></tr>
<tr><td>Case Handphone</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Media Promosi</td><td>X-Banner</td><td colspan="2" rowspan="2">23 April s.d 27 Mei</td><td colspan="3" rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>Poster Cetak dan Digital</td></tr>
<tr><td>Flyer</td><td></td><td>25 Mei s.d 31 Mei</td></tr>
</table>

Tabel III. 3 Tempat dan Cara Penyebaran Media

<table>
<tr><th colspan="2" rowspan="2">Media Perancangan Etno-Astronomi Sunda</th><th colspan="2">Penyebaran Media</th></tr>
<tr><th>Tempat</th><th>Cara</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Media Utama</td><td>Video Animasi</td><td>Youtube</td><td>Gratis
Dengan mengakses channel youtube di Etno-Astronomi Sunda, atau dapat juga scan QR Code yang sudah disediakan di media pendukung.</td></tr>
<tr><td>Buku Saku</td><td>Acara kebudayaan, pameran industri kreatif, kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dan Jawa Barat</td><td>Gratis
Dibagikan atau dapat diambil di kantor maupun booth saat acara.</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Media Pendukung</td><td>Note</td><td rowspan="4">Acara kebudayaan, pameran industri kreatif.

Hal ini ditetapkan agar khalayak sasaran dapat membeli media pendukung ini di acara kebudayaan dan pameran industri kreatif.</td><td rowspan="4">Berbayar (dijual terpisah dan dijual dalam satu paket gratis CD video motion graphic)</td></tr>
<tr><td>Desktop/ Laptop Wallpaper</td></tr>
<tr><td>Mousepad</td></tr>
<tr><td>Case Handphone</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Media Promosi</td><td>X-Banner</td><td>Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dan Jawa Barat</td><td>Gratis</td></tr>
<tr><td>Poster</td><td>Media sosial (Facebook dan Instagram)</td><td>Dengan mengakses media sosial facebook di alamat Etno-Astronomi Sunda dan instagram di Etno.Astronomi Sunda</td></tr>
</table>

	Flyer	Acara kebudayaan, pameran industri kreatif.	Gratis Disebarkan pada saat acara kebudayaan dan pameran kreatif.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual merupakan rancangan karya yang akan dibuat dengan visual atau gambar. Konsep visual dibutuhkan agar rancangan visual yang akan dibuat tersusun dan terarahkan dengan baik sesuai tujuan yang diingkan. Pada perancangan tugas akhir ini, konsep visual meliputi format desain, tata letak, tipografi, ilustrasi dan warna yang akan digunakan. Selebihnya, konsep audio berupa *voice over* (berisi narasi) dan *background music* (musik latar) ditambahkan untuk perancangan video tugas akhir ini.

III.3.1 Format Desain

Format video *motion* sebagai media yang menjelaskan mengenai Etno-Astronomi Sunda berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Spesifikasi video adalah sebagai berikut:

- ***Frame size***

Frame size atau lebih dikenal juga dengan resolusi merupakan ukuran gambar yang ditayangkan secara digital. Pada format video tugas akhir ini dipilih ukuran *frame* 1920px x 1080px, agar video dapat ditayangkan pada layar dengan ukuran 21 *inch.*

- ***Frame rate***

Frame rate adalah banyaknya *frame* (gambar) yang diputar dalam satu detik. *Frame rate* diukur dalam satuan fps, semakin tinggi fps, semakin halus gerakan objek dalam video. Maka ukuran dalam video ini adalah 29 fps agar pergerakan objek lebih halus.

- ***Format video***

Format video pada tugas akhir ini adalah MP4 *Video files* dipilih karena memiliki resolusi tinggi dengan kualitas video yang bagus.

- ***Length/Duration***

Length/ Duration adalah ukuran waktu tayang video, menggunakan satuan ukuran International secara berurutan, jam, menit dan detik. Pada video tugas akhir ini memiliki waktu selama 00: 03: 26.

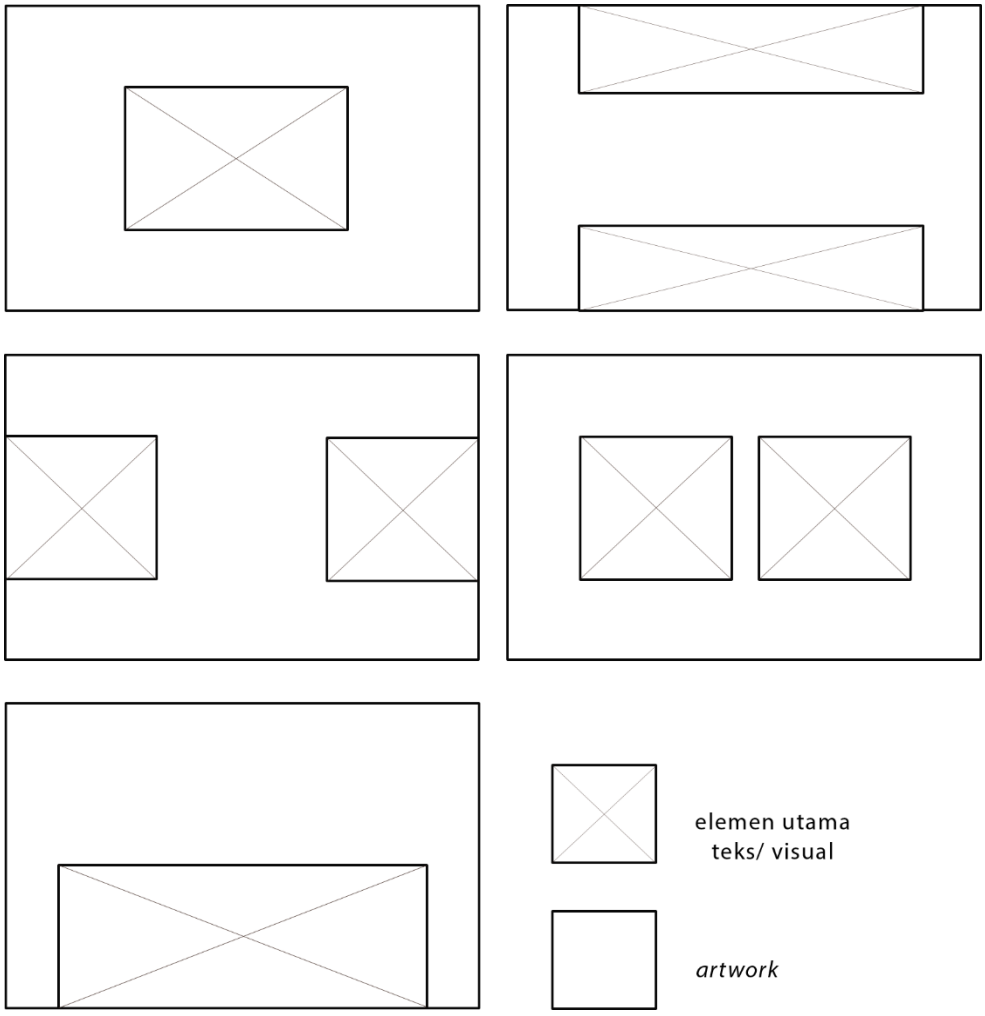
- ***Colors***

Colors atau warna adalah gelombang cahaya yang diterima oleh mata manusia. Warna pada video *digital* menggunakan format *RGB (red, green, blue)* sama halnya dengan video tugas akhir ini menggunakan format *RGB*, format ini merupakan aturan baku untuk penggunaan warna secara digital atau tidak dicetak.

III.3.2 Tata Letak

Tata letak merupakan penempatan elemen-elemen desain terhadap suatu bidang pada media untuk mendukung konsep dan pesan yang akan disampaikan (Rustan, 2009). Tata letak dalam video motion dalam perancangan tugas akhir ini terpusat sehingga khalayak sasaran fokus pada satu titik baik penempatan visual maupun penempatan teks dalam video *motion*.

Selain itu tata letak yang terpusat di tengah atau pada satu titik memudahkan khalayak sasaran dalam menyimak informasi dan visual yang ditayangkan. Berikut adalah tata letak terpusat yang dipakai pada perancangan tugas akhir ini.



Gambar III.5 Tata Letak Terpusat dalam Video *Motion*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(pada tanggal 16 Juni 2017)

III.3.3 Tipografi

Tipografi berkaitan erat dengan *setting* huruf baik dalam media cetak maupun media elektronik, tipografi dimaknai sebagai disiplin yang berkenaan dengan huruf (Rustan, 2010). Huruf merupakan suatu unsur yang mempunyai peranan penting dalam penyampain suatu pesan. Huruf pada perancangan tugas akhir ini memiliki kriteria mudah dibaca, yaitu dengan memperlihatkan kenyamanan dan keterbacaan dalam membaca.

Tipografi dalam perancangan tugas akhir ini terdapat pada judul video *motion* dan penambahan teks saat audio berjalan. *Clarity* adalah kejelasan yang terdapat dalam teks, artinya khalayak sasaran mampu membaca secara jelas, mudah dibaca, dan mudah dipahami saat dibaca. Ukuran teks, bentuk teks dan penggunaan warna sangat mempengaruhi kejelasan dalam tipografi. Sehingga informasi yang disampaikan dapat disampaikan dengan baik melalui teks.

III.3.3.1 Studi Huruf

- **Judul**

Huruf yang digunakan sebagai judul dari video *motion graphic* ini selain dipakai untuk judul juga dipakai sebagai logo, huruf ini dibuat dengan mengambil unsur etnik dari bebatuan, hal ini dipilih karena pada awalnya, Etno-Astronomi Sunda ditemukan dalam wujud prasasti batu. Untuk menyeimbangi bentuk dan kesan dan bebatuan yang kaku, maka ditambahkan unsur benda-benda langit yang ditampilkan dengan bentuk etnik yaitu Matahari dan Meteor.



Gambar III.6 Referensi Batu Prasasti Kerajaan Sunda
Sumber: https://wordpress/prasasti-kerajaan-sunda/
(pada tanggal 30 Juli 2017)

Penggunaan huruf kapital dipilih agar teks mudah dibaca oleh khalayak sasaran, *uppercase* (huruf besar) hanya digunakan pada awal kata dalam judul saja dan *lowercase* (huruf kecil) digunakan dalam huruf lanjutannya, hal ini dipilih agar keterbacaannya jelas meskipun judul teks panjang. Ukuran huruf teks disesuaikan dalam bentuk video (800px x 500px), teks masih dapat terlihat jelas ketika ukurannya diperkecil.

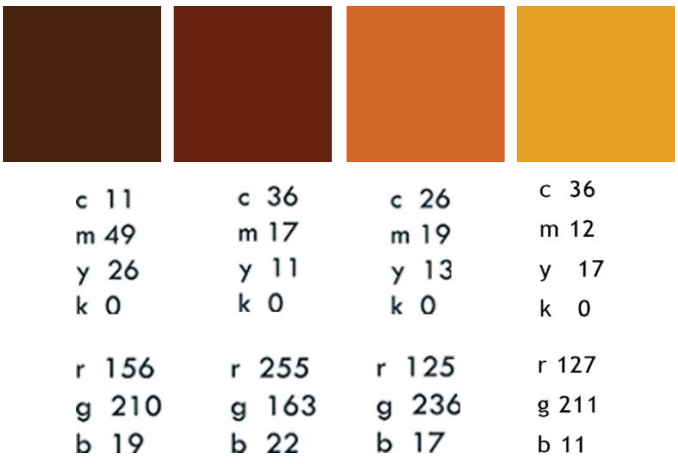


Gambar III.7 Sketsa Judul
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(pada tanggal 11 Mei 2017)





Gambar III.8 Hasil Akhir Tipografi, Judul Video *Motion*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(pada tanggal 11 Mei 2017)



Penggunaan warna coklat, kuning dan turunannya dipilih untuk merepresentasikan nuansa etnik Sunda, warna kontras dipilih untuk memberi kejelasan saat membaca pada teks. Penyisipan visual matahari sebagai pengganti huruf ‘o’ dalam kata Astronomi dipilih untuk menunjukan judul yang memiliki keterkaitan konten Astronomi dengan teks dan menarik perhatian khalayak sasaran. Penambahan pita dalam bentuk meteor jatuh dalam kata ‘Sunda’ dipilih untuk menambah kesan retro dalam teks.



Gambar III.9 *Main Brush* Yang Digunakan
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(pada tanggal 11 Mei 2017)

Dalam mengolah huruf ini, digunakan bentuk *brush* bawaan dari Adobe Photoshop CS6, yang memiliki tekstur krayon, hal ini digunakan untuk memberi kesan kedalaman dan memberi kesan seperti dalam tulisan prasasti yang terhapus dan tidak merata. Selain itu, penggunaan brush ini dipakai dalam keseluruhan pembuatan karakter maupun *background.* Hal ini ditetapkan agar gaya visual sama.

- ***Body* Teks**

Body teks yang digunakan dalam perancangan tugas akhir ini adalah huruf bawaan dari Windows 7, huruf bernaman Myriad Pro ini dipilih karena bentuknya yang dinamis sans serif (tidak berekor) dan mudah dibaca. Ukuran yang digunakan adalah 8pt (disesuaikan dengan ukuran video).

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

0123456789

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kusrianto (2009, hal: 140) menjelaskan ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Ilustrasi menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang bertujuan menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan atau informasi tertulis lainnya sehingga tulisan tersebut lebih mudah dipahami.

Ilustrasi digunakan untuk memperjelas dan mempertegas pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan ini. Ilustrasi yang digunakan berupa ilustrasi *folk*, yang visualisasinya memiliki unsur fantasi, berlebihan dan tidak memiliki postur ataupun anatomi bentuk yang sesuai dengan keadaan nyata.

Ilustrasi *folk* dipilih karena terdapat unsur etnik yang cocok untuk materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan tugas akhir ini.



Gambar III.10 Ilustrasi *Folk* Painting Oleh Marylin
Sumber : https://id.pinterest.com/pin/564638872005523947/
(pada tanggal 22 April 2017)

- **Studi Karakter**

Karakter dalam video perancangan tugas akhir ini dibuat berdasarkan representatif dari kehidupan nyata yang digabungkan menggunakan beberapa elemen visual. Pada perancangan tugas akhir ini, karakter mengikuti bentuk ilustrasi *folk* yang memiliki bentuk karakter yang tidak sempurna dan tidak proporsional.



Gambar III.11 Referensi Gaya Visual Karakter
Sumber: https://id.pinterest.com/pin/564638872005523947/
(pada tanggal 30 Juli 2017)

Selain itu, untuk penggunaan properti dan pakaian menggunakan referensi dari berbagai baju tradisional Sunda. Hal ini ditetapkan untuk memberikan ciri dari budaya Sunda melalui baju tradisional Sunda dan motif umum yang terdapat pada baju tradisional Sunda.

Selain itu, hal ini dipilih agar ilustrasi yang dipakai pada perancangan tugas akhir ini masih memiliki unsur lokal budaya Sunda agar tidak tertukar dengan budaya lainnya. Terutama ilustrasi atau *folk art* yang berasal dari luar budaya Sunda.

Berikut adalah referensi karakter dan baju tradisional Sunda:



Gambar III.12 Referensi Karakter
Sumber: Dokumentasi Komunitas Budaya Sunda (2016)
(pada tanggal 9 April 2017)



Gambar III.13 Sketsa Karakter
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(pada tanggal 14 Juni 2017)

- **Studi *Background***

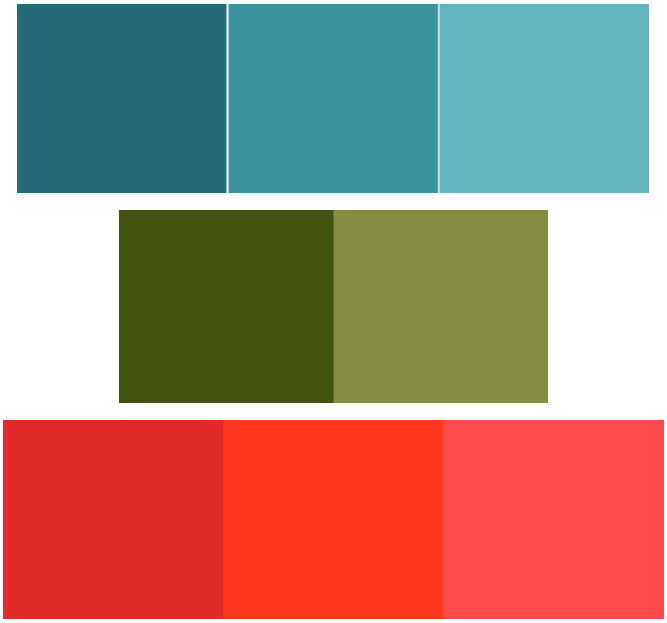
Background dalam video perancangan tugas akhir ini dibuat berdasarkan representatif dari kehidupan nyata yang digabungkan menggunakan beberapa elemen visual. Pada *background* diambil warna cahaya matahari yang mewakili waktu pagi, siang dan menjelang malam.



Gambar III.14 Suasana Langit
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(pada tanggal 1 April 2017)

III.3.5 Warna

Penggunaan warna saat dicampur menggunakan metode hubungan warna monokrom yaitu dalam satu objek visual menggunakan warna *shadin*g (bayangan) dari turunan satu warna dan pemberian *highlight* (pencahayaan) menggunakan warna analog yaitu warna yang kontras dan tidak berhubungan dengan warna monokrom. Berikut adalah komposisi warna monokrom dan analog:



Gambar III.15 Warna Monokrom dan Analog
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(pada tanggal 17 Juli 2017)

Komposisi warna yang dipilih dalam percangan tugas akhir ini berupa warna yang lembut dan kontras yang disesuaikan dengan karakteristik etnik dan khalayak sasaran. Pemilihan warna ini ditetapkan karena selain memiliki kesan etnik, palet warna ini adalah palet warna yang biasa digunakan untuk menampilkan warna cerah dan menonjolkan kesan eksotis (Brandi

- Warna RGB

Warna RGB adalah *system* warna yang ditujukan untuk penggunaan media *digital*, seperti pada layar monitor komputer, televisi, video dan lainnya (Sulasmi, hal: 11, 2002). Pada tugas akhir ini, warna RGB digunakan dalam pembuatan video *motion graphic*, karena fungsi dari warna RGB adalah untuk penggunaan media *digital*.

- Warna CMYK

Warna CMYK adalah warna yang ditujukkan untuk penggunaan media yang dicetak seperti buku, poster dan lainnya. CMYK memiliki kepanjangan *Cyan-Magenta-Yellow-Key*. Pada tugas akhir ini, warna CMYK digunakan untuk membuat media pendukung seperti buku panduan, *flyer dan banner*. Hal ini

dikarenakan, penggunaan warna CMYK khusus untuk penggunaan media cetak dan warna yang ditampilkan lebih baik dibandingkan warna RGB.



Gambar III.16 Warna Monokrom dan Analog
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(pada tanggal 17 Juli 2017)

- **Makna Warna**

Dalam perancangan warna yang telah dipilih ini, memiliki makna atau arti warna sebagai berikut:

Tabel. III. 4 Makna Warna

Warna	Makna
Merah	Semangat, berani, penuh gairah, menarik perhatian
Ungu	Spiritual, misterius, kebangsawanan, nostalgia
Hijau	Alami, menyegarkan
Biru	Ketenangan, emosi
Kuning	Optimisme, jujur, enerjik

III.3.6 Audio

Audio adalah elemen suara atau bunyi yang dapat didengar oleh indera pendengar manusia, berupa vokal manusia, musik, suara makhluk hidup dan benda buatan/ mesin. Audio dapat digunakan dalam media, atau media audio. Media audio merupakan berbagai suara yang sengaja direkam atau dibuat untuk keperluan tertentu, misalnya untuk keperluan hiburan, informasi dan pendidikan.

Pada perancangan tugas akhir ini, audio digunakan untuk menambah nilai informasi dan daya tarik pada video *motion.* Berikut adalah jenis audio yang akan digunakan:

”Happy Nature.Mp3”

Audio ini, didapatkan secara gratis dan dapat dipakai untuk bahan pembelajaran.

III.3.6.1 *Voice over*

Voice over adalah suara yang merupakan vokal manusia yang sengaja direkam, biasanya digunakan di radio, siaran televisi, film, video, teater dan lainnya. Penggunaan *voice over* pada video untuk membantu mengarahkan khalayak sasaran kepada informasi yang disampaikan ketika gambar ditayangkan.

Pada perancangan tugas akhir ini, *voice over* dilakukan oleh wanita untuk lebih menarik dan memperjelas apa yang dimaksud dari isi dan tujuan video animasi Etno-Astronomi Sunda. Penggunaan suara wanita untuk mengisi suara ini dipilih berdasarkan kutipan dari laman website merdeka.com, yang menyatakan bahwa suara wanita lebih cocok digunakan untuk mengarahkan sesuatu atau memberi informasi yang ringan.

Penggunaan tempo dan intonasi diperhatikan dalam *voice over* ini untuk memberikan gaya bercerita atau naratif pada suara. Berikut konten *voice over* pada video animasi ini:

- Ribuan tahun lalu, masyarakat Sunda mengenal Astronomi melalui matahari, bulan dan bintang.

- Awalnya, mereka menggunakan lingga untuk melihat pergerakan bayangan matahari.
- Lalu mereka mendengar, melihat dan merasakan apa fenomena alam yang terjadi akibat pergerakan benda langit, hingga berulang dan berulang.
- Hal ini dikenal dengan Etno-Astronomi Sunda.
- Gerak semu matahari di bumi mempengaruhi waktu, masyarakat Sunda mengenal waktu menjadi empat bagian utama:
    Ketika subuh hingga matahari terbit
    Pagi hari hingga Siang hari
    Siang hari menuju Sore
    Sore menuju matahari tenggelam
- Gerak semu bulan di bumi mempengaruhi kalender Sunda yang disebut kalender *Saka*, didalamnya terdapat penentuan upacara adat:
    Ngawangwulan
    Ritual membersihkan benda pusaka
- Ketika rasi bintang muncul di langit, hal ini mempengaruhi masyarakat Sunda dalam bertani hingga berlayar, disebut dengan *pranatamangsa*.
- Bagaimana dengan cerita rakyat Sunda mengenai benda langit? Tentu saja ada, Yang paling terkenal adalah Nini Anteh penunggu bulan, selain itu ada katumbiri, cerita Bhatara Guru mengenai gerhana matahari dan bulan, dan bintang Alpha Centauri.
- Semua itu terdapat dalam Astronomi dalam budaya Sunda.