BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah kelompok sasaran yang dituju secara khusus. Pemilihan khalayak sasaran dalam perancangan informasi *nongkrong* dikalangan remaja agar remaja dapat memilih waktu yang sesuai untuk melakukan kegiatan *nongkrong*. Dalam khalayak sasaran dibagi menjadi beberapa segi yaitu:

- Demografis

  Demografis adalah ilmu yang mempelajari dinamika kependudukan mulai dari ukuran, ukuran dan distribusi penduduk. Demografis juga adalah pembagian karakteristik berdasarkan khalayak sasaran, usia, jenis kelamin, status ekonomi dan tingkat pendidikan

  Usia : 12 – 15 tahun

  Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

  Status Sosial : Menengah keatas

  Pendidikan : Pelajar SMP

- Geografis

  Geografis adalah ilmu yang mempelajari tentang lokasi. Perancangan ini ditujukan didaerah Kota Bandung. Tujuan dipilihnya kota bandung sebagai tempat penyebaran informasi tersebut karena kota bandung adalah salah satu kota besar dan jumlah remaja termasuk besar sehingga dipilih menjadi salah satu tempat untuk memberi pesan kepada anak remaja.

- Psikologi

  Secara psikologi perancangan ini ditujukan kepada remaja awal yang berusia 12 – 15 tahun. Remaja sosok individu yang memiliki tugas yang sangat besar dalam perkembangannya yakni pencapaian status indentitas sehingga didapatkan bahwa remaja ingin melakukan sesuatu karena ke inginan diri sendiri. Remaja sudah tidak termasuk golongan anak-anak, tetapi belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk pada golongan dewasa. Remaja terdapat di antara anak dan orang dewasa jadi karena itu dikenal dengan fase “mencari jati diri”.(Ali dan Asrori,2016). Remaja

yang akan atau sering melakukan kegiatan *nongkrong* agar tetap mengerti akan dampak dari kegiatan *nongkrong*.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah cara untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak melalui ide atau gagasan yang dimasukan kedalam sebuah bentuk media. Dengan adanya permasalahan tentang dampak dari kegiatan *nongkrong* maka diperlukan informasikan kepada khalayak khususnya remaja atau pelajar SMP yang tepat, menarik dan juga efektif. Video dipilih karena dianggap sebagai media yang tepat untuk menyapaikan pesan informasi tentang dampak dari kegiatan *nongkrong* yang ditujukan kepada remaja yang akan atau sering melakukan kegiatan *nongkrong* atau tidak mengetahui kegiatan *nongkrong*, dengan demikian dibuat informasi kepada remaja yang diharapkan dapat dimengerti dan mudah dipahami.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam media informasi ini adalah memberikan informasi atau memaparkan kepada khalayak khusunya remaja atau pelajar dari dampak kegiatan *nongkrong,* baik yang berdampak positif ataupun berdampak negatif. Sehingga remaja atau pelajar dapat mengetahui dampak apasaja apabila melakukan kegiatan *nongkrong.*

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Untuk melakukan pendekatan komunikasi pada masalah *nongkrong* dikalangan remaja menggunakan pendekatan berupa gambaran apa dampak dari kegiatan *nongkrong* agar pesan yang ingin di sampaikan bisa tercapai yang sebelumnya dapat tercapai. Berikut merupakan pemaparan mengenai komunikasi verbal dan komunikasi visual yang digunakan dalam pembuatan video.

III.2.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan melalui sudut pandang anak remaja. Dimana strategi komunikasi yang bertujuan memberikan pesan yang baik. Pendekatan verbal

digunakan untuk menguatkan pesan visual yang akan disampaikan. Bahasa yang digunakan Bahasa Indonesia yang sederhana, singkat dan jelas agar mudah dipahami dan dimengerti oleh remaja.

III.2.2.2 Pendekatan Visual

Pendekatan visual dilakukan dengan menggunakan visual berupa vektor dan teks yang menarik agar mudah di ingat. Pada visual akan digambarkan dengan sederhana dan jelas dampak-dampak dari kegiatan ini.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan sebuah istilah yang digunakan kepada lembaga yang menjadi landasan media informasi ini dapat tersebar atau dipublikasikan. dalam hal ini yang menjadi *mandatory* adalah Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) karena target audiens adalah anak dibawah umur yaitu pelajar SMP. Seusai dengan pasal 76 UU perlindungan anak yaitu:

a. melakukan sosialisasi seluruh ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan anak, mengumpulkan data dan informasi, menerima pengaduan masyarakat, melakukan penelaahan, pemantauan, evaluasi, dan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan anak.
b. memberikan laporan, saran, masukan, dan pertimbangan kepada Presiden dalam rangka perlindungan anak.

Dengan pasal berikut KPAI akan memantau dan mengawasi setiap kegiatan anak dan salah satu kegiatannya adalah *nongkrong.*

KPAI
KOMISI PERLINDUNGAN ANAK INDONESIA

Gambar III.1 Logo KPAI

Sumber : http://www.kpai.go.id/files/2016/10/xlogo-512.png.pagespeed.ic.eMeIQkrENb.png

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang digunakan pada perancangan informasi dampak dari *nongkrong* kepada anak remaja tujuannya mengacu pada perancangan itu sendiri yaitu agar remaja mengetahui dampak dari *nongkrong*. Materi tersebut berisi tentang dampak dari kegiatan *nongkrong,* materi pesan terdiri dari:

- Dampak negatif dari kegiatan nongkrong
- Dampak positif dari kegiatan nongkrong
- Tempat yang dilakukan ketika nongkrong

Materi pesan ini bermaksud untuk memberitahu informasi kepada anak remaja agar mengetahui dampaknya sebelum melakukan kegiatannya.

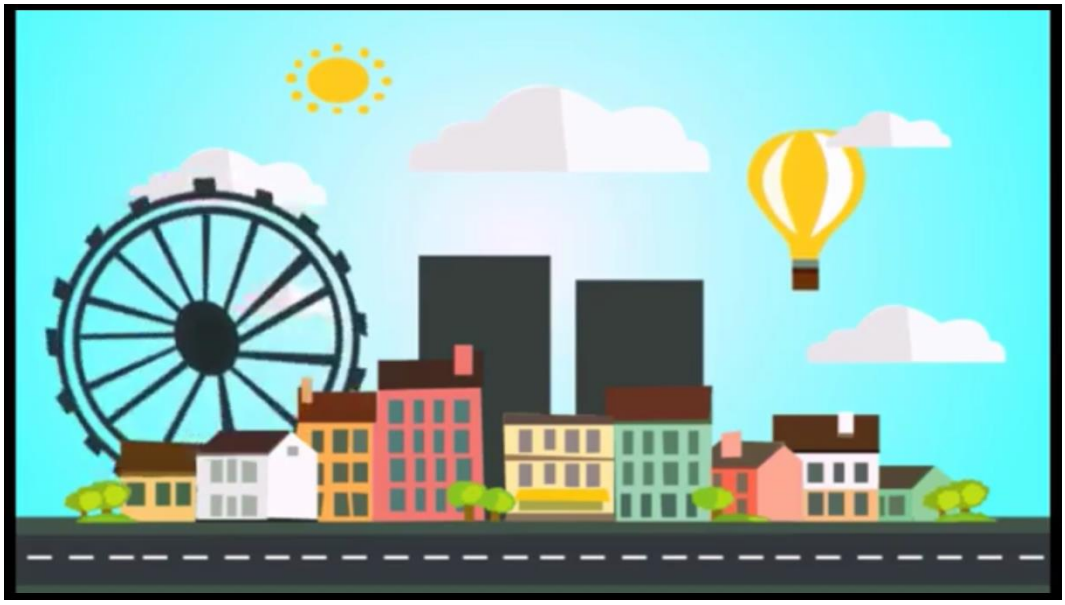
III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang tidak baku agar pembawan materi yang akan disampaikan terkesan lebih santai dan mudah dimengerti oleh target audiens untuk menyerap informasi yang disampaikan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif tentang perancangan ini menggunakan dampak dan tempat yang biasa dijadikan tempat untuk nongkrong yang dilakukan oleh remaja. Pendekatan kreatif dalam video ini adalah penyampain pesan dalam ilustrasi yang di buat menarik. Penyampaian pesan yang disampaikan sedeharna dan dapat mudah dipahami sehingga target *audiens* dapat mengerti dengan mudah dan paham terhadap pesan yang disampaikan.

Salah satu referensi video *motion graphic* yang menjadi panutan dalam membuat video *motion graphic* ini adalah video adalah seperti gambar III.2, karena video tersebut dapat menyampaikan informasi dengan menarik dan dapat dengan mudah dimengerti oleh yang melihatnya.



Gambar III.2 Referensi *Motion Graphic*
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=TwVcvC4MmTk

a. Storyline

Dalam pembuatan sebuah video memubuat *storyline* agar menjadi acuan dalam membuat sebuah video.

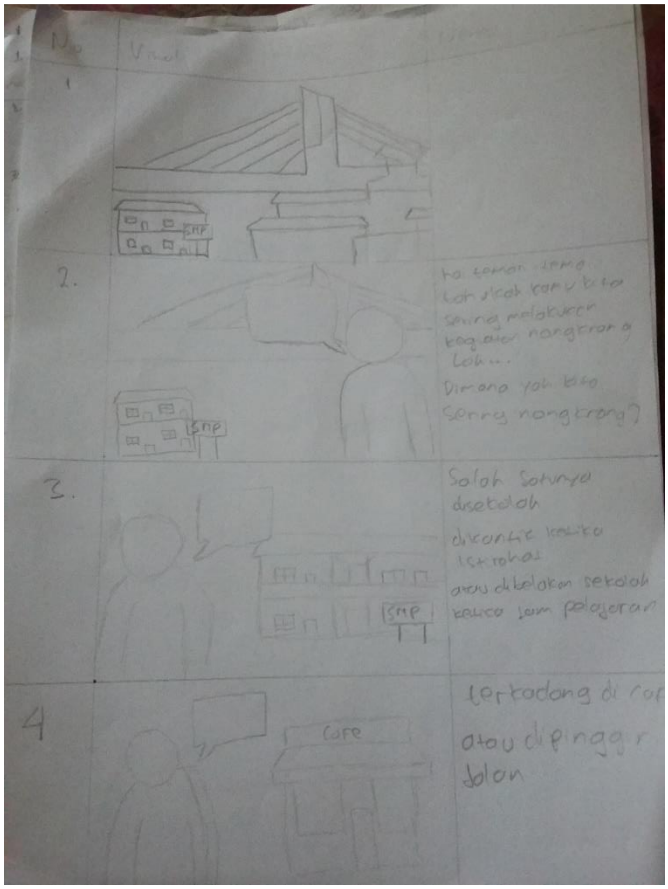
Tabel III.1 *Storyline*
Sumber : data pribadi

No	Adegan	Visual	Narasi
1	Menampilkan ciri khas bandung dan sekolah SMP	Jembatan layang bandung, sekolah, gedung sate	
2	Muncul seseorang dan menjelaskan tentang nongkrong	Jembatan layang bandung, sekolah, gedung sate, seseorang	Hai teman-teman.. Tahukah kamu kita sering melakukan kegiatan nongkrong loh.. Dimana yah kita sering nongkrong ?
3	Memperbesar gambar sekolah dan seseorang menjelaskan	Sekolah, seseorang, kantin,	Salah satunya disekolah, dikantin

	tempat-tempat nongkrong disekolah	belakang sekolah	ketika istirahat, di belakang sekolah ketika jam pelajaran
4	Menjelaskan beberapa tempat nongkrong	Cafe, pinggir jalan	Terkadang di café atau di pinggir jalan
5	Memindahkan posisi seseorang berada di tengah dan menjelaskan tentang ada dampak negatif dan positif	seseroang	Ehh ada dampak negatifnya Tapi ada dampak positifnya juga
6	Bergeser ke sebelah kiri dan menjelaskan dampak negatif	Seseorang, seseorang sedang merokok	Ini adalah negatifnya Biasanya mereka merokok
7	Menjelaskan dampak selanjutnya	Seseorang, perkelahian	Dapat memicu perkelahian
8	Mejelaskan dampak positifnya		Tapi ada dampak positifnya juga
9	Mejelaskan dampak positifnya	Seseorang dengan membwa buku	Ketika nongkrong membicarakan PR atau tugas
10	Menjelaskan nongkrong yang boleh	seseorang	Nongkrong ? boleh asal tidak berlebihan dan selalu ingat waktu yaaa..
11	Menampilkan logo mandatory	Logo mandatory	Pesan disampaikan

b. Storyboard

Storyboard adalah sebuah sketsa awal yang telah disusun melalui naskah yang telah dibuat melalui *storyline*, termasuk pengolahan elemen grafis lainnya berupa gambar, huruf dan warna termasuk audio sehingga pesan yang akan disampaikan dapat diterima oleh khalayak sasaran.



Gambar III.3 *Storyboard*
Sumber : Data Pribadi

III.2.7 Strategi Media

Strategi media mengenai informasi dampak negatif *nongkrong* kepada anak remaja berupa sebuah video yang mengacu pada perancangan itu sendiri. Manfaat menggunakan video sebagai media karena jaringan luas dalam penyajiannya, juga sebagai jaringan video dapat dikunjungi berbagai masyarakat dan tidak hanya terbatas pada satu daerah atau wilayah. Anak remaja zaman sekarang tidak lepas dengan yang namanya *gadget* dan internet yang sudah melekat dengan kehidupan

sehari-hari, sehingga tempat untuk menyampaikan pesan ini adalah media sosial yang sering dikunjungi oleh anak remaja seperti istagram, youtube dan facebook.
Adapun media yang digunakan untuk menginformasikan mengenai dampak negatif *nongkrong* ini adalah sebagai berikut:

III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang dipilih untuk menyampaikan pesan informasi adalah video, yaitu video *Motion Graphic.* Menurut Kustandi dan Bambang Sutjipto (2013, hal 64) mengungkapkan bahwa video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajakan keterampilan, menyingkat atau memperlambat waktu dan memperngaruhi sikap. Sehingga video dapat menajadi sebuah media informasi yang dapat diterima oleh khalayak sasaran.
Motion Graphic merupakan penggabungan dari illustrasi, tipografi dan videografi dengan menggunakan teknik animasi. Adapun isi konten dari media tersebut yaitu berupa informasi-informasi tentang dampak dari *nongkrong.* Diharapkan dengan menggunakan media video dapat membuat anak remaja mengetahui dampak dari kegiatan *nongkrong*.

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung adalah media tambahan yang dibuat dengan tujuan membantu menyebar luaskan informasi kepada khalayak dan untuk menambah ketertarikan dan minat terhadap target audiens untuk mencari tahu tentang informasi yang disampaikan. Pada media pendukung dipilih agar khalayak sasaran dapat terhubung dengan video sebagai media utama. Media pendungkung dalam perancangan informasi ini adalah:

a. Poster

   Poster adalah sebuah media publikasi yang terdiri dari gambar dan tulisan yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak. Tujuan menggunakan poster untuk mengingatkan kepada khalayak khususnya remaja atau pelajar yang berada disekolah untuk mengingat dampak dari kegiatan nongkrong.

b. Media Sosial

Diganakan sebagai penujang media utama yaitu video. Media sosial yang digunakan seperti youtube dan Instagram yang sering dikunjungi oleh remaja.

c. Flyer

Flyer adalah sebuah selembaran yang diedarkan merupakan iklan kertas yang ditujukan kepada khalayak. Media flyer akan diberikan kepada remaja yg dikhususkan kepada pelajar SMP diberikan setelah pulang sekolah untuk membuat pelajar SMP mengingat dampak dari kegiatan nongkrong.

d. X Banner

Pembuaan x banner dibuat untuk membantu memberi informasi kepada target audien yang akan di pasang di sekolah karena sekolah adalah tempat mereka belajar dari pagi hingga sore hari.

e. Stiker

Pembuatan stiker diberikan kepada targen audien agar mereka mencari tahu video tersebut melalui ponsel atau computer yang akan dipasangkan tulisan judul di youtube.

f. Case Handphone

*C*ase handphone merupakan pelindung *handphone* agar tidak tergores atau kotor. Media ini dipilih karena khalayak sasaran sangat tinggi dalam pemakaian *handphone* dan tidak mudah untuk jauh dari *handphone*.

g. Web banner

Web benner adalah sebuah promosi atau ajakan dalam berbagai hal dengen menggunakan web dan tidak akan hilang meskipun mengulung scrollbar sampar ke akhir dokumen.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan rencana dalam penyebaran media kepada target audiens, agar pendistribusian media informasi benar-benar tersampaikan kepada khalayak sasaran. Pada perancangan ini penyebaran video *motion graphic* akan disalurkan waktu dan tempat akan ditetapkan sebagai berikut:

Tabel III.2 Distribusi dan Waktu Penyebaran
Sumber : data pribadi

<table>
<tr><td colspan="2" rowspan="2">Media</td><td colspan="4">Waktu Penyebaran media</td></tr>
<tr><td>Juni</td><td>Juli</td><td>Agustus</td><td>September</td></tr>
<tr><td>Media Utama</td><td>Video Motion Graphic</td><td></td><td colspan="3">23 Juli s.d 23 September</td></tr>
<tr><td>Media Pendukung</td><td>Flyer</td><td>1 Juni sd 7 Juni</td><td colspan="3" rowspan="3"></td></tr>
<tr><td></td><td>Stiker</td></tr>
<tr><td></td><td>Poster</td><td colspan="2">8 Juni s.d 30 Juni</td></tr>
<tr><td></td><td>X banner</td><td rowspan="4"></td><td>1 Juli s.d 22 Juli</td><td rowspan="2"></td></tr>
<tr><td></td><td>Case Handphone</td><td colspan="2">23 Juli s.d 23 September</td></tr>
<tr><td></td><td>Pin</td><td colspan="2" rowspan="2"></td></tr>
<tr><td>Media sosial</td><td>Youtube</td><td colspan="2">1 Juli s.d 23 September</td></tr>
<tr><td></td><td>Instagram</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

III.3 Konsep Visual

Tema pada perancangan informasi ini berisi tentang apa saja dampak negatif dari kegiatan *nongkrong.* Pemilihan ilustrasi, *layout*, huruf dan pemilihan warna yang sesuai dengan target audiens, yang membuat target audiens tertarik untuk melihatnya dan dapat mudah dimengerti dengan isi pesan yang disampaikan dalam informasi ini.

III.3.1 Format Desain

Agar video yang disampaikan jelas maka digunakan format desain yang ada pada video yang digunakan adalah 1280px x 1080px. Dengan resolusi ini gambar dari sebuah video yang dihasilkan akan terlihat sangat jelas sampai ke detai-detainya.

Video tersebut disebut dengang HD atau singkatan dari *High Definition* yang memunyai resolusi tinggi.



Gambar III.4 Contoh resolusi yang digunakan
Sumber : dokumentasi Pribadi

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout merupakan salah satu unsur yang sangat berpengaruh dalam sebiah komposisi. Prinsip dasar layout sama dengan prinsip dasar desain grafis antara lain: *sequence*/urutan, *emphasis*/penekanan, balance/kesimbangan, unity/kesatuan. Menurut Rustan (2008) Tugas desainer grafis adalah menyampaikan pesan kepada target audience melalui seuatu karya grafis. Didalam suatu karya grafis besar kemungkinan tidak hanya memuat satu atau dua pesan saja.

Dalam hal ini sama dengan tujuan membuat sebuah video yang menyampaikan pesan yang tidak hanya satu tetapi ada beberapa pesan yang akan disampaikan sehingga tata letak layout menyampai pesan harus efektif. Sehingga layout ialah untuk mengatur berbagai unsur seperti huruf, teks, bidang, gambar dan lain sebagainya agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

III.3.3 Tipografi

Menurut Sihombing (2003) Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif. Lewat

kandungan nilai fungsional dan estetikanya, huruf yang tersirat dalam sebuah komunikasi verbal yang dituangkan melalui abstraksi bentuk-bentuk visual.

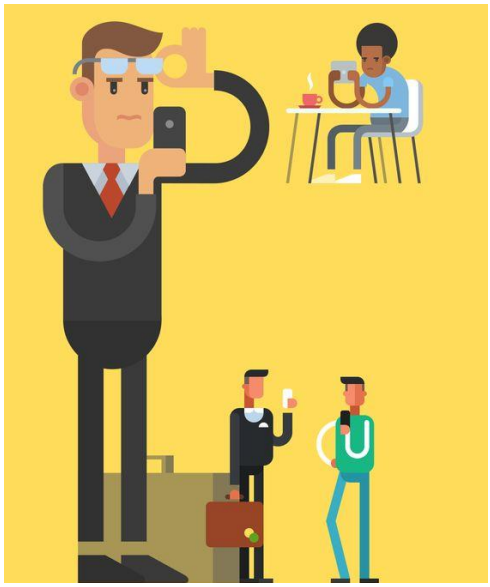
Untuk menjelaskan unsur informasi yang ada pada video ini akan menggunakan element tipografi. Tipografi merupakan suatu ilmu yang didalamnya memilih dan menata huruf pada ruang yang tersedia, dan harus mengandung keterbacaan, nyaman dari segi propose, ukuran dan juga penempatannya untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Desain font yang digunakan ialah *Rockwell Extra Bold* tujuannya agar font yang digunakan dalam video tersebut jelas dan mudah terbaca karena hanya beberapa detik untuk membaca tipografi yang muncul. Font tersebut memiliki peran sebagai font yang memiliki karakteristik tegas.

Rockwell Extra Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Gam**b**ar III.5 Font *Rockwell Extra Bold*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Menurut *Wojirsch* ilustrasi merupakan gambaran pesan yang tak terbaca yang dapat menguraikan cerita, berupa gambar dan tulisan yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Sehingga dapat menjelaskan makna yang terkandung didalam pesan tersembunyi. Jadi penggunaan ilustrasi dalam sebuah video ini berfungsi untuk memperjelas dan mempertegas agar mudah dipahami. Ilustrasi dari video yang dipakai adalah dengan memaparkan dampak dan tempat dari kegiatan *nongkrong* yang biasa dilakukan dikalangan remaja atau pelajar smp, hal ini bermaksud untuk lebih dapat dicerna oleh target audiens. Ilustrasi yang dipilih adalah flat design karena cocok untuk menyampaian pesan.



Gambar III.6 Ilustrasi *flat design*
Sumber : https://id.pinterest.com/pin/449304500297862460/
(pada tanggal April 2017)

III.3.5 Warna

Warna merupaka salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan agar pesan yang disampaikan menarik. Tujuan penggunaan warna dalam sebuah desan bukan hanya untuk membuat menarik tetapi memiliki arti didalamnya untuk membuat kesan seperti yang ingin disampaikan. Setiap warna mempunyai arti yang berbeda tergantung kepada siapa orang yang melihatnya.

Pemilihan warna menggunakan warna-warna yang cerah karena warna-warna yang cerah bisa menarik perhatian dan mudah disukai oleh yang melihat video tersebut. Warna yang digunakan seperti warna kuning dan biru. Warna kuning memberikan arti kehangatan, cerah dan rasa bahagia, sedangkat warna biru memberikan kesen warna yang damai, lebut dan sejuk dalam penyampaiannya.



C : 5%	R: 249	C: 79%	R: 31
M: 0%	G: 237	M: 36%	G: 137
Y: 90%	B: 50	Y: 0%	B: 202
K: 0%		K: 0%	

Gambar III.7 Warna
Sumber Dokumentasi Pribadi

III.3.6 Musik / *Backsound*

Musik dalam sebuah video adalah salah satu elemen penting. Musik memberikan efek dramatis dalam sebuah video. Musik juga berfungsi untuk menciptakan irama *structural* dan untuk merangsang tanggapan emosional yang memperjelas dan memperkuat efek visual. Suara latar atau *backsound* adalah sebuah suara atau bunyi yang digunakan untuk memberikan kesan yang lebih indah. Penambahan instrument musik yang digunakan pada bercerita dalam sebuah film yang bahagia, bersedih dan lain-lain, seperti instrument horor. *Backsound* mengunakan lagu "*carefree kevin macleod*" yang didalamnya seperti lagu yang bahagia sehingga dapat memunculkan kesan yang menyenangkan dalam penyampai video tersebut.