BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah khalayak yang menjadi sasaran aktivitas komunikasi (Ayhu, 2015). Sasaran utama dalam perancangan ini yaitu masyarakat yang tertarik dan ingin mengetahui ilmu feng shui sebagai penerapan dalam desain rumahnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan masyarakat sering kali kesulitan dengan ilmu feng shui ini, penerapannya yang harus memperhitungkan segala aspek dari si penghuni rumah, dan terjadi kesalahpahaman terhadap ilmu feng shui ini. Diharapkan bisa lebih mempermudah dan memperjelas masyarakat dengan ilmu feng shui ini dan berkonsultasi langsung dengan pakar feng shui. Dari informasi di atas maka khalayak sasaran perancangan akan dijelaskan dari segi demografis, psikografis, dan geografis.

- Demografis
  a. Jenis kelamin pria dan wanita.
  b. Masa dewasa awal sampai akhir dengan rentan usia antara 19 sampai 30 tahun, karena pada usia tersebut tingkat kedewasaan sudah cukup matang untuk mengerti, meninjau, dan memutuskan yang baik dan benar serta bertanggung jawab terhadap sesuatu (Depkes RI, 2009).
  c. Berdasarkan status sosial, perancangan ini ditujukan untuk kalangan menengah keatas.
- Psikografis

  Khalayak yang memiliki ketertarikan terhadap desain-desain rumah menurut ilmu feng shui dan yang ingin menerapkan ilmu feng shui, khususnya ilmu feng shui pada desain kamar.
- Geografis

  Secara geografis ditujukan untuk khalayak di kota Bandung, dikarenakan di kota Bandung terdapat banyak etnis dari Tionghoa yang tinggal di Bandung serta ketertarikan pada ilmu feng shui di kota Bandung sangat besar. Serta masyarakat selain Tionghoa pun banyak yang peminatnya.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan terdiri dari dua kata yaitu strategi dan perancangan. Menurut Hamel dan Prahalad (1995), strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan di masa depan. Sedangkan perancangan menurut Antony (2000,1), diartikan sebagai sebuah aktivitas mengenai usulan-usulan yang merubah sesuatu yang telah ada menjadi sesuatu yang lebih baik.

Agar perancangan media informasi mengenai ilmu feng shui pada desain rumah ini efektif dan terarah dengan baik sampai dengan yang diharapkan, maka dibutuhkan strategi perancangan yang terkonsep dengan baik dan benar. Berikut ini merupakan tahapan-tahapan dalam perancangan strategi dalam membuat media informasi mengenai ilmu feng shui pada desain rumah.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Ilmu komunikasi adalah komunikasi merupakan suatu kegiatan kompleks, komunikasi merupakan suatu bidang yang populer, komunikasi merupakan hal yang vital untuk suatu kedudukan atau posis yang efektif, komunikasi merupakan sesuatu yang mendasar dalam kehidupan dan komunikasi merupakan suatu pendidik yang tinggi dan tidak menjadi kompetensi komunikasi yang baik (Ruben dan Steward, 1998). Dalam perancangan suatu informasi, hal yang penting adalah komunikasi yang dibutuhkan dalam memberikan informasi yang jelas, sederhana, dapat mudah dimengerti, tepat, dan akurat. Tujuan komunikasi dari perancangan ini yaitu diharapkan supaya masyarakat dapat langsung melihat dan mengerti dengan penjelasan yang disajikan dengan menarik dan kreatif serta khalayak masyarakat mengetahui dengan jelas pesan-pesan yang disampaikan dengan mudah dan menarik agar dapat merubah persepsi masyarakat tentang ilmu feng shui ini.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat harus adanya pendekatan komunikasi terlebih dahulu agar informasi yang disampaikan dapat dimengerti oleh masyarakat, sehingga diharapkan pendekatan komunikasi ini dapat menarik, komunikatif, dan inovatif, serta agar perancangan ini terarah sesuai target yang

diinginkan. Pendekatan tersebut dikomunikasikan melalui pendekatan visual dan verbal, yang dijelaskan berikut ini:

- **Pendekatan Visual**

  Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan ini merupakan suatu program acara televisi yang bertemakan dekorasi ulang hunian yang baik menurut ilmu feng shui, ditampilkan dengan sederhana menggunakan efek-efek yang menarik dan ditampilkan dengan kenyataan yang sebenarnya yang dialami oleh masyarakat tentang masalah hunian kamar yang kurang nyaman serta menggunakan sudut dan teknik gambar yang menarik dan nyaman untuk dilihat.



Gambar III.1 Contoh Visual *Let's Colour*
Sumber: https://i.ytimg.com/vi/07VuhCIMpMY/maxresdefault.jpg

- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan verbal yaitu pendekatan yang dilakukan secara tertulis atau lisan. Pendekatan verbal yang digunakan disesuaikan dengan sasaran khalayak, menggunakan bahasa Indonesia yang baku agar dapat dimengerti oleh semua kalangan masyarakat di Jawa Barat. Adapun sebagian kata dan kalimat yang menggunakan bahasa China/Mandarin untuk istilah yang biasa digunakan dalam pembahasan feng shui agar tidak merubah makna

sebenarnya. Lalu disertai pendekatan *audio* yang berupa narasi menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan jelas.

III.2.3 *Mandatory* dan Sponsor

- ***Mandatory***

  Media informasi mengenai ilmu feng shui ini disiarkan melalui stasiun televisi Bandung TV karena sesuai dengan khalayak sasaran yang dituju, pihak tersebut mendukung program televisi ini karena bermanfaat bagi kalangan masyarakat kota Bandung. Bandung TV juga merupakan salah satu televisi lokal di Jawa Barat yang berkantor pusat di Kota Bandung. Telah mengudara 11 tahun tepatnya sejak 03 Januari 2005. Sesuai visi dan misi Bandung TV yang menyajikan tayangan benuansa lokal (kearifan lokal) Bandung TV dengan motto JATIDIRI PA"UNDAN dan tagline *station id* KATAJI JEUNG NOMER HIJI TI BANDUNG & JAWA BARAT mempunyai tujuan ke depan sebagai televisi lokal terdepan pilihan pemirsa dan sebagai pemimpin pasar di Bandung Raya dan Jawa Barat. Visi Bandung TV adalah Bandung TV menjadi media pencerahan dan pemberdayaan warga Bandung dan Jawa Barat yang masagi. Sedangkan misinya yaitu menyediakan informasi, pendidikan, dan hiburan bagi penguatan ajen inajen budaya dan warga Bandung serta Jawa Barat melalui sajian yang bermakna bagi pematangan dan aktualisasi potensi insani, serta menjadi inspirasi bagi penciptaan akses terhadap perkembangan manusia yang utuh, kesejahteraan, dan keadilan secara berkelanjutan dengan memperhatikan keseimbangan ekologi manusia serta menempatkan informasi dan prakarsa yang kreatif sebagai kekuatan.

Gambar III.2 Logo Bandung TV
Sumber: https://pbs.twimg.com/profile_images/687609668114366464/lD9TB1fC.jpg
(Diakses pada 10/06/2017)

- **Sponsor**

  Media informasi mengenai ilmu feng shui ini disponsori oleh merk cat yaitu Dulux, kerena merk ini sangat cocok pada media informasi ini sehingga dapat menguatkan media ini sebagai suatu media yang berkualitas. Profil perusahaan ini sendiri merupakan AkzoNobel yaitu adalah perusahaan cat dan pelapis terbesar di dunia, dan produsen utama untuk bahan kimia. AkzoNobel melayani para konsumen dan pelaku industri secara global melalui produk-produk yang inovatif. AkzoNobel memiliki keinginan untuk selalu melahirkan ide - ide baru yang bertujuan memberikan solusi yang berkesinambungan bagi konsumen. AkzoNobel melakukan semua tindakan di saat ini dengan pertimbangan penuh untuk keberlangsungan masa yang akan datang. Portfolio kami termasuk merk ternama seperti Dulux, Sikkens, International dan Eka. Berpusat di Amsterdam, Belanda, AkzoNobel merupakan salah satu perusahaan dari Global Fortune 500 dan secara konsisten menduduki peringkat atas pada Dow Jones Sustainability Indexes. Beroperasi lebih di 80 negara, 55.000 karyawan kami di seluruh dunia telah berkomitmen untuk terus menghasilkan produk-produk dan teknologi yang terdepan seiring dengan kebutuhan dan perkembangan jaman.



Gambar III.3 Logo Dulux
Sumber: http://logok.org/dulux-logo/
(Diakses pada 12/07/2017)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan menujuk pada perancangan informasi ini, yakni memberikan pengetahuan tentang penerapan ilmu feng shui yang baik dan benar yang berasal dari pakar feng shui itu sendiri, yang menampilkan masyarakat secara langsung yang sedang mengalami masalah tentang hunian yang kurang nyaman dan tidak harmonis.

III.2.5 Gaya Bahasa

Keraf (1981) menjelaskan bahwa definisi gaya bahasa yaitu "gaya bahasa yang baik itu harus mengandung tiga unsur yaitu kejujuran, sopan santun dan menarik. Dikatakannya bahwa dalam hal gaya ini kita mengenal dua istilah yaitu "bahasa retorik" (*rhetorical device*) dan "bahasa kias" (*figure of speech*). Bahasa retorik atau gaya bahasa dan bahasa kias merupakan penyimpangan dari Bahasa"(h.115). Pada perancangan ini dalam menyampaikan gaya bahasa menggunakan gaya bahasa yang baik yang mengandung tiga unsur yaitu kejujuran, sopan santun, dan menarik agar khalayak sasaran yang dituju dapat memahami apa yang disampaikan oleh perancangan ini, dan disampaikan menggunakan narasi suara dalam medianya.

III.2.6 Strategi Kreatif

Adapun strategi kreatif yang dilakukan dalam perancangan ini yaitu memperlihatkan langsung masyarakat yang sedang bermasalah dengan hunian yang ditinggalinya, dan memecahkan solusinya dengan dekorasi ulang sesuai feng shui yang baik dan benar disertai pakar feng shui yang ahli dalam ilmu feng shui yang dikemas dengan unsur media yang berjudul "*Redecorate* ala Feng Shui". Media informasi ini akan dipadukan dengan penyampaian informasi melalui gambar-gambar tentang kehidupan pemilik kamar itu sendiri, analisa masalah yang terjadi, pemecahan masalah oleh pakar feng shui, proses dekorasi kamar, dan menampilkan gambar kamar yang telah didekorasi, serta didukung narasi suara yang menarik dan musik sebagai latarnya disertai analisa langsung oleh pakar feng shui itu sendiri, serta wawancara langsung dengan pakar feng shui dan pemilik kamar. Lalu menghadirkan *DIY (do itu yourself)* sebagai tambahan gambar yang menarik dan kreatif karena dalam bagian itu, audiens diajak untuk berkreasi membuat sebuah karya desain yang dapat digunakan dalam interior rumah. Lalu juga dalam *scene*

analisa kamar, dihadirkan tambahan animasi huruf serta animasi gambar sederhana, bertujuan agar masyarakat yang melihat tidak merasa bosan dengan apa yang ditampilkan oleh media informasi ini. Adapun *challenge* yang diadakan di sosial media instagram yaitu mengajak masyarakat untuk mengatur kamarnya sendiri ala feng shui dan men-*tag*-nya di Instagram, dan setiap dua minggu akan dibagikan hadiah yang menarik. Tujuannya agar tetap selalu terhubung dengan masyarakat dan ikut berpartisipasi dalam penerapan ilmu feng shui dengan benar, serta menarik minat masyarakat lebih besar. Dalam menentukan pemenang, akan dilakukan setiap 2 minggu sekali dengan cara dipilih dan dilihat dari foto-foto kamar yang ditag ke Instagram, dan yang paling mendekati dengan kamar menurut feng shui yang benar itulah yang akan menjadi pemenangnya, serta dilihat dari kreatifitas penonton dalam menata kamar ala feng shui. Proses pembagian hadiah dilakukan dengan mengirim secara *online* kepada masyarakat yang terpilih.

III.2.6.1 *Storyline*

Pada perancangan media ini *storyline* dibutuhkan dalam melengkapi proses pembuatan perancangan ini. *Storyline* itu sendiri merupakan sebuah naskah cerita dalam bentuk teks. merancang naskah merupakan spesifikasi dari teks dan narasi dalam aplikasi multimedia. dalam merancang naskah, analis menetapkan dialog dan urutan elemen-elemen secara rinci, dan storyline juga merupakan dari inti dari naskah yang dibuat seperti alur cerita. Dalam perancangan media ini yaitu *Redecorate* ala Feng Shui akan dijelaskan seperti berikut:

1. Pengambilan gambar sekitar rumah, mulai dari sekitar jalan, lalu halaman rumah.
2. Pengambilan gambar dari gerbang rumah, ilustrasi memasuki pemilik kamar tidur.
3. Pengambilan gambar kamar tidur sebelum di dekorasi.
4. Wawancara pemilik kamar dengan pakar fengshui.
5. Menampilkan aktifitas pemilik kamar.
6. Menganalisa keadaan kamar oleh pakar feng shui
7. Merencanakan solusi kamar yang nyaman sesuai penghuni yang menempati kamar oleh pakar feng shui.

8. Proses dekorasi kamar, meletakkan furnitur sesuai fengshui, merapikan kamar.
9. Pembuatan DIY (*do it yourself*) dinding hexagonal
10. Peletakan barang-barang pemilik kamar, serta menampilkan hasil kamar yang telah di dekorasi sesuai feng shui.
11. Tanggapan pemilik kamar dengan kamar yang sudah didekorasi sesuai fengshui

III.2.6.2 Narasi

Dalam pembuatan narasi, penggunaan Bahasa yang digunakan merupakan bahasa Indonesia yang formal dan sedikit menggunakan bahasa Inggris. Kata-kata yang dibangun menggunakan bahasa yang jelas, lugas, serta mudah dimengerti oleh masyarakat yang melihat media ini.

III.2.6.3 *Storyboard*

Setelah pembuatan *storyline*, dilanjutkan dengan pembuatan *storyboard*. *Storyboard* itu sendiri merupakan deskripsi gambar setiap adegan yang ada pada storyline yang disajikan dengan sketsa visual.

III.2.7 Strategi Media

Pada perancangan ini strategi media dibutuhkan untuk melengkapi perancangan ini, menurut Henry Mintzberg (1998) Pengertian strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan. Sedangkan menurut National Education Asociation (NEA) Media adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual, termasuk teknologi perangkat kerasnya. Dalam menentukan strategi media dibuat dua kategori yaitu

1. Media Utama

   Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015), 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. Sedangkan menurut Azhar Arsyad (2011) Menyatakan bahwa video merupakan gambar-gambar dalam *frame*, dimana *frame* demi *frame* diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis

sehingga pada layar terlihat gambar hidup (h.49). Media utama dalam perancangan ini merupakan sebuah video yang memberikan informasi mengenai feng shui melalui program acara televisi yang berjenis *talkshow*, yang dikemas dengan cara membantu memecahkan permasalahan yang dialami oleh klien dengan cara dekorasi kamar ulang menjadi lebih baik sesuai feng shui yang benar. Video juga akan disertai narasi yang mengarahkan alur cerita video. Video akan disiarkan melalui stasiun televisi Bandung TV dan diproduksi dalam bentuk DVD dan beberapa media pendukung.

2. Media Pendukung

   Pada perancangan ini media pendukung dibutuhkan untuk menunjang media utama yang dibuat dan berguna untuk mendampingi media utama dalam penyampaian media informasi. Media-media pendukung yang digunakan akan disesuaikan dengan target audiens yang telah ditentukan agar lebih efektif untuk menyampaikan pesan dari permasalahan yang ada, media pendukung itu sebagai berikut:

   - Poster

     Poster adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Menurut Sudjana dan Rivai (2001), poster adalah kombinasi visual dari rancangan yang kuat dengan warna dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti dalam ingatannya. Media poster ini dibuat dengan menarik yang menampilkan maskot acara *redecorate* ala feng shui, dan disertai *copywriting* yang mengajak para khalayak sasaran untuk menonton acara *redecorate* ala feng shui. Poster ini dibuat menggunakan gaya visual flat desain, agar terlihat lebih minimalis dan efektif.

   - Media Sosial

     Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Menurut Chris Brogan (2010, 11) Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat

kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa. Media sosial ini dipilih untuk mendukung media utama yang dibuat, bertujuan agar memudahkan masyarakat mendapatkan informasi-informasi mengenai acara *redecorate* ala feng shui tanpa mengenal ruang dan waktu. Media sosial yang dipilih yaitu Instagram dan Facebook.

- *Web Banner*

  Web banner adalah bagian yang tidak bergerak dalam dokumen *website*, *banner* juga bisa diartikan sebagai tulisan besar untuk mempromosikan sesuatu dan bisa juga berupa gambar untuk menunjukkan suatu promosi ataupun ajakan dalam berbagai hal. *Web banner* dipilih karena sangat efektif untuk mendukung promosi, ditempatkan pada *website* stasiun televisi yang menayangkan video *redecorate* ala feng shui agar masyarakat yang mengunjungi website stasiun televisi tersebut langsung dapat melihat dan tertarik untuk menyaksikan acara *redecorate* ala feng shui ini.

- Stiker

  Stiker adalah media promosi yang aplikasinya ditempelkan pada produk sebagai identitas sebuah merk agar mudah dikenali oleh *target market* dan membedakan dengan pesaing. Stiker ini dibutuhkan untuk membantu dalam promosi program acara *redecorate* ala feng shui, dan juga sangat efektif karena sangat sederhana dan dapat ditempel dimana-mana. Konsep stiker ini menampilkan visual maskot acara *redecorate* ala feng shui serta keterangan dimana acara ini disiarkan. Stiker ini akan dibagikan secara gratis kepada masyarakat yang berkontribusi dalam *challenge* Instagram *Redecorate* ala Feng shui.

- Iklan Majalah

  Menurut Fandi Tjiptono (2008, 225) menyatakan bahwa iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Pada media pendukung ini, iklan dipilih karena menyesuaikan dengan target audiens, dan iklan pada majalah ini juga dibilang sangat efektif karena masyarakat

langsung dapat melihat iklan ini pada majalah-majalah yang beredar di pasaran serta dapat menarik minat masyarakat untuk menyaksikan program televisi *redecorate* ala feng shui. Majalah yang dipilih untuk pemasangan iklan tersebut yaitu majalah *home & decor* karena sangat efektif dan selaras dengan acara *redecorate* ala feng shui yang bertemakan dekorasi interior.

- DVD

  DVD adalah cakram padat yang dapat digunakan untuk menyimpan data, termasuk film dengan kualitas video dan audio yang sangat baik kualitasnya, dan juga merupakan sebuah perangkat penyimpanan yang menggunakan teknologi optik atau laser untuk menyimpan video atau data lain. DVD merupakan salah satu media pendukung dari video *redecorate* ala feng shui ini. DVD ini sangat dibutuhkan karena berguna untuk menyebarkan video *redecorate* ala feng shui ini sehingga dalam hal penyebarannya sangat efektif, dan berguna untuk bagi masyarakat yang ingin menonton video ini secara offline dapat melalui DVD ini kapan saja dan dimana saja.

- Bantal

  Bantal merupakan salah satu interior dalam rumah, bantal juga berfungsi sebagai bantalan tidur saat seseorang sedang beristirahat. Bantal disini berperan sebagai hadiah atau *souvenir* dari *challenge* yang dibuat di sosial media yaitu instagram untuk penggemar acara *redecorate* ala feng shui, bertujuan agar para penggemar selalu terhubung dengan acara program televisi ini.

- Taplak Meja

  Taplak meja merupakan salah satu interior dalam rumah yang berfungsi sebagai penutup meja, taplak meja disini berperan sebagai hadiah atau *souvenir* dari *challenge* yang dibuat di sosial media yaitu instagram untuk penggemar acara *redecorate* ala feng shui, bertujuan agar para penggemar selalu terhubung dengan acara program televisi ini.

- Kaos

  Kaos atau disebut juga sebagai T-shirt adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaos biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Kaos disini berperan sebagai salah satu media promosi untuk penyebaran dan dibagikan kepada kru film yang berperan dalam produksi *Redecorate* ala Feng shui. Konsep kaos menampilkan langsung logo acara agar masyarakat dapat melihat langsung dan sekaligus meninformasikan kepada masyarakat bahwa adanya acara *Redecorate* ala Feng shui.

- Flyer

  Sebuah selebaran atau flyer, juga disebut surat edaran, merupakan bentuk iklan kertas ditujukan untuk distribusi yang luas dan biasanya dipasang atau didistribusikan di tempat umum. Konsep flyer sendiri merupakan sebuah pemberitahuan kepada khalayak masyarakat bahwa adanya program televisi yang membahas tentang feng shui dan pemberitahuan diadakannya *challenge* dalam acara tersebut.

- Mobil Bandung TV

  Mobil Bandung TV ini berperan sebagai kendaraan yang mendukung kegiatan *Redecorate* ala Feng shui ini sekaligus menjadi media iklan secara tidak langsung, karena pada mobil dipasang stiker logo *Redecorate* ala Feng shui.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi Distribusi adalah sebuah langkah atau rencana dalam menyebarkan atau menyalurkan produk kepada calon pembeli. Menurut Tjiptono (2008, 285), saluran distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan). Dalam hal strategi distribusi, media informasi *redecorate* ala feng shui ini akan didistribusikan lewat stasiun televisi lokal yaitu Bandung TV, karena sesuai target audiens yang telah ditentukan serta penyampaian informasinya akan sangat efektif karena masyarakat kota Bandung dapat langsung menyaksikannya di televisi-televisi pada rumahnya dengan santai.

Tabel III.1 Jadwal Distribusi
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

No	Media	Kurun Waktu Distribusi Media 2018											
		Februari				Maret				April			
1	Video		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
2	Poster	●		●		●				●			
3	Media Sosial	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
4	Web Banner	●				●				●			
5	Stiker	●				●				●			
6	Iklan Majalah	●		●		●		●		●		●	
7	DVD				●				●				●
8	Bantal			●		●		●		●		●	
9	Taplak Meja			●		●		●		●		●	
10	Kaos	●								●			
11	Flyer	●		●		●		●		●		●	
12	Mobil Bandung TV	●								●			

Diatas merupakan tabel jadwal distribusi yang akan dilakukan berisi keterangan media apa saja serta waktu pendistribusian yang akan dilakukan. Pengambilan waktu di bulan tersebut sangat tepat. Dibawah ini merupakan deskripsi dari tabel di atas:

- Video

  Video acara *redecorate* ala feng shui akan mulai disiarkan pada pertengahan bulan februari 2018 di stasiun televisi Bandung TV, dengan tujuan karena pada bulan februari merupakan tahun baru imlek. Sehingga pemilihan bulan tersebut sangat tepat dan efektif untuk memberikan informasi feng shui ini kepada masyarakat Bandung.

- Poster

  Poster *redecorate* ala feng shui akan mulai disebarkan pada awal bulan februari sebelum acara *redecorate* ala feng shui mulai, dengan tujuan agar masyarakat dapat tahu acara ini dan juga dapat menarik perhatian masyarakat serta membuat penasaran masyarakat bahwa program tv tersebut akan disiarkan.

- Media Sosial

  Media sosial *redecorate* ala feng shui akan mulai diposting pada awal bulan februari yang memuat konten-konten menarik seputar informasi *redecorate* ala feng shui, dengan tujuan agar masyarakat dapat tetap terhubung dengan acara *redecorate* ala fengshui. Media sosial ini juga akan terus aktif sesuai jadwal pendistribusian yang sudah ditetapkan dan selalu memperbarui konten-kontennya terus menerus.

- *Web Banner*

  Web banner redecorate ala feng shui akan mulai dipasang pada awal bulan februari di *website* stasiun televisi yang menyiarkan acara ini yaitu Bandung TV. Pemasangannya dilakukan seminggu dalam satu bulan dan dipasang ulang pada bulan berikutnya seperti jadwal yang telah dibuat. Fungsinya untuk menguatkan promosi kepada masyarakat yang mengunjungi *website* Bandung TV.

- Stiker

  Stiker *redecorate* ala feng shui akan mulai disebarkan pada awal bulan februari, dengan tujuan agar masyarakat dapat tahu dan menarik minat untuk menyaksikan acara *redecorate* ala feng shui tersebut. Penyebaran dilakukan setiap seminggu dalam sebulan dan akan diulangi pada bulan

berikutnya. Pembagian stiker hanya dilakukan dalam 3 bulan karena stoknya terbatas.

- Iklan Majalah

  Iklan majalah *redecorate* ala feng shui akan mulai dipasang pada awal bulan februari di majalah *home & decor*, dengan tujuan agar masyarakat dapat tahu serta menarik perhatian masyarakat untuk menyaksikan acara *redecorate* ala feng shui. Pemasangannya dilakukan dua minggu dalam satu bulan dengan jeda perminggunya.

- DVD

  DVD akan mulai diperjualbelikan di akhir bulan dengan tujuan apabila masyarakat ingin menonton program acara televisi ini secara *offline* dapat dilakukan melalui DVD ini.

- Bantal

  Bantal yang digunakan sebagai hadiah akan di bagikan setiap dua minggu sekali di hari minggu.

- Taplak Meja

  Taplak meja digunakan sebagai hadiah akan di bagikan setiap dua minggu sekali di hari minggu.

- Kaos

  Kaos akan dibagikan kepada seluruh kru film yang terlibat dalam pembuatan video *Redecorate* ala Feng shui, pembagian dilakukan pada bulan februari.

- Flyer

  Flyer akan dibagikan setiap 2 kali dalam sebulan. Pembagian dilakukan dalam waktu tersebut agar masyarakat dapat lebih mengingat acara *Redecorate* ala Feng shui.

- Mobil Bandung TV

  Pemasangan pada mobil stasiun Bandung TV dilakukan pada awal bulan karena lebih efektif dalam penyebarannya sehingga masyarakat akan tahu bahwa ada program televisi *Redecorate* ala Feng shui.

Tabel III.2 Jadwal Siaran Bandung TV
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

No	Program Acara Televisi	Hari	Jam
1	Seputar Bandung Raya Pagi	Minggu	07:00 WIB
2	Halo – Halo Bandung	Minggu	08.00 WIB
3	Redecorate ala Feng shui	Minggu	10.00 WIB
4	Seputar Bandung Raya Siang	Minggu	12.00 WIB
5	Ujang Jetrek	Minggu	16.00 WIB
6	Klip Parahyangan	Minggu	17.00 WIB

Diatas merupakan tabel jadwal siaran televisi Bandung TV, pemilihan hari serta waktu yang tepat merupakan hal penting yang harus dilakukan. Dipilih hari minggu pada jam 10.00 WIB dinilai sangat tepat karena pada hari serta jam tersebut masyarakat sedang berlibur dari segala macam kesibukannya dan menghabiskan waktunya bersantai dan berkumpul di dalam rumah bersama keluarga.

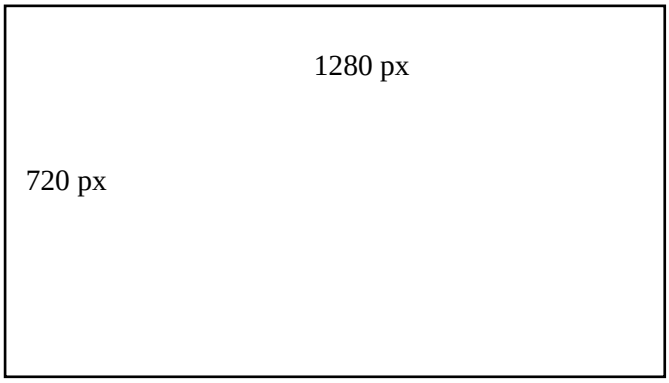
III.3 Konsep Visual

Pada perancangan ini konsep visual sangat dibutuhkan, menurut Soedjadi (2000, 14) Pengertian konsep adalah ide abstrak yang dapat digunakan untuk mengadakan klasifikasi atau penggolongan yang pada umumnya dinyatakan dengan suatu istilah atau rangkaian kata (lambang bahasa). Sedangkan visual menurut Olivia (2013) Merupakan salah satu cara mengorganisasikan pemikiran dan meningkatkan kemampuan berpikir dan komunikasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsep visual merupakan ide abstrak untuk mengklarifikasi objek-objek yang dinyatakan dalam suatu istilah yang diorganisasikan dalam pemikiran dan dituangkan kedalam contoh. Konsep visual pada perancangan video *redecorate* ala feng shui ini menggunakan elemen-elemen berupa efek video, musik, teknik pengambilan

gambar, narasi sebagai pembawa alur cerita videonya, dan elemen-elemen visual berupa tipografi, vektor digital bertujuan agar menguatkan pesan yang akan dibangun dan tersampaikan lebih informatif kepada pemirsa yang menyaksikan acara *redecorate* ala feng shui.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan dalam video disebut dengan *aspect ratio*. *Aspect ratio* merupakan perbandingan ukuran lebar dan tinggi pada suatu *frame* atau pada suatu bidang gambar yang dinyatakan sebagai panjang dan lebar. Ada dua cara dalam penulisan aspect ratio yaitu Untuk *aspect ratio* video *redecorate* ala feng shui ini yaitu *frame width* 1280px x *frame height* 720px, serta 50 *frame/second*. Dipilih demikian agar hasil video yang ditampilkan terlihat *landscape*. Dibawah ini merupakan contoh dari *aspect ratio* tersebut.



Gambar III.4 *Aspect Ratio*
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan, dan layout merupakan salah satu unsur yang sangat berpengaruh dalam sebuah komposisi. Pengertian *layout* menurut Heizer dan Render (2009, 532) merupakan satu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Menurut Rustan

(2008) Desain dan layout yang kita lihat di masa kini sebenarnya adalah hasil perjalanan dari proses eksplorasi kreatif manusia yang tiada henti di masa lalu. Dalam perancangan video ini *layout* yang digunakan dalam menempatkan gambar menggunakan *multipanel layout* yaitu membagi beberapa gambar namun tetap dalam satu gambar, lalu menggunakan *picture window layout* yaitu memperlihatkan suatu objek gambar menggunakan cara *close-up*. Berikut dibawah ini merupakan contoh-contoh *layout* yang digunakan:



Gambar III.5 *Multipanel Layout*
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)



Gambar III.6 Picture Window Layout
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan seni cetak atau tata huruf adalah suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Untuk menyampaikan informasi yang deskriptif dalam

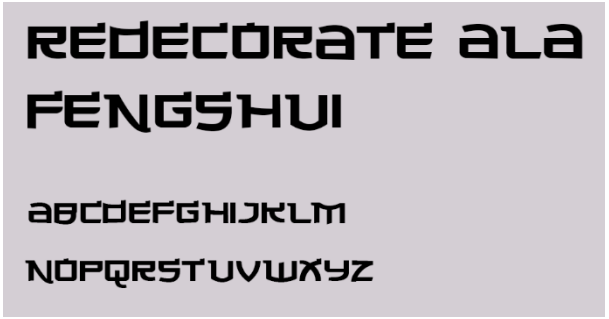
video, dipilihlah tipografi yang terkesan tegas dan jelas sehingga tidak melelahkan mata target audiens yang menontonnya. Dengan tingkat keterbacaan yang baik huruf yang dipakai sebagai berikut:



Gambar III.7 Penggunaan Tipografi
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Sedangkan dalam perancangan logo acara dan media pendukung lainnya menggunakan huruf yang menyesuaikan karakter visual yang akan dibangun, di bawah ini merupakan tipografi yang digunakan sebagai berikut:

- Made In China



Gambar III.8 Tipografi
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Penggunaan tipografi ini sangat cocok karena sesuai dengan gaya China yang dibangun, menyesuaikan konsep feng shui itu sendiri. Tipografi ini juga mewakili unsur China yang terlihat khas dalam penggunaan huruf-hurufnya.

- Eras Demi Itc

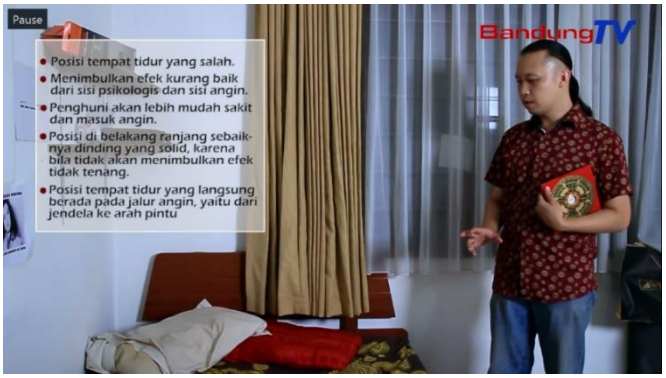


Gambar III.9 Tipografi
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Penggunaan tipografi ini sangat cocok untuk penggunaan pada title dalam video, serta tipografi ini digunakan dalam konten-konten informasi yang ada pada video. Dipilih font ini karena memiliki unsur tegas, jelas, dan nyaman untuk dibaca, sehingga penyampaian informasi akan lebih efektif.

III.3.4 Informasi Teks

Poin-poin informasi yang ditampilkan melalui teks dihadirkan untuk lebih memperjelas informasi yang disampaikan. Dibuat secara sederhana dan mencolok, agar masyarakat yang membacanya dapat dengan jelas membacanya. Penggunaan warna pada frame yang dibuat transparan sebagai *background*-nya serta penggunaan warna putih dalam teksnya merupakan sebuah kombinasi yang cocok dan nyaman untuk dilihat. Lamanya teks yang muncul dalam gambar berdurasi sekitar dua menit. Tujuannya agar masyarakat dapat mencerna dan membaca dengan baik poin-poin penting informasi yang diberikan.



Gambar III.10 Informasi Teks
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.5 Ilustrasi

Penggunaan ilustrasi pada perancangan video ini sangat dibutuhkan agar video dapat tersampaikan dengan baik. Menurut Widyatmoko (2006) ilustrasi berguna sebagai proses pemahaman terhadap suatu objek, sebagai fasilitas berbagai macam orang dengan berbagai macam latar belakang dalam rangka merespon sebuah gambar. Dalam suatu bentuk verbal, non fiksi, ilustrasi disajikan lebih terbatas dalam penyampaiannya agar tidak terjadi salah persepsi. Untuk ilustrasi dari logo video *redecorate* ala feng shui ini mengambil gambar dari pakar feng shui sendiri yaitu Felix Andrian. Temanya lebih menguatkan unsur China dalam pembuatan logo itu sendiri, agar lebih menguatkan dan mendukung feng shuinya sendiri.



Gambar III.11 Ilustrasi Mural
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

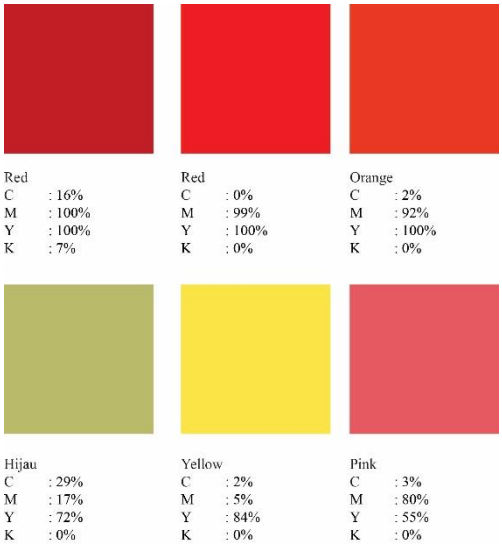




Gambar III.12 Ilustrasi Logo
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.5 Warna

Warna merupakan unsur yang dapat membuat sebuah gambar menjadi lebih hidup, karena masing-masing warna mampu memunculkan respon secara psikologis (Kusrianto, 2009, 47). Pada perancangan video r*edecorate* ala feng shui ini, pemilihan warna sangat dipertimbangkan, karena merupakan elemen penting dalam menyampaikan makna dari video *redecorate* ala feng shui ini. Warna yang digunakan merupakan warna yang melambangkan feng shui itu sendiri, dibawah ini merupakan contoh dari warna-warna tersebut yaitu



Gambar III.13 Warna
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.6 Musik

Pada perancangan video *redecorate* ala feng shui musik latar sangat berperan penting dalam membangun suasana yang akan diciptakan. Menurut Jamalus (1988, 1) Musik adalah suatu hasil karya seni berupa bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur pokok musik yaitu irama, melodi, harmoni, dan bentuk atau struktur lagu serta ekspresi sebagai suatu kesatuan. Untuk musik dalam perancangan ini dibagi menjadi dua jenis yaitu dalam bentuk *voice over* yang berarti akan ada pengisi suara untuk narasi yang membawa alur cerita dalam video dan dalam bentuk *backsound* berupa lagu-lagu instrumental untuk membuat video *redecorate* ala feng shui menarik dan tidak membosankan, lalu tidak lupa mencantumkan hak cipta pada bagian *credit*, bertujuan agar menghindari dari sebuah plagiarisme.