BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

III. 1 Khalayak Sasaran

Dalam menentukan khalayak sasaran pada perancangan sebuah karya sangat penting, dikarenakan informasi yang diberikan akan berpengaruh kepada khalayak. Menurut Cangara (seperti dikutip Taya, 2012) khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi. Karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak. Maka dalam penyampaian informasi sangat penting untuk menentukan informasi terlebih dahulu sebelum memberikan informasi apa saja kepada khalayak. Maka dari itu khalayak sasaran dalam perancangan informasi ini adalah:

- Demografis

-Sasaran	: Remaja
-Jenis kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
-Usia	: 16 - 21
-Pendidikan	: Pelajar dan Mahasiswa
-Agama	: Semua agama
-Tingkat Sosial	: Semua kalangan
-Target Primer	: Remaja
-Target Sekunder	: Masyarakat umum

Menurut Achille Guillard (seperti dikutip Fekool, 2016) demografi adalah ilmu yang mempelajari segala sesuatu dari keadaan dan sikap manusia yang dapat diukur. Oleh karena itu pemilihan khalayak sasaran pada perancangan informasi mengenai dadiah yaitu remaja. Dikarenakan remaja sebagai generasi penerus yang sudah sepantasnya tau dan ikut andil dalam melestarikan adat dan budaya dari tanah kelahirannya.

- Psikografis

Dari segi prikografis remaja rentang usia 16 hingga 21 tahun adalah usia yang tepat untuk diberikan informasi tentang budaya dan tradisi yang ada dimasyarakat, karena remaja lah yang akan menjadi penerus bagi kelangsungan budaya dan tradisi yang sudah ada saat ini agar dapat diteruskan kepada generasi selanjutnya.

- Geografis

Secara geografis khalayak sasaran pada perarancangan informasi ini meliputi daerah perkotaan,akan tetapi tidak menutup kemungkinan dengan remaja yang berada di daerah lainnya. Karena pada saat ini internet sudah bisa di akses kapan dan dimana saja.

- Teknografis
  - Masyarakat yang terbuka akan perkembangan tekhnologi.
  - Pengguna gadget aktif untuk berkomunikasi atau aktifitas lainnya.
  - Pengguna komputer atau laptop dalam keseharian.
  - Pengguna aktif internet, dalam sosial media atau mencari data.
- *Consumer insight*

Consumer insight merupakan proses mencari tahu secara lebih mendalam dan *holistic*, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya (Arianto Muditomo, 2012). Namun consumer insight bukan hannya cara penerimaan konsumen terhadap informasi sebuah produk atau jasa, akan tetapi bagaimana pemilihan media yang tepat, terutama media digital. Jadi *consumer insight* merupakan pemilihan point poin penting mengenai produk, jasa dan media. Berikut *consumer insight* dari target audien:

- Proses perubahan sifat dan pemikiran dari remaja ke dewasa.
- Cenderung mencari informasi melalui media digital
- Menyukai konten – konten berupa video di internet
- Memiliki ketertarikan untuk mempelajari budaya daerah
- Membutuhkan sumber pengetahuan bukan hanya memalui teks, lisan dan buku.

- *Consumer Journey*

Customer journey adalah sebuah peta perjalanan pelanggan yang dapat mengidentifikasi bagaimana pelanggan diperlakukan pada setiap titik pertemuan dan respon apa yang mereka rasakan terhadap perlakuan tersebut (Indarwita, 2017). Dalam menentukan penyampaian ide yang sudah ada melalui media-media yang akan digunakan maka perencanaan sangat diperlukan agar dapat dengan tepat

menjangkau sasaran. Maka aktivitas dari target audien sangat diperlukan nantinya dalam pengaplikasian media yang telah dibentuk. *Consumer journey* merupakan pemetaan kegiatan target audien dalam berinteraksi dengan apa yang dilihat, disentuh, dan dirasakan oleh target audien.

No	Waktu	Kegiatan	Lokasi	*Point Of Contact*
1	05.00	Bangun Tidur	Kamar	*Handphone*, internet
2	05.30	Mandi	Kamar Mandi	Perlengkapan mandi
3	05.45	Mengenakan pakaian	Kamar	Baju, Stiker
4	06.00	Sarapan	Ruang keluarga	Perlengkapan makan, *Handphone*
5	06.30	Siap – siap berangkat	Kamar, ruang keluarga	Tas, alat tulis, pin, gantungan kunci,
6	07.00	Berangkat sekolah /kampus	Angkutan umum / kendaraan pribadi	Stiker, Pin, Brosur, Baliho, *Handphone*, Gantungan kunci, Poster
7	07.30	Masuk kelas	Sekolah/kampus	Poster, stiker, note, Buku
8	10.00	Isturahat	Kantin/warung/rumah makan	*Handphone*, internet, poster, baju, brosur, pin, stiker, botol minum
9	11.00	Masuk kelas	Sekolah/kampus	Poster, stiker, note, Buku
10	14.00	Nongkrong	Kafe/kantin/warung	Stiker, pin, *handphone*, internet, laptop,gantungan kunci, gelas, botol minum

11	16.00	Pulang	Jalan raya / kendaraan pribadi/ angkutan umum	Stiker,Pin, Brosur, Baliho, *Handphone*, Gantungan kunci, Poster
12	16.30	Sampai rumah	Kamar	Laptop, *handphone*, internet, buku, stiker,
13	18.00	Istirahat	Ruang keluarga	Laptop, *handphone*, internet, televisi, *game*

Tabel III.1 *Consumer journey*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (27 Mei 2017)

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah perancangan menyeluruh yang menyangkut gagasan dan eksekusinya demi mencapai sebuah target dengan menganalisa dan menemukan solusi untuk menyelesaikan permasalah pada sebuah objek. Dalam merancang sebuah strategi perancangan sangat dibutuhkan gagasan yang efektif dan akurat demi mendapatkan hasil yang sempurna dalam menyampaikan informasi yang baik sebagaimana mestinya.

Pada perancangan ini terdapat permasalahan yaitu kurangnya pengetahuan remaja saat ini tentang makanan tradisional terutama dadiah, yang mana terbuat dari susu kerbau dan diolah secara alami. Maka bagaimana merancang sebuah informasi melalui ide-ide kreatif berdasarkan target audiens, sehingga pesan yang disampaikan dapat disebar atau dikomunikasikan secara efektif.

Raymond Mc.leod (seperti dikutip Amelia, 2015) Informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang memiliki arti bagi sipenerima serta bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini ataupun mendatang Dari perkembangann zaman, informasi yang diberikan pun harus di kemas semenarik mungkin. Maka kualitas dari informasi itupun ditentukan oleh beberapa faktor-faktor seperti berikut:

- Keakuratan informasi

  Informasi yang diberikan adalah informasi terpercaya, yang bebas dari kesalahan dan tidak menyesatkan.
- Kesempurnaan informasi.

  Kesempurnaan informasi yang diberikan lengkap tanpa ada perubahan satupun, apalagi pengurangan atau penambahan
- Tepat Waktu

  Dalam pemberian informasi kepada audiens, harus disajikan secara tepat waktu. Karena menjadi dasar dari pengambilan keputusan.
- Relevansi

  Informasi yang disampaikan dapat diterima bagi audiens yang membutuhkan dan memiliki nilai manfaat yang tinggi.
- Mudah dan murah

  Ketika informasi yang diberikan sulit untuk diakses, maka audiens akan kehilangan minat terhadap informasi tersebut, dan audien beralih mencari untuk alternatif lainnya.

Strategi perancangan yang dipilih adalah media informasi berupa film dokumenter, karena film dokumenter dirasa cocok untuk menyampaikan informasi. Menurut Greierson (seperti dikutip Effendy, 2009) Dokumenter merupakan cara kreatif mempresentasikan realitas. Maka film dokumenter merupakan solusi untuk mengemas informasi secara murni agar tidak menimbulkan pemahaman tertentu, isi dari film dokumenter ini pun mengemas informasi - informasi proses dan pembuatan dadiah yang bisa dibagian kepada audiens.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dan maksud dari komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama agar pesan - pesan yang dikomunikasikan dapat dipahami atau diterima oleh audien. Onong Uchjana Effendy (seperti dikutip Bitar, 2016) Menyatakan bahwa komunikasi ialah sebuah proses dalam menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain dengan memiliki tujuan untuk memberitahu, mengeluarkan pendapat,

mengubah suatu pola sikap atau suatu perilaku baik langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu tujuan komunikasi pada perancangan ini sebagai berikut:

- Agar dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai dadiah kepada khalayak.
- Agar dadaih tetap dikenal akan keberadaannya dan tidak hilang karena perkembangan zaman.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dengan cara yang lebih baik agar lebih mudah dipahami. Namun pendekatan komunikasi juga harus memiliki informasi manfaat dan akibat yang didapat. Strategi komunikasi tersebut bisa dijabarkan sebagai berikut:

III.2.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal adalah proses penyampaian pikiran, pesan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol yang menggunakan satu kata maupun lebih sebagai medianya, media yang sering dipakai yaitu bahasa (Nurlaela, 2015). Maka pendekatan verbal yang digunakan dalam perancangan ini ialah menggunakan bahasa daerah pada saat wawancara dan dibantu dengan pengartian kedalam bahasa Indonesia agar mudah dimengerti oleh penerima informasi yang bukan masyarakat Bukittinggi .

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Atep Adya Barata (Seperti dikutip Rullyana, 2012) mengemukakan bahwa: “Komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang diungkapkan melalui pakaian dan setiap kategori benda lainnya (*the object language*), komunikasi dengan gerak (*gesture*) sebagai sinyal (*sign language*), dan komunikasi dengan tindakan atau gerakan tubuh (*action language*).

Pendekatan visual yang di gunanakan pada perancangan informasi ini ada adalah melalui media film dokumenter yang mempresentasikan realitas atau keadaan sesungguhnya. Dengan menampilkan sosok pembuat dadiah melakukan aktifitas

dimulai dari berangkat mengambil rumput di pagi hari hingga selesai proses pembuatan dadiah selesai, dan suasana pedesaan tempat pembuat dadiah tinggal dirasa cukup untuk mempresentasikan keadaan visual kepada audiens.

III.2.3 Mandatory

Dalam perancangan informasi tentang dadiah ini terdapat pihak terkait yang berkontribusi dengan keberadaan dadiah di bukittinggi, yakni dinas pariwisata dan kebudayaan kota Bukittinggi. Dinas pariwisata dan kebudayaan merupakan instasi pemerintahan daerah yang bertanggung jawab atas kekayaan budaya daerah dan juga mendukung dalam perkembangan kearifan lokal.



Gambar III. 1 Logo Bukittinggi

Sumber : http://4.bp.blogspot.com/-ze891jdaqKw/UHctiQ5guQI/AAAAAAAABNU/GIRO-kbHSRw/s1600/logo-bukittinggi-cdr-eps-download.jpg (Diakses pada 20/05/2017)

VISI

“Terwujudnya Bukittinggi Kota Tujuan Pariwisata, Pendidikan, Kesehatan, Perdagangan dan Jasa Berlandaskan Nilai-Nilai Agama dan Budaya”

makna yang terkandung dalam visi tersebut adalah dapat menjadi kota Bukittinggi sebagai kota pariwisata yang menjunjung tinggi nilai agama dan budaya. Juga menjamin keberlangsungan usaha-usaha ekonomi, kehidupan sosial-budaya, pelestarian lingkungan hidup dan pelestarian kebudayaan daerah. Serta memberikan ruang pada masyarakat untuk menggali potensi dan kreativitas guna menghasilkan produk-produk yang memiliki daya saing.

MISI

1. Mengembangkan dan memberdayakan partisipasi berbagai potensi pemangku kepentingan (Pemerintah, Dunia Usaha, dan Mayarakat).
2. Meningkatkan kinerja pemerintah daerah secara professional, transparan, akuntabel dan mempunyai jiwa kewirausahaan.
3. Meningkatkan pembangunan, penataan, dan pengelolaan sarana dan prasarana kota secara terpadu berwawasan lingkungan.
4. Mengambangkan sistem ekonomi perkotaan secara lebih berdaya guna.
5. Meningkatkan kualitas pelayanan pariwisata, pendidikan, kesehatan, perdagangan dan jasa serta kesejahteraan social masyarakat.

Mengenai program dinas kota bukittinggi yang berkaitan dengan kuliner tradisional dadiah terlampir pada misi ke 1 dan 5 yaitu memberdayakann berbagai potensi dalam berbagai bidang termasuk dunia usaha dan pariwisata.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan pada perancangan informasi mengenai dadiah ini adalah informasi seputar dadiah. Dalam film dokumenter "Dadiah Susu Dalam Bambu" dari Bukittinggi bertujuan untuk memberikan informasi mengenai dadiah yang sudah mulai tergeser oleh perkebangan zaman. Selain itu, pesan terdapat informasi lain yang berkenaan sebagai berikut:

- Mengingatkan masyarakat akan dadiah makanan tradisional Bukittinggi.
- Dapat memberikan pemahaman mengenai dadiah.
- Proses pembuatan dadiah.
- Hasil olahan yang terbuat dari dadiah.
- Dadiah olahan yang terbuat dari susu kerbau.

III.2.5 Gaya Bahasa

Pemilihan gaya bahasa yang tepat dapat membantu audiens dalam penerimaan pesan tersebut, agar tidak menimbulkan persepsi tersendiri. Maka gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan ini adaalah klimaks. Klimaks yang disebut juga gradasi, adalah gaya bahsa berupa ekspresi dan pernyataan dalam rincian yang

secara periodek makin lama makin meningkat, baik kuantitas, kualitas, intensitas, nilainya (Istanti, 2011).

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan dalam penyampaian informasi ini adalah menggunakan film dokumenter yang berjudul "Dadiah Susu Dalam Bambu". Judul tersebut dipilih agar membuat audiens penasaran dengan judul tersebut dan mencari tahu apa itu dadiah susu dalam bambu. Dalam penyebarannya memanfaatkan media internet , mengingat saat ini masyarakat tidak terlepas dari internet pada kehidupan sehari-hari. Selain itu, strategi kreatif lainnya adalah pemilihan film dokumenter yang berjenis ilmu pengetahuan, yang mana jenis ini merupakan jenis film dokumenter yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat. Berikut adalah konsep yang akan di tampilkan pada film dokumenter Dadiah Susu Dalam Bambu:

- **Statement**

Film Statement adalah intisari dari film yang akan diungkapkan dengan kalimat singkat mengenai inti cerita dari film tersebut (Drive, 2013). Berikut adalah inti cerita pada perancangan ini.

Bukittinggi merupakan kota wisata yang penuh dengan segudang budaya dan kulinernya, salah satunya dadiah. Dadiah merupakan makanan tradisional yang sudah dikonsumsi sejak dahulu kala oleh masyarakat Minangkabau, namun keberadaannya saat ini mulai jarang diketahui oleh remaja dimana asal dadiah tersebut.

- **Treatment**

Penulisan treatment untuk produksi dokumenter memiliki fungsi penting. Fungsi treatment tak hanya menuliskan tentang urutan adegan *(scene)* dan shot saja, tetapi harus ditulis secara kongrit keseluruhan isi yang berkaitan dengan judul dan tema, sehingga merupakan *The Treatment of The Story* (Ayawaila, 2011). Treatment digunakan sebagai acuan, karena jika terpaku pada skenario akan mengekang kreatifitaf sang sutradara akan adegan adegan tak terduga (spontan) pada saat pengambilan gambar.

- Suasana pagi kicauan burung dan bentangan alam hijau dan memasuki kota Bukittinggi. Kota penuh sejarah dan jam gadang sebagai saksinya.

- Menyusuri kawasan pasar atas sambil melihat-lihat kuliner tradisional yang ada di Bukittinggi.
- Dadiah, salah satu makanan tradisional yang mulai tergeser keberadaannya dibenak masyarakat lokal, terutama remajanya.
- Menemui beberapa masyarakat lokal terutama remaja dan menanyaka kepada mereka akan keberadaan dadiah saat ini.
- Hari pun berganti, tibalah di tempat pembuat dadiah yang masi bertahan hingga saat ini.
- Menelusuri jalan di daerah pedesaan bernama Tilatang kamang, dan pembuat dadiah membawa rerumputan untuk kerbau yang akan diperah.
- Mulai lah proses pemerahan sambil mempertanyakan beberapa hal kepada pembuat, perihal yang terjadi saat ini dan berbagai informasi lainnya.
- Melanjutkan perjalanan kembali ke rumah dan melanjutkan proses.
- pengolahan yaitu memasukan susu kedalam bambu, sambil
- mempertanyakan proses lamanya fermentasi.
- Kembali lagi ke kawasan pasar atas menemui penjual dadiah yang berada di pasar putih, tempat pembuat dadiah biasa menitipkan dadiahnya, dan mempertanyakan berbagai hal seputar dadiah.
- Melanjutkan perjalanan menyusuri pasar dan terhenti di penjual olahan dadiah. Ampiang dadiah namanya, olahan berbahan dasar dadiah yang lumayan jarang d temui saat ini dan hanya 1 penjual yang masi menjual olahan dadiah ini.
- Kembali wawancara pembuat dadiah .

III.2.7 Strategi Media

Strategi media merupakan suatu proses perencanaan suatu media, yang meliputi proses penyusunan, rencana, penjadwalan yang menunjukan bagaimana waktu dan ruang periklanan akan mencapai tujuan pemasaran (Abdjul, 2015). Maka penyampaian informasi menurut analisa khalayak sebelumnya adalah berikut:

A. Media Utama

Media utama yang dipilih yaitu Film dokumenter. Dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film *Travelogues* karya pertama Lumiere bersaudara yang dibuat

sekitar tahun 1890-an. Kata `dokumenter' kembali digunakan oleh John Grierson untuk film Moaner (1926) karya Robert Flaherty. Grierson berpendapat dokumenter merupakan cara kreatif mempresentasikan realitas (Effendy, 2009 : 11). Seiring berjalannya waktu film dokumenter semakin berkembang dan semakin banyak jenisnya, berikut adalah jenis-jenisnya.

- Laporan Perjalanan

Jenis ini awalnya adalah dokumentasi antropologi dari para ahli etnolog atau etnografi. Namun dalam perkembangannya bisa membahas banyak hal dari yang paling penting hingga yang remeh-temeh, sesuai dengan pesan dan gaya yang dibuat. Istilah lain yang sering digunakan untuk jenis dokumenter ini adalah *travelogue*, travel film, *travel documentary* dan *adventures film* (Hermansyah, 2011).

- Sejarah

Dalam film dokumenter, genre sejarah menjadi salah satu yang sangat kental aspek *referential meaning*-nya (makna yang sangat bergantung pada referensi peristiwanya) sebab keakuratan data sangat dijaga dan hampir tidak boleh ada yang salah baik pemaparan datanya maupun penafsirannya (Hermansyah, 2011).

- Biografi

Jenis ini lebih berkaitan dengan sosok seseorang. Mereka yang diangkat menjadi tema utama biasanya seseorang yang dikenal luas – di dunia atau masyarakat tertentu – atau seseorang yang biasa namun memiliki kehebatan, keunikan ataupun aspek lain yang menarik (Hermansyah, 2011).

- Nostalgia

Film–film jenis ini sebenarnya dekat dengan jenis sejarah, namun biasanya banyak mengetengahkan kilas balik atau napak tilas dari kejadian–kejadian dari seseorang atau satu kelompok (Hermansyah, 2011).

- Rekonstruksi

Dokumenter jenis ini mencoba memberi gambaran ulang terhadap peristiwa yang terjadi secara utuh. Perisitiwa yang memungkinkan direkonstruksi dalam film-film jenis ini adalah peristiwa kriminal (pembunuhan atau perampokan), bencana (jatuhnya pesawat dan tabrakan kendaraan), dan lain sebagainya (Hermansyah, 2011).

- Investigasi

Jenis dokumenter ini memang kepanjangan dari investigasi jurnalistik. Peristiwa yang diangkat merupakan peristiwa yang ingin diketahui lebih mendalam, baik diketahui oleh publik ataupun tidak (Hermansyah, 2011).

- Perbandingan dan Kontradiksi

Dokumenter ini mentengahkan sebuah perbandingan, bisa dari seseorang atau sesuatu seperti film Hoop Dreams (1994) yang dibuat oleh Steve James. Selama empat tahun, ia mengikuti perjalanan dua remaja Chicago keturunan Afro-America, William Gates dan Arthur Agee untuk menjadi atlit basket profesional (Hermansyah, 2011).

- Ilmu Pengetahuan

Jenis film dokumenter ini bisa dibilang sangat dekat dengan masyarakat Indonesia, seperti film Dari Desa Ke Desa atau Flora dan Fauna. Jenis ini juga terbagi lagi menjadi dua sub genre, yaitu film dokumenter sains dan film instruksional (Hermansyah, 2011).

- Buku harian

Layaknya diary, film dokumenter jenis ini mengacu pada catatan perjalanan kehidupan seseorang yang diceritakan kepada orang lain. Sudut pandangnya pun terasa lebih subjektif sebab sangat berkaitan dengan apa yang dirasakan subjek pada lingkungan tempat ia tinggal, peristiwa, bahkan perlakukan teman-temannya yang berada di sekitar subjek. Struktur ceritanya cenderung linear serta kronologis, narasi menjadi unsur suara yang lebih banyak digunakan (Hermansyah, 2011).

- Musik

Bisa dibilang bahwa jenis film dokumenter ini menjadi yang muda jika dibandingkan dengan jenis lainnya. Namun, sejak 1980 jenis ini lebih sering diproduksi di mana Donn Alan Pannebaker lah yang pertama kali mendokumentasikan pertunjukan musik (Hermansyah, 2011).

- *Association Picture Story*

Jenis film dokumnter ini dipengaruhi oleh film eksperimental. Sesuai dengan namanya, film ini mengandalkan gambar-gambar yang tidak berhubungan namun ketika disatukan dengan editing maka makna yang muncul akan ditangkap penonton melalui asosiasi yang terbentuk di benak mereka (Hermansyah, 2011).

- Dokudrama

Jenis ini merupakan penafsiran ulang terhadap kejadian nyata bahkan selain peristiwanya hampir seluruh aspek tokoh cenderung direkonstruksi. Tempat dibuat mirip dengan aslinya, tokoh dibuat mirip. Salah satu film jenis ini adalah Johny Indo karya Franky Rorimpandey (Hermansyah, 2011).

Film dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, Pendidikan dan Propaganda (Effendi 2009:12). Dan tentunya pada media utama yang dipilih yaitu film dokumenter yang berjudul "Dadiah Susu Dalam Bambu" membahas informasi seputar susu fermentasi tradisional dari Bukittinggi yang akan ditayangkan di sebuah *website* bernama *Youtube.*

B**.** Media Pendukung

Selain media utama, media pendukung juga dibutuhkan untuk memberikan kesan positif dan juga membantu sebagai sarana penyebar luasan informasi mengenai dadiah susu fermentasi dari Bukittinggi. Media utama tidaklah lengkap jika tidak adanya media pendukung seperti trailer, poster brosur, dan media informasi lainnya.

- Poster

Sudjana dan Rivai (Seperti dikutip Sari 2009) poster adalah sebagai 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 didalam ingatannya. Poster yang akan digunakan dalam perancangan ini berupa poster digital dan poster cetak.

- Poster Digital

Poster digital merupakan media informasi yang dapat diakses melalui laptop maupun *handphone*, yang mana poster digital ini akan di sebarluaskan melalui media sosial, agar bisa menarik perhatian audiens yang aktif di media sosial.

- Poster Cetak

Poster cetak merupakan media informasi yang bisa di akses dibeberapa tempat seperti ruang tunggu, ruang publik, dan mading.

- Web Banner

Banner tidak hanya dikenal pada *advertising offline* dalam kehidupan nyata, tapi di dunia maya juga terdapat istilah *web banner. Web banner* adalah sebuah elemen *web* yang isinya berupa teks atau gambar yang mengandung informasi, ajakan, promosi. Yang mana pada elemen tersebut terdapat link yang mengarah ke laman berbeda (Anas, 2016).

- X-banner

X banner merupakan media cetak yang berisikan informasi-informasi mengenai sebuah produk atau informasi layanan lainnya dan memiliki penyangga berbentuk "X". Pemasangan media ini dapat di tempatkan di ruang tunggu,ruang publik, atau event tertentu, agar menarik perhatian pengunjung dari kejauhan.

- *Tumbler*

Tumbler digunakan karena target audiens yang dituju merupakan pelajar dan mahasiswa. Fungsi dari *tumbler* sendiri berguna untung menyimpan minuman agar mudah di bawa kemana saja.

- Stiker

Stiker merupakan bahan yang memiliki bahan perekat sehingga dapat ditempelkan pada , biasanya stiker terbuat dari bahan kertas atau *vinyl.*

- Pin

Penggunaan pin sebagai salah satu *merchandise* pada *event* tertentu dan diberikan kepada pengunjung yang telah mengunjungi event tersebut

- *Triler*

Merupakan cuplikan potongan film yang biasa digunakan sebagai bagian dalam promosi film, dan disebar melalui media-media digital.

- Brosur

Brosur merupakan buku kecil tipis yang berisikan mengenai suatu hal atau kegiatan (U Effendy, 1989, h. 130).

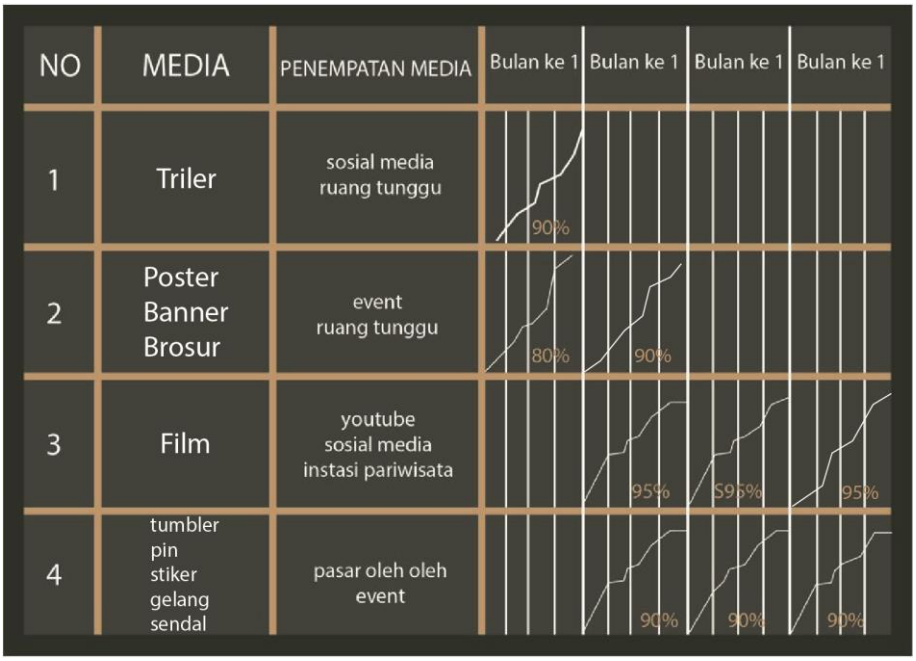
- Sendal

Sendal salah satu benda yang selalu digunakan sehari-hari oleh audien,
diharapkan menjadi media pengingat.

- Gelang

Gelang merupakan aksesoris yang digunakan sehari-hari, terutama sering digunakan target audien.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media



Tabel III.2 Strategi Distribusi

Sumber : dokumentasi pribadi (29 Mei 2017)

Penyebaran media dilakukan dengan tabel penjadwalan seperti di atas, pada bulan pertama berupa poster dan teaser film melalui media digital. Dikarenakan penyebaran melalui media digital saat ini akan sangat cepat dan juga efektif, sedangkan xbanner dan brosur di tempatkan di tempat tempat seperti ruang tunggu sehingga memudahkan khalayak untuk mendapatkan informasi. Setelah target pada bulan pertama terpenuhi, dilanjutkan dengan menyebarkan film melalui media *youtube* dan sosial media lainnya. Dan untuk media pendukung lainnya disebar melalui pasar oleh – oleh.

III.3 Konsep Visual

Singarimbun dan Effendi (seperti dikutip Syamri, 2015) Konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan barbagai fenomena yang sama. Konsep merupakan suatu kesatuan pengertian

tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan. Dalam merumuskan kita harus dapat menjelaskannya sesuai dengan maksud kita memakainya. Frans M Royan (Seperti dikutip Pank, 2012) Visual adalah orang yang lebih suka menggunakan penglihatan dalam menerima informasi.

III.3.1 Format Desain

Sianipar (seperti dikutip Arif, 2013)Video merupakan suatu rangkaian gambar yang terdiri dari banyaknya *frame* (bingkai), dari satu *frame* ke *frame* lain di gerakan secara cepat dan masing masing bingkai merupakan tahap (sekuen) dari suatu gerakan yang mana mata tidak akan dapat menangkap perbedaan (titik jeda perpindahan) antar *frame* jika rangkaian tersebut digerakan dengan kecepatan data 20 *frame* per detik. Otak akan menangkapnya sebagai ilusi gerak.

Format video yang digunakan yaitu:

- *Frame size* : 1280 x 720
- *Frame rate* : 50 fps
- *Aspec ratio* : 16 : 9
- *Chanel* : RGB
- *Format* : Mp4
- *Duration* : 8 menit

Studi visual pada film dokumenter ini menggunakan referensi film dokumenter "indonesia bagus" dan "lentera indonesia" karya yang di produseri Febri Arifrahman dan diproduksi oleh Net Documentary. Pemilihan referensi tersebut karena menggunakan teknik pengambilan gambar secara langsung dengan angle yang menarik dan narasi yang membantu menjelaskan isi dari film tersebut.



Gambar III. 2 Lentera indonesia perjalanan

Sumber:https://www.youtube.com/watch?v=3V9kXn_ESu0&list=PLBgYMUlA8wT_vxhH6eWl6a3Ul6_1bpZ1f&index=27 (Diakses pada 20/06/2017)



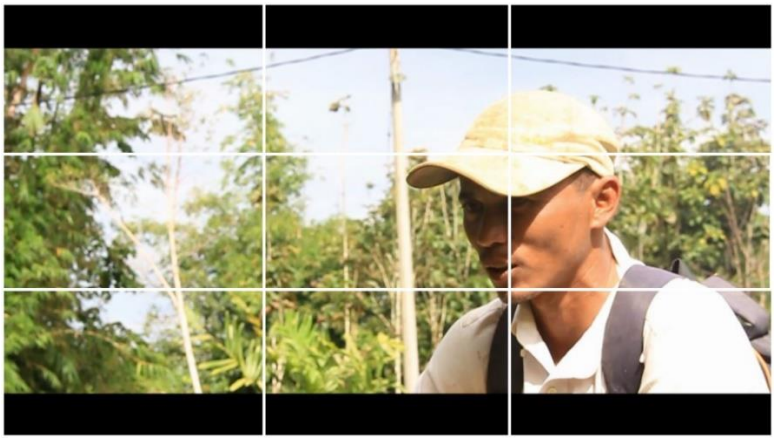
Gambar III. 3 Dadiah susu dalam bambu

Sumber : dokumentasi pribadi (27 Mei 2017)

III.3.2 Tata Letak

Menurut Rustan (2008) "*layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya" (h.5). Tata letak dalam film dokumenter ini menggunakan teknik yang penggambarannya menghindari sebuah objek utama yang berada di tengah tengah *frame* kamera atau biasa disebut dengan teknik *The rule of thirds*, dalam arti objek utama pada film ini tidak selalu berada di tengah kamera, dikarenakan akan terlihat kurang menarik perhatian dan monoton jika objek utama selalu berada pada posisi di tengah film.

Rule of third merupakan petunjuk bagaimana mengkomposisikan obyek pada sepertiga bagian dalam frame dengan tujuan film dokumenter ini lebih menarik untuk dilihat dan tidak membosankan ketika di tonton.



Gambar III. 4 *The rule of thirds*

Sumber : dokumentasi pribadi (29 Mei 2017)

Pada film dokumenter Dadiah Susu Dalam Bambu menggunakan *aspek rasio* 16 : 9 saat pengambilan gambar, namun pada saat proses editing di tambah bar hitam pada bagian atas dan bawah yang bertujuan mendapatkan kesan *cinematography*. *Aspek ratio* adalah perbandingan antara lebar dan tinggi bingkai gambar (*frame*) (Effendi, 2009).

III.3.3 Tipografi

Dalam konteks desain komunikasi visual tipografi merupakan pemilihan bentuk huruf, besar huruf; dan teknik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat (Tinarbuko,2009**).** *Font* yang digunakan pada film dokumenter ini terdiri dari beberapa *font* yang berasal dari keluarga *font sans-serif*. *Sans-serif* adalah huruf yang tidak memiliki kait, bertangkai tebal, sederhana dan lebih mudah dibaca. Ciri lain jenis huruf ini adalah tidak memiliki *stroke* / ekor. Ujungnya bisa berbentuk tumpul (*rounded corner*) atau tajam. Sifat huruf ini kurang formal, lebih hangat, dan bersahabat (Recky, 2012).



Gambar III. 5 Candara

Sumber : dokumentasi pribadi (20 Juni 2017)

Huruf ini dipilih karna bentuknya yang menyerupai bambu dan huruf ini ditempatkan pada bagian *headline* judul film.



Gambar III. 6 Calibri

Sumber : dokumentasi pribadi (20 Juni 2017)

Huruf ini digunakan sebagai *subtitle* pada film dokumenter, karena tingkat keterbacaannya yang sangat baik.

III.3.4 Ilustrasi

Kumismiati (Seperti dikutip Gibeh, 2016) Ilustrasi gambar adalah gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan. Berikut adalah gambaran adegan pada saat pengambilan gambar media informasi dadiah.



Gambar III. 7 Lokasi pemerah
Sumber : dokumentasi pribadi (29 Mei 2017)

Pada gambar tersebut di ambil pada saat proses wawancara pemerah dilokasi pemerahan kerbau.



Gambar III. 8 Memasukan susu
Sumber : dokumentasi pribadi (29 Mei 2017)

Gambar diatas terlihat susu yang sudah diperah oleh pemerah diantarkan kerumah untuk melanjuti proses memasukan susu kedalam bambu.



Gambar III. 9 Pembungkusan

Sumber : dokumentasi pribadi (29 Mei 2017)

Pada gambar di atas terlihat kamera mengambil *low angle* dan *close up* demi mendapatkan detail gambar.

III.3.5 Warna

Menurut Graham (seperti dikutip Abdillah, 2015) warna dapat digunakan untuk mengkomunikasikan *mood*, daya tarik, identitas produk, ataupun mengorganisir suatu informasi. Dalam pembuatan film, kreatifitas merupakan pemeran penting dalam menggunakan wana untuk membantu penyampaian cerita atau menyampaikan perasaan. Warna merupakan kesan yang ditimbulkan oleh cahaya terhadap mata Darma (Prawira 1989:5). Dengan pemilihan warna yang baik maka akan membantu penonton untuk lebih cepat untuk memasuki cerita yang ada pada film, maka dalam pemilihan warna yang tepat maka suasana dalam film dapat tersampaikan kepada audiens.

III.3.6 Audio

Sadiman (seperti dikutip Bahri, 2011) Media audio adalah media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang akan di sampaikan dengan bentuk lambang-lambang audit, mau itu berbentuk verbal atau dengan bentuk non-verbal.Dalam perancangan film dokumenter menggunakan alur informasi berupa narasi dan beberapa musik latar berupa instrument khas Minangkabau yang bertujuan memberikan suasana alam Minangkabau lebih terasa.