BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak adalah sebuah kelompok yang menjadi sasaran dari komunikasi, khalayak dapat teridentifikasi karakternya antara satu dengan yang lainnya sehingga membentuk sebuah kelompok yang memiliki kesatuan atau kesamaan satu dengan lainnya. Menurut artikata dalam situsnya artikata.com. menyatakan bahwa, definisi khalayak adalah kelompok tertentu di masyarakat yg menjadi sasaran komunikasi atau segala yang diciptakan oleh tuhan dan menyembah kepadanya.

Dalam penelitian ini telah ditentukan khalayak sasarannya agar informasi yang diberikan tepat pada subjek penelitian, maka dari itu ditentukan beberapa segmentasi sebagai berikut:

III.1.1 Demografi

Demografi adalah ilmu yang mempelajari dinamika kependudukan manusia. Susunan dan perkembangan penduduk. dikuatkan menurut KBBI demografi adalah ilmu tentang susunan, jumlah, dan perkembangan penduduk. ilmu yang memberikan uraian atau gambaran statistik mengenai suatu bangsa dilihat dari sudut sosial politik.

Gender	: Pria dan Wanita (keluarga)
Usia	: 25 -50 tahun.
Pendidikan	: Sma – S1
Status	: menikah dan mempunyai anak
Pekerjaan	:Karyawan Swasta, Pegawai Negeri dan Ibu Rumah Tangga
Agama	: semua agama
Pendapatan	: maksimal Rp.8.000.000,00
Status sosial	: Menengah

III.1.2 Geografi

Geografi merupakan ilmu yang memelajari muka bumi seperti fenomena serta sudut pandang kewilayahan. Harshtone (seperti dikutip Admin, 2013). "Geografi adalah sebuah ilmu yg menampilkan relitas deferensiasi muka bumi seperti apa adanya,tidak hanya dalam arti perbedaan – perbedaan dalam hal tertentu, tetapi juga dalam arti kombinasi keseluruhan fenomena di setiap tempat, yg berbeda dari keadaanya di tempat lain."

Sedangkan menurut KBBI Geografi adalah ilmu tentang permukaan bumi, iklim, penduduk, flora, fauna, serta hasil yang diperoleh dari bumi.

Khalayak yang ditetapkan menggunakan ilmu geografi ini adalah masyarakat urban Jabodetabek dan kota Bandung. Keadaan lingkungan yang padat penduduk yang merepresentasikan perkotaan besar, akses darat dan udara yang mudah ditempuh serta banyaknya akses atau publik transportasi. Segmentasi geografis yang potensial untuk mendistribusikan media informasi pola asuh anak.

III.1.3 Psikografis

Psikografis adalah membagi pasar berdasarkan opini,aktivitas atau ketertarikan terhadap suatu hal. Sedangkan menurut Fadlillah (2016) Psikografis adalah identifikasi karakteristik kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup seseorang dan perilaku pembelian.

Berikut merupakan psikografis masyarakat khususnya para pasangan yang baru menikah atau dewasa dini (18-40 tahun).

Menurut sanjaya yang dikutip dari landasanteori.com , dewasa dini memiliki tugas perkembangan sebagai berikut:

- Memilih pasangan
- Belajar untuk hidup bahagia dengan pasangan
- Mulai membina keluarga dan mulai mengambil peran sebagai oraang tua
- Mengasuh anak
- Mengelola rumah tangga
- Mulai bekerja dan meniti karir

- Mengambil tanggung jawab sebagai warga negara
- Membangun hubungan sosial

III.1.4 *Consumer Journey*

Untuk menyampaikan sebuah strategi media maka dibutuhkan perencanaan yang tepat dan sistimatis, demi mendapatkan sebuah efektifitas dalam penggunaan dan penyebaran media maka dibutuhkan sebuah daftar kegiatan khalayal. *Consumer journey* ini akan digunakan sebagai indikator perancangan media.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Waktu	**Kegiatan**	**Point of contact**
05.00	Bangun tidur	Kamar tidur, bantal, guiling, kasur, jam.
05.00 – 05.15	Mandi	Kamar mandi, sabun, sikat gigi, pasta gigi, shampoo.
05.15 - 05.25	Shalat subuh	Kamar tidur, musholla, sejadah, mukena, sarung.
05.25 - 06.00	Masak	Dapur, katel, minyak, panci.
06.00 - 06.30	Menyiapkan anak sekolah	Kamar tidur, lemari, tas, buku.
06.30 - 06.30	Sarapan	Meja makan, piring, sendok, garpu.
06.30 – 08.00	belanja	Pasar, warung, tas, dompet.
08.00 – 10.00	Bersih bersih	Ruang tamu, kamar tidur, dapur, ruang keluarga, halaman.
10.00 – 11.00	Istirahat	Ruang keluarga, tv, *handphone*, internet.
11.30 - 12.00	Masak	Dapur, katel, kompor, wajan.
12.00 – 12.15	Menyiapkan makan anak	Ruang makan, piring, sendok.
12.15 – 13.30	Bersih bersih	Ruang keluarga, kamar tidur, Dapur.
13.30 – 16.30	istirahat	Ruang keluarga, tv, *handphone.*
16.30 – 17.00	Masak	Dapur, kompor, wajan, katel.
17.00 – 18.00	Menyiapkan makan malam	Ruang makan, piring, meja.
18.00 – 21.00	Istirahat	Ruang keluarga, nonton tv, handphone, internet.
21.00	Tidur	Kamar tidur.

Consumer Resume

Sebuah keluarga kota bandung dan jabodetabek dengan status sosial menengah kebawah yang berorientasi jadwal karena disibukan dengan bekerja dan menjadikan tv dan handphone sebagai sebagai media hiburan sekaligus media untuk mendapatkan informasi.

III.1.5 *Consumer Insight*

Pandangan *consumer* terhadap permasalahan pola asuh cukup baik, mereka menyadari bahwa apa yang mereka tanamkan kepada anak akan berdampak baik dan buruk, serta mereka terbuka jika suatu saat nanti ada media yang dapat menginformasikan pola asuh orangtua yang baik dan benar. Sedangkan pandangan *consumer* terhadap audio visual, mereka menganggap bahwa audio visual merupakan sarana informasi dan hiburan yang interaktif, interaktif disini berarti tidak membosankan untuk disaksikan terus menerus dalam kurun waktu tertentu.

Kesimpulan keseluruhan pandangan khalayak masih belum mengoptimalkan pola asuh yang baik dan benar serta mengedepankan aspek prinsip *parenting*, khalayak target audiens yang dipilih memiliki pandangan akan perubahan, menyukai perkembangan ilmu dan zaman. Berorientasi terhadap hasil, usaha, menganggap perubahan sebagai sesuatu yang baik, masyarakat yang menyukai berkumpul dan berdiskusi.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan menurut KBBI adalah terdiri dari dua kata yaitu strategi dan perancangan, strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Sedangkan perancangan adalah proses membuat sebuah rancangan.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi perancangan merupakan upaya yang ditempuh seseorang untuk mendapatkan hasil dan tujuannya tercapai. Hal-hal yang meliputi konsep serta teknis menjadi konten yang terkandung dalam strategi perancangan.

Strategi perancangan media informasi akan dibuat menggunakan media audio visual, berisi ilustrasi atau gambaran bagi orangtua mengenai apa yang harus dilakukan untuk menanggulangi / membantu proses transmisi nilai kecerdasan pemecahan masalah pada anak. audio visual dipilih karena penyampaian pesan denotatif maupun konotatif bisa sangat disampaikan dengan jelas serta penyampaian pesan secara visual dan verbal dapat dipahami oleh masyarakat.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi Menurut Glueck (seperti dikutip hisam,2016) adalah untuk Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, komunikasi dan pendekatan persuasif mampu membangun persamaan presepsi dengan orang kemudian menggerakkannya sesuai keinginan. Dengan demikian maka tujuan komunikasi dalam perancangan media informasi ini adalah menginformasikan kepada orangtua mengenai cara mendidik anak dengan mengedepankan aspek *Adversity quotient* sehingga diharapkan bisa membantu atau merubah pola mengasuh orangtua yang keliru.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

komunikasi menurut Menurut Widjaya (seperti dikutip hisam,2016) mengatakan bahwa pengertian komunikasi ialah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.

Dengan demikian pendeketan komunikasi adalah sebuah kerangka maupun pola yang digunakan untuk mendapatkan hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok, dalam pendekatan komunikasi ini dibagi menjadi dua yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal, yaitu:

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual dalam penyampaian media informasi ini menggunakan audio visual yakni menampilkan adegan fiksi bagaimana pola asuh orangtua akan berimbas pada anak di masa depan serta narasi klarifikasi dari psikolog mengenai adegan tersebut. Penggunaan audio visual dipercaya dapat mempermudah khalayak/target audiens yakni para orangtua untuk mencerna serta memahami konten Dari media yang dibuat.

Video dikemas menarik agar tidak membuat bosan para khalayak dan diharapkan dapat menjadi daya Tarik orangtua untuk memahami bahkan merubah pola asuh orangtua yang selama ini masih keliru.

Penggunaan film fiksi dikarenakan proses penyampain pesan akan mudah dan film fiksi merupakan genre yang seluruh aspek pembuatannya bersifat sistematis dan terkonsep. Sehingga memudahkan untuk memasukan unsur pesan kedalamnnya

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan verbal dalam perancangan media informasi ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada masyarakat bagaimana pola asuh orangtua dapat berdampak dimasa depan pada anak melalui narasi, pendekatan verbal ini menggunakan bahasa yang informatif dan baku/formal sehingga tidak hanya dapat dimengerti oleh khalayak yang sudah ditentukan namun juga dapat diterima diseluruh orangtua di Indonesia.

III.2.3 *Mandatory*

Dalam perancangan media informasi berupa audio visual ini dibutuhkan kerjasama dengan instansi pemerintah maupun perusahaan swasta terkait distribusi media ini. Diharapkan dengan pihak yang terkait dengan distribusi media ini dapat membuat penyebaran informasi menjadi efektif dan tersampaikan dengan baik. Pembuatan media informasi ini berkerjasama dengan Kementrian PP&PA (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Indonesia) selaku sponsor utama dan sebagai induk lembaga yang bertugas untuk menyelenggarakan urusan di bidang pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak dalam pemerintahan Republik Indonesia. serta berkerjasama dengan perusahaan warallaba terbesar Indonesia Indomaret. Indomaret merupakan salah satu anak perusahaan Salim Group. Sebuah perusahaan warallaba terbesar yang memiliki ritel diseluruh Indonesia diharapkan dapat menjangkau khalayak dengan efektif dan cepat.

III.2.4 Materi Pesan

Pesan merupakan sebuah gagasan yang di kirimkan kepada penerima. Menurut Maqassary dalam situsnya e-jurnal.com. Pengertian pesan adalah suatu gagasan (ide) yang dituangkan dalam lambang-lambang untuk disebarkan dan kemudian diteruskan oleh komunikator. Pada media informasi audio visual ini materi pesan yang disampaikan adalah informasi mengenai pola asuh yang mengedepankan kecerdasan *Adversity quotient* dimana konten yang utama adalah bagaimana pola asuh orangtua yang keliru dapat membuat dampak yang cukup berbahaya bagi anak dimasa depan dengan itu diakhiri dengan klarifikasi narasi dari psikolog. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi materi pesan adalah sebagai berikut:

- Proses pola asuh yang keliru yang tidak mengedepankan prinsip pola asuh
- Metode pola asuh yang digunakan orangtua tidak tepat; otoriter

Maka didapat solusinya:

- Informasi mengenai pola asuh yang baik dan benar
- Tips dan trik mendidik anak

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan media informasi audio visual ini adalah bahasa yang informatif dan baku/formal sehingga tidak hanya dapat dimengerti oleh khalayak yang sudah ditentukan namun juga dapat diterima diseluruh orangtua di Indonesia. dengan begitu diharapkan orangtua dapat merubah pola asuh yang keliru.

III.2.6 Strategi Kreatif

Media informasi merupakan sebuah wadah atau media yang diperuntukan sebagai penyalur pesan atau informasi sehingga informasi yang disajikan dapat dengan mudah diterima. “Media adalah sesuatu yang bisa dipergunakan untuk menyalurkan pesan dan pengirim pesan kepada penerima pesan, agar dapat

merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa, sehingga proses belajar mengajar berlangsung dengan efektif serta efesien sesuai dengan yang diharapkan" (Sadiman,dkk., 2002:6). Untuk merangsang pikiran dari khalayak maka dibutuhkan sebuah media audio visual yang dapat mengakomodir orangtua untuk mendapatkan informasi mengenai pola asuh yang mengedepankan aspek *parenting* dan *Adversity quotient*.

media video adalah seperangkat komponen atau media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara dalam waktu bersamaan. Sukiman (2012: 187-188) video merupakan sebuah kumpulan *frame/*gambar yang berurutan sehingga memperlihatkan kesan benda atau subjek bergerak.

Dalam media audio visual ini menggambarkan bagaimana pola asuh orangtua yang keliru dan belum mengetahui serta mengenal pola asuh yang baik dengan mengedepankan nilai *Adversity quotient* sehingga memperlihatkan perilaku anak yang tidak sesuai dengan apa yang telah orangtua ajarkan, selanjutnya akan muncul narasi dari psikolog yang menginformasikan mengenai efek dan dampak dari pola asuh orangtua yang keliru

III.2.6.1 *Copywriting*

Copywriting merupakan sebuah kata-kata yang menjual, sebuah kata-kata yang dapat diingat dan mengikat pembaca. *Copywriting* adalah sebuah teknik penulisan kreatif untuk iklan, *copywriting* merupakan seni dari keterampilan menulis dan berupa ajakan (persuasi), untuk menarik konsumen yang berpotensial untuk membeli produk dan jasa. (Maxwell, 2012,hal.1).

- *Tagline*

Salah satu *Tagline* yang akan ditampilkan pada perancangan audio visual ini yaitu:

"Sudahkah anda mendidik buah hati anda dengan *Adversity quotient*?"

Headline tersebut digunakan dengan atau diucapkan pada salah satu adegan atau narasi. Karena masih banyaknya orangtua yang tidak mengetahui metode, prinsip dan fase pola asuh. Metode pola asuh otoriter menjadi metode yang paling sering

digunakan oleh para orangtua padahal diyakini bahwa metode tersebut tidak cocok.

Tujuan dari penggunaan *headline* tersebut diharapkan dapat menjadi renungan bagi orangtua karena bersifat satir serta diharapkan dapat membuat penasaran orangtua mengenai apa pola asuh yang baik dan benar.

III.2.6.2 *Storyline*

Storyline merupakan alur cerita terdiri dari beberapa adegan yang membentuk sebuah cerita. Menurut dit.pcbm dalam situsnya kebudayaan.kemdikbud.go.id menyatakan bahwa, *Storyline* yang dimaksud adalah alur cerita atau sistematika pameran yang merupkan sekumpulan dokumen atau blueprint tertulis mengenai apa yang akan dipamerkan. Dokumen ini tidak diartikan secara sempit sebagai *outline* linear yang sederhana, tetapi merupakan acuan utama dalam perancangan dan produksi pameran yang di dalamnya mengandung muatan pembelajaran dan pewarisan nilai. Alur cerita ini disusun sebagai kerangka kerja untuk menyampaikan hasil interpretasi mengenai suatu topik yang akan disampaikan dalam pameran.

Media audio visual yang akan dibuat akan memiliki 3 buah alur cerita/*storyline* yakni 3 kasus besar dalam proses kegiatan mendidik anak yang kerap terjadi diindonesia.

III.2.6.2.1 Interaksi (tidak bisa bersosialisasi).

Pada suatu hari disebuah rumah tampak seorang ibu sedang bersiap untuk pergi menghadiri pembagian rapot anaknya kesekolah, sebelum berangkat ibu memberitahu kepada anaknya bahwa ia akan pergi mengambil rapot dan meminta anaknya untuk berhati-hati dirumah selama ibu tidak ada namun nampaknya adik (anak ibu) tidak bergeming dan hanya asyik bermain video *game* di ponselnya.

Sesampainya di sekolah ibu terlibat beberapa percakapan yang cukup serius, nampaknya adik (anak ibu) mengalami penurunan prestasi disekolah, ibu pun menanyakan penyebabnya kenapa adik bisa menurun prestasinya, setelah melalui beberapa percakapan akhirnya diketahui penyebab prestasi adik menurun di sekolah. Dikarenakan adik tidak bisa dan tidak nyaman untuk berinteraksi dengan

teman-temannya. Adik cenderung diam dan seperti kesulitan untuk mengikuti proses belajar mengajar. Sehabis kejadian itu ibu berjanji untuk memperbaiki kesalahan ini dan akan lebih berinteraksi dengan anaknya.

Sesampainya di rumah ibu mengetuk pintu rumah namun tidak kunjung adik membukanya, setelah beberapa menit kemudian disertai dengan ketukan dan teriakan akhirnya adik membuka pintu. Ibu sangat kaget dan juga marah melihat alasan yang membuat adik lama membuka pintu yakni, adik sedang asyik bermain *game* dengan gadgetnya sehingga terlarut dan tidak memperdulikan sekitar.

Ibu pun diam dan heran, seketika ia berfikir dan mengetahui penyebab anaknya yaitu adik susah berinteraksi dikelas karena tidak nyaman dan tidak terbiasa untuk berinteraksi dengan teman-temannya, adik cenderung asyik dengan dunianya sendiri yakni bermain *game*. Ibu pun langsung mengambil tindakan dengan merampas gadget anaknya lalu memilih untuk berinteraksi dan bercanda bersama.

III.2.6.2.2 Manja, serba ada(tidak mandiri).

Disuatu rumah pada pagi hari nampak seorang anak kecil berumur 8 tahun sedang bersiap untuk berangkat sekolah, ketika ia sedang bersiap menggunakan sepatu seketika datang ibunya dan langsung mengambil alih tugas adik untuk memakai sepatu.

Pada siang hari adik nampaknya telah menyelesaikan belajar disekolahnya dan pulang kerumah, ketika sampai dirumah dan membuka pintu adik membuka sepatunya dengan kesusahan seketika ibu mengambil alih kembali kegiatan membuka sepatu itu dan setelah membukakan sepatunya ibu membukakan seragam adik dan menggantinya dengan baju yang baru.

Tak lama setelah adik mengganti baju adik nampaknya lapar dan mengambil piring dan mencoba membuka penanak nasi yang panas, seketika ibu datang menyerobot dan mengambil alih, tampak ibu tidak mau dan takut kalau tangan adik (anaknya) bisa terkena besi penanak nasi yang panas.

Setelah makan pun ketika adik ingin mencuci piringnya sendiri nampaknya ibu sangat tidak ingin adik untuk melakukannya sendiri, ibu nampak takut dan tidak percaya bahwa anaknya bisa melakukanya sendiri.

Pada akhirnya disuatu hari adik pulang kerumah mendapati bahwa ibu tidak ada disana. Adik pun berteriak memanggil ibu dan membuka sepatu dan tasnya sembarangan, adik melihat secarik kertas lalu mengambilnya, isi dari kertas itu adalah ibu tidak ada dirumah dan makanan sudah disiapkan. Namun karna adik tidak terbiasa melakukannya sendiri adik nampak berteriak terus menerus.

III.2.6.2.3 Dikekang, takut

Suatu hari pada sebuah rumah nampak seorang ibu sedang melakukan percakapan dengan anaknya, ternyata ibu sedang menasehati anaknya untuk tidak bermain diluar karena dapat berbahaya bagi anak. Tidak berselang dari kejadian itu teman adik (anak ibu) datang mengunjungi rumah untuk mengajak adik bermain, mereka mengetuk pintu rumah dan memanggil-manggil nama adik, adik sentak mendengar suara itu dan meminta izin kepada ibunya untuk pergi bermain bersama mereka. Kejadian tersebut kembali terulang dihari berikutnya ketika temannya kembali mengajak adik bermain namun kembali pula jawaban tidak terlontar dari ibunya.

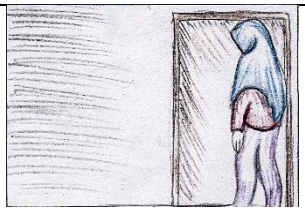
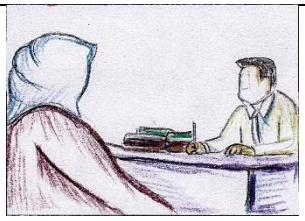
Haripun berlalu pada suatu hari di minggu pagi ketika ibu dan adik sedang menonton tv bersama, ibu meminta adik untuk mengambil barang milik ibu di rumah tetangga namun, jawaban tidak terduga keluar dari mulut anaknya, sang adik tidak menghendaki permintaan ibu dan berdaliih bahwa jika dia melakukan apa yang ibu minta maka akan berdampak buruk bagi dia. Yaitu keluar rumah menjadi hal yang berbahaya bagi adik sesuai dengan apa yang ibu ucapkan sebelumnya ketika ibu melarang adik bermain diluar.

III.2.6.3 *Story board*

III.2.6.3.1 *Story board* kurang bersosialisasi

Tabel III.2 Story board 1

Sumber: dokumen pribadi

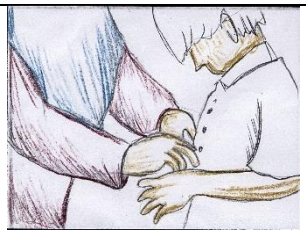
No	Visual	Narasi/ket	Kamera	Audio	Waktu
1		Pemberitahuan undangan pembagian rapot disertai adegan ibu keluar rumah.	*Medium Close Up*	*narasi*	3 detik
2		Ibu bergegas berangkat kesekolah	*Long Shot*	*narasi*	3 detik
3		Adegan pembagian rapot disekolah, wali kelas menjelaskan kondisi dan kegiatan adik disekekolah (nilai adik kecil) (kurang aktif dikelas)	*Middle shot*	*narasi*	3 detik
4		Ibu pulang dari sekolah, berjalan dilorong apartment dan mengetuk pintu.	*Middle shot*	*narasi*	3 detik
5		Ibu tersadar dan mengingat akan perkataan wali kelas setelah melihat sikap anaknya.	*Middle shot*	*narasi*	3 detik

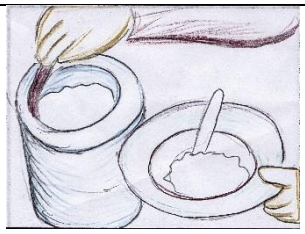
6		Ibu tersadar dan mengetahui penyebab nilai anaknya menurun dan mendatangi anaknya, lalu mengambil hpnya dan mengobrol serta bercanda bersama adik.	*Middle shott*	*narasi*	3 detik

III.2.6.3.2 *Story board* Manja

Tabel III.3 Story board 2

Sumber: dokumen pribadi

No	Visual	Narasi/ket	Kamera	Audio	Waktu
1		Sebuah kericuhan dirumah pada pagi hari ketika adik bersiap untuk berangkat sekolah	*Medium shot*	Narasi	1.5 detik
2		Adegan adik pulang sekolah dan membuka tali sepatu serta ganti baju	*Close Up*	Narasi	1.5 detik
3		Adegan adik dibantu ganti baju	*Close Up*	Narasi	3 detik
4		Adegan adik mengambil makan dan diambil alih oleh ibu	*Medium Shot*	Narasi	3 detik

5		Adegan adik selesai makan dan ingin mencuci piring	*Close Up*	Narasi	2 detik
6		Adegan adik pulang kerumah dan mendapati ibu tidak ada dirumah dengan membaca surat yang telah ibu simpan.	*Medium shot*	Narasi	2 detik
7		Adegan memperlihatkan surat yang mengatakan ibu tidak ada dirumah.	*Middle shot*	Narasi	3 detik

III.2.6.3.3 *Story board* Takut

Tabel III.4 Story board 3

Sumber: dokumen pribadi

No	Visual	Narasi/ket	Kamera	Audio	Waktu
1		Disebuah rumah, Nampak ibu sedang melakukan percakapan dengan anaknya, ternyata ibu sedang menasehati anaknya untuk tidak bermain diluar karena dapat berbahaya bagi anak.	*Panning left*	narasi	3 detik

2		Adegan teman adik mengajak main adik, namuin adik tibak bisa ikut bermain	*Middle shot*	Narasi	*2 detik*
3		Adegan teman mengajak bermain terulang kembali namun adik tidak bisa, adegan itu diiringi dengan adegan adik mengerjakan sesuatu (improve dilapangan)	*Middle shot*	*narasi*	3 detik
4		Adegan diruang tamu ibu menyuruh adik untuk mengambil sesuatu ke tetangga	*Middle shot*	Narasi	3 detik

III.2.6.4 Narasi

Narasi merupakan sebuah kumpulan cerita yang didalamnya terdapat alur, ruang dan waktu bertujuan untuk menceritakan sebuah peristiwa. Menurut Remini dalam situsnya 123dok.com. menyatakan bahwa narasi merupakan bentuk percakapan atau tulisan yang bertujuan menyampaikan atau menceritakan rangkaian peristiwa atau pengalaman manusia berdasarkan perkembangan dari waktu ke waktu.

“ sekitar 43% orangtua dikota Bandung menggunakan metode pola asuh otoriter, tahukah ayah bunda bahwa metode ini sudah tidak dianjurkan oleh psikolog dikarenakan dapat menghambat perkembangan adversity quotient sang anak,

adversity quotient adalah sebuah kecerdasan dalam mengatasi masalah dimana dengan adversity quotient yang baik maka anak akan dijauhkan dari sifat pemalu, minder, takut, manja dan tidak aktif.

Adversity quotient tidak hanya bagaimana anak mengatasi masalah tapi bagaimana anak merespon hambatan tersebut dengan cepat, adversity quotient meliputi kecerdasan interaksi anak, seperti berani, mandiri, disiplin dan jujur. mayoritas kasus yang berada di poli psikolog merupakan permasalahan pemecahan masalah bagi anak seperti kedisiplinan dan kemandirian. Kecerdasan pemecahan masalah anak ditentukan oleh bagaimana anda mendidik anak, jadi "Sudahkah anda mendidik buah hati anda dengan Adversity quotient?" "

III.2.6.5 Visualisasi

visualisasi yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan visualisasi informasi dengan menggunakan pendekatan video fiksi sebagai genre konten utama. penyampaian informasi menggunakan adegan fiksi diyakini akan dapat mudah dipahami oleh khalayak karena dengan video fiksi penyampaiannya menggunakan audio dan visual selain itu melalui video fiksi data yang akan diberikan akan bersifat konseptual.



Gambar III.1 referensi visualisasi

Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=gZTeRrmQRpw

(Diakses pada 9/12/2017)

III.2.6.5.1 Tata rias

Tata rias merupakan cara yang ditempuh untuk dapat merubah maupun menyamarkan hingga mempercantik wajah. Menurut admin dari situsnya sarjanaku.com. tata rias adalah ilmu yang mempelajari tentang seni mempercantik diri dengan cara menyamarkan bagian-bagian wajah yang kurang sempurna

dengan warna-warna redup (*shade*) dan menonjolkan bagian-bagian wajah yang sempurna dengan warna-warna terang (*tint*).

Dalam perancangan media audio visual ini dibutuhkan tata rias yang tepat agar dapat menunjang *mood* maupun visualisasi tokoh atau karakter, tata rias yang digunakan dalam media audio visual ini yaitu tata rias alami atau netral. Tata rias alami atau netral merupakan jenis tatarias yang bertujuan mempercantik wajah tanpa merubah karakter maupun gestur wajah, tata rias netral digunakan hanya bertujuan untuk membuat wajah tidak pucat, segar dan lebih berwarna.



Gambar III.2 referensi tata rias netral
Sumber: http://beautynesia.id/4256
(Diakses pada 15/12/2017)

III.2.6.5.2 Tata cahaya

Tata cahaya merupakan sebuah penyusunan dan pengorganisasian letak dari cahaya bertujuan untuk mendapatkan unsur artistik, Seperti dikuatkan menurut (Januarius, 2013; 54) tata adalah susunan atau pengetahuan mengenai penyusunan, sedangkan cahaya adalah terang atau sinar dari matahari, bulan dan lampu. Dalam konteks pembuatan paket produksi acara televisi atau semacamnya, tata cahaya merupakan suatu kegiatan dan merencanakan pengaturan cahaya-cahaya yang berasal dari beberapa sumber-sumber terhadap orang-orang atau suatu dekorasi atau hal-hal yang lain sehingga merupakan satu kesatuan yang mendukung dan memenuhi persyaratan teknis, artistik dan dramatik.

Dalam penataan cahaya media informasi audio visual ini dibutuhkan beberapa aspek yang dapat menunjang pencahayaan yaitu;

- Prinsip-prinsip tata cahaya

  Tata cahaya tidak terlepas dari prinsip penempatan tata cahaya, terdapat tiga dasar penempatan lampu (*three point of light*) sebagai berikut:

  1. *Key light*

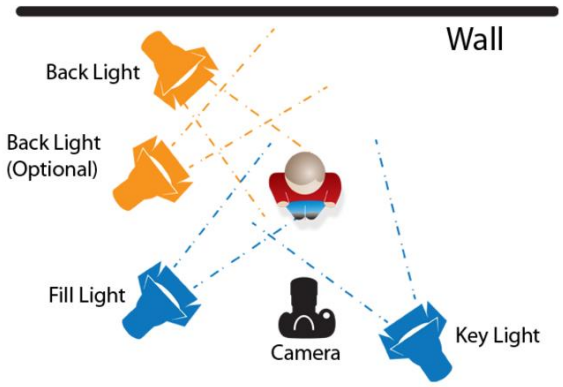
  Key light yaitu penyinaran terarah yang utama yang jatuh pada subjek menghasilkan bayangan kuat, memberikan dimensi pada wajah sehingga dapat membentuk karakter yang kuat kepada subjek, *key light* memiliki sinar yang penuh mengenai subjek.

  2. *Fill light*

  Fill light adalah cahaya cahaya yang digunakan sebagai media reduksi dari cahaya utama atau *key light*, biasanya penggunaan *fill light* ditempatkan bersebrangan dari *key light* serta intensitas cahayanya tidak sebesar *key light.* Penggunaan *fill light* sangat dibutuhkan dalam perancangan audio visual ini.

  3. *Back light*

  Back light adalah cahaya dari belakang, penggunaan *back light* bertujuan untuk menghasilkan dimensi maupun fill pada subjek, penggunaan *back light* bersifat situasional.



Gambar III.3 referensi three point of lighting

Sumber: https://www.videomaker.com

(Diakses pada 22/12/2017)

- Sumber cahaya

  1. sumber cahaya alam

  sumber cahaya alam merupakan sumber cahaya alami dari matahari, pengunaan sumber cahaya ini dibutuhkan pada saat perancangan audio visual ini karena dapat memberikan cahaya alami sehingga memberikan kesan *natural* disetiap adegannya.

  2. sumber cahaya lampu

  Sumber cahaya lampu dibutuhkan pada perancangan audio visual ini, sumber cahaya lampu digunakan jika sumber cahaya alam sudah tidak bisa menunjang proses perancangan. Dalam hal ini dikaitkan dengan pencahayaan yang cukup dan ideal.

- Kualitas cahaya

  Kualitas cahaya yang digunakan ada 2 yaitu *hard light* dan *soft light* Penggunaan *hard light* bertujuan untuk memberikan kesan krusial dan dramatis pada perancangan audio visual ini. Penggunaan *hard light* digunakan ketika psikolog sedang memberikan arahan atau klarifikasi. Sedangkan pengunaan cahaya *soft light* hampir disemua adegan atau *scene*.



Gambar III.4 referensi *hard light* (kiri) and *soft light (*kanan*)*

Sumber: http://dkv.binus.ac.id

(Diakses pada 22/12/2017)

III.2.6.5.3 Ukuran gambar

Video merupakan suatu alat untuk berkomunikasi dimana komunikasi itu terjalin dari tata bahasa atau *grammar* yang telah disepakati bersama. Tujuan dari adanya ukuran gambar yakni sebagai jembatan jalannya cerita. Ukuran gambar tersebut dapat mengkomunikasikan cerita dalam bentuk visual. Menurut (Januarius, 2013: 17-24) terdapat 5 jenis ukuran dasar gambar yang biasa digunakan, yaitu:

1. *Close up*

Close up merupakan ukuran gambar dari leher hingga ujung kepala, digunakan juga sebagai *shot* yang mendeskripsikan isolasi atau bagian dari tubuh maupun objek, misalnya tangan atau mata.

2. *Medium close up*

Shot diambil dengan ukuran ujung kepala hingga dada atas. Shot digunakan untuk mendapatkan fokus penonton biasanya ukuran gambar ini dipakai untuk mendapatkan kesan serius, fokus serta intim.

3. *Medium shot*

Shot diambil dengan ukuran ujung kepala hingga pinggang atau perut bagian bawah. Ukuran gambar ini bertujuan untuk mendapatkan kesan netral karena adanya keseimbangan antara background dengan objek. Difungsikan untuk memperlihatkan objek secara jelas.

4. *Knee shot*

Pengambilan gambar dari batas kepala hingga lutut. Ukuran *framing*nya adalah tiga perempat ukuran tubuh manusia. Bertujuan untuk mendapatkan objek yang bergerak sehingga tidak keluar dari *frame*.

5. *Long shot*

Pengambilan gambar seluruh objek dari batas kepala hingga ujung kaki. Bertujuan untuk menginformasikan kepada penonton mengenai objek dan suasana.

Pengembangan dari lima shot dasar yang akan digunakan dalam perancangan audio visual:

1. *Extreme close up*

Pengambilan gambar secara dekat dengan hanya menampilkan bagian tertentu tubuh atau objek saja. Berfungsi untuk mengetahui secara detail suatu objek,

2. *Big close up*

Pengambilan gambar dari ujung kepala hingga dagu. Pengambilan shot dasar ini diperlukan untuk memperlihatkan detail ekspresi wajah aktor dengan menekankan pada mata dan pada wajah saja.

3. *Very long shot*

Pengambilan gambar dengan *background* mendominasi dan objek nampak terlihat kecil. Bertujuan untuk memberikan penekanan pada suasana atau latar belakang tetapi objek tetap dapat dikenali.

4. *Extreme long shot*

Pengambilan gambar dengan memperlihatkan *background* secara penuh dan mendominasi layar. Objek Nampak terlihat sebagai pelengkap dikarenakan shot ini bertujuan untuk memberikan penekanan pada *background* serta atmosfir sekitar latar.

5. *Two shot*

Pengambilan gambar dua objek yang saling berhadapan dan berdialog. Bertujuan untuk memberikan kesan netral dan tidak ada yang mendominasi, kedua objek menarik perhatian secara bergiliran.

6. *Three shot*

Pengambilan gambar tiga objek

7. *Group shot*

Pengambilan gambar sekelompok atau sekumpulan orang yang melakukan aktifitas.

III.2.6.5.4 *Camera angle*

Camera angle yaitu penempatan atau posisi kamera terhadap suatu sudut tertentu. Perancangan audio visual ini memiliki beberapa *angle shot* yang digunakan, menurut (Januarius, 2013: 25-29) *camera angle* dapat dibedakan menurut karakter gambar yang dihasilkan diantaranya :

1. *Low angle*

low angle merupakan penempatan kamera dibawah *eye level* (mata penglihatan manusia) bertujuan untuk memberikan kesan terintimidasi atau tersudutkan.

2. *High angle*

High angle merupakan penempatan kamera diatas *eye level* (mata penglihatan manusia) bertujuan untuk memberikan kesan berkuasa atau dominan.

3. *Straight angle*

Sudut penempatan kamera sejajar dengan *eye level* (mata penglihatan manusia) bertujuan untuk memberikan kesan netral atau sejajar. Biasanya digunakan saat wawancara

4. *subjective camera angle*

Sudut penempatan ini menempatkan kamera pada suatu karakter dan menunjukan pada penonton adegan dari suatu sudut pandang karakter tersebut.

5. point of *view*/*Over shoulder shot*

Penempatan kamera diantara objektif dan subjektif, *angle of view* adalah pengambilan gambar dari titik pandangan pemain tertentu. Bertujuan untuk membangun hubungan antara pemain dan menggerakan penonton pada posisi pemain.

III.2.6.5.5 Pergerakan kamera

Pergerakan kamera merupakan elemen yang cukup krusial dan esensi dari sebuah video, dalam perancangan ini terdapat beberapa pergerakan kamera, menurut (Januarius, 2013: 32-34) ada beberapa pergerakan kamera berdasarkan teknik pengambilannya, yakni:

1. *Panning*

Adalah pengambilan gambar dengan menggerakan badan searah horizontal tetapi tidak mengubah posisi kamera. Terdapat dua jenis *panning yaitu:*

- *Following pan*

  Gerakan kamera mengikuti objek dari kiri ke kanan maupun sebaliknya. Bertujuan untuk memberitahukan penonton mengenai hubungan subjek dengan lingkungannya.

- *Survening Pan*

  Menggerakan kamera secara perlahan dengan menyusuri pemandangan objek maupun sekumpulan orang. Bertujuan untuk memberitahukan penonton mengenai apa yang sedang aktor lakukan.

2. *Tilting*

Adalah pengambilan gambar dengan menggerakan badan searah vertikal tetapi tidak mengubah posisi kamera. Bertujuan untuk memberikan kesan kedalaman maupun ketinggian kepada penonton.

3. *Tracking*

Adalah pengambilan gambar mendekati maupun menjauh dari objek.

4. *Zooming*

Adalah pengambilan gambar dengan merubah perspektif gambar yaitu antara *wide angle* dan *telephoto.* Dikarenakan dengan merubah perspektif adegan maka dibutuhkan maksud dan tujuan yang jelas dalam pengambilan gambar.

5. *Arching*

Adalah pengambilan gambar dengan mengitari objek atau subjek dengan poros lingkaran. Pengambilan gambar *arching* biasanya menggunakan ukuran gambar *close up, middle shot* atau *long shot.*

6. *Crabbing*

Adalah pengambilan gambar dengan menggerakan kamera kepinggir.

III.2.6.5.6 Jenis film

Dalam perancangan ini ditentukan jenis film yang digunakan yakni, film fiksi adalah sebuah genre film yang masuk dalam 3 genre umum film. Film fiksi merupakan genre film yang struktur hingga unsur naratifnya dirancang sedemikian rupa. Menurut csinema dalam situsnya csinema.com. menyatakan bahwa genre film fiksi menceritakan sebuah kisah fiktif maupun narasi yang konsen pengadegannya dirancang dari awal hingga akhir. Struktur cerita bersifat kausalitas atau mengandung sebab akibat. Terdapat karakter, konflik serta ending atau penutup.

III.2.7 Strategi Media

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi maka diketahui solusinya dan diharapkan media utama dapat menjadi solusi permasalahan. Pada perancangan media informasi ini maka ditentukan 2 media yaitu, media utama dan media pendukung. Kedua media tersebut akan di diistribusikan oleh pihak ketiga dengan hadiah disetiap mendapatkannya

III.2.7.1 Media Utama

media utama yang digunakan dalam perancangan media ini adalah audio visual berupa video informasi bergenre fiksi berisi ilustrasi atau adegan pola asuh orangtua disertai narasi dari psikolog mengenai penjelasannya. Video informasi ini diperuntukan kepada khalayak yang sudah ditentukan yakni orangtua. Nantinya video informasi ini akan disebarkan kepada khlayak melalui cd berkapasitas 700mb yang akan didistribusikan oleh perusahaan warallaba indomaret serta melalui kanal youtube.

III.2.7.2 Media Pendukung

media pendukung merupakan sebuah media sekunder yang dapat menunjang informasi yang telah media utama berikan, media pendukung berfungsi sebagai pelengkap maupun sebagai penarik minat khalayak. Pada perancangan ini memiliki dua jenis media pendukung yakni :

1. Informasi

Media pendukung informasi ini adalah media yang digunakan untuk menunjang media utama. Media pendukung informasi juga dapat dimanfaatkan untuk menginformasikan media utama. Berikut adalah media pendukung informasi yang akan digunakan:

- *X-Banner*

  x banner merupakan sebuah poster berpenyangga yang berukuran cukup besar dan dapat digunakan sebagai media pendukung informasi

yang didalamnya terdapat sebuah informasi pendukung yang dapat menunjang informasi utama yaitu video informasi *Adversity quotient*

2. Pengingat

Media pengingat merupakan sebuah media yang bertujuan untuk menunjang informasi utama, berfungsi sebagai pengingat khalayak agar tetap atau tidak melupakan media informasi utama. Media pengingat hanya bersifat penggunaan simbol maupun *tagline* yang dapat merepresentasikan media informasi utama.

- *Tote bag*

  tote bag atau tas jinjing menjadi media pendukung pengingat yang tepat karena *tote bag* merupakan sebuah benda yang sering sekali bersinggungan dengan khalayak yaitu orangtua khususnya ibu-ibu.
- Jam dinding

  mengingat waktu merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan maka jam dinding merupakan benda yang sangat tidak bisa dilupakan keberadaannya, dengan jam dinding proses reminding pada khalayak akan sangat efisien dan efektif.
- Dompet *pouch*

  Dompet pouch merupakan representasi yang tepat sebagai media pengingat yang diperuntukan bagi khalayak orangtua atau khususnya ibu-ibu, dompet *pouch* merupakan benda yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh ibu-ibu
- Bantal

  Bantal dapat menjadi media pengingat yang cukup baik dikarenakan bantal merupakan benda yang digunakan setiap hari oleh keluarga sehingga dengan menggunakan bantal proses *reminding* informasi kepada khalayak akan efektif dan mudah
- *Mug*

  Mug atau gelas merupakan sebuah benda yang setiap hari orang gunakan untuk minum, mug dirasa tepat menjadi media pengingat karena keberadaannya yang dibutuhkan.

- Gantungan kunci

  Gantungan kunci merupakan salah satu media pengingat yang cukup baik, pemilihan gantungan kunci dirasa tepat karena intensitas penggunaannya yang cukup besar. Setiap hari khalayak menggunakan kunci untuk membuka apapun baik itu lemari, kendaraan maupun rumah.

- *Tshirt*

  Tshirt merupakan media pengingat yang tepat, dikarenakan fungsinya yang digunakan sehari hari

III.2.8 Strategi distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian yang dilakukan mencangkup Bandung. Nantinya pendistribusian akan dikemas melalui CD berkapasitas 700mb yang akan bekerja sama dengan Indomaret. Setiap pembelian minyak goreng 2liter. dan susu formula atau belanja diatas Rp. 50.000 maka pembeli berhak mendapatkan *merchandise CD* beserta jam dinding, *dompet pouch, tote bag*, mug, bantal, gantungan kunci atau T-shirt.

Tabel III.5 Tabel distribusi

Sumber: Dokumentas Pribadi (2017)

Media	Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Media Utama																								
Video Informasi																								
Informasi																								
X-Banner																								
Pendukung																								
TShirt																								
Tote Bag																								
Jam Dinding																								
Dompet Pouch																								
Bantal																								
Mug																								
Gantungan Kunci																								

III.3 Konsep Visual

Demi mendapatkan sebuah media yang baik dibutuhkan sebuah pendekatan dan pendalaman sebuah ide dan konsep agar dapat menyampaikan sebuah pesan kepada audiens dengan baik. Maka konsep yang digunakan adalah sebagai berikut:

III.3.1 Format Desain

Format desain pada video informasi ini menggunakan resolusi video(HD) *Full High Resolution* yaitu *1920 x 1080* px dengan perbandingan aspek ratio 16:9.

Menurut (Januarius, 2013) Berdasarkan istilah perfilman yang telah disepakati bersama maka dapat diketahui kriteria resolusi *Full HD* adalah sebagai berikut:

Frame size: 1920 x 1080 px
Frame rate: 25 fps
Aspec ratio: 16: 9
Channel: RGB
Format video: H.264
Video code: Movie
Audio sample rate: 48000 Hz
Audio channels: Stereo
Format Audio: mp3
Orientas lansekap.

III.3.2 Tipografi

Pada perancangan ini dibutuhkan sebuah tipografi untuk menunjang sebuah pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Tipografi adalah penataan, barisan atau pemilihan huruf yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang dibuat.

Tipografi merupakan disiplin ilmu yang berkaitan dengan huruf, secara tradisional segala yang berkaitan dengan *setting* huruf dan percetakan bisa dikatakan sebagai tipografi. (Rustan, 2011, h.16).

Tipografi yang baik adalah yang memiliki keterbacaan, kejelasan dan nyaman baik dari segi proporsi maupun penempatannya.

Dalam perancangan ini digunakan keluarga *font sans-serif* yaitu, bebas neue, helvetica dan corbel bold italic

- *Font Headline: Bebas neue*

  Font ini masuk kedalam keluarga huruf *sans serif* yaitu *font* yang tidak memiliki garis garis kecil. *Font* ini digunakan sebagai judul dalam media utama karena memiliki kesan elegan dan solid.

  Font ini dibuat oleh ilustrator © Dharma *Type*, bersifat gratis dan dapat diunduh dengan mengakses *website* https://www.dafont.com/bebas-neue.font.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890~!@#$%^&*()_+}{ | \ `:"[ ] ?><

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

- *Font sub headline: Helvetica*

  Font ini masuk kedalam keluarga huruf *sans serif* yaitu *font* yang tidak memiliki garis garis kecil. *Font* ini digunakan karena memiliki keterbacaan yang baik sehingga cocok digunakan sebagai *font* utama.

  Font dibuat oleh Hewlett-Packard dan bersifat gratis dan dapat diunduh dengan mengakses *website* https://www.dafontfree.net/freefonts-helvetica-f128587.htm

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890~!@#$%^&*()_+} { | \ `:"[ ] ?><

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

The quick brown fox jumps over the lazy dog

- *Font body text: corbel bold italic*

  Font ini masuk kedalam keluarga huruf *sans serif* yaitu *font* yang tidak memiliki garis garis kecil. *Font* ini memiliki keterbacaan yang baik disamping itu memiliki bentuk yang elegan sehingga cocok untuk dijadikan *font* narasi atau *subtitle* dalam video.

  Font dibuat oleh Microsoft bersifat gratis dan dapat diunduh dengan mengakses *website* https://www.dafontfree.net/freefonts-corbel-f60853.htm.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890~!@#$%^&*()_+}{|\`:"[]?><

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

The quick brown fox jumps over the lazy dog

III.3.3 Ilustrasi

Ilustrasi merunut dari etimologi berasal dari bahasa Latin *Illustrare* yang berarti menjelaskan atau menerangkan. Sedangkan menurut terminologi ilustrasi adalah sebuah gambaran yang memiliki fungsi dan sifat untuk menerangkan atau menjelaskan suatu peristiwa. Dalam KBBI ilustrasi adalah gambar (foto, lukisan) untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya;. Dari pernyataan tersebut dapat diperoleh konsep ilustrasi yang digunakan adalah teknik fotografi dan videografi yang memperlihatkan kegiatan mendidik antara ibu dan anak yang membentuk sebuah pola asuh yang keliru.

III.3.3.1 Karakter

1. Anak

Anak kecil usia 6 tahun, menurut hana dalam situsnya elhanalearningkit.com. menyatakan bahwa terdapat beberapa aspek yang dimiliki anak berusia 6 tahun, diantaranya:

- Aspek Kognitif

  Pada tahap ini anak ditandai dengan kemampuan kognitif yang baru yaitu kemampuan mengklarifikasi, mengasosiasikan dan menyusun angka atau bilangan. Selain itu kemampuan anak ditandai dengan kemampuan membaca, menulis dan berhitung serta sudah memiliki kemampuan memecahkan masalah.

- Aspek fisik

  Perubahan fisik pada usia ini akan terlihat lebih lambat dibandingkan periode awal anak usia 6 tahun. Perubahan fisik belum sepenuhnya terlihat seperti orang dewasa. Anak akan terlihat seperti anak kecil diiringi dengan penggunaan pakaian yang lucu dan *colorful*. Pada usia ini anak sudah siap menerima pelajaran keterampilan dan olahraga.

- Aspek bahasa

  Kemampuan anak dalam mengenal dan menggunakan kata atau *vocabulary* mengalami perkembangan yang cukup pesat yakni sekitar 2.500-5000 kata. Meskipun masih penggunaan kata sehari-hari dan sederhana tapi anak sudah bisa dan mampu berkomunikasi dengan baik.

- Aspek sosio-emosional

  Menurut Erikson, anak usia 6-12 tahun akan memasuki tahap Industrial vs Inferioritas. Kalau sebelumnya anak banyak berada di lingkungan keluarga, pada tahap ini anak akan banyak keluar ke lingkungan sekolah.



Gambar III.5 referensi anak kecil
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar III.6 referensi anak kecil

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

2. Ibu

Ibu atau dewasa awal merupakan usia manusia dimana manusia sudah sepenuhnya sempurna dari sisi kognitif maupun perkembangannya. Terdapat beberapa aspek yang terdapat pada dewasa awal, diantaranya:

- Aspek Kognitif

  Dalam usia 20-40 tahun atau dewasa awal kemampuan kognitif ditandai dengan kemampuan penalaran. Kemampuan ini bersifat memahami, menganalisis dan mencari ide serta gagasan-gagasan, lalu menganalisa dalam pemikiran yang baru dan kreatif

- Aspek fisik

  Perubahan fisik sudah sangat terlihat pada usia ini karena secara biologis maupun pikiran usia dewasa sudah pada tahap yang sempurna, perubahan fisik terlihat jelas diiiringi dengan penggunaan pakaian yang dewasa serta mengedepankan aspek kenyamanan dan kerapihan penggunaan.

- Aspek sosio-emosional

  Pada usia ini kebanyakan dewasa awal mampu memecahkan masalah – masalah yang mereka hadapi secara baik dan benar sehingga dewasa awal ditandai dengan kestabilan lebih tenang.



Gambar III.7 referensi Ibu

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Latar

  Mengacu pada kelas sosial menengah maka dapat diklasifikasikan penggunaan latar yang tepat dalam perancangan video informasi.



Gambar III.8 Ruang tv

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Properti

  Mengacu pada kelas sosial menengah maka dapat diklasifikasikan penggunaan properti yang tepat dalam perancangan video informasi.



Gambar III.9 Tempat cuci piring

Sumber: http://www.sunlight.co.id/artikel/detil/1072078/jeruk-nipis-sebagai-bahan-pencuci-piring

(Diakses pada 9/12/2017)



Gambar III.10 Sepatu

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar III.11 *handphone*

Sumber: http://www.huffingtonpost.co.uk/deborah-lee/social-media-addiction_b_4851262.html

(Diakses pada 9/12/2017)



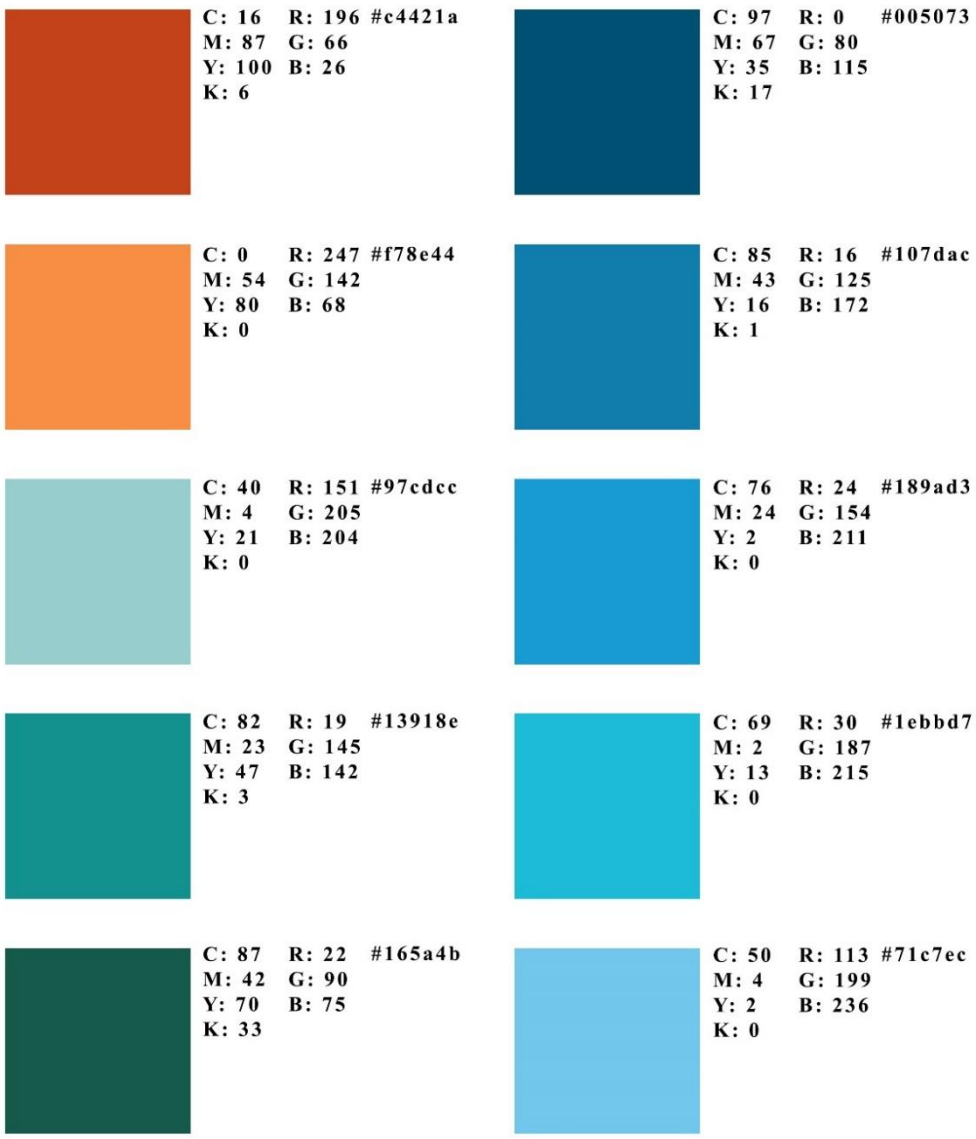
Gambar III.12 piring

Sumber: https://www.bukalapak.com/p/rumah-tangga/ruang-makan/2xxiy3-jual-piring-makan-ceper-melamine-plate-saji-melamin-10-inch

(Diakses pada 9/12/2017)

III.3.4 Warna

Warna dalam perancangan ini menggunakan warna *additive* yaitu RGB *(red, blue, green)* untuk perancangan video dan menggunakan warna *subtractive* atau cmyk untuk media yang memungkinkan untuk dicetak *offset* sehingga warna gambar yang dihasilkan akan terlihat alami dan tidak berubah. Warna pada video akan mendapat sentuhan *warm tone* atau warna yang hangat, warna hangat ditandai dengan penggunaan kontras yang sedang namun memiliki saturasi yang kurang ditambah dengan penggunaan aksen gelap untuk menambahkan sentuhan sinematik atau dramatis pada video.



Gambar III.13 *Colour palete*

Sumber: dokumen pribadi

Warna utama dalam perancangan ini terdari dari tiga warna yaitu, oranye, hijau, dan biru dimana dari ketiga warna sekunder yaitu warna yang dihasilkan dari gradasi warna utama. Menurut salamadian dalam situsnya salamadian.com. berikut merupakan karakteristik dari sebuah warna:

- Warna oranye, warna oranye memberikan kesan keceriaan dan kesenangan sangat merepresentasikan kepribadian anak-anak, selain itu warna oranye juga memberikan kesan hangat.

- Warna hijau, warna hijau memberikan kesan alami dan segar warna yang melambangkan sebuah kesuburan namun warna ini memberikan kesan dingin.
- Warna biru, warna biru melambangkan kestabilan, kebersihan dan kepercayaan diri. Warna biru juga memberikan kesan dingin sangat cocok digunakan sebagai *color grading* pada media video karena akan memberikan kesan dramatis.

III.3.6 Audio

Audio adalah suatu media yang hanya dapat didengarkan oleh indera pendengaran saja seperti dikuatkan oleh (Sudjana dan Rivai, 2003, Hal.129) media audio adalah bahan yang mengandung pesan dalam bentuk auditif (pita suara/piringan suara], yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian & kemauan seseorang. Sedangkan audio menurut KBBI adalah bersifat dapat didengar atau alat peraga yang bersifat dapat didengar (misalnya radio).

Dalam perancangan media utama dibutuhkan sebuah audio yang dapat memberikan kesan dan pesan yang baik. Audio yang digunakan dalam perancangan media ini adalah *Epic Emotional Orchestral - Music The Call Download and Royalty FREE*.

Sebuah music bebas royalti sehingga pengunaannya tidak dibatasi. Audio ini dipilih karena sesuai dengan konten yang akan dibawakan pada media utama karena memiliki unsur sinematik dan dramatis.