BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Dalam merancang sebuah media dibutuhjan strategi dan konsep desain yang baik Terdapat beberapa tahapan yaitu tahap menentukan khalayak sasaran, tahap strategi perancangan yang tediri dari tujuan komunikasi yaitu pendekatan secara visual dan juga verbal, materi pesan yang akan disampaikan, gaya bahasa, strategi kreatif, media utama dan pendukung, strategi distribusi dan konsep visual yang akan dibuat. Paparan strategi perancangan dan konsep desain yang akan diterapkan untuk video *motion graphic* logo *clothing* 3Second yaitu sebagai berikut.

III.1 Khalayak Sasaran

Sebelum dilakukanya perancangan, perlu diketahui terlebih dahulu siapa yang akan menjadi khalayak sasaran atau target dalam perancangan ini. Pada dasarnya pasar memiliki perbedaan dalam hal kebutuhan, keingginan, karakter, maupun perilakunya. Maka dari itu, perlu dilakukan pembagian pasar kedalam kelompok tertentu yang terdiri dari kumpulan pasar yang memiliki kebutuhan, keinginan, ataupun karakteristik yang sama untuk dijadikan khalayak sasaran. Agar proses komunikasi media mengenai logo terbaru *clothing* 3Second ini dapat tersampaikan dengan baik, maka khalayak sasaran dapat dibagi kedalam beberapa segmentasi sebagai berikut :

- Segmentasi Demografis

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 17-23 Tahun. Pada usia tersebut pada umumnya pelajar dan mahasiswa yang memiliki kebutuhan untuk menggunakan produk. Khalayak tersebut pada umumnya juga memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren.

Kewarganegaraan : Indonesia

Pendidikan : SMA dan perguruan tinggi

Status ekonomi : Menengah atas

- Segmentasi Geografis

Wilayah perkotaan besar di Indonesia khususnya di kota Bandung.

- Segmentasi Psikografis

- Psikologis : Pada usia 17 hinga 23 tahun ini termasuk dalam kelompok remaja akhir.
- Emosional : Orang-orang yang secara emosinal mulai berfikiran secara kritis terhadap lingkungan sekitarnya.
- Kepribadian : Orang-orang yang menyukai penampilan seperti *fashion* yang mengikuti perkembangan tren..

a. Consumer Journey

Consumer journey merupakan tahap mencari tahu kebiasan atau kegiatan khalayak, tahap ini bertujuan untuk menentukan media yang sesuai dengan khalayak, maka diperlukannya sebuah perencanaan yang sesuai agar mendapatkan interaksi yang menjangkau aktifitas target atau khalayak sasaran. *Consumer journey* umumnya proses kegiatan atau rutinitas yang cenderung sering dilakukan dalam keseharian target atau khalayak.

Tabel III.1 *Consumer journey*

Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Waktu	Kegiatan	*Point of Contact*
05.00 – 07.00	• Bangun pagi • Sarapan • Mandi • Berangkat sekolah/kuliah	Jam, Sepatu, Tas, Jam tangan, Jaket, buku
07.00 – 12.00	• Sampai sekolah/kampus • Kegiatan sekolah/kampus	Laptop, *Smartphone*, Jam tangan, Buku catatan,Tas

	• Memainkan laptop atau *smartphone* di sela-sela kegiatan kosong	
12.00 – 17.00	• Pulang sekolah/kuliah • Makan siang di tempat makan • Bermain *game* • Mencari tempat berkumpul komunitas	*T-shirt, Console Game, Smartphone*, Laptop, Botol minum, Tas.
17.00 – 19.00	• Pulang ke rumah • Mandi • Memainkan laptop atau *smartphone* Membuka jejaring sosial	Laptop, *Smartphone*, Sosial media
19.00 – 22.00	• Mengerjakan tugas kuliah/sekolah • Menonton film • Bermain *game* • Berkumpul bersama teman/ komunitas	Laptop, *Smartphone*, *T-shirt* Tas,

a. *Consumer Insight*

Menurut Amalia (2009:25-26) consumer insight adalah "proses mencari tahu secara menyeluruh tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya". Khalayak yang dimaksud pada perancangan ini adalah remaja yang membutuhkan produk fashion

dengan desain yang simple namun tetap menarik dan produk fashion yang terus mengikuti tren.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan adalah dengan membuat video *motion graphic* yang untuk memperkenalkan logo baru dari *clothing* 3Second *clothing* 3Second. Dengan menggunakan warna-warna yang sesuai dengan karakteristik *clothing* 3Second yaitu *colorful*.

Menurut Prabawa dalam (http://www.academia.edu/8601077/Motion_Graphic) mengatakan "*motion graphic* adalah teknik untuk menggerakkan *still images* sehingga objek terlihat tidak membosankan, namun terlihat dinamis dan menarik"

Dapat diambil kesimpulan dari pengertian diatas bahwa *motion graphic* adalah suatu pergerakan gambar-gambar yang dirangkai menjadi satu bagian video yang berfungsi untuk menyampaikan pesan yang dibuat.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ini adalah untuk memberikan informasi mengenai perubahan identitas visual terbaru dari *clothing* 3Second agar masyarakat ataupun konsumen mengetahui perubahan yang dilakukan oleh *clothing* 3Second dari segi identitas visual.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam proses berkomunikasi atau menyampaikan pesan kepada khalayak perlu dilakukannya proses pendekatan komunikasi yang baik agar memberikan hasil maksimal pada penyempaian pesan. pada video *motion graphic* ini akan dibuat menggunakan dua unsur pendekatan yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal

Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang dibuat pada video *motion graphic* ini yaitu dengan menggunakan logo-logo dari *clorhing* 3Second berupa vektor dan ditambah unsur elemen grafis serta teks sebagai penjelasan.

Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang akan digunakan dalam perancangan video *motion graphic* tentang logo *clothing* 3Second akan menggunakan bahasa Inggris. Alasan lebih memilih menggunakan bahasa Inggris karena kata-kata yang akan lebih menarik dan enak untuk didengar dan juga dikarenakan bahasa Inggris yang digunakan pada perancagan ini dikemas dalam teks yang tidak terlalu panjang, agar pesan mudah untuk dipahami oleh *target audience*.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory dari perancangan video *motion graphic* ini adalah *Clothing* 3Second.



Gambar III.3 Logo *Clothing* 3Second
Sumber : Bi-ensi fesyenindo (2016)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan informasi melalui *motion graphic* mengenai logo *clothing* 3Second yaitu:

1. Menampilkan logo terdahulu *clothing* 3Second.
2. Menampilkan penjelasan mengenai logo terbaru sebelum ditampilkanya logo baru *clothing* 3Second
    - *A fresh start for something new*
    - *cool*
    - *fresh*
    - *simple*
    - *it's time*
3. Menampilkan logo terbaru *clothing* 3Second.
    b. It's 3Second *with new look*
    c. new look new era

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa dalam perancangan video *motion graphic* ini menggunakan gaya bahasa deskiriptif, gaya bahasa deskriptif yang dimaksud adalah suatu

penyampaian pesan dengan menggambarkan atau menjelaskan objek secara jelas dan *detail*.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam penyampaian informasi logo terbaru *clothing* 3Second ini menggunakan media video *motion graphic* yang berjudul "*new look new era*". Judul tersebut dipilih agar mudah untuk diingat oleh target *audience*. Perancangan *motion graphic* tersebut haruslah mengunakan strategi yang mudah dipahami dan tidak membosankan agar pesan dalam perancangan ini dapat diterima oleh *target audience*. Pada penyampaian video *motion graphic* ini juga akan dilakukannya sebuah *event* sebagai sarana untuk menyampaikan identitas baru dari *clothing* 3Second ini.

III.2.6.1 Copywriting

Tagline : new look new era

Tagline "new look new era" digunakan untuk menegaskan bahwa ini adalah 3Second dengan tampilan logo barunya pada tahun baru ini.

III.2.6.2 *Storyline*

Opening

Opening dengan menampilkan tulisan sebagai perkenalan *clothing* 3Second

Video *Motion Graphic Content*

1. Menampilkan logo terdahulu 3Second
2. Menampilkan penjelasan mengenai logo terbaru sebelum ditampilkanya logo baru *clothing* 3Second
    - *A fresh start for something new*
    - *Cool*
    - *Fresh*
    - *Simple*
    - *it's time*
3. Menampilkan logo terbaru *clothing* 3Second.
    - *It's* 3Second *with new look*
    - *New look new era*

III.2.6.3 *Storyboard*

Menurut Halas (dalam Sutopo, 2003:36) "*storyboard* merupakan tahap pembuatan sketsa secara manual yang digambarkan secara keseluruhan sehingga menggambarkan suatu cerita". Untuk memvisualisasikan kedalam bentuk *storyboard* pada perancangn video *motion graphic* ini mengacu pada *storyline* yang telah dibuar agar proses visualisasi lebih mudah untuk dikerjakan. Sebuah *storyboard* diperlukan sebagai bahan acuan saat pemilihan objek/ gambar dan proses editing. Berikut adalah *storyboard* dalam video *motion graphic clothing* 3Second :



Gambar III.2 *Storyboard*

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.2.6.4 *Event*

Dalam perancangan *motion graphic* ini akan dilakukannya sebuah sebagai sarana dan momentum untuk memperkenalkan logo terbaru dari *clothing* 3Second, event yang akan dibuat adalah sebuah event *event grand launching* logo.

Tema Acara

It's 3Second- *The grand launching of new* 3Second logo "*New look New era*"

Mekanisme

Tiket

Untuk memasuki arena *the grand launching of new* 3Seciond *logo* gratis. Pengunjung hanya perlu menunjukan bahwa telah *follow* akun Instagram. Jika ada yang menawarkan tiket masuk dipastikan penipuan.

Mekanisme kompetisi *doodle art*

Peserta hanya perlu mendaftarkan diri ditempat yang telah disediakan oleh panitia diarea acara.

Peralatan disediakan oleh pihak panitia.

Hadiah

1. Juara I akan mendapatkan *voucher* belanja sebesar 1.000.000 dan mendpatkan *trophy*.

2.Juara II akan mendapatkan *voucher* belanja sebesar 1.000.000 dan mendpatkan *trophy*.

3.Juara III akan mendapatkan uang *voucher* belanja sebesar 1.000.000 dan mendpatkan *trophy.*

4.Seluruh peserta akan mendapatkan paket *merchandise* dan karyanya akan diupload di *official* instagram *clothing* 3Second.

Rundown Acara

Tabel III.2 *Rundown* Acara

Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Waktu	Kegiatan	Pengisi Acara
10.00- 10.10	*Opening Act*	
10.10- 10.15	Pembukaan	*Mc*

10.15- 10.30	Sambutan	*Owner*
10.30- 10.45	Sambutan	Panitia
10.45- 11.00	*Games*/ Kuis	*Mc*
11.00- 12.00	Binrang Tamu	Binrang Tamu
12.00- 12.15	*Games*/ Kuis	*Mc*
12.15- 13.00	*Break*	
13.00- 13.30	*Lauching* logo 3Second	*Owner*
13.30-13-45	Games/ Kuis	*Mc*
13.45-14.15	*Fashion show* koleksi produk 3Second	Model
14.15-14.30	*Games*/Kuis	Bintang Tamu
14.30- 16.45	*Doodle art*	Peserta
16.45- 17.15	Bintang Tamu	Bintang Tamu
17.15- 17.30	*Games*/Kuis	*Mc*
17.30-18.00	Bintang Tamu	Bintang Tamu
18.15-18.30	Penguman Juara *doodle art Competition*	*Mc*
18.30- 19.00	Bintang Tamu	Bintang Tamu

III.2.7 Strategi Media

Dapat diambil dari permasalahan dan pendekeatan yang telah dilakukan, maka strategi media yang akan dibuat ada beberapa media yaitu:

a. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancagan ini adalah sebuah video *motion graphic* berdurasi pendek yang berisikan informasi mengenai identitas visual terbaru *clothing* 3Second. Dalam konten video tersebut berisikan penjelasan mengenai perubahan identitas visual *clothing* 3Second dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh *target audience*.

b. Media pendukung

Media pendukung digunakan sebagai media yang mendukung terhadap media utama agar isi dari informasi yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami. Media yang akan dipergunakan merupakan sebuah *event* sebagai sarana untuk memperkenalkan identitas visual terbaru *clothing* 3Second. Adapun media pendukung yang digunakan antara lain:

- ***Pra Event***
- **Poster**

  Poster merupakan media informasi yang dapat dilihat pada papan informasi baik secara cetak maupun digital, poster disini akan memberikan sedikit informasi mengenai *event launching* logo terbaru *clothing* 3Second.

- ***X Banner***

X-Banner sebagai media informasi bersifat menarik perhatian yang berisi sekilas mengenai *launching* logo yang dilakukan oleh *clothing* 3Second.

- ***Voucher* Diskon**

Voucher diskon merupakan media yang berfungsi untuk menarik minat orang untuk datang ke sebeuah tempat belanja.

- ***Id Card***

ID card atau kartu tanda pengenal. Sesuai namanya *id card* disini berfungsi sebagai tanda pengenal dari panitia *event launching* logo terbaru 3Second.

- ***Event***
- ***Backdrop***

Backdrop adalah latar yang berisikan informasi berupa gambar atau foto dengan tambahan teks nama *event* tersebut yang biasa ditempatkan pada belakang panggung. *Backdrop event launching* logo ini juga dapa dijadikan sebagai media informasi dan iklan.

- ***Gate Event***

Gate event berfungsi sebagai gerbang atau gate masuk *venue* atau area event launching logo terbaru 3Second.

- ***Banner flag***

Banner flag sebagai media informasi bersifat menarik perhatian, berisikan mengenai logo terbaru *clothing* 3Second

- ***Photobooth***

Photo booth merupakan area yang ditempatkan oleh sebuah event yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung, dimana pengunjung dapat melakukan foto baik perorangan maupun bersamaan dan dapat langsung mendapatkan hasil foto dan dapat dijadikan sebagai media promosi karena biasanya foto akan di *upload* dimedia sosial oleh pengunjung.

- **Plakat**

Plakat adalah sebuah souvenir yang diberikan kepada seseorang atau kelompok dalam momen tertentu. Plakat disini berfungsi sebagai piala penghargaan atau trofi dalam lomba *doodle art* yang bertemakan logo terbaru *clothing* 3Second.

- ***Cue Card***

Cue card adalah sebuah kartu yang biasa dipergunakan oleh seorang Mc (*Master of Ceremonies)* untuk membantu dalam hal penyampaian pesan yang isinya berupa materi mengenai acara *launching* logo terbaru 3Second yang akan dibicarakan oleh seorang Mc

- ***Pampflet***

Pampflet merupakan sebuah media informasi berukuran kecil yang berisikan mengenai informasi mengenai logo terbaru dari *clothing* 3Second.

Media pengingat atau biasa disebut *merchandise* menjadi salah satu media pengingat dalam dalam penyampaian pesan, tujuanya untuk mengingatkan kepada target audience mengenai logo terbaru *clothing* 3Second. Dari sekian banyaknya *merchandise*, maka yang akan digunakan diantaranya yaitu:

- ***Tote Bag***

Tote bag digunakan untuk mengemas paket *merchandise* yang akan diberikan saat sebelum dan saat *event* berlangsung. Penggunaan *tote bag* ini sebagai *merchandise* dikarekan banyak dari *target audience* yang menggunakan *tote bag* sebagai tas tambahan untuk membawa keperluan mereka.

- **Stiker**

Stiker yang digunakan disini yaitu jenis stiker *cutting*. Stiker merupakan media yang fleksibel dan dapat diterapkan dimana saja. Desain stiker yang digunakan berupa stiker dari logo baru 3Second dan stiker dari *tagline*. Stiker dipilih karena dirasa pantas untuk mendukung media utama karena *sticker* mudah disebarkan dan kemungkinan besar diaplikasikan oleh audiens.

- **Kalender**

Kalender adalah sebuah stuktur pembagian waktu yang berisikan tahun, bulan, minggu, hingga hari dalam satu tahun. Kalender disini berisikan mengenai informasi logo terbaru 3Second, juga dapat mejadi *merchandise* atau media pengingat yang dapat digunakan oleh *target audience.*

- ***T-shirt***

T-shirt dapat digunakan sebagai salah satu media komunikasi visual sebagai media pengingat mengenai logo terbaru *clothing* 3Second.

- ***Lanyard***

Lanyard merupakan tali yang dipergunakan pada bagian leher untuk mengikat sebuah benda seperti kunci, *id card* dan lain-lain. *Lanyard* disini dijadikan sebagai pengikat *id card* untuk panitia, dan *lanyard* juga dapat diberikan sebagai *merchandise* yang dapat digunakan oleh pengunjung atau *target audience*.

- **Pasca *Event***

Setelah *event* selesai, video *motion graphic* atau media utama yang telah di *launching* pada saat *event* akan disebar ke beberapa media, media tersebut sebagai berikut :

- ***Digital Screen***

Digital screen dapat dijadikan media untuk memberikan informasi mengenai logo terbaru dari *clothing* 3Second. Penggunaan *digital screen* ini akan terasa efektif untuk memberikan informasi mengenai logo terbaru *clothing* 3Second karena ditempatkan pada *store* dimana para konsumen berbelanja.

- **Konten Instagram**

Social media dapat dijadikan untuk memberikan informasi mengenai logo terbaru dan produk. Pemilihan Instagram dikarenakan aplikasi tersebut

memiliki pengguna yang banyak pada saat ini terutama pada khalayak sasaran media sosial Instagram *clothing* 3Second juga sudah memiliki banyak pengikut. Instagram juga efektif untuk memberikan informasi dalam bentuk foto-foto maupun video.

- **Youtube Ads**

Youtube ads dapat dijadikan media untuk memberikan informasi mengenai logo terbaru *clothing* 3Second. Pemilihan Youtube ads dikarenakan aplikasi tersebut akan mucul saat sebelum video utama mucul yang terdapat pada Youtube yang banyak digunakan oleh khalayak.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

a.Mekanisme tempat dan waktu.

Tabel III.3 Mekanisme Tempat dan Waktu
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Media	Tempat	November				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra Event																	
Poster	Offline Online																
Voucher	Store																
X-banner	Store																
ID Card Peserta	Tempat Pendaft-aran																
Merchandise (Totebag T-shirt, Lanyard, Kalender, Stiker)	Store Tempat Pendaft-aran																
Event																	
Gate	Event																
Stage (Backdrop)	Event																
Banner flag	Event																
Photo Booth	Event																
ID Card (Panitia)	Event																
Cue Card	Event																
Pamflet	Event																
Trophy	Event																
Media Utama (Video Motion Graphic)	Event																
Merchandise (Totebag T-shirt, Lanyard, Kalender, Stiker)	Event																
Pasca Event																	
Media Utama (Video Motion Graphic)	Store (Digital Screen)																
	Instagram																
	Youtube Ads																

b. Mekanisme Distribusi

Strategi distribusi merupakan rencana dalam menyebarkan atau menyalurkan media utama maupun pendukung kepada target sasaran.

Tabel III.4 Mekanisme Distribusi
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Media		DISTRIBUSI
Pra Event		
Poster		Poster akan didistribusikan sebelum event, dan akan disebarkan melalui media online dan offline
Voucher		Voucher akan didistribusikan pada sebelum event, dan akan disebarkan melalui media online dan offline dengan cara membeli produk clothing 3Second
X-banner		X-banner akan didistribusikan sebelum event, dan akan disebarkan disetiap store clothing 3Second
ID Card (Peserta)		Id card peserta akan didistribusikan sebelum event, dan akan didistribusikan kepada peserta yang terpilih dalam 10 besar, dan telah melakukan registrasi ulang
Merchandise -Totebag -T-shirt -Lanyard -Kalender -Stiker		Merchandise akan didistribusikan sebelum event, dan akan disebarkan kepada seluruh peserta yang telah mendaftarkan 1 peserta/grup hanya mendapatkan 1 paket merchandise
Event		
Gate		Gate akan didistribusikan pada saat event, dan akan ditempatkan pada area masuk
Stage (Backdrop)		Backdrop akan didistribusikan pada saat event, dan akan ditempatkan di panggung
Banner flag		Banner flag akan didistribusikan pada saat event, dan akan ditempatkan diluar area event
Photo Booth		Photo Booth akan didistribusikan pada saat event, dan akan ditempatkan di area gate
ID Card (Panitia)		Id Card akan didistribusikan pada saat event, dan akan diberikan kepada seluruh panitia
Cue Card		Cue Card akan didistribusikan pada saat event, dan akan diberikan kepada MC
Pamflet		Pamflet akan didistribusikan pada saat event, dan akan diberikan kepada pengunjung sebagai media informasi mengenai logo terbaru clothing 3Second.
Trophy		Trophy akan didistribusikan pada saat event, dan akan diberikan kepada peserta yang juara dalam 3 besar
Media Utama (Video Motion Graphic)		Video motion graphic akan didistribusikan pada saat event, dan akan tayangkan pada screen
Merchandise (Totebag T-shirt, Lanyard, Kalender, Stiker)		Merchandise akan didistribusikan pada saat event, dan akan diberikan kepada seluruh peserta 10 besar dan diberikan kepada seluruh anggota peserta dan Merchandise akan diberikan kepada penggunjung yang menang pada setiap games atau kuis yang diadakan
Pasca Event		
Media Utama (Video Motion Graphic)	Store (Digital Screen)	Video Motion graphic akan didistribusikan pasca event, dan akan disebarkan diseluruh store clothing 3Second
	Instagram	Video Motion graphic akan didistribusikan pasca event, dan akan ditayangkan di halaman akun instagram official clothing 3Second
	Youtube Ads	Video Motion graphic akan didistribusikan pasca event, dan akan ditayangkan pada layanan youtube ads yang terdapat pada media youtube.

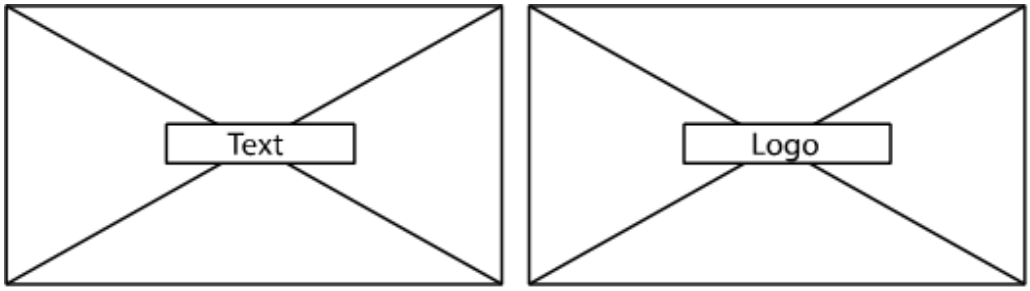
III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Desain pada perancangan media informasi ini dituangkan dalam bentuk video *motion graphic* dengan format video yang akan dipakai yaitu berformat Mov. MPEG-4 atau MP4 (codec H.264) dengan ukuran HDTV 1920-1080 (1080P) dan NTSC DV 720 – 480 (480p) (25fps). Gambar yang akan digunakan dalam video *motion graphic* ini berbentuk vektor dan teks.

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Dalam peracangan video *motion graphic* ini diperlukannya proses penyusunan objek- objek yang akan digunakan, Seperti dikatakan Rustan (2009:0) *layout* merupakan proses menempatkan elemen desain pada media tertentu yang berfungsi untuk mendukung suatu konsep atau pesan yang disampaikannya. Pada perancangan ini menggunakan layout untuk menyusun elemen yang akan digunakan yaitu teks, dan elemen grafis dalam bentuk vektor logo, berikut *layout* yang digunakan pada perancangan video *motion graphic* ini :



Gambar III.4 *Layout*

Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan sebuah rangkaian dari huruf-huruf yang disusun yang untuk memberikan kesan atau maksud tertentu. Dalam perancangan media video *motion graphic* logo terbaru *clothing* 3Second ini jenis huruf yang digunakan mempunyai karakter yang unik, kuat, dan huruf yang digunakan memiliki tingkat keterbacaan yang baik sehingga informasi mengenai logo terbaru ini dapat terlihat jelas, berikut jenis huruf yang akan digunakan pada perancangan ini:



Gambar III.5 Tipografi

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Huruf Gotham termasuk jenis huruf sans serif yang tidak memiliki kaki atau kait. Jenis huruf sans serif ini memiliki ciri pada ketebalan yang sama. Huruf Sans serif ini baik digunakan dalam penulisan judul atau teks yang pendek. Kesan yang dihasilkan oleh jenis huruf sans serif ialah modern, kontemporer, dan efisien. *Font* Gotham merupakan *font* yang di desain oleh Tobias Frere-Jones pada tahun 2000 dan dipublis oleh Hoefler & Co. dan *font* Gotham ini merupakan *font* yang berbayar. Tetapi disini *font* digunakan hanya untuk keperluan akademik.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi biasanya adalah sebuah ide atau pemikiran yang dituangkan kedalam bentuk visual atau gambar. Sehingga makna pesan yang dibuat dapat dijelaskan dengan baik dan mudah untuk dipahami. Ilustrasi yang digunakan disini berupa gambar dan elemen grafis vektor. Berikut adalah ilustrasi dalam perancangan *motion graphic* mengenai logo terbaru *clothing* 3Second.



Gambar III.5 Reverensi Visual *Motion Graphic*

Sumber: https://i.ytimg.com/vi/jcBvDt9C28c/hqdefault.jpg



Gambar III.6 Logo Baru *Clothing* 3Second

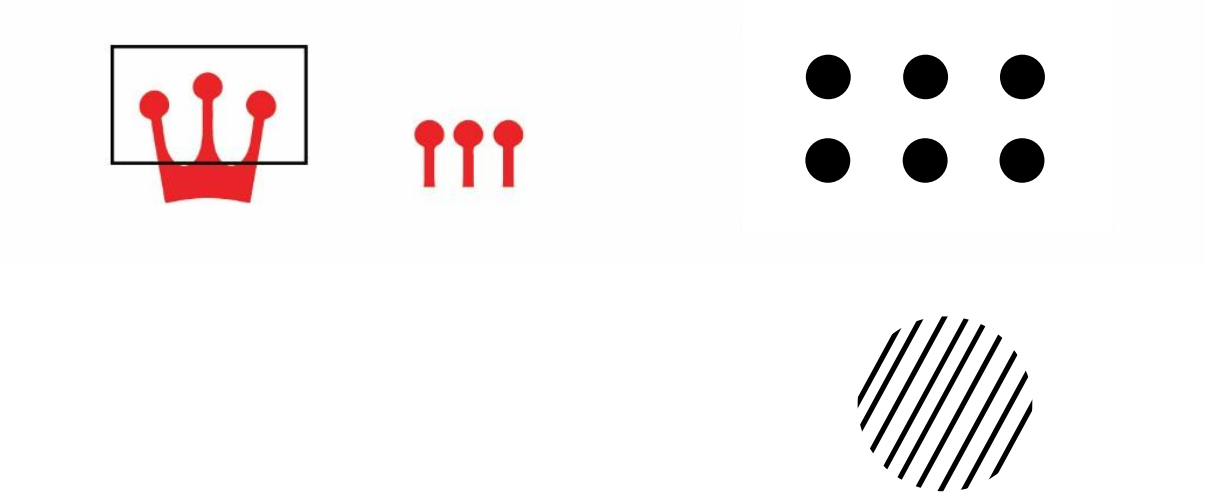
Sumber: Bi-ensi Fesyenindo (2016)



Gambar III.7 Logo Lama *Clothing* 3Second

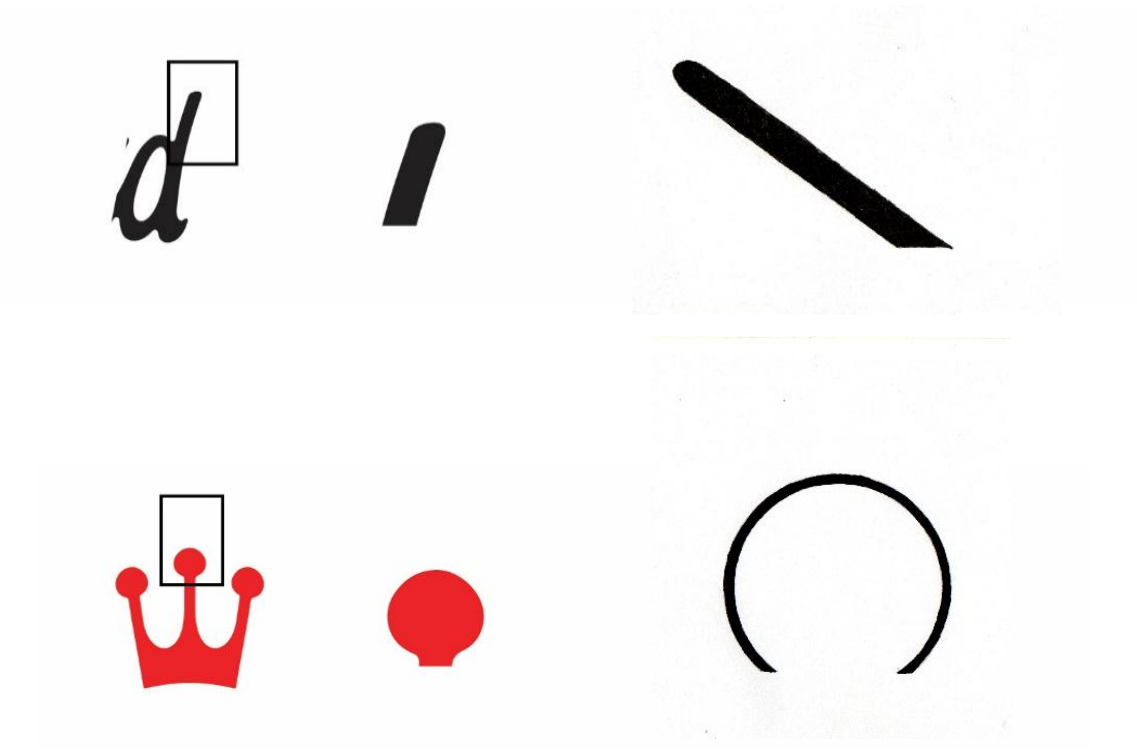
Sumber: Bi-ensi Fesyenindo (2016)

-Media Pendukung



Gambar III.8 Elemen Visual

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



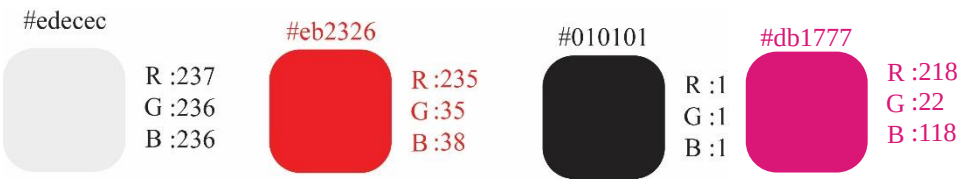
Gambar III.9 Elemen Visual

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.5 Warna

Warna merupakan salah satu unsur visual yang dapat menambahkan kesan dan menekankan pesan terhadap desain yang dirancang. Warna yang digunakan pada media *motion graphic* ini menggunakan warna-warna yang cerah, warna tersebut dipilih berdasarkan salah satu karakter dari *clothing* 3Second yaitu *colorful* dan juga menggunakan warna utama yaitu warna, warna merah diambil dari warna *logogram* terbaru dari *clothing* 3Second dan berikut adalah warna-warna yang digunakan

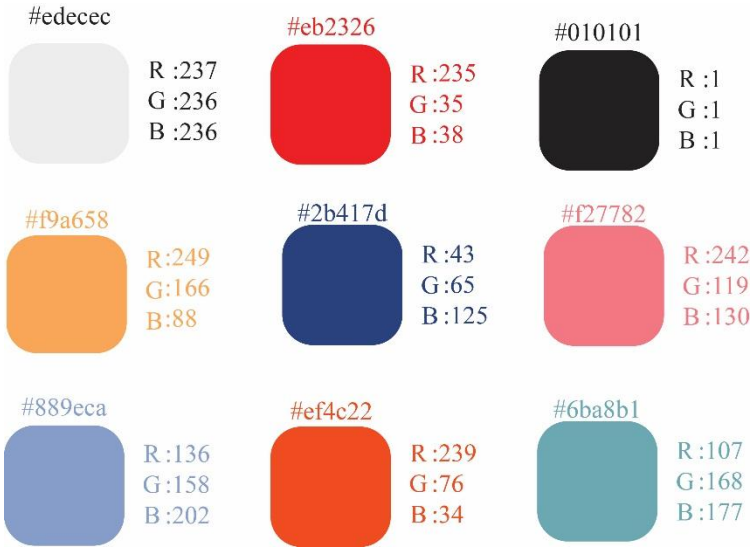
-Motion graphic



Gambar III.10 Warna *Motion Graphic*

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

-Media pendukung



Gambar III.11 Warna Media Pendukung

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.6 Audio

Video *motion graphic* ini menggunakan dua unsur suara, yaitu *voice over* yang digunakan sebagai penjelasan mengenai logo terbaru *clothing* 3Second dan *backsound* digunakan sebagai latar suara untuk menambahkan kesan. Untuk *voice over* menggunakan suara perempuan, bahasa yang digunakan untuk *voice over* adalah bahasa Inggris agar sesuai pesan dalam video dapat tersampaikan dengan baik. *Backsound* yang digunakan pada video ini adalah musik yang *beat* serta sesuai dengan videonya. Judul *backsound* pada video ini yaitu *"*Erik Lund-*Summertime"* di unduh melalui youtube tanpa memiliki hak cipta.