BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan target utama yang difokuskan untuk target informasi yang diberikan. Informasi yang diberikan merupakan informasi umum mengenai pengetahuan dan ilmu mengenai teknologi lubang resapan biopori.

III.1.1 Segmentasi

Salah satu cara untuk mempermudah menentukan khalayak saasaran yang tepat untuk menerima pesan yang ingin disampaikan, dapat menggunakan segmentasi pasar. Segmentasi pasar merupakan proses pengategorian atau pembagian konsumen ke dalam profil segmen yang berbeda-beda. Segmentasi yang paling umum dan penting adalah demografi, geografi, psikografi, dan *behavioral* (Suwatno, 2017, h.60). Berdasarkan analisa terhadap khalayak sasaran agar informasi dapat tersampaikan dengan tepat, maka ditentukan beberapa segmentasi sebagai berikut:

A. Demografi

Segmentasi demografi adalah proses pengategorian atau pembagian konsumen ke dalam beberapa profil meliputi jenis kelamin, usia, status sosial ekonomi, jenjang Pendidikan, status pernikahan, dan pekerjaan (Suwatno, 2017, h.60-63). Beberapa profil yang disesuaikan dengan kondisi pasar yang dihadapi:

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Usia : 18 hingga 40 tahun
- Status ekonomi : Menengah atas
- Pendidikan : Sekolah menengah atas
- Pekerjaan : Segala macam pekerjaan

B. Geografis

Segmentasi geografis adalah membagi pasar berdasarkan unit geografisnya, seperti negara, provinsi, kabupaten, kota, atau daerah sekitarnya. Secara

geografis khalayak sasaran dikhususkan pada masyarakat yang berdomisili di perkotaan, seperti kota Bandung.

C. Psikografi

Segmentasi psikografi adalah proses pengategorian atau pembagian konsumen kedalam beberapa profil meliputi aktivitas, sikap, pengetahuan dan informasi, nilai ideologi dan agama, segmentasi psikografi dimungkinkan dapat merepresentasikan realitas yang cenderung tidak tampak dari perilaku pasar (Suwatno, 2017, h.63-65). Media informasi ini ditargetkan kepada:

- Seseorang yang memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan sekitar tempat tinggalnya.
- Pria dan wanita yang bergaya hidup sehat.
- Seseorang yang penasaran akan suatu hal.
- Seseorang yang memiliki rasa tertarik hal yang baru.

III.1.2 Consumer Journey

Consumer journey digunakan untuk mengetahui daftar aktifitas dan tempat yang memungkinkan untuk dikunjungi dan benda yang berinteraksi dengan khalayak sasaran. Tempat dan benda-benda yang sering dijumpai khalayak sasaran memungkinkan untuk dijadikan sebagai media promosi.

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

Waktu	**Kegiatan**	**Tempat**	***Point of Contact***	**Media**
04.00 - 06.30	Bangun Pagi, Buka Gadget, Mandi, Beribadah, Berpakaian, Dandan, Masak, Buka Gadget, Sarapan	Kamar Tidur, Kamar Mandi, Dapur, Meja Rias, Ruang TV, Ruang Makan.	Jam Dinding, Perlatan Mandi, Peralatan Masak, Makeup, Hand-phone, Peralatan Makan.	Jam Dinding, Handuk, Gelas, Sosial Media, *Web Pop Up Ads, Banner Ads.*

06.30 - 09.00	Pergi ke Kantor, Sekolahan, Pasar, Pergi Bekerja.	Jalan, Di Kendaraan, Dalam Kendaraan.	Jam, Gantungan Kunci, Tas, Helm, Kendaraan, Media di Jalanan, Handphone.	Gantungan Kunci, Tas, Poster, Sticker, Spanduk, Baliho, Billboard, Sosial Media.
09.00 - 12.00	Bekerja, Belajar, Belanja, Beraktifitas.	Kantor, Sekolahan, Kelas, Kantin Sekolah, Lapangan, Rumah	Peralatan Kantor, Peralatan Belajar Di Sekolah, Jajanan, Makanan Komputer, Laptop, Handphone.	Peralatan Alat Tulis, *Web Pop Up Ads, Banner Ads*, Sosial Media.
12.00 - 15.00	Istirahat, Jam Makan Siang, Beribadah, Bekerja, Belajar, Pulang Sekolah.	Kantor, Sekolahan, Kelas, Kantin Sekolah, Cafe, Rumah Makan, Rumah,	Peralatan Makan, Alat Tulis, Jajanan, Komputer, Laptop, Handphone.	Peralatan Alat Tulis, Flyer, Poster, *Web Pop Up Ads, Banner Ads,* Sosial Media, Sticker.
15.00 - 18.00	Beribadah, Pulang Kerja / Sekolah, Berkumpul Bersama Teman, Belanja, Perjalanan Pulang.	Kantor, Mall, Cafe, Jalanan, Rumah.	Tas, Lift, Tangga, Helm, Kendaraan, Media di Jalanan, Media Promosi di Cafe, Handphone.	Billboard, Baliho, Banner, Poster, Flyer, *Web Pop Up Ads, Banner Ads.* Sosial Media, Sticker
18.00 - 21.00	Istirahat, Mandi, Beribadah, Makan Malam, Belajar, Bersantai.	Kamar Tidur, Kamar Mandi, Mushola, Ruang TV, Ruang Makan, Tempat Santai di Rumah.	Peralatan Mandi & Makan, Alat Tulis, Pakaian, TV, Buku, Majalah, Hand-phone, Laptop, Komputer.	Gelas, Mug, Handuk, Alat Tulis, Buku Catatan, *Web Pop Up Ads, Banner Ads.* Sosial Media
21.00 - 04.00	Tidur	Kamar Tidur, Tempat Tidur	Jam, Bantal, Kasur, Selimut.	Jam Dinding, Bantal, Radio,

Berdasarkan *point of contact* yang didapatkan dalam *consumer journey*. Dapat disimpulkan bahwa media yang sering dekat dengan khalayak sasaran adalah sebagai berikut: internet (youtube, sosial media, *website, web pop up ads, banner ads*), poster, sticker, banner, brosur, flyer, baju, kalender dan buku catatan.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah sebuah proses, cara, atau langkah langkah yang digunakan untuk merancang sebuah informasi atau pesan untuk disampaikan ke khalayak sasaran, dengan tujuan khalayak sasaran dapat memahami dan menangkap isi dari informasi atau pesan yang disampaikan.

Setelah melakukan penelitian lapangan berupa observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner, ditemukan beberapa data dan permasalahan yang menjadi bahan untuk dianalisis sehingga menjadi sebuah solusi berupa perancangan. Penelitian dan pengumpulan data dilakukan di kota Bandung. Dalam strategi perancangan ini, berdasarkan pada fokus masalahnya, ditemukan pemecahan masalah yang akan menjadi aspek dasar dalam strategi perancangan, yaitu masyarakat perkotaan membutuhkan media informasi tentang lubang resapan biopori yang meliputi manfaatnya, lokasi yang tepat, serta perawatan dan pemanenan lubang resapan biopori. Karena zaman sekarang teknologi sudah semakin canggih, dengan sasaran khalayak masyarakat daerah perkotaan, maka media informasi tentang teknologi lubang resapan biopori ini berupa video *motion graphic* yang akan didistribusikan melalui youtube dan sosial media.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi yang ingin dicapai dalam perancangan ini adalah memberikan informasi kepada masyarakat perkotaan tentang lubang resapan biopori yang meliputi manfaatnya, lokasi pembuatan lubang biopori yang tepat, serta perawatan dan pemanenan lubang resapan biopori. Sehingga dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk mengetahui dan pembelajaran lubang resapan biopori. Sehingga masyarakat dapat memahami apa itu teknologi lubang resapan biopori dan membuat lubang resapan biopori di lingkungannya sendiri dan sekitarnya.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi merupakan proses transaksi antar dua atau lebih pihak. Proses transaksi simbol berupa tulisan, gambar, video, agar maknanya dapat ditangkap dengan

benar, dibutuhkan frekuensi yang selaras antar kedua belah pihak tersebut. Komunikator harus menyesuaikan penyampaian pesan dengan konteks frekuensi yang dimiliki konsumen (Suwatno, 2017, h.15). Pendekatan komunikasi ini disesuaikan dengan khalayak sasaran yang akan dituju. Pendekatan komunikasi yang akan dilakukan menggunakan dua cara pendekatan yaitu pendekatan visual dan verbal.

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan dibuat dalam perancangan ini adalah menggunakan pendekatan visual ilustrasi *vector* dan tipografi. Pemilihan pendekatan visual ini dipilih agar masyarakat dapat dengan mudah memahami informasi berupa gambar dan teks, dalam media informasi ini menggunakan gaya *flat isometric design.* Gaya visual *flat design* merupakan gaya visual dengan pendekatan minimalis dan sederhana yang menekankan kegunaan dengan desain yang bersih, berfokus pada tipografi dan warna-warna cerah, bersifat universal, gambar sederhana menyampaikan pesan lebih cepat dari pada ilustrasi yang sangat detail (Ibawa, 2016).



Gambar III.1 Contoh Gaya Visual *Flat Design*
Sumber: https://cdn.dribbble.com/users/602420/screenshots/2674620/landscape-3.jpg (Diakses pada 27/12/2017)

Istilah *isometric* berasal dari bahasa Yunani yang berarti ukuran yang sama, dengan kata lain, isometric menunjukan setiap sisi objek dengan sudut atau proyeksi yang sama, yaitu 30 derajat dari garis horizontal atau sudut antar sumbu x, y, dan z adalah 120 derajat (Techsigntic, 2017). Tujuan menggunakan

isometric design agar tampilan terlihat 3 dimensi agar visual tersampaikan dengan jelas.



Gambar III.2 Contoh Isometric Design
Sumber:
https://i.pinimg.com/564x/fa/b5/9f/fab59f7e8d5e5feed6ebd65d6257515d.jpg
(Diakses pada 27/12/2017)

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang akan dibuat dalam perancangan ini adalah Bahasa Indonesia. Dengan tata bahasa yang digunakan tidak baku serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh khalayak sasaran dan informasi dapat tersampaikan dengan jelas kepada khalayak sasaran. Pendekatan komunikasi ini berdasarkan data dan sumber yang berhubungan dengan lubang resapan biopori. Semua data yang dapat dirangkum menjadi informasi yang jelas agar mudah tersampaikan informasinya.

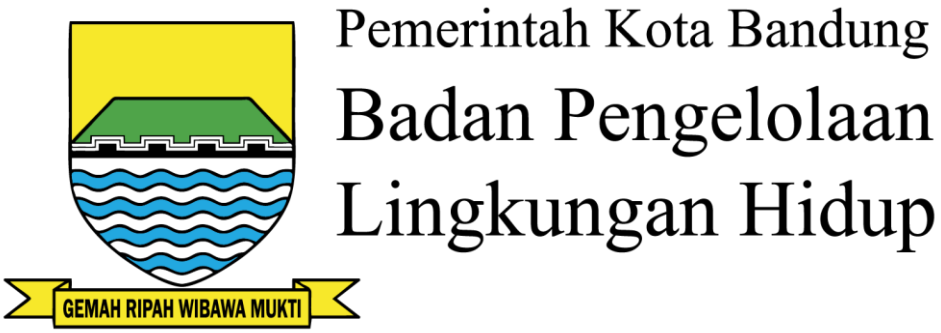
- Pendekatan Audio

Perancangan media informasi menggunakan pendekatan audio. Pendekatan audio digunakan untuk menegaskan pesan informasi yang akan disampaikan

kepada khalayak sasaran. Penyampaian informasi ini ditegaskan melalui *voice over* dan *backsound* musik. Diharapkan melalui bantuan suara, informasi yang akan disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran.

III.2.3 *Mandatory*

Perancangan media informasi teknologi lubang resapan biopori ini bekerja sama dengan pihak pemerintah, yaitu Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup Kota Bandung (BPLH). Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup Kota Bandung mendukung perancangan media informasi teknologi lubang resapan biopori melalui data-data faktual tentang teknologi lubang resapan biopori meliputi materi tentang teknologi tersebut, permasalahan biopori yang ada di masyarakat, serta data statistik jumlah biopori yang telah dibuat. Beberapa media yang akan dibuat juga akan didistribusikan di kantor BPLH.



Gambar III.3 Logo BPLH Kota Bandung
Sumber: http://bplh.bandung.go.id/wp-content/uploads/2014/12/logo-BPLH-Bandung.png (Diakses pada 27/12/2017)

Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup merupakan salah satu Lembaga teknis daerah pada Pemerintah Kota Bandung yang bertanggung jawab dalam pengelolaan-pengelolaan lingkungan hidup di Kota Bandung. BPLH berfungsi sebagai perumusan kebijakan teknis bidang pengelolaan lingkungan hidup dan pembinaan dan pelaksanaan pengelolaan lingkungan hidup. Logo dari BPLH ini akan ditempatkan pada media utama ataupun media pendukung agar memperkuat kesan informasi yang valid dari lembaga yang bersangkutan.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan media informasi teknologi lubang resapan biopori ini adalah:

- Teknologi lubang resapan biopori.
- Manfaat lubang resapan biopori.
- Lokasi yang tepat untuk membuat lubang resapan biopori.
- Alat dan bahan untuk membuat lubang resapan biopori.
- Cara membuat lubang resapan biopori.
- Perawatan dan pemanenan lubang resapan biopori.

Materi pesan ini dipilih untuk menjelaskan tentang teknologi lubang resapan biopori secara keseluruhan dengan penjelasan yang tidak terlalu mendalam, agar pesan mudah tersampaikan dan dipahami oleh khalayak sasaran.

III.2.5 Gaya Bahasa

Secara umum gaya bahasa adalah metode penyampaian kata-kata untuk menarik hati pembaca. Gaya bahasa yang akan digunakan dalam perancangan ini terdiri dari bahasa verbal dengan menggunakan bahasa Indonesia berupa kalimat deskriptif yang menceritakan isi pesan atau informasi yang akan disampaikan pada perancangan ini. Gaya bahasa ini dipilih karena dapat mendekati target audiens secara emosional dengan bahasa yang mudah dimengerti dan ringan. Tujuannya agar pembahasan tentang lubang resapan biopori ini berkesan bersahabat, tidak kaku, dan menyenangkan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Perancangan ini berisikan tentang informasi teknologi lubang resapan biopori yang dimuat melalui media utama video *motion graphic*. Video *motion graphic* ini berisikan konten mengenai memberikan informasi teknologi lubang resapan biopori manfaatnya, serta cara merawatnya. Perancangan video *motion graphic* ini memberikan penjelasan tentang membuat lubang resapan biopori di lahan sempit daerah perkotaan, serta penempatan lubang resapan biopori yang benar. Dengan menggunakan bahasa verbal bahasa indonesia. Visualisasi video *motion graphic* ini

pun dirancang dengan konsep minimalis yang menekankan kegunaan dengan desain yang bersih, berfokus pada tipografi dan warna-warna yang cerah. Dengan gambar yang sederhana dan bersifat universal.

- *Storyline*

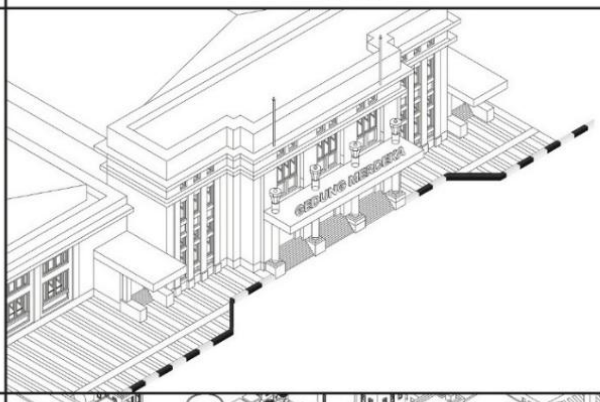
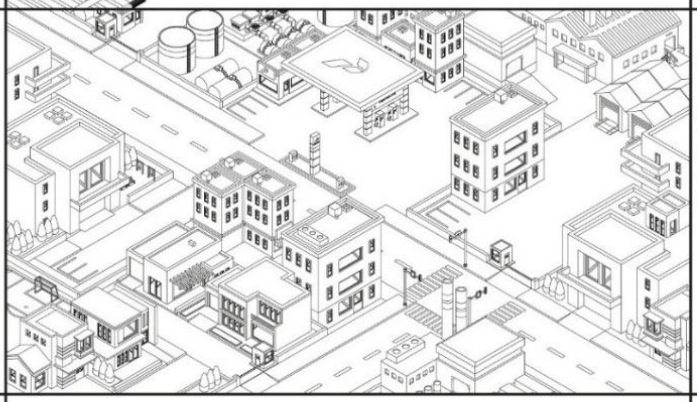
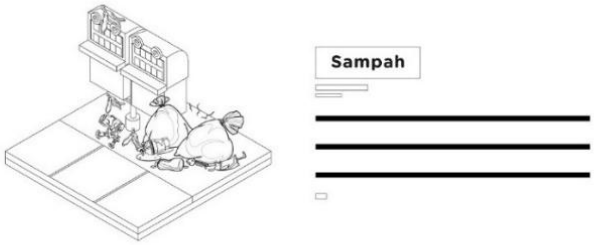
Secara umum *storyline* dapat diartikan sebagai alur, plot, atau rangkaian kejadian dalam cerita yang disusun berurutan. Adapun *storyline* yang dibuat dalam video *motion graphic* ini adalah sebagai berikut:

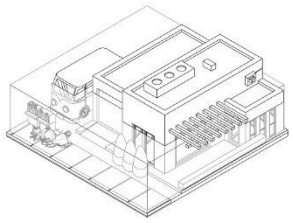
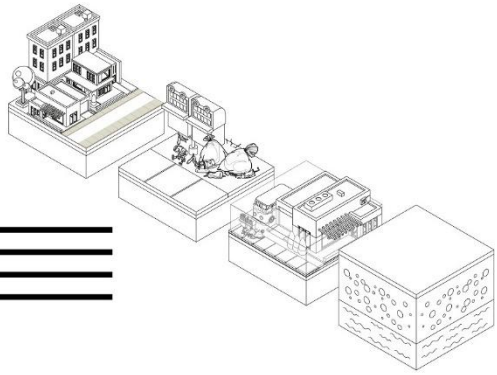
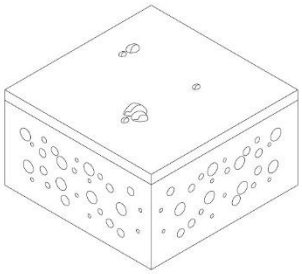
1. Dimulai dari latar kota Bandung.
2. Menjelaskan permasalahan lingkungan di kota-kota seperti kota Bandung yang dapat diselesaikan oleh teknologi lubang resapan biopori.
3. Biopori sebagai solusi.
4. Definisi biopori dan teknologi lubang resapan biopori.
5. Menjelaskan manfaat lubang resapan biopori.
6. Alat dan bahan yang dibutuhkan untuk membuat lubang resapan biopori.
7. Lokasi yang tepat untuk membuat lubang resapan biopori.
8. Cara membuat lubang resapan biopori.
9. Cara merawat dan pemanenan.

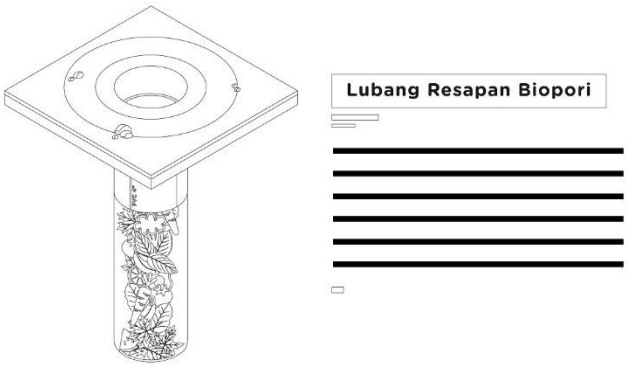
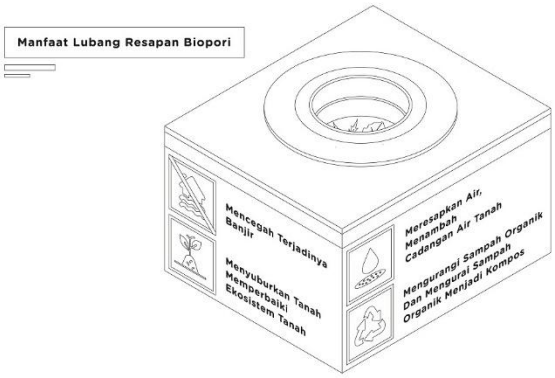
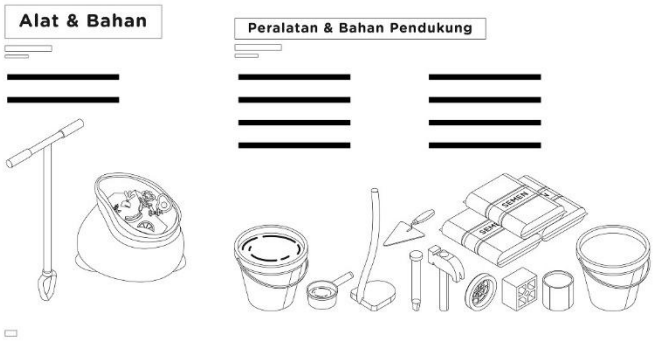
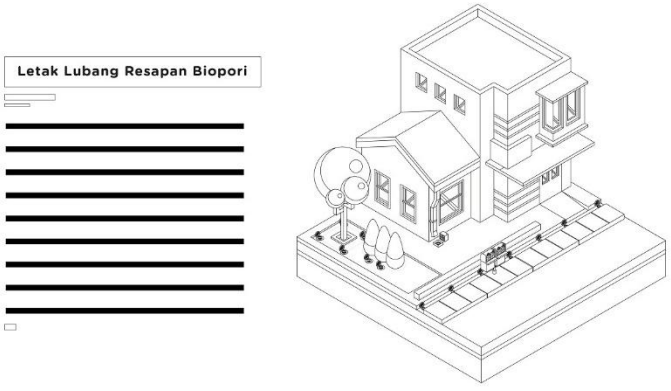
- *Storyboard*

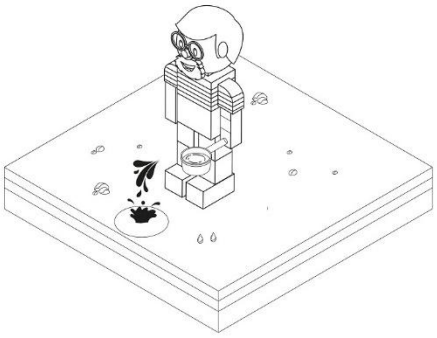
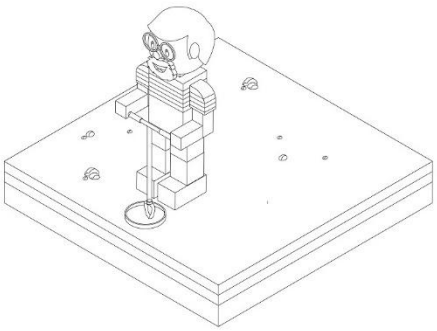
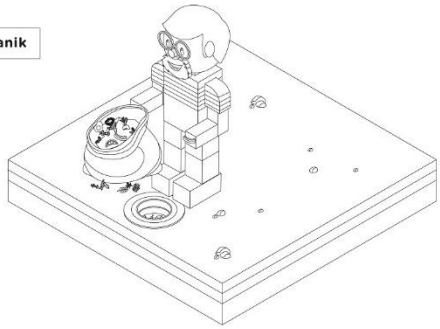
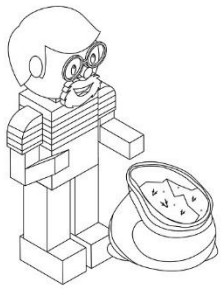
Storyboard adalah deskripsi gambar yang berurutan yang bertujuan untuk menberikan gambaran atau penjelasan tentang suatu cerita. Storyboard memudahkan penyampaian pesan dan gagasan secara visual dengan mengolah tata letak, warna, gambar, dan huruf. Berikut adalah *storyboard* yang dibuat pada perancangan media informasi teknologi lubang resapan biopori ini:

Tabel III.2 *Storyboard*
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

No	Visual	Action
1		Menampilkan kota bandung yaitu jalan asia afrika sebagai pembuka *motion graphic*.
2		Selanjutnya menampilkan kondisi perkotaan yang semakin padat dan lahan terbuka hijau semakin berkurang.
3		Adegan cadangan air tanah semakin menipis.
4		Gambar sampah diperkotaan menum-puk.

5	 Banjir	Menampilkan rumah di perkotaan yang sedang banjir.
6	Segudang Masalah 	Selanjutnya menampilkan permasalahan-per-masalahan yang dapat diatasi dengan teknologi biopori.
7	 Lubang Resapan Biopori	Keluar ilustrasi seperti matahari bertuliskan lubang resapan biopori
8	 Biopori	Gambar biopori beserta definisinya

9		Gambar lubang resapan biopori beserta definisinya
10		Menjelaskan manfaat dari lubang resapan biopori.
11		Selanjutnya menampilkan peralatan dan bahan untuk membuat lubang resapan biopori.
12		Gambar letak lubang resapan biopori yang disarankan beserta penjelasannya.

13	Siram Agar Gembur 	Menampilkan cara pembuatan langkah yang pertama., gambar orang menyiram tanah.
14	Putar Searah Jarum Jam 	Kemudian gambar orang melakukan pengeboran menggu-nakan bor biopori.
15	Isilah Dengan Sampah Organik 	Selanjutnya menampilkan gambar orang memasukan sampah organik ke lubang resapan biopori.
16	 Pemanenan Kompos	Deskripsi ciri-ciri pemanenan kompos dan aturan pema-nenan yang benar.

III.2.7 Strategi Media

Dilihat dari permasalahan yang telah diteliti dan disesuaikan dengan khalayak sasaran, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi untuk menjawab permasalahan tersebut. Strategi media yang akan digunakan untuk menginformasikan mengenai teknologi lubang resapan biopori, manfaatnya, cara membuatnya, perawatan dan pemanenan antara lain:

1. **Media Utama**

   Media utama yang digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah melalui media video *motion graphic*, dimana video adalah media yang sesuai dan tepat dengan khalayak sasaran, karena khalayak sasaran merupakan masyarakat perkotaan. Selain karena masyarakat perkotaan telah majunya teknologi dan gaya hidup berpengaruh pula pada pemilihan media. Seperti yang telah diketahui sebelumnya dalam *consumer journey*, Kontak yang dilakukan khalayak sasaran lebih banyak dengan menggunakan internet pada komputer, laptop dan handphone.

   Prakoso (2010) menjelaskan "*motion graphic* merupakan salah satu cabang animasi namun gerakannya lebih sederhana dengan visual berupa grafik dasar yang sederhana dan durasi waktu yang lebih singkat dibandingkan dengan animasi. Meski begitu, dalam beberapa *motion graphic* ditemukan ilustrasi yang cukup kompleks, bersifat imajiner, berlebihan, hal ini mendekati *motion* kepada animasi" (h.97).

2. **Media Pendukung**

   Media pendukung merupakan media pelengkap atau tambahan bagi media utama yang dirancang untuk memberikan informasi keberadaan dari media utama. Adapun media pendukung yang akan dipilih adalah sebagai berikut:

   Tahap Informasi

   - **Poster**

     Video motion graphic membutuhkan promosi atau dipromosikan agar ditonton oleh masyarakat. Poster dijadikan sebagai media pendukung untuk

melakukan promosi media utama. Poster akan disebarkan ke tempat-tempat seperti instansi pemerintahan, kantor, sekolahan maupun kampus. Hal ini bertujuan agar khalayak sasaran dapat tertarik untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan merujuk kepada media utama.

- **Brosur**

  Brosur merupakan salah satu media pendukung yang dipilih untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran. Brosur dapat mencakup jangkauan yang lebih luas karena ukurannya yang lebih kecil serta mudah untuk disebarkan. Brosur juga merupakan pengaplikasian data informasi yang lengkap.

- ***X-Banner***

  Salah satu alat penanda ketika melakukan promosi suatu event adalah menggunakan *X-banner*. Promosi bertujuan agar khalayak sasaran mengetahui dan menonton media utama. Beberapa promosi bisa dilakukan dengan membuat sebuah *event* atau penyuluhan. Ketika membuat acara tersebut diperlukan alat pendukung untuk presentasi media utama. Dengan demikian x-banner akan dijadikan sebagai media pendukung untuk presentasi dalam sebuah event atau penyuluhan. *X-banner* juga dapat ditempatkan di tempat-tempat strategis yang banyak dilalui oleh masyarakat seperti kantor kecamatan, kelurahan, kantor BPLH, dan instansi lainnya.

- ***Website***

  Informasi mengenai teknologi lubang resapan biopori ini sangat dibutuhkan. Pada saat ini informasi banyak dicari masyarakat melalui internet. Informasi di internet menjadi pilihan masyarakat karena praktis, mudah, dan cepat. Agar informasi teknologi lubang resapan biopori ini mudah ditemukan, maka akan dibuat sebuah website sebagai sarana media utama ditayangkan.

- **Media Sosial**

Media sosial seperti Instagram dan Facebook adalah salah satu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat daerah perkotaan. Sesuai dengan khalayak sasaran yang merupakan masyarakat perkotaan, Instagram dan Facebook merupakan pilihan tepat untuk digunakan sebagai sarana penyampaian informasi ini. Selain praktis, dalam sosial media kita dapat menampilkan video kita langsung kepada khalayak sasaran.

Tahap Pengingat

- **Kalender**

  Kalender juga berfungsi sebagai media pengingat sekaligus disisipkan beberapa informasi penting terkait teknologi biopori. Kalender dapat disebarkan ketika acara acara tertentu terkait dengan konteks lingkungan atau penyuluhan. Kalender juga dianggap sebagai media pengingat yang efektif karena dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.

- ***Notebook***

  Notebook adalah sebuah buku yang umumnya ukurannya lebih kecil daripada buku tulis. *Notebook* digunakan sebagai media pengingat sekaligus media promosi. *Notebook* akan dibagikan ketika pihak instansi terkait seperti BPLH sedang mengadakan penyuluhan ke masyarakat. Khalayak dapat mencatat hal-hal penting ketika sedang penyuluhan.

- ***T-Shirt***

  T-shirt digunakan sebagai media pengingat dan sebagai sarana promosi. *T-shirt* sendiri merupakan media yang dinilai cukup efektif memiliki tingkat cakupan sasaran yang luas, karena digunakan kemana saja, sehingga banyak orang yang melihat. *T-shirt* termasuk media yang bertahan cukup lama.

- **Stiker**

  Stiker menjadi pilihan tepat sebagai media pengingat, karena sticker merupakan media yang dapat diaplikasikan dimana saja. Stiker dapat

dibagikan kepada masyarakat ketika penyuluhan, Car Freeday, atau acara acara tertentu yang berhubungan dengan lingkungan.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Khalayak sasaran pada informasi teknologi lubang resapan biopori ini adalah masyarakat perkotaan. Umumnya masyarakat perkotaan saat ini banyak mendapatkan atau mencari informasi melalui internet. Media utama akan disebarkan melalui *youtube, website,* dan media sosial. Untuk media pendukung akan diberikan *QR Code.*

QR code merupakan sebuah hyperlink yang berbentuk marker, QR Code ini mempermudah pencarian video di youtube. Setelah marker di pindai kemudian akan membuka link video pada youtube yang berisikan video motion graphic yang merupakan media utama adapun strategi distribusi dan waktu yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel III.3 Waktu Penyebaran Media
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

No	Media	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
	Media Utama												
1	Youtube												
	Media Pendukung												
	Media Informasi												
2	Poster A3												
3	Brosur												
4	X-Banner												
5	Website												
6	Instagram												
7	Facebook												
	Tahap Pengingat												
8	Notebook												
9	Totebag												
10	T-Shirt												
11	Kalender												
12	Sticker												

Media yang umumnya membutuhkan akses internet untuk mengaksesnya seperti youtube, website, Instagram, dan facebook didistribusikan setiap saat hingga masyarakat mengetahui teknologi lubang resapan biopori ini. Sedangkan untuk kalender hanya di awal dan pengunjung tahun saja. Untuk media pengingat seperti notebook, totebag, t-shirt, dan sticker didistribusikan pada awal tahun bersama media informasi lainnya dan didistribusikan kembali pada pertengahan tahun pada bulan Juli dan Agustus sebagai pengingat.

Tabel III.4 Mekanisme dan Tempat Penyebaran Media
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

No	**Media Lubang Resapan Biopori**	**Penyebaran Media**	
		Tempat	**Cara**
1	Video Motion Graphic	Youtube	Dengan Mengakses channel youtube di Lubang resapan Biopori atau scan QR code pada media pendukung
2	Poster	Instansi Pemerintah Seperti Kantor BPLH, Kecamatan, Kelurahan, Balai RW, sekolahan, kampus dan juga di sosial media (Facebook dan Instagram)	Ditempelkan di mading atau tempat yang strategis yang memungkinkan dan dengan mengakses sosial media tersebut
3	Brosur	Instansi Pemerintah Seperti Kantor BPLH, Kecamatan, Kelurahan, Balai RW dan Acara-acara tertentu seperti penyuluhan, dll.	Disebarkan secara gratis secara langsung ke masyarakat
4	*X-Banner*	Instansi Pemerintah Seperti Kantor BPLH, Kecamatan, Kelurahan, Balai RW dan Program penyuluhan, dll.	Ditempatkan pada titik-titik yang dianggap strategis seperti pintu masuk.
5	*Website*	Internet (www.biopori.com)	Dengan cara mengakses alamat situs biopori
6	Sosial Media	Sosial media Lubang Resapan Biopori	Mengakses atau mengikuti akun biopori

7	*T-shirt*	Acara-acara tertentu seperti penyuluhan, dll, atau digunakan oleh masyarakat yang aktif dalam kegiatan lingkungan.	Diberikan sebagai hadiah apresiasi ke masyarakat yang aktif menjaga biopori di lingkungannya, digunakan oleh pihak instansi terkait pada saat penyuluhan atau acara lainnya.
8	*Totebag*	Penyuluhan, acara acara tertentu yang berhubungan dengan lingkungan.	Diberikan sebagai hadiah apresiasi ke masyarakat yang aktif menjaga biopori di lingkungannya, atau digunakan sebagai *doorprize* penyuluhan agar warga datang pada penyuluhan tersebut.
9	*Notebook*		
10	Kalender		
11	Sticker	Car Freeday, Acara tertentu yang berhubungan dengan lingkungan	Disebarkan secara gratis secara langsung ke masyarakat

III.3 Konsep Visual

Konsep visual perancangan media informasi teknologi lubang resapan biopori menggunakan ilustrasi vektor dan tipografi. Pemilihan pendekatan visual ini dipilih agar masyarakat dapat dengan mudah memahami informasi berupa gambar dan teks, dalam media informasi ini menggunakan gaya flat isometric design. Gaya visual flat design adalah gaya visual pendekatan minimalis yang menekankan kegunaan dengan desain yang bersih, berfokus pada tipografi dan warna-warna cerah. Gambar sederhana menyampaikan pesan lebih cepat dari pada ilustrasi yang sangat detail, dan bersifat universal. Istilah *isometric* berasal dari bahasa Yunani yang berarti ukuran yang sama, dengan kata lain, isometric menunjukan setiap sisi objek dengan sudut atau proyeksi yang sama, yaitu 30 derajat dari garis horizontal atau sudut antar sumbu x, y, dan z adalah 120 derajat.

Tujuan utama menggunakan konsep ini adalah untuk menyampaikan informasi dengan jelas berupa gambar 3 dimensi dengan tampilan yang menarik, dengan khalayak yang umurnya bervariasi dari umur 18 tahun sampai 40 tahun, dengan

kata lain tampilan desain harus bersifat universal karena mencakup jarak umur yang cukup jauh. Tampilan *isometric* ini pun digunakan agar menjadi pembeda dengan video video animasi sebelumnya.

III.3.1 Format Desain

Format video *motion graphic* teknologi lubang resapan biopori ini menggunakan resolusi 16:9 atau *widescreen*. Berikut adalah spesifikasi video teknologi lubang resapan biopori yang dipilih pada perancangan ini:

- *Custom video for windows*
- *Frame size: 1920x1080 px*
- *Frame rate: 30 fps*
- *Aspec ratio: PAL widescreen square pixel 16:9*
- *Channel: RGB*
- *Depth: Millions of Colors*
- *Format video: mp4*
- *Video codec: Animation*
- *Duration: 00:05:00*
- *Audio sample rate: 320 Hz*
- *Audio channels: Stereo*
- *Format audio: mp3*

III.3.2 Tata Letak *(Layout)*

Layout adalah tata letak ruang atau bidang yang meliputi teks, elemen visual, dan elemen lainnya. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar komunikatif dan memudahkan khalayak sasaran menerima informasi yang disajikan (Anggraini & Nathalia, 2014, h.74). *Layout* yang digunakan pada perancangan video motion graphic teknologi lubang resapan biopori ini menggunakan layout keseimbangan simetris. *Layout* terpusat di tengah dengan menyeimbangkan antara kiri dan kanan.

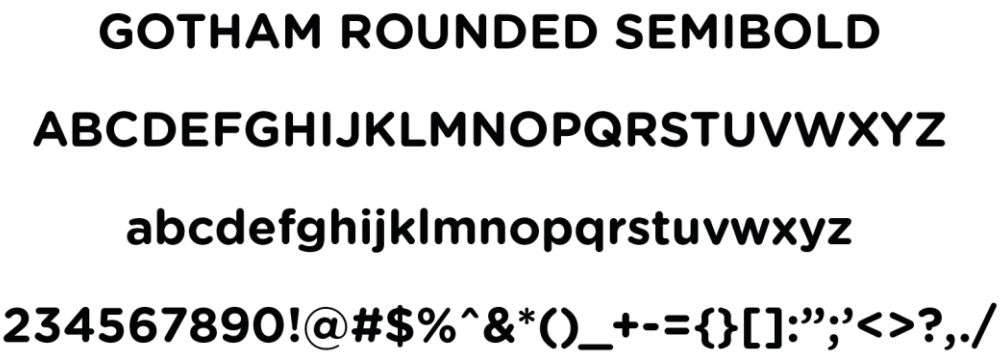
III.3.3 Tipografi

Huruf atau biasa disebut tipografi, telah menjadi bagian dari kehidupan di era modern, berasal dari istilah Yunani *typos dang raphe* yang berarti bentuk tulisan atau kreasi huruf. Tipografi merupakan kajian tentang fitur fitur grafis dari lembar halaman (Anggraini & Nathalia, 2014, h.50)

Jenis huruf dan tipografi merupakan salah satu elemen penting dalam merancang sebuah desain. Untuk pemilihan tipografi harus dipilih dengan memperhatikan tingkat keterbacaan dan kenyamanan dari khalayak sasaran agar pesan tersampaikan dengan baik dan nyaman. Tipografi yang digunakan dalam perancangan media informasi teknologi lubang resapan biopori ini, disesuaikan dengan konsep dan tema yang berkaitan dengan lingkungan, dan konsep desain dengan tetap mempertimbangkan unsur keterbacaan yang baik. Untuk headline menggunakan tipografi buatan sendiri yang menyesuaikan konsep isometric dan berkaitan dengan lingkungan. Tujuannya agar terciptanya komposisi yang seimbang antara ilustrasi dan tipografi. Untuk body text dan sub headline menggunakan font Gotham Rounded Semibold dan Gotham Rounded Book.

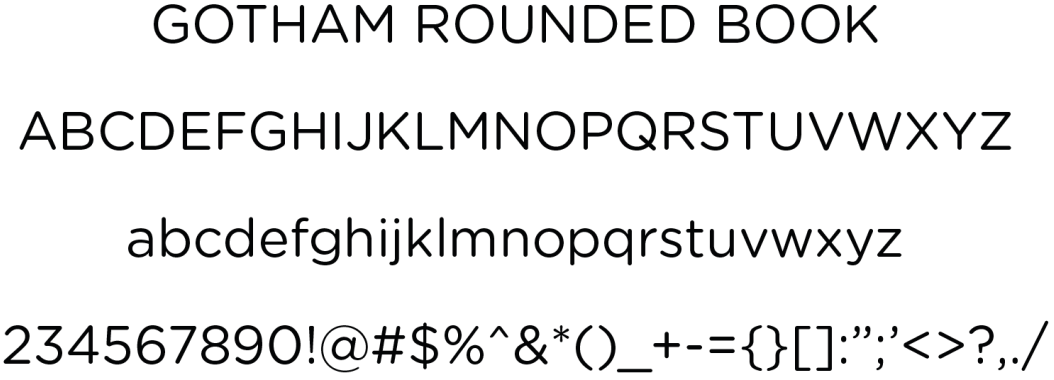


Gambar III.4 *Headline* / Judul
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.5 *Sub Headline* dan Tipografi *Body Text* Pada Media Utama
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Font Gotham Rounded dinilai memiliki kesan simpel, presisi, geometris, dan bulat. Font ini didesain dan didistribusikan oleh New York Type Foundry, Hoefler dan Frere Jones.



Gambar III.6 Tipografi *Body Text*
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah penggambaran sebuah benda secara manual atau vektor, ilustrasi dapat digunakan untuk menyajikan anatomi sebuah benda atau untuk menambah daya tarik estetis (Lankow dan Ritchie, 2014, h.19). Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan media informasi teknologi lubang resapan biopori ini yaitu dengan menggunakan ilustrasi vector yang sederhana, berkonsep *flat isometric design*.



Gambar III.7 (a) Referensi Gedung Merdeka, (b) Ilustrasi Gedung Merdeka
Sumber: (a) https://www.google.co.id/maps/@-6.9213943,107.6091684,3a,75y,4.28h,78.57t (Diakses pada 18/12/2017)
(b) Dokumen Pribadi (2018)

Untuk referensi gedung merdeka menggunakan referensi Google Map Street View kemudian digambar menjadi ilustrasi isometrik di Adobe Ilustrator. Penggunaan gedung merdeka sebagai pembuka video ini karena gedung merdeka yang sekarang sangat ramai sekali dikunjungi wisatawan, selain sebagai icon kota Bandung, gedung merdeka memiliki sejarah yang sangat dalam. Berikut adalah beberapa ilustrasi yang akan dimunculkan dalam perancangan ini.

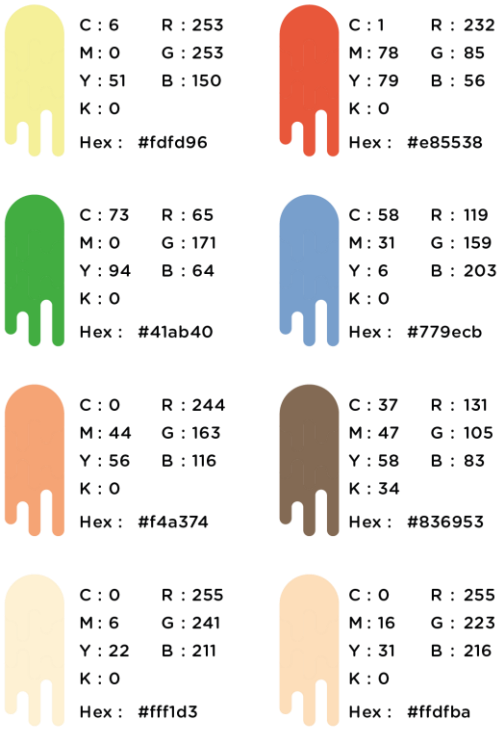


Gambar III.8 (a) Referensi, (b) Ilustrasi Lampu, (c) Referensi, (d) Tong
Sumber:
(a) https://i.pinimg.com/564x/c5/5d/7e/c55d7ecb8dbbf36c82a91e988327199f.jpg
(b), (d) Dokumen Pribadi (2018)
(c) http://infobandung.co.id/wp-content/uploads/2014/09/TEMPAT-SAMPAH-BARU-2.jpg

Untuk ilustrasi lampu kota, menggunakan lampu kota Bandung yang berada di jalan asia afrika, sedangkan untuk tempat sampah menggunakan tempat sampah khas kota bandung, tempat sampah berwarna putih untuk sampah non organik dan yang berwarna hijau untuk tempat sampah organik.

III.3.5 Warna

Warna mempunyai fungsi menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan baik pesan atau sifat, warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, menggambarkan citra sebuah perusahaan dan lainnya (Anggraini & Nathalia, 2014, h.37). Dalam penggunaannya perlu memperhatikan dan disesuaikan dengan kesan apa yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran. Pada perancangan ini gaya pewarnaan disesuaikan dengan konsep utama yaitu menggunakan warna-warna cerah.



Gambar III.9 Warna Yang Sering Digunakan
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Warna yang sering digunakan pada perancangan teknologi lubang resapan biopori ini adalah warna kuning, coklat, dan hijau. Adapun arti warna menurut Anggraini & Nathalia (2014) adalah sebagai berikut:

- Warna kuning akan meningkatkan konsentrasi, menyimbolkan warna persahabatan, optimisme, santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, eksentrik.

- Warna coklat merupakan warna netral yang natural, hangat, membumi, dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberikan kesan anggun, kesejahteraan, dan elegan.
- Warna hijau melambangkan alam, kehidupan, dan simbol fertilitas, sehat, natural.

Pemilihan warna kuning sebagai background beralasan agar meningkatkan konsentrasi, berkesan gembira dan santai, selain itu ada harapan dibalik perancangan media informasi ini agar terciptanya lingkungan hidup yang nyaman dan lestari. Untuk warna coklat kebanyakan digunakan pada bodytext, hal ini beralasan karena warna coklat merupakan warna netral yang hangat dan membumi, menghadirkan kesan kenyamanan dan stabil. Sedangkan untuk warna hijau, warna ini merupakan warna alam yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dibahas yaitu tentang lingkungan, selain itu warna hijau juga menyimbolkan kesan sehat.

III.3.6 Audio

Audio merupakan elemen yang sangat penting pada perancangan berbasis audio-visual. Penggunaan audio dapat memberikan *mood* tertentu bagi audiens yang menonton video informasi ini.

- ***Voice Over***

  Voice over dalam video *motion graphic* digunakan dalam bentuk naratif, dengan cara bercerita mulai dari kota bandung ke permasalahan lingkungan di perkotaan sampai ke teknologi lubang resapan biopori. Penggunaa*n voice over* ini dapat membuat video menjadi lebih efektif, karena melibatkan dua indera, pendengaran dan penglihatan dalam menerima informasi, sehingga audiens lebih bisa menikmati gambar yang disajikan dan pesan yang kita bawa dapat tersampaikan secara jelas. Berikut konten dari narasi *voice over* pada media perancangan video *motion graphic*:

  "Kota bandung yang biasa kita kenal dengan sebutan kota kembang, merupakan ibukota provinsi jawa barat."

“kota yang berkembang pesat memang baik untuk kemajuan ekonomi, namun juga memiliki konsekuensi negatif pada lingkungan. dengan bertambahnya jumlah penduduk dan lahan terbangun, maka jumlah ruang terbuka hijau semakin berkurang. hal ini berdampak pada pengurangan daya resap tanah terhadap air dan menyebabkan cadangan air tanah semakin menipis”

“padatnya penduduk dan meningkatnya taraf hidup masyarakat mengakibatkan tingginya produktivitas sampah”

“berkurangnya ruang terbuka hijau, berkurangnya wilayah resapan air. dan sampah yang dibuang sembarangan, serta limpasan air yang melebihi batas dapat menyebabkan banjir”

“permasalahan permasalahan seperti kurangnya lahan terbuka hijau, bertambahnya sampah yang diproduksi, bencana banjir, dan berkurangnya cadangan air tanah, dapat diatasi dengan teknologi lubang resapan biopori”

“lubang resapan biopori adalah lubang buatan manusia yang berbentuk slinder dan digali kedalam tanah. lubang kemudian diisi oleh sampah organik, untuk memicu terbentuknya biopori alami.”

“lubang resapan biopori memiliki manfaat, mencegah terjadinya banjir, menyuburkan tanah dengan cara memperbaiki ekosistem tanah, meresapkan air kedalam tanah, menambah cadangan air tanah, mengurangi sampah organik dan mengurainya menjadi kompos.”

“Alat dan bahan utama yang digunakan untuk membuat lubang resapan biopori adalah, bor biopori dan sampah organik. Adapun alat dan bahan pendukung yaitu, ember berisi air, cangkul, cetok atau sendok semen,

pahat beton dan palu, penutup lubang, potongan pipa pvc, dan adukan semen"

"lokasi yang tepat untuk pembuatan lubang resapan biopori adalah, ditempatkan dimana air akan terkumpul secara alami saat hujan, disekitar pohon atau tanaman, di saluran kucuran atap, bahkan di pemukiman padat penduduk pada tepian jalan atau gang meskipun berkonstruksi beton, asalkan bukan di solokan yang terus menerus dialiri air."

"pertama tama siram terlebih dahulu permukaan tanah yang akan dibor, agar tanah menjadi lunak dan tidak melekat pada saat pengeboran. kemudian lubangi tanah menggunakan bor tanah secara vertical, dengan kedalaman 80 sampai 100 cm. Putar setang bor searah jarum jam. Selanjutnya masukan sampah organik kedalam lubang sampai penuh. Pengisian sampah jangan terlalu padat, agar tidak mengurangi jumlah oksigen di dalam tanah."
"ingat, tanah yang menutupi lubang harus dibuang secara berkala, agar tidak menghambat dan menghalangi air masuk. sampah akan terurai dalam hitungan 3 sampai 5 hari, saat itulah sampah organik ditambahkan kembali."

"pemanenan kompos ditandai dengan perubahan warna sampah menjadi lebih gelap, sifatnya mudah hancur, dan beraroma seperti tanah. Memanen kompos sebaiknya dilakukan tidak terlalu sering, agar organisme tanah yang sedang bekerja tidak mati dan terganggu. memanen kompos sebaiknya dilakukan pada saat akhir musim kemarau.

- *Backsound Music*

Musik yang digunakan sebagai latar belakang untuk perancangan video infografis ini adalah musik instrumental ber-*genre* pop. Untuk membangun *mood* santai dan ceria, maka musik yang dipakai bergaya *easy listening*. Ciri-cirinya, music yang menciptakan suasana hangat, tidak agresif, dan memiliki

tempo sedang. Pengaturan volume diterapkan pada pengaturan *background music* ini. Sekitar satu dua detik sebelum *voice over* terdengar, musik sudah mulai mengecil. Selama *voice over*, musik hanya terdengar sedikit, tidak mendominasi.