BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VIDEO GAYA MODIFIKASI MOBIL *STREET RACING*

III.1 Khalayak Sasaran

Segmentasi dari sasaran yang dituju dalam perancangan media informasi ini meliputi beberapa faktor diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Demografis

- Target: Modifikator lama maupun baru, penggemar otomotif
- Jenis Kelamin: Laki-laki, Perempuan
- Rentang Usia: 21 hingga 35
- Kelas Sosial: Menengah keatas
- Target Primer

  Penggemar modifikasi mobil bergaya *Street Racing* yang masih kurang pengetahuan spesifikasi khususnya.
- Target Sekunder

  Penggemar otomotif yang berantusias untuk memodifikasi mobilnya namun hanya mengetahui *Street Racing* adalah balapan liar dijalan bukan sebagai gaya modifikasi.

b. Geografis

Penyebaran media informasi ini akan dibagikan kepada komunitas maupun personal penggemar otomotif di Indonesia yang akan ditampilkan pada acara kontes maupun acara perkumpulan modifikator dan di unggah pada sosial media seperti youtube dan instagram.

c. Psikografis

Engel James F (1994) berpendapat bahwa: Psikografis adalah identifikasi karakteristik kepribadian dan sikap yang memepengaruhi gaya hidup seseorang dan perilaku pembelian. Psikografis titik data mencakup pendapat, sikap, dan keyakinan tentang berbagai aspek yang berkaitan dengan gaya hidup dan perilaku pembelian. (h. 368)

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan faktor psikografis pada perancangan ini yaitu:

- Penggemar otomotif
- Penggemar otomotif yang hobi modifikasi

d. Consumer Journey

Consumer Journey dilakukan oleh Galih Prima umur 26 tahun berprofesi sebagai wiraswasta. Galih adalah penggemar otomotif dan sebagai modifikator,



Gambar III.1 Galih Prima

Sumber : Dokumentasi Pribadi Galih Prima

Diakses: 04/08/2017

Waktu	Aktivitas	Media Kontak
05.00	Bangun tidur	Kasur, selimut, bantal, guling
06.00	Mandi	Gayung, air, handuk, sikat gigi, odol, sabun, shampo
06.30	Sarapan	Piring, sendok, garpu, makanan, gelas, air, meja makan, kursi
07.00	Cuci *Steam* mobil	Air, sabun, lap serat, *hydrlolic*, selang, kompresor, mobil
08.00	Menuju tempat kerja	Mobil
09.00	Buka toko	Kunci, *rolling door*

12.00	Makan siang	Piring, sendok, garpu, makanan, gelas, air, meja makan, kursi
01.00	Kembali beraktifitas di toko	Peralatan, *handphone*, komputer
08.00	Tutup toko	Kunci, *rolling door*
09.00	Makan malam	Piring, sendok, garpu, makanan, gelas, air, meja makan, kursi
09.30	Pulang	Mobil
11.00	Tidur	Kasur, selimut, bantal, guling

e. *Consumer Insight*

Gaya Modifikasi *Street Racing* adalah gaya modifikasi yang sedang ramai dan dapat digunakan dijalan raya dengan legal. Gaya modifikasi ini tidak sulit seperti gaya modifikasi lain seperti Elegan, Hellaflush yang ramai juga di Indonesia. Modifikator saat ini ingin memiliki mobil yang terlihat menarik dan membangga-banggakan mobilnya kepada rekan-rekannya. Tentunya menjadi referensi untuk modifikator lainnya.

III.2 Strategi Perancangan

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi dari perancangan ini antara lain:

- Memberikan informasi tentang gaya modifikasi mobil *Street Racing* menggunakan Bahasa Indonesia.
- Mengurangi kekeliruan idealisme pada pemilik mobil gaya modifikasi *Street Racing* pada penyelenggaraan kontes antara peserta dan juri.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

a. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan pada media informasi ini, agar tujuan dan maksud tersampaikan tepat pada sasaran dengan menggunakan Bahasa Indonesia non-formal, dikarenakan target sasaran yang dituju adalah masyarakat penggemar otomotif yang senang berkumpul dan bergaul, sehingga gaya bahasa yang

digunakan dapat dipahami dengan baik dan tidak kaku dalam penyampaian informasinya.

b. Pendekatan Visual

Pendekatan visual dilakukan dengan cara menampilkan aksi mobil modifikasi, menerapkan visual yang sesuai dengan tema judul dan target sasaran yaitu dewasa, visual yang diterapkan yaitu bertemakan di malam hari dan dilakukan di jalan raya, dimana pada kalangan dewasa awal sering berkumpul. Warna yang banyak digunakan yaitu warna dasar hitam dan putih pada tulisan. Pemberi informasi mengajak para penonton untuk menebak apa itu *street racing* sebelum pemberi informasi menjelaskan, serta memperagakan mengemudi mobil *street racing* dengan gaya berpakaian santai.

III.2.3 Materi Pesan

Tujuan pembuatan video ini adalah untuk menyampaikan informasi tentang spesifikasi gaya modifikasi mobil *Street Racing* sesuai dengan karakternya, seperti:

- Arti kata *Street Racing* dalam dunia modifikasi
- Bagian-bagian yang digunakan pada gaya modifikasi *Street Racing*
- Jenis mobil yang dapat digunakan gaya *street racing*

III.2.3 Mandatory

Media ini bekerja sama dengan lembaga NMAA. "NMAA, *National Modificator and Aftermarket Association*, adalah asosiasi yang dibentuk untuk menjadi suatu wadah dari seluruh pecinta modifikasi/modifikator di Indonesia pada khususnya serta produk-produk aftermarket yang tidak dapat dipisahkan menjadi bagian di dalamnya.". "Tentang NMAA." *About Us* – NMAA. 15 Juli 2017.".

III.2.4 Strategi Kreatif

Perancangan media informasi yang berbentuk video harus memiliki konsep yang menarik dan dapat berinteraksi dengan penonton. Video merupakan buah karya dari kegiatan sinematografi. Menurut Kamus Ilmiah Serapan Indonesia (Aka Kamarulzaman: 2005, 624) Sinematografi diartikan sebagai ilmu dan teknik pembuatan film atau ilmu, teknik, dan seni pengambilan gambar film dan sinematograf (Murti Kusuma Wirasti, 2003). Maka dalam pembuatan media informasi ini akan menampilkan objek dengan berbagai posisi pengambilan gambar seperti:

- *Wide shoot* yang dilakukan *rolling shoot* bermaksud agar mobil terlihat sebagian besarnya dengan jelas penampilan gaya modifikasinya, karena pada gaya modifikasi mobil yang lebih utama terlihat adalah pada bagian eksterior.
- *Medium shoot* dilakukan bermaksud untuk menunjukkan bagian penting pada modifikasi namun posisinya tidak berdekatan pada bagian satu objek, contohnya velg dan ban. Agar terlihat kecocokan pada bagian tersebut dengan gaya modifikasinya.
- *Close Up* dilakukan pada bagian penyampaian pesan dari nara sumber kepada penonton, penampilan bagian yang penting pada mobil *street racing* agar penonton melihat apa yang disampaikan pada nara sumber.

Pengomposisian dengan lagu yang sesuai dengan tema judul pun diperhatikan mulai dari *beat* lagu disertakan dengan transisi.

III.2.5 Strategi Media

a. Media Utama

Berdasarkan studi strategi perancangan dan strategi kreatif yang sudah dilakukan, maka Gaya Modifikasi *Street Racing* akan ditampilkan pada video informasi. Video informasi menjadi pilihan yang efektif untuk memperkenalkan dan memberi informasi kepada penggemar otomotif dan calon modifikator.

Weinschenk. (2011) berpendapat bahwa:

> Ketika Anda mencoba menyelesaikan sebuah tugas, seperti membuka pintu ke ruangan atau memesan buku di situs Web, Anda secara otomatis, dan sebagian besar secara tidak sadar, melihat sekeliling Anda untuk menemukan benda dan alat untuk membantu Anda. Jika Anda yang merancang lingkungan untuk tugas ini, pastikan bahwa objek di lingkungan mudah dilihat, mudah ditemukan, dan memiliki kemampuan yang jelas. Dibandingkan dengan media lainnya. (h. 15)

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan, video informasi akan diunggah pada sosial media youtube dan Instagram, sebagai media sosial yang sering digunakan pada saat ini. Cara tersebut adalah cara lain dai membagikan video secara langsung,. Video akan dibuat dengan format mp4, resolusi video berukuran 1080p HD 60p dengan aspek rasio 16:9 yang dapat diputar diperangkat standar jaman sekarang.

b. Media Pendukung

- Kaos

Media ini bersifat fashion, dapat digunakan saat kontes sebagai pengantar informasi ke masyarakat penggemar otomotif.

- Topi

Media ini bersifat fashion yang sering digunakan pada siang hari maupun malam hari untuk bergaya, banyak digunakan oleh penggemar otomotif dan dapat mengantar informasi ke masyarakat penggemar otomotif yang lain.

- *Sticker*

Media ini dapat di aplikasikan pada benda padat seperti pada bagian kaca belakang yang dapat dilihat oleh banyak orang sebagai pengantar informasi atau identitas.

- Gantungan Kunci

Aksesoris pendukung dan simbol identitas. Dapat mengantarkan informasi kepada penggemar otomotif yang lain apabila sedang berkumpul dan kunci diletakkan pada meja, apabila mobil dipinjam oleh rekan penggemar otomotif dengan secara tidak sengaja akan melihat kunci serta gantungan kunci tersebut.

- Media Sosial (Youtube, Instagram)

Media ini yang sering dan mudah di akses melalui telefon genggam masa kini.

- Pewangi Mobil

Media ini dapat digunakan pada interior mobil dan diletakan pada posisi digantung pada cermin tengah dan sering terlihat oleh pengemudi dan penumpang.

- Spanduk

Media ini berukuran besar yang dapat diaplikasikan pada tempat yang sering di singgahi oleh peminat otomotif.

- X-Banner

Media ini berukuran besar yang dapat diaplikasikan pada tempat yang sering di singgahi oleh peminat otomotif.

- Mug

Media ini sering digunakan pada kesempatan berkumpul dan bersantai.

- *Case* Telepon Genggam

Media ini digunakan sehari hari pada telefon genggam.

III.2.6 Strategi Distribusi

Agar media informasi ini dapat diketahui oleh target sasaran, maka diperlukan kegiatan menampilkan video informasi tersebut dalam penyelenggaraan perkumpulan modifikasi mobil dan kontes mobil, pada bengkel modifikasi atau tempat seringnya penggemar otomotif berkumpul dan dibagikan secara gratis.

Tabel III.1 Strategi Promosi Tahun 2017

2017	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
Kaos		√	√		
Sticker	√	√	√	√	
Gantungan	√	√	√	√	√
Medsos		√	√		
Topi	√	√	√		
Mug		√	√		
X-banner	√	√			
Spanduk	√				
Pewangi	√				
***Case* HP**	√	√	√		

III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Video adalah media yang tepat untuk menyampaikan informasi ini, karena penggemar otomotif dan modifikator baru saat ini jarang mencari referensi melalui majalah, mereka lebih tertarik melalui audio visual karena gambar bergerak lebih jelas dan mudah diakses melalui social media. Resolusi video berukuran 1080p HD 60p dengan aspek rasio 16:9. Dengan resolusi 1080p HD dan format mp4 ringan dan mudah untuk di akses di youtube, instagram dan perangkat elektronik jaman sekarang yang dapat memutar format tersebut, namun tetap dengan tampilan yang jelas. Format pengemasan dari video ini berupa *flashdisk* agar mudah untuk di akses pada TV atau monitor, komputer dan laptop. Judul yang akan dibuat dalam video ini adalah "*Street Racing Modification Style"*. Judul ini dipilih menggunakan Bahasa Inggris karena bersifat meluas, dan gaya modifikasi ini ramai juga digunakan di beberapa negara. Gaya visual yang digunakan dalam perancangan ini adalah menampilkan ciri khas suasana *Street Racing* yang sering beraksi pada malam hari. Dengan menampilkan bagian-bagian yang diharuskan pada gaya modifikasi ini .

III.3.2 Tipografi

Pemilihan tipografi pada video ini mengutamakan akses untuk dibaca, kesesuaian dengan tema dan menarik, maka dari itu *typeface* yang digunakan adalah Alien Ecounters Italic dan 911 Porscha Italic yang bebas di download di dafont.com seperti berikut:

- **Alien Ecounters Italic**

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  Huruf tersebut digunakan untuk judul video karena memiliki karakter yang sesuai dengan tema video, yang memiliki karakter melaju cepat.

- **911 PORSCHA Italic**

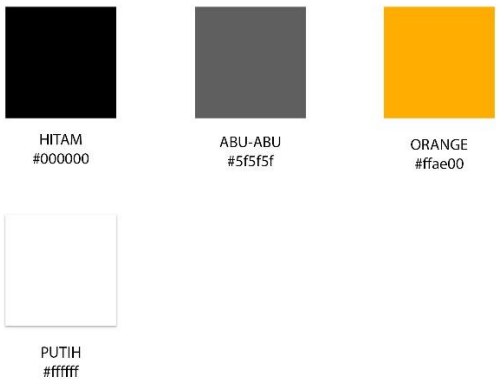
  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  911 Porscha memiliki bentuk huruf yang modern, dan aerodinamis, sesuai dengan tema video yang membahas tentang kecepatan yang membutuhkan aerodinamika.

III.3.3 Warna

Kursrianto (2009) menjelaskan "Warna merupakan aspek yang dapat membuat suatu gambar terlihat hidup, karena masing-masing warna mampu memunculkan respon secara psikologis" (h.47). Berikut adalah warna-warna yang dipilih dalam proses pembuatan video.

Warna hitam yang dominan pada video ini karena dilakukan pengambilan gambar pada malam hari, sesuai dengan tema *Street Racing* yang ramainya pada malam hari, dan warna mobilnya. Warna abu-abu yang diterapkan pada mobi, warna abu-abu Warna *orange* yang digunakan lampu jalanan. Warna putih digunakan pada tulisan agar terlihat jelas pada video dan sederhana.



- Hitam

  Warna hitam menandakan kekuatan, berkemauan keras, misterius. Sesuai dengan temanya pada malam hari.

- Abu-abu

  Warna abu-abu mengesankan kedewasaan, professional, dan kualitas. Warna ini memberikan tingkat kualitas modifikasi dan professionalitas dalam memodifikasi.

- *Orange*

  Warna *orange* mengesankan kehangatan dan kreativitas.

- Putih

  Warna dasar yang tidak hanya mengesankan sederhana, namun dapat jelas terlihat pada latar yang berwarna gelap. Warna ini digunakan pada setiap tulisan pada video.

III.3.4 Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang digunakan pada video informasi ini adalah bergaya sinematografi, perpindahan video mengikuti ketukan lagu, penggunaan berbagai macam transisi. Pergabungan rangkaian-rangkaian video ini dapat menyampaikan informasi kepada penonton.

- Ilustrasi Karakter

  Riswan Rusdiansyah dan Kornelius membangun mobilnya dari nol, yang dimaksud dari nol disini adalah keadaan standar pabrik. Mereka memodifikasi mobilnya tidak cukup dengan waktu sebentar. Maka dari itu mereka dapat dijadikan sebagai konsultan modifikator gaya modifikasi *street racing.* Mobil yang mereka gunakan yaitu Honda Civic Estilo yang memang kuat identitasnya pada gaya modifikasi *street racing*.



Gambar III.2 Kornelius Alvin dan Riswan Rusdiansyah

Sumber: Dokumentasi Pribadi

(Diakses pada 09/08/2017)



Gambar III.3 Mobil Riswan Rusdiansyah dan Mobil Kornelius Alvin

Sumber: Dokumentasi Pribadi

(Diakses pada 09/08/2017)

- Ilustrasi Latar

  Latar belakang video ini berada di jalan raya yang luas di dominasi jalur lurus pada malam hari, suasana dan keadaan yang biasa digunakan untuk balapan liar.



Gambar III.4 Aksi Jalan Raya
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 09/08/2017)

III.3.5 *Storyline*

Storyline adalah naskah cerita dalam bentuk teks. Merancang naskah merupakan spesifikasi yang lengkap dari teks dan narasi dalam aplikasi multimedia. Perancangan naskah yaitu menganalisis, menetapkan dialog dan mengurutkan elemen-elemen secara rinci

Tabel III.2 *Storyline*

No.	Bagian	Waktu	Adegan	Tempat
1	- (Opening) Judul, mandatory Interaksi nara sumber . Aksi mobil. Penjelasan *Street Racing.*	00.0 - 1.20	- 2 Mobil melaju bersamaan dengan munculnya judul video. - Nara sumber bertanya kepada penonton. - Aksi mobil beraksi. - Nara sumber menjelaskan	- Jalan raya - Parkiran

			apa itu *Street Racing*.	
2	- Interaklsi nara sumber kepada penonton. - *Point-point* mobil *Street Racing*	01.20 – 02.40	- Nara sumber bertanya kepada penonton bagaimana mobil *Street Racing* itu. - Tulisan *Street Racing Parts Points.* - Bagian interior dan penjelasan bagiannya. - Bagian Knalpot dan penjelasannya. - Bagian kaki-kaki dan penjelasannya. - Bagian mesin.	- Jalan raya - Parkiran - Interior mobil
3	Penjelasan model mobil dan penutup	02.45 – 02.58	- Nara sumber memberikan informasi model mobil yang dapat dimodifikasi bergaya *Street Racing*. - *Credit Title* - Mandatory	- Jalan Raya - Parkiran