BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Khalayak merupakan sasaran yang menjadi target utama dalam proses pembuatan media untuk diinformasikan. Khalayak yang ditargetkan remaja akhir meliputi masyarakat sekitar Cianjur. Menurut Sri Rumini dan Siti Sundari (Seperti dikutip Silmina, 2017) fase remaja dibagi menjadi tiga yaitu remaja awal, remaja pertengahan dan remaja akhir dan batasan usia remaja akhir berada di 18 tahun sampai 21 tahun pada tahap ini remaja mulai mengenal dan menentukan pola hidupnya sendiri. Pemilihan khalayak sangat penting untuk menentukan pesan apa yang akan diinformasikan agar dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran, penentuan khalayak bisa ditentukan dari segi demografis, geografis dan psikologis.

1. Demografis

- Usia : Remaja akhir 18-21 tahun
- Status ekonomi : Menengah - atas
- Jenis kelamin : Laki- laki dan perempuan
- Kota : Cianjur
- Warga negara : Indonesia

2. Psikografis

Psikografis masyarakat dibagi menjadi kelas sosial dan gaya hidup prilaku khalayak sasaran merespon produk yang ditawarkan, biasanya produsen menggunakan pendekatan psikografis untuk menarwarkan produknya. Perancangan ini ditujukan pada remaja usia rentang 18-21 disini remaja mengalami masa proses kedewasaan dimana dirinya akan memilih suatu hal yang ingin dilakukan dan memilah apakah hal itu benar maupun salah

3. Geografis

Target audience pada perancangan ini yaitu meliputi masyarakat Indonesia secara umum tapi di khususkan untuk remaja dan dewasa yang ada di daerah Cianjur. Karena dikhususkan untuk memperkenalkan terlebih dahulu batik Cianjur kepada masyarakat yang ada di Cianjur.

III.1.1. *Consumer insight*

Consumer insight merupakan cara perusahaan untuk memahami, karakteristik, latar belakang, prilaku dari pelanggan untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh pelanggan. Target audiens dari batik Cianjur yaitu remaja yang berada di daerah Cianjur adapun target sekunder yaitu mencakup orang dewasa. Menurut Indriani, Lavita (2016) pada era globalisasi sekarang kemajuan internet, teknologi, dengan adanya kemunculan kebudayaan dari luar mempengaruhi kepedulian remaja terhadap kebudayaan tradisional, remaja menganggap bahwa dengan menyukai ataupun menggunakan kebudayaan tradisional itu kuno dan dianggap kurang kekinian.

Adapun *insight* dari target audien pada batik Cianjur.

- Aktifitas yang selalu menggunakan media digital dan ketergantungan pada internet.
- Lebih mencari informasi atau pengetahuan dari internet dibandingkan dengan buku.
- Masih dalam tahap proses pendewasaan dalam menentukan maupun bersikap.
- Teknologi dan kemajuan internet mempengaruhi cara berpakaian remaja saat ini.

III.1.2. *Consumer Journey*

Consumer Journey digunakan untuk memahami kegiatan target *audience* mulai dari bangun tidur sampai target *audience* tidur kembali. Hal ini menentukan objek apa saja yang ditemui dari keseharian target *audience* dari mulai barang yang dilihat sampai barang yang dipakai oleh target *audience*. Sehingga objek itu dapat

berpotensi sebagai sebuah perancangan untuk dirancang dalam sebuah media agar dapat menyampaikan suatu pesan kepada target audience.

Tabel III.1 Tabel *Consumer Journey* Remaja Akhir
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Waktu	**Aktifitas**	**Tempat**	***Point of Contact***
05:00-06:00	Bangun tidur, cek hp, sholat, mandi	Tempat tidur, Kamar mandi,	Peralatan sholat, peralatan mandi, jam, poster, handphone
06:00-06:30	Persiapan sarapan pagi	Kamar tidur	Cermin, pakaian, kalender, poster
06:30-07:00	Perjalanan menuju kampus	Jalan Raya	Kendaraan, kemacetan, Rambu lalu-lintas Baliho, Spanduk, *Billboard*
07:30-12:00	Sampai di kampus	Lingkungan kampus, Parkiran, ruangan kelas	Alat tulis, peralatan mewarnai, laptop, madding, poster, *in focus*, computer, Hp, Internet

12:00-14:00	Istirahat, Sholat, Nongkrong, Cek handphone, media sosial	Kantin, Mushola	Makanan, minuman, jajanan, Hanphone, cermin , sisir, buku, poster, sticker , gantungan tas/kunci
14:00-17:00	Mulai masuk matakuliah kembali	Kelas, lingkungan kampus	Alat tulis, papan tulis, hanphone, internet, social media, *in focus*, computer,
17:00-18:00	Pulang kuliah	Lingkungan kampus, tempat parkir, jalan raya	Kendaraan pribadi, karcis parkir, Kemacetan Rambu lalulintas
18:00-20:00	Istirahat,sholat, Nongkrong	Café, Mushola	Makanan, minuman, hanphone, internet, game online, laptop
20:00-21:00	Mengerjakan tugas	Kamar tidur	Laptop, computer, alat tulis, hanphone, internet

21:00-22:00	Persiapan tidur	Kamar tidur	Kasur, cermin, selimut lampu
22:00-05:00	Tidur	Kamar tidur	Perlengkapan tidur

III.2. Strategi perancangan

Strategi perancangan bertujuan untuk menyampaikan pesan informasi kepada khalayak sasaran dimana untuk memberikan solusi untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Strategi perancangan dibuat agar media informasi yang disampaikan kepada target audien tersampaikan dan dapat diterima dan dimengerti. Maka dibuatlah media berupa *video profile* untuk menginformasikan batik Cianjur kepada target audien.

Strategi perancangan yang dilakukan dalam pembuatan *video profile* mengenai batik Cianjur yaitu melalui pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan batik Cianjur. Semoga strategi perancangan ini dapat memenuhi kebutuhan target audien dalam penyampaian informasi yang diberikan. Perancangan dalam membuat media informasi untuk batik Cianjur pertama merancang pertanyaan wawancara dan melakukan observasi untuk melakukan pengambilan data yang nantinya akan diolah untuk membuat media utama, maka dilakukanlah pemilihan narasumber dan tempat observasi. Dalam tahap pembuatan media utama pertama merancang sebuah ide kreatif utuk menghasilkan ide cerita, *synopsis*, *storyline, storyboard,* narasi nantinya akan diolah untuk menghasilkan sebuah konsep yang dimana akan menampilkan gambaran nyata tentang batik Cianjur.

- **Film/Video**

  Menurut Kridalaksana (seperti dikutip Ade Sanjaya, 2016) Film merupakan perantara pesan atau informasi yang terkandung dan film memiliki sifat *audio visual* dan dapat dirasakan menggunakan indra penglihatan dan pendengaran agar dapat dinikmati khalayak luas.

- **Manfaat Film/Video**

  Film juga sebagai media hiburan yang terkandung fungsi informatif, edukatif bahkan persuasif. Selain itu dapat pula menampilkan fenomena yang sulit untuk dilihat secara nyata. Serta memberikan pembelajaran karena menyajikan *audio visual* gambar yang bergerak serta audio.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan informasi mengenai batik Cianjur adalah sebagai berikut:

- Mengenalkan *landscape* Cianjur dimulai daerah pegunungan, danau, sawah di daerah Cianjur serta kota Cianjur.
- Mengenalkan proses pembuatan batik dan berbagai macam motif batik khas Cianjur yang terinspirasi dari kesenian, kebudayaan, flora, fauna dan prilaku masyarakat Cianjur.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan komunikasi secara verbal dan secara visual yaitu agar penyampaian komunikasi sesuai dengan target audien atau khalayak sasaran untuk menjawab permasalahan untuk mecapai sebuah tujuan.

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan verbal yang dilakukan harus sesuai dengan khalayak sasaran menggunakan bahasa yang sesuai yaitu menggunakan bahasa Indonesia dan sedikit campuran Bahasa Sunda supaya khalayak sasaran mampu mengetahui informasi yang disampaikan tentang batik Cianjur.

- Pendekatan Visual

  Visual yang akan ditampilkan dalam *scene* video akan menggambarkan suasana *landscape* alam Cianjur serta suasana kota Cianjur. Menceritakan proses pembuatan batik dari mulai menggambar pola pada kain sampai dengan proses pewarnaan batik sampai selesai dan serta menceritakan sedikit inspirasi yang dijadikan motif di batik Cianjur. Supaya dapat

memotivasi dan mempengaruhi khalayak sasaran agar lebih peduli kepada batik Cianjur.

III.2.3 Mandatory

Mandatory yang berkaitan dengan perancangan ini yaitu pameran batik Cianjur yang diadakan di Cianjur pihak yang mendukung acara pameran cianjur diantaranya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Cianjur, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UMKM Cianjur serta Koperasi Batik Beasan Cianjur pameran batik ini diselenggarakan untuk umum dan gratis yang nanti di acaranya akan menghadirkan pemutaran film *video profile* batik Cianjur dengan keberagaman motifnya serta lomba membatik batik Cianjur dan akan ada pementasan tari batik sebagai pelengkap acara dan nantinya *video profile* batik Cianjur akan disebarkan melalui media sosial agar khalayak luas juga dapat mengetahui tentang batik Cianjur.



Gambar III.1 Pameran Batik di Toserba Yogya Cianjur
Sumber : http://jabar.pojoksatu.id/cianjur/2016/10/03/toserba-yogya-pamer-batik-cianjuran/
(Diakses pada 05/01/2018)



Gambar III.2 Logo Kabupaten Cianjur
Sumber : https://cianjurkab.go.id/ (Diakses pada 05/01/2018)



Gambar III.3 Logo Batik Nusa dan Koperasi Batik Beasan Cianjur
Sumber : Dokumentasi Pribadi (10/12/2017)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan pada video profile batik Cianjur adalah menampilkan *landscape* Cianjur dan suasana kota Cianjur, tatacara pembuatan batik Cianjur hal apa saja yang mempengaruhi motif batik Cianjur serta akan ditampilkan wawancara dengan narasumber terkait memaparkan macam-macam motif, inspirasi motif batik Cianjur tanpa keluar dari konteks dari cerita. Pesan yang disampaikan secara *audio* dan *visual* kepada khalayak dapat dimengerti dengan menggunakan indera penglihatan dan pendengaran untuk memahami informasi yang diterima.

III.2.5 Gaya Bahasa

Menurut Goys Keraf (seperti dikutip Fuji, 2015) kepribadian atau ungkapan penulis yang menggunakan bahasanya secara khas bertujuan untuk mempengaruhi

pembacanya. Gaya Bahasa yang digunakan dalam perancangan video yaitu gaya Bahasa pleonasme yaitu untuk mempertegas suatu konten atau pesan yang ingin disampaikan. Menggunakan bahasa Indonesia yang sering digunakan sehari-hari sesuai dengan target audien yaitu remaja akhir agar penyampaian informasi tidak sulit dipahami dan dapat mudah diterima.

III.2.6 Strategi Kreatif

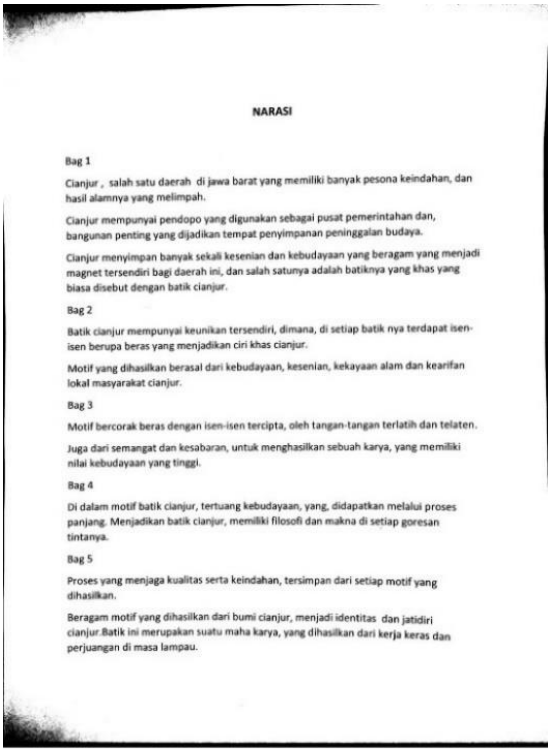
Strategi kreatif yang digunakan menggunakan pengambilan unsur *real shoot* dimana ide cerita nantinya akan menvisualkan *Landscape* Cianjur dan juga memvisualkan proses pembuatan batik dalam pengambilan video menggunakan beberapa Teknik yang digunakan diantaranya low angle pengambilan sudut kamera dari bawah, normal angle pengambilan sudut kamera normal berada di tengah, high angle pengambilan menggunakan *drone* dari sudut atas, close up pengambilan sudut kamera secara detail dan dekat, extreme close up pengambilan sudut yang sangat detail dan lebih dekat dengan objek.

- ***Copywriting***

  Dalam perancangan media ini *copywriting* yang digunakan untuk media utama dan media pendukung adalah "Batik Cianjur digunakan sebagai judul dari video dan *tagline*nya Jatidiri Cianjur serta budaya yang syarat akan filosofi dan makna digunakan sebagai *body text*" karena dalam setiap motif batik Cianjur mengandung filosofi dan makna yang mewakili jatidiri Cianjur. Supaya remaja akhir di Cianjur bangga akan batik yang dimiliki Cianjur serta media *video profile* batik Cianjur mampu tersampaikan dengan baik terhadap khalayak sasaran.

- **Narasi**

  Narasi yang ada di *video profile* untuk memberikan fakta yang terjadi dilokasi diarahkan untuk khalayak agar dapat mengerti informasi yang disampaikan pada video profile. Narasi juga dapat menyampaikan suatu informasi yang tidak disampaikan di *video profile* serta dapat mempertegas suatu kejadian dalam *video profile*



NARASI

Bag 1

Cianjur , salah satu daerah di jawa barat yang memiliki banyak pesona keindahan, dan hasil alamnya yang melimpah.

Cianjur mempunyai pendopo yang digunakan sebagai pusat pemerintahan dan, bangunan penting yang dijadikan tempat penyimpanan peninggalan budaya.

Cianjur menyimpan banyak sekali kesenian dan kebudayaan yang beragam yang menjadi magnet tersendiri bagi daerah ini, dan salah satunya adalah batiknya yang khas yang biasa disebut dengan batik cianjur.

Bag 2

Batik cianjur mempunyai keunikan tersendiri, dimana, di setiap batik nya terdapat isen-isen berupa beras yang menjadikan ciri khas cianjur.

Motif yang dihasilkan berasal dari kebudayaan, kesenian, kekayaan alam dan kearifan lokal masyarakat cianjur.

Bag 3

Motif bercorak beras dengan isen-isen tercipta, oleh tangan-tangan terlatih dan telaten.

Juga dari semangat dan kesabaran, untuk menghasilkan sebuah karya, yang memiliki nilai kebudayaan yang tinggi.

Bag 4

Di dalam motif batik cianjur, tertuang kebudayaan, yang, didapatkan melalui proses panjang. Menjadikan batik cianjur, memiliki filosofi dan makna di setiap goresan tintanya.

Bag 5

Proses yang menjaga kualitas serta keindahan, tersimpan dari setiap motif yang dihasilkan.

Beragam motif yang dihasilkan dari bumi cianjur, menjadi identitas dan jatidiri cianjur.Batik ini merupakan suatu maha karya, yang dihasilkan dari kerja keras dan perjuangan di masa lampau.

Gambar III.4 text narasi
Sumber : Dokumentasi Pribadi (15/01/2018)

- **Sinopsis**

Sinopsis merupakan ringkasan dari keseluruhan film dan dibuat berdasarkan data yang sudah ada lalu dilakukan pengolahan data yang diurutkan untuk menghasilkan sebuah alur cerita yang nantinya akan dinikmati oleh khalayak sasaran. Dengan menampilkan *landscape* keadaan daerah Cianjur agar khalayak sasaran dapat mengetahui daerah Cianjur, menampilkan proses pembuatan batik dari proses awal sampai akhir serta menampilkan wawancara dengan narasumber terkait menjelaskan ciri khas motif yang dimiliki Cianjur. Karena masyarakat zaman sekarang kurang begitu memperhatikan kebudayaan tradisional yang dimiliki daerahnya dan masyarakatpun kurang mengetahui adanya informasi tentang batik Cianjur.

- ***Storyline***

Diawali dengan menampilkan *landscape* pemandangan alam yang ada di Cianjur dimulai dengan menampilkan *view* pegunungan di daerah Cipanas,Cianjur setelah itu dilanjutkan menampilkan pemandangan bendungan jangari, Cirata Cianjur

lanjut menampilkan pesawahan daerah di Cianjur, karena Cianjur terkenal dengan berasnya maka ditampilkanlah *view* pesawahan. Kemudian dilanjutkan dengan mengambil suasana kota Cianjur dengan menampilkan kegiatan keseharian masyarakat Cianjur mengambil kegiatan pusat kota Cianjur di jalan mangunsarkoro mulai dari pejalan kaki dari tukang delman lalulintas yang ada disitu. Setelahnya masuk ke dalam proses pembuatan batik darimula pembuatan pola motif pada kain mori dan penggambaran motif dengan menggunakan canting yang berisi malam (lilin) pada kain mori setelah itu melakukan proses pewarnaan pada kain dengan melcelupkan kain kedalam bak pewarna lalu diberi cairan untuk memperkuat warna sampai tahap terakhir peroses pemisahan antara lilin dan kain dengan cara merebus kain kedalam air panas supaya lilin yang menempel pada kain terlepas. Disela-sela proses pembuatan batik darimulai tahap pertama sampai terakhir dimasukan *scene* wawancara dengan narasumber terkait yaitu dengan Harry M Sastrakusumah sebagai pelestari dan pemerhati batik Cianjur beliau juga sebagai ketua dari Koperasi Batik Beasan Cianjur menceritakan secara singkat awal mula sejarah batik dan penyebaran batik sehingga masuk ke Cianjur terakhir dilanjutkan dengan pengambilan *timelapse* di daerah jalan pertigaan yang ada di Cianjur sebagai penutup.

- ***Storyboard***

  Menurut Halas (seperti dikutip Hilda, 2017) *Storyboard* dibuat berdasarkan rangkaian-rangkaian sketsa gambar yang dibuat manual dan berjajar untuk menggambarkan suatu jalan cerita. *Storyboard* juga sering disebut sketsa cerita Yang disusun secara berurutan menurut naskah dari cerita yang dibuat. Dengan adanya storyboard membantu untuk menyampaikan gambaran dari ide cerita yang dibuat kepada orang lain.



Gambar III.5 Sketsa *Storyboard*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (01/12/2017)

III.2.7 Strategi Media

Media adalah sebagai penyampai pesan informasi atau pesan kepada target khalayak sasaran, untuk menyampaikan pesan atau informasi tentang batik Cianjur maka media yang dibuat yaitu media yang mendukung penyampaian informasi yang efektif agar mudah diterima oleh khalayak sasaran.

1. **Media Utama**

   Media yang dipilih untuk penyampaian pesan batik Cianjur yaitu menggunakan media *video profile* dimana dengan media ini pesan yang ditampilkan yaitu menggunakan pengambilan video yang direkam secara nyata berdasarkan fakta yang ada dilapangan atau dengan melakukan penelitian sebelumnya, *video profile* dipilih karena mampu menyampaikan informasi, edukasi tentang batik Cianjur kepada khalayak sasaran. Media ini memperlihatkan penggambaran nyata yang mengusung *audio visual* yang mencakup indra pendengaran dan penglihatan sehingga *target audience* mudah untuk memahami pesan dalam media ini.

2. **Media Pendukung**

   Media pendukung sangat berpengaruh guna mendukung media utama dalam menyampaikan informasi tentang batik Cianjur dan sebagai media penguat dari media utama dalam menyampaikan informasi secara optimal. Adapun media pendukung yang digunakan:

   - ***Teaser***

     Teaser adalah ringkasan untama dalam sebuah video/ film dimana merangkum atau menampilkan adegan-adegan utama dalam sebuah video/film untuk memancing rasa penasaran dari target *audience.*

   - ***X-Banner***

     Media pendukung cetak penyederhanaan dari baliho yang sangat tepat untuk membantu menyampaikan informasi tentang batik Cianjur. X-Banner mudah dibawa dan dilipat tidak memakan tempat yang begitu luas disimpan didepan meja untuk sebagai penarik perhatian khalayak sasaran.

   - ***T-Shirt***

     T-shirt sebagai media pendukung yang dijadikan sebagai souvenir yang dibagikan kepada pengunjung pameran.

- **Poster Cetak**

  Poster digunakan sebagai media pendukung karena poster sering membuat perhatian khalayak dan sudah sering digunakan sebagai media penyampaian informasi dan berguna untuk mendukung media utama

- **Poster *Digital***

  Poster yang ditujukan untuk pengguna internet, penyebaran informasi sangat cepat untuk khalayak luas

- ***Totebag***

  Totebag berfungsi sebagai wadah untuk menampung barang-barang seperti *merchandise* dan juga sebagai wadah untuk menyimpan kain batik.

- **Topi**

  Topi sebagai media pendukung yang dijadikan sebagai souvenir yang dibagikan kepada pengunjung pameran

- ***Name Tag***

  Name tag dibuat sebagai media pendukung karena dipakai untuk panitia penyelenggara pemutaran *video profile*

- **Kalender**

  Kalender dibuat sebagai pendukung media utama dan dijadikan *merchandise* dibagikan saat acara pemutaran *video profile* selesai.

- **Gantungan Kunci**

  Sama seperti kalender, gantungan kunci dibuat sebagai pendukung media utama dan dijadikan *merchandise* dibagikan saat acara pemutaran *video profile* selesai.

- **Media Publikasi Video**

  Media publikasi video disini akan menggunakan youtube, dimana youtube sebagai wadah untuk menampung konten-konten video mulai dari *teaser*, *thriller* film, video *profile,* documenter yang dibuat oleh pengguna youtube itu sendiri dan youtube juga media yang paling sering diakses oleh semua kalangan yang menjadikan youtube sebagai media yang pas sebagai penyebaran informasi kepada khalayak sasaran.

- **Media Sosial**

  Media sosial seperti youtube, instagram dan facebook sangat mudah dalam penyebaran informasi karena zaman sekarang orang tidak akan terlepas dari internet.

- **Cd/Dvd Cover**

  Cd/Dvd Cover berisikan file media utama video profil batik Cianjur dan diberikan *desain cover* depan dengan nama video profil batik Cianjur.

III.2.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi yang dilakukang mengikuti pameran batik yang diadakan di Cianjur, pameran ini bertujuan untuk mengenalkan batik Cianjur lebih mendalam. Dan penyebaran media informasi batik Cianjur dilakukan selama jangka waktu 2 bulan. Untuk menginformasikannya diperlukan langkah distribusi yang efektif baik dalam waktu penyebaran dan juga tempat untuk menyebarkan media yaitu poster ditempatkan di tempat umum seperti halte, terminal, sekolah, kampus penyebaran poster digital disebarkan melalui media sosial seperti instagram dan facebook dan penyebaran *video teaser* disebarkan melalui media instagram dan youtube.

Tabel III.2 Tabel Distribusi Media
Sumber : Dokumentasi Pribadi (15/01/2018)

MEDIA	DISTRIBUSI	TEMPAT	TANGGAL
Media Utama	Media utama akan ditayangkan saat *event* berlangsung setelah penayangan media akan di *upload* ke sosial media seperti youtube dan facebook	Gedung Bale Rancage	20/08/2018
X-Banner	*X-Banner* akan ditempatkan di depan pintu masuk *event* pameran batik Cianjur dan ditempatkan di depan *stand*	Gedung Bale Rancage	20/082018
T-Shirt	*T-Shirt* akan dibagikan saat selesai pemutaran *video profile* batik Cianjur	Gedung Bale Rancage	20/08/2018
Poster Cetak	Poster cetak akan disebarkan di tempat umum sepetri di sekolah, halte, kampus dan tempat lainnya	Sekolah, kampus, halted an tempat lainnya di sekitaran daerah Cianjur	25/07/2018

Poster *Digital*	Poster *digital* akan disebar melalui media sosial seperti facebook dan instagram		25/07/2018
Tote bag	*Tote bag* akan dibagikan saat selesai pemutaran *video profile* batik Cianjur	Gedung Bale Rancage	20/08/2018
Topi	Topi akan dibagikan saat selesai pemutaran *video profile* batik Cianjur	Gedung Bale Rancage	20/08/2018
Name Tag	*Name tag* akan dibagikan kepada panitian yang bertugas dalam pemutaran *video profile*	Gedung Bale Rancage	20/08/2018
Kalender	Kalender akan dibagikan saat selesai pemutaran *video profile* batik Cianjur	Gedung Bale Rancage	20/08/2018
Gantungan Kunci	Gantungan kunci akan dibagikan saat selesai pemutaran *video profile* batik Cianjur	Gedung Bale Rancage	20/08/2018
CD/DVD Cover	*CD/DVD Cover* akan dibagikan saat	Gedung Bale Rancage	20/08/2018

	selesai pemutaran *video profile* batik Cianjur		
Teaser	*Teaser* ditayangkan di media sosial seperti youtube, facebook, dan instagram		25/07/2018

III.3 Konsep Visual

Konsep visual merupakan konsep yang diwujudkan secara visual. Konsep visual diperlukan sebagai materi penyampaian informasi atau pesan tentang Batik Cianjur melalui media video *profile* agar pesan atau informasi dari video *profile* tersebut dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran.

- **Konsep Visual *Video Profile***

Konsep visual *video profile* menggambarkan kejadian nyata menampilkan *landscape* Cianjur yang mengambil suasana pegunungan di daerah Cipanas,Cianjur dan mengambil suasana pesawahan dan bendungan yang ada di Cianjur. Serta menampilkan juga *landscape* kota Cianjur dan keseharian aktifitas masyarakat Cianjur, menampilkan juga wawancara yang menceritakan tentang ciri khas motif batik yang dimiliki Cianjur. Video ini akan berdurasi kurang lebih 5 menit sehingga remaja tidak akan bosan karena menampilkan efek *visualisasi* dan menggunakan *backsound,* serta ditambahkan narasi agar tidak akan mudah bosan sehingga akan ditonton durasi videonya sampai selesai. Penggunaan warna pada video menentukan *feel* video dengan menggunakan pewarnaan *teal and orange* dimana warna *orange* akan lebih menonjolkan sisi kebudayaan batik Cianjur. Pemilihan tempo video lambat dan sedikit *beat* mengikuti audio agar terjadi keselarasan, pada judl digunakan *font* ananda black dimana font ini bentuknya seperti lekukan saat membatik jadi digunakan sebagai judul pada *body text* menggunakan *font* arial rounded mt agar keterbacaannya jelas. Penggunaan transisi pada video dapat merubah *mood* pada khalayak yang menontonnya maka digunakan transisi *cross*

dissolve, dip to black, dip to white, smooth transition zoom in (Sam kolder), *smooth transition L to R* (Sam kolder).Tata letak pada video menggunakan aspek rasio 16:9 agar semua kejadian dilapangan dapat direkam semua aspek rasio ini sering digunakan sebagai aspek strandar film.

- **Konsep Media Pendukung**

Konsep visual pada media pendukung yaitu sebagai perantara untuk mengarahkan agar khalayak sasaran tertarik untuk melihat *video profile*. Dalam perancangan media pendukung ini mendukung acara mandatory, media pendukung yang dibuat yaitu kaos, topi, totbag, kalender, poster, gantungan kunci sticker, name tag, cover dvd, untuk digunakan dan sebagai pengingat kepada khalayak sasaran

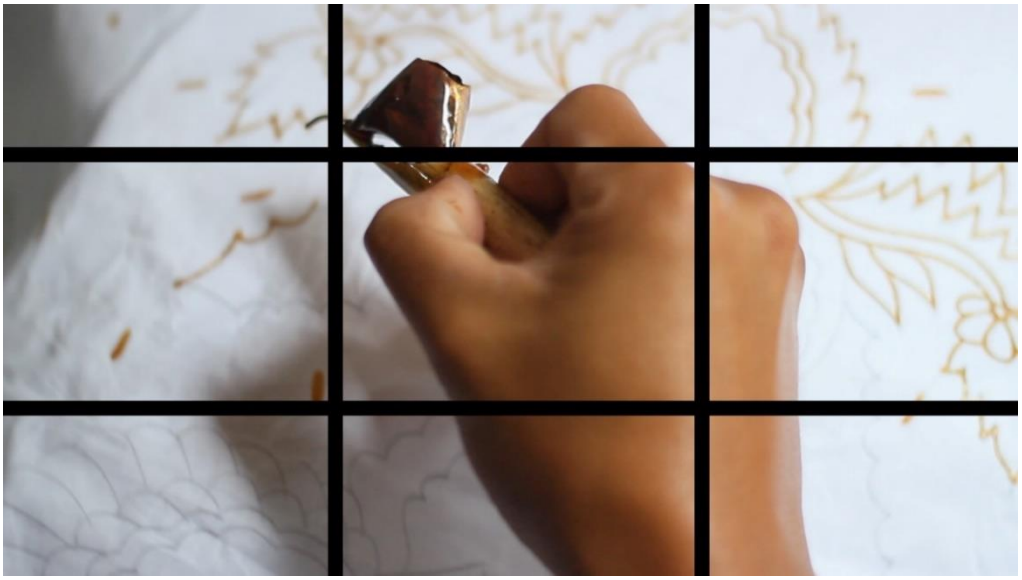
III.3.1 Format Desain

Format *video Profile* menggunakan resolusi widescreen 16:9 atau 1920 x 1080 px *High Definition* (HD). *Frame rate* yang digunakan adalah dengan 29.97 fps. Ditambahkan audio dan narasi agar lebih menarik perhatian khalayak sasaran dan juga agar pesan dari *video* dapat tersampaikan.

Video media utama:

- *Custom video for windows*
- *Frame size : 1920 x 1080 px*
- *Frame rate : 29,97 fps*
- *Aspect ratio : PAL widescreen square pixel 16 : 9*
- *Channel : RGB*
- *Color : Millions of Colors+*
- *Format video : MPEG-4 (.MP4)*
- *Duration : 5 minute*
- *Audio sample rate : 48 kHz*
- *Audio channels : Stereo*
- *Format audio : mp3*

III.3.2 Tata Letak



Gambar III.6 Proses Batik Tulis
Sumber : Dokumentasi Pribadi (10/12/2017)

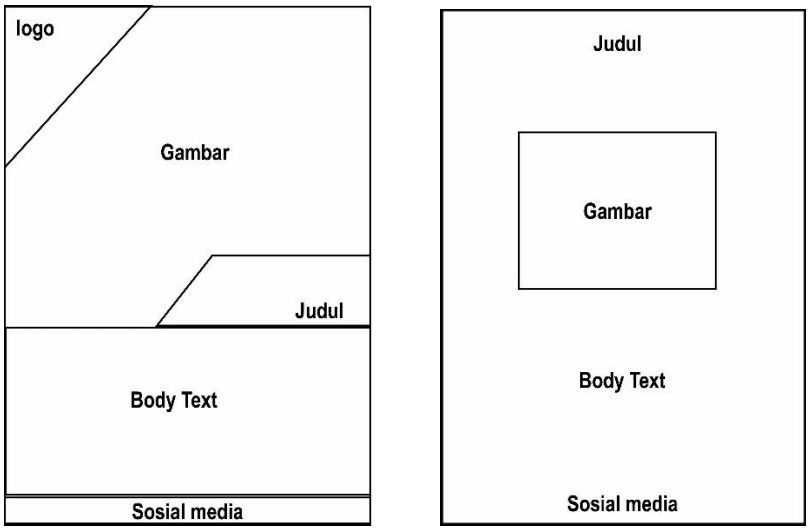
Untuk memberikan kesan pada *video profile* batik Cianjur menggunakan aspek rasio 16:9 agar semua kegiatan dan kejadian dapat direkam semua. Aspek rasio ini sering digunakan untuk menjadikan standar dari aspek rasio film.

- **Layout Media Pendukung**

  Layout media pendukung disesuaikan dengan konten yang akan dimasukan serta mengutamakan keseimbangan dalam layout *simetris* dan *asimetris* dengan menggunakan *visual* skala perbandingan.

  - **Poster**

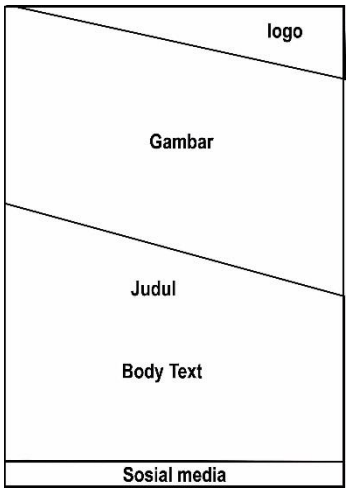
    Layout Poster dibuat dengan keseimbangan simetris dan asimetris mengandalkan visual seperti skala, kontras warna untuk mencapai keseimbangan dengan tidak beraturan. Yang diisi dengan elemen logo, gambar, judul. *body text*, sosial media.



Gambar III.7 *Layout* Poster
Sumber : Dokumentasi Pribadi (05/01/2018)

- **X-Banner**

  Layout *x-banner* dibuat dengan keseimbangan asimetris mengandalkan *visual* seperti skala, kontras warna untuk mencapai keseimbangan dengan tidak beraturan. Yang diisi dengan elemen logo, gambar, judul, *body text*, sosial media

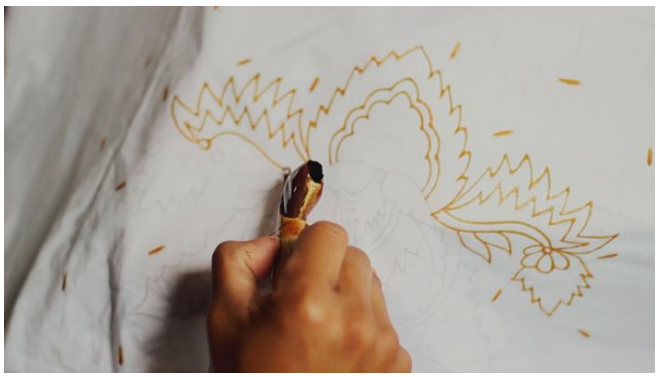


Gambar III.8 *Layout X-banner*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (05/01/2018)

III.3.3 Tipografi

Menurut Dendi Sudiana (seperti dikutip Aris Kurniawan, 2016) tipografi terdiri dari dari huruf yang dihubungkan menjadi kata-kata untuk mempermudah keterbacaan dalam menyampaikan suatu pesan atau ide.

Pada judul dipakai font *Ananda black (free* untuk *personal use* hanya digunakan untuk kebutuhan akademik) karena bentuk font karena menyerupai bentuk lekukan saat saat sedang membatik dengan menggunakan canting jenis font ini dapat mewakili dari judul batik Cianjur, untuk title digunakan font *Arial Rounded MT Bold* karena mudah untuk dibaca. Sedangkan untuk font *Agency FB* agar mudah terbaca juga serta untuk mendukung keterbacaan di media pendukung. Font bisa diunduh di www.dafont.com.



Gambar III.9 Gambar Lekukan Batik
Sumber : Dokumentasi Pribadi (10/12/2017)

Ananda black



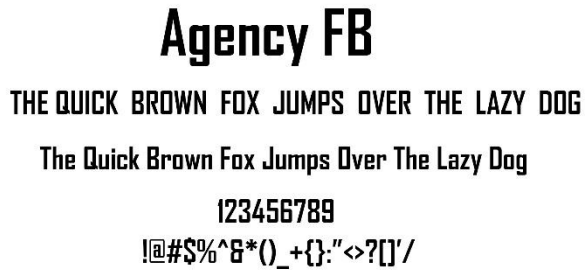
Gambar III.10 Tipografi Judul video profile
Sumber : Dokumentasi Pribadi (05/01/2018)

Arial Rounded MT Bold



Gambar III.11 Tipografi Title teks narasumber
Sumber : Dokumentasi Pribadi (05/01/2018)

Agency FB



Gambar III.12 Tipografi Sub Judul
Sumber : Dokumentasi Pribadi (05/01/2018)

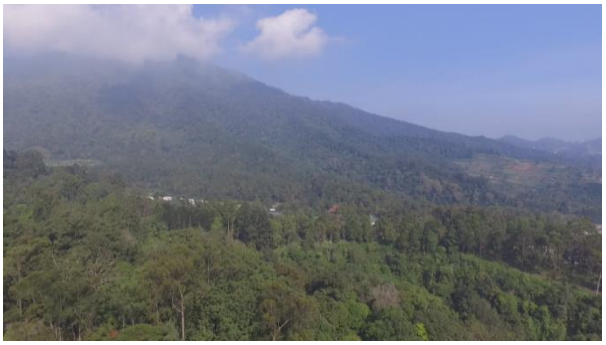
III.3.4 Ilustrasi

Menurut Rohidi (seperti dikutip Dedi Rainer, 2017) Gambar ilustrasi merupakan suatu elemen seni rupa yang sidatnya untuk memberikan kepuasan kepada pembacanya dengan menampilkan visual agar dapat dilihat dengan panca indra terhadap sebuah media yang disajikan. Penggambaran visual akan menampilkan beberapa aspek diantaranya menampilkan *landscape* Cianjur memperlihatkan ikon-ikon Cianjur, proses pembuatan batik dari awal pembuatan sampai selesai, serta wawancara dengan narasumber yang terkait dengan batik Cianjur

- *Video Live Shoot*

  Live shoot diambil menggunakan kamera DSLR untuk pengambilan gambar yang di campur dengan pengambilan gambar menggunakan *drone*, keuntungan

yang didapat sangat banyak pengambilan gambar melalui DSLR dan drone karena bisa mengambil gambar dengan kualitas HD



Gambar III.13 *shoot* menggunakan drone
Sumber : Dokumentasi Pribadi (10/12/2017)

- Animasi

  Dengan menampilkan animasi text di opening dibuat menarik untuk memberikan sebuah Susana terhadap video yang ditampilkan



Gambar III.14 Animasi text
Sumber : Dokumentasi Pribadi (10/12/2017)

III.3.5 Warna

Komposisi warna merupakan elemen penting yang digunakan untuk seni dan merepresentasikan sebuah ide seni dan desain dari sebuah susunan warna yang dipergunakan oleh para desainer. (Darmaprawira, 2002, h.65). Pemilihan warna menggunakan warna gradasi diantaranya hitam dan oranye karena warna hitam

mempresentasikan kekuatan, rasa percaya diri, kuat, dramatis, misterius dan klasik dan warna oranye dianggap mampu merangsang setiap orang yang melihatnya, warna oranye pun melambangkan kehangatan, keceriaan bahkan optimis warna yang digunakan juga akan disesuaikan dengan produksi video pada tahap editing nantinya akan digunakan *color grading* dimana nantinya warna yang digunakan akan disesuaikan dengan konsep yang telah dibuat sebelumnya



Gambar III.15 Warna
Sumber : Dokumentasi Pribadi (05/01/2018)

Warna digunakan di media utama dan media pendukung dengan menggunakan elemen warna RGB (*Red,Green,Blue)* untuk warna yang digunakan di media digital seperti poster digital dan penggunaan warna CMYK (*Cyan,Magenta,Yellow,Key*) digunakan di media yang akan di print seperti poster, *sticker*, *name tag* dan media lainnya.

III.3.6 Audio

Audio pertama yang dimasukan yaitu lagu dari "Marshmello – summer"sebagai backsoung untuk menampilkan *landscape* daerah Cianjur serta , audio dalam narasi

menggunakan audio yang diisi oleh perempuan dengan nada yang jelas dan intonsi yang tegas untuk menarik perhatian agar orang-orang tertarik mendengarkannya. Pada bagian *scene* pembuatan proses membatik diberikan backsound *instrumental* dari "Depapepe – beautiful" karena ada keterkaitannya dengan membatik yaitu memiliki seni yang indah dalam membatik dan menghasilkan motif yang indah. Dilanjutkan juga pada proses wawancara yang diisi dengan backsound "*Instrumental* Alunan kecapi khas sunda yang menyejukan hati" dimana untuk membuat para *audience* yang mendengarkannya untuk terfokus pada sesuatu yang dibahas oleh narasumber.