BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Pada bab ini perancang menyusun strategi perancangan yang berupa beberapa aspek yaitu khalayak sasaran, strategi perancangan, tujuan komunikasi, pendekatan komunikasi, pendekatan visual, pendekatan verbal, *mandatory*, materi pesan, gaya bahasa, strategi kreatif, dan strategi media. Selain itu perancang juga menyusun beberapa konsep desain yaitu .

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran digunakan untuk menentukan target sasaran yang tepat agar pesan informasi sampai dan sesuai dengan keinginan yang dicapai. Khalayak sasaran menurut McQuail & Windahl (1993) adalah sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye. Besarnya jumlah khalayak sasaran mengidentifikasikan bahwa mereka memiliki karakteristik yang beragam. Dalam hal ini khalayak sasaran terbagi menjadi tiga bagian yaitu :

- Demografis

  Sasaran yang dituju yaitu komunitas musik Ukulele, dengan usia 17 – 20 tahun (remaja).

- Jenis kelamin : Pria dan Wanita
- Status ekonomi : Menengah – Menengah Atas.
- Pendidikan : SMA – Kuliah.
- Pekerjaan : Siswa – Mahasiswa .

Perancang menentukan khalayak sasaran kepada remaja dengan usia 17 sampai 20 tahun, dikarenakan usia-usia tersebut adalah usia dimana seseorang masih memiliki antusias yang tinggi terhadap musik yang terlibat dalam suatu komunitas musik ukulele.

- Geografis

  Lokasi yang sesuai dengan khalayak sasaran pada perancangan tersebut, yaitu bertempat tinggal di daerah perkotaan.

- Wilayah : Kota , Khususnya Bandung
- Tempat : Urban

Perancang menentukan lokasi geografis sesuai khayalak sasaran yang berdomisili di Kota Bandung agar khayalak sasaran tersebut lebih mengenal Rumah Ukulele sebagai tempat untuk berkreasi di bidang musik yang tidak hanya menggunakan alat musik ukulele saja.

- Psikografis

  Menurut G.W. Allport (Sarlito 2006), studinya tentang psikologi remaja memberikan pandangannya tersendiri mengenai masa remaja, yang terbagi dalam ciri-ciri berikut :

- *Extension of the self* (pertumbuhan diri sendiri) adalah dalam ciri ini, seorang remaja akan menunjukkan kemampuan untuk menjadikan orang atau hal lain menjadi bagian dari dirinya. Jika pada sikap kanak-kanak egoisme tinggi, maka pada masa ini cenderung berkurang. Disusul dengan sifat empati yang ditunjukkan kepada orang lain. Hal ini menunjukan para remaja yang menjadi khalayak sasaran dikomunitas musik ukulele mulai mengenal dan memainkan ukulele, lalu mengajak remaja lain yang tidak beraktifitas musik untuk ikut berkunjung ke Rumah Ukulele yang diharapkan suatu hari bergabung di komunitas musik ukulele.
- *Self objectivication self* (objektif melihat diri sendiri) mengungkapkan bahwa pada masa remaja, seseorang mulai bisa menilai dirinya sendiri *(self insight)* dan dapat bersikap tenang meskipun dirinya dijadikan sasaran candaan dan kritik *(sense of humor)*. Fase ini menunjukan bahwa remaja di komunitas musik ukulele telah menyadari bahwa dirinya sudah memilik identitas sebagai pemusik yang menggunakan alat musik ukulele meski dirinya menjadi bahan candaan dan kritik di lingkungannya.
- *Unifying philosophy of life* (memiliki falsafah hidup) adalah yang terakhir, masa remaja ditandai dengan kepahaman bagaimana harus bertingkah laku. Mereka juga memiliki prinsif atau falsafah hidup yang tertanam dalam dirinya. Mereka mulai menunjukkan Tidak mudah terpengaruh dengan pendapat orang

lain. Fase ini adalah fase terakhir dimana remaja telah mengerti bagaimana memanfaatkan ukulele menjadi sesuatu yang dapat menghasilkan materi, sehingga para remaja fase ini konsisten memainkan alat musik ukulele.

III.2 Strategi Perancangan

Berdasarkan latar belakang diatas aspek dasar dalam strategi perancangan yaitu dengan merancang informasi sedetail mungkin dan informatif agar informasi tersebut tersampaikan ke khalayak sasaran.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menurut Dan B. Curtis dalam Interpersonal Skill (2014 : 8) Tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi, kepada para klien, kolega, bawahan dan penyelia (*supervisor*)
2. Menolong orang lain, memberikan nasihat kepada orang lain, ataupun berusaha memotivasi orang lain dalam mencapai tujuan
3. Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan
4. Mengevaluasi perilaku secara efektif

Tujuan komunikasi dalam media informasi ini yaitu memberikan informasi terhadap khalayak sasaran mengenai aspek – aspek yang ada di dalam Rumah Ukulele yang bertujuan untuk menginformasikan secara lengkap mengenai keberadaan Rumah Ukulele meliputi sejarah, lokasi, fasilitas tempat, alat, dan kegiatan.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi merupakan cara individu menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan, sehingga dalam hal ini komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan sehari – hari. Komunikasi menurut Edward Depari, Ph D dalam Interpersonal Skill (2014 : 3) Komunikasi adalah proses penyampaian pesan gagasan harapan yang telah disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan (*source, communication,*

sender) ditujukan kepada penerima pesan (*receiver, komunikan, audience*) dengan maksud mencapai kebersamaan (*kommunies*).

Sehingga pendekatan komunikasi dapat diartikan sebagai upaya penyesuaian penyampaian informasi terhadap khalayak sasaran. Dalam hal ini strategi perancangan media informasi akan menggunakan dua cara pendekatan komunikasi yaitu pendekatan visual (non verbal) dan pendekatan verbal, hal tersebut bertujuan agar tersampaikannya pesan dengan baik dan efektif sesuai dengan khalayak sasaran. Penggunaan elemen visual bertujuan agar mempermudah khalayak sasaran untuk mengingat materi serta konten yang ingin disampaikan. Dalam hal ini pendekatan verbal berguna untuk memperkuat visual yang akan ditampilkan.

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan komunikasi secara visual merupakan upaya penyampaian pesan melalui bentuk media penggambaran. Komunikasi visual menurut Kusrianto (2007 : h.10) komunikasi ini mempergunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan. Metodologi dalam desain komunikasi visual merupakan sebuah proses kreatif. Pendekatan visual yang akan digunakan dalam proses perancangan yaitu menggunakan elemen :

1. Teks, sebagai tampilan layar yang mempertunjukan kata-kata yang dibuat dengan berbagai *style* dan bentuk serta warna font. Gaya bahasa dalam teks ini menggunakan bahasa Indonesia.
2. *Image*, menampilkan gambar dari suatu objek untuk mendeskripsikan sesuatu dengan lebih jelas, meliputi foto - foto fasilitas yang berada di Rumah Ukulele.
3. *Movie*, memberikan gambaran atau ilusi yang lebih jelas dan riil dengan menghadirkan rekaman seputar Rumah Ukulele.

4. *Video Effect*, memberikan tambahan perubahan pada clip agar video lebih menarik untuk dilihat dengan menggunakan *effect* warna.

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Komunikasi verbal atau lisan menurut Kusrianto (2007 : h.4) adalah menggunakan pengucapan maupun bunyi-bunyian serta telinga (pendengaran) sebagai sensasi dengar, diantaranya yaitu bahasa Lisan, contoh : bahasa daerah, bahasa Indonesia, bahasa prokem, dan bahasa gaul. penggunaan bahasa yang sangat tepat sangat penting berkaitan dengan dunia periklanan, misalnya iklan dengan sasaran kaum remaja yang tentunya menggunakan ungkapan-ungkapan yang dapat diterima oleh khalayak sasaran. Penggunaan bahasa menggunakan pendekatan verbal dengan majas penegasan. Majas penegasan adalah majas yang digunakan untuk memberi penegasan atau memberi kesan pada informasi. dengan pemilihan kata yang tepat sehingga informasi akan tersampaikan dengan jelas dan efektif.

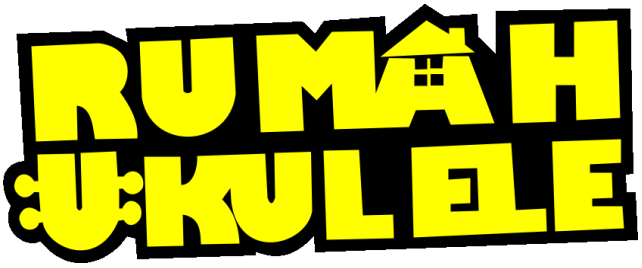
III.2.2.3 Pendekatan Audio

Menurut Munir (2015 : 18) audio didefinisikan sebagai macam-macam bunyi dalam bentuk digital seperti suara, musik, narasi dan sebagainya yang bisa didengar untuk keperluan suara latar, penyampaian pesan duka, sedih, semangat dan macam-macam disesuaikan dengan situasi dan kondisi.

Oleh karena itu komunikasi yang akan digunakan yaitu dengan menggunakan narasi, lagu, dan *instrument* bertujuan agar komunikasi yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan pihak penyelenggara yang diberikan mandat atau kewenangan. Dalam hal ini video profil Rumah Ukulele yang diterbitkan oleh perancang adalah informasi mengenai Rumah Ukulele yang merupakan pihak penyelenggara dalam aktifitas berkesenian di Rumah Ukulele.



Gambar III.1 Logo Rumah Ukulele
Sumber : Dokumen Perusahaan Rumah Ukulele (24 Oktober 2017)

III.2.4 Materi Pesan

Dalam perancangan media ini, terdapat beberapa materi yang akan disampaikan sebagai informasi yang ingin diberikan terhadap khalayak sasaran. Materi tersebut yaitu :

1. Lokasi Rumah Ukulele, keberadaan Rumah Ukulele yang berlokasi di jl. Ancol Timur XIII No.19, Kota Bandung.
2. Sejarah Rumah Ukulele, terbentuknya nama Rumah Ukulele.
3. Fasilitas Rumah Ukulele, terdapat berbagai fasilitas didalam Rumah Ukulele seperti Ukeshop, Ukestage, Karauke, dan Ukerooms.
4. Kegiatan Rumah Ukulele, kegiatan didalam Rumah Ukulele meliputi latihan band, *recording,* karauke, dan tempat berkumpulnya komunitas atau band salah satunya yaitu Ukebasquad.

III.2.5 Gaya Bahasa

Penggunaan kata dalam gaya bahasa yang digunakan yaitu bahasa Indonesia dengan kata gaya bahasa tidak resmi. Penggunaan kata gaya bahasa tersebut mengacu pada fungsi gaya bahasa itu sendiri yaitu agar khalayak sasaran yang melihat video profil ini lebih tertarik dan tidak menganggap Rumah Ukulele kaku, karena khalayak sasaran tersebut adalah golongan remaja.

III.2.6 Strategi Kreatif

Perancangan strategi kreatif ini bertujuan untuk menginformasikan tentang aspek – aspek yang perlu diketahui dalam keberadaan Rumah Ukulele. Sehingga konten yang ditampilkan harus menarik serta mendukasi khalayak sasaran dengan baik. Video profil merupakan salah satu media informasi yang dapat memudahkan penontonnya untuk mengakses informasi secara terus menerus, oleh sebab itu

penggunaan tata letak serta kombinasi teknik pengambilan gambar yang variatif pada strategi kreatif ini sangat berperan aktif dalam menimbulkan kesan menarik dengan judul "Rumah Ukulele". Selain poin diatas, berikut beberapa strategi kreatif lainnya :

1. Objek : Rumah Ukulele
2. Lokasi : Jl.Ancol Timur XIII No.19 Kelurahan Ancol, Kecamatan Regol, Kota Bandung, Jawa Barat
3. *Point of view 1 (POV 1)* : Keberadaan Rumah Ukulele
4. *Point of view 2 (POV 2)* : Lokasi , fasilitas, alat, kegiatan Rumah Ukulele
5. *Voice over* dan *subtitle*

III.2.7 Strategi Media

Berdasarkan pokok permasalahan yang dihadapi, dalam hal ini pemilihan media bertujuan untuk menciptakan solusi serta menjawab permasalahan diatas. Maka media yang digunakan terbagi menjadi dua jenis yaitu media utama dan media pendukung.

Rancangan tayangan video :

1. Video memiliki durasi kurang lebih 8 menit mencakup Rumah Ukulele dengan diiringi *voiceover* dan musik pengiring
2. Video profil digolongkan sebagai video informasi mengenai Rumah Ukulele
3. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia, karena khalayak sasaran video informasi ini adalah kewarganegaraan Indonesia
4. Video didominasi *effect* agar lebih menarik untuk dilihat

III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang digunakan yaitu berupa video profil yang digunakan sebagai media informasi tentang Rumah Ukulele. Video profil merupakan susunan atau gambaran singkat mengenai seseorang, organisasi, tempat, ataupun wilayah yang bergerak dan dapat memberikan ilusi. Video profil tersebut menggunakan visual gambar berupa gambaran mengenai lokasi, keberadaan Rumah Ukulele, sejarah,

fasilitas, kegiatan dan komunitas. Agar video profil tersebut terlihat menarik maka penggunaan elemen – elemen visual yang sesuai dengan khalayak sasaran sangatlah diperlukan. Dalam hal ini video profil tersebut diharapkan dapat memberikan informasi secara kreatif dan menarik sehingga mampu merangsang khalayak sasaran agar mudah memahami pesan yang ingin disampaikan.

1. *Copywrtting*

   Title : Rumah Ukulele

2. *Storyline*

   Opening : Video profil *House of Ukulele* diawali dengan menampilkan judul dan menampilkan ciri khas kota Bandung, agar audiens dapat mengetahui lokasi pembuatan video di Rumah Ukulele yang berada di Bandung.

3. *Video Content*

   Lokasi pengambilan gambar dilakukan di Rumah Ukulele Jl. Ancol Timur XIII. Pada video ini menggunakan teknik wawancara kepada pemilik Rumah Ukulele yang di dalamnya berisi lokasi, keberadaan Rumah Ukulele, sejarah, fasilitas, kegiatan dan komunitas.

4. *Closing*

   Video profil ini ditutup dengan menampilkan foto, dan logo "Rumah Ukulele*"*

III.2.7.2 *Storyboard*

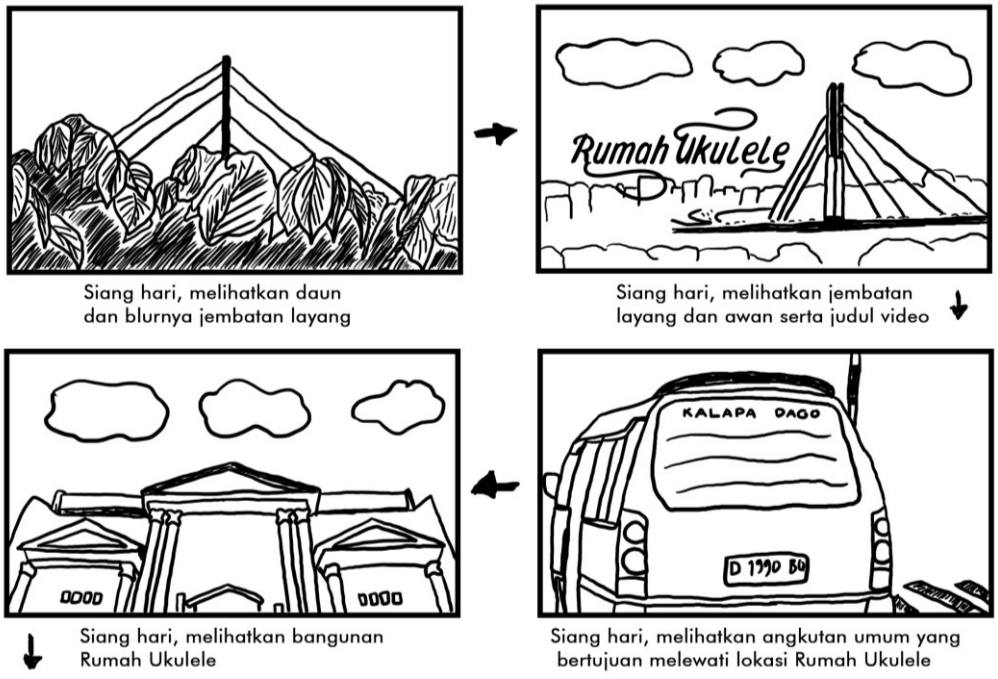
Menurut Helianthusonfri (2016:28) *storyboard* adalah representasi visual dari gambar yang akan diproduksi dalam video. Tahap pengambilan gambar menggunakan teknik long shot, medium shot , dan medium close up.

- Long Shot

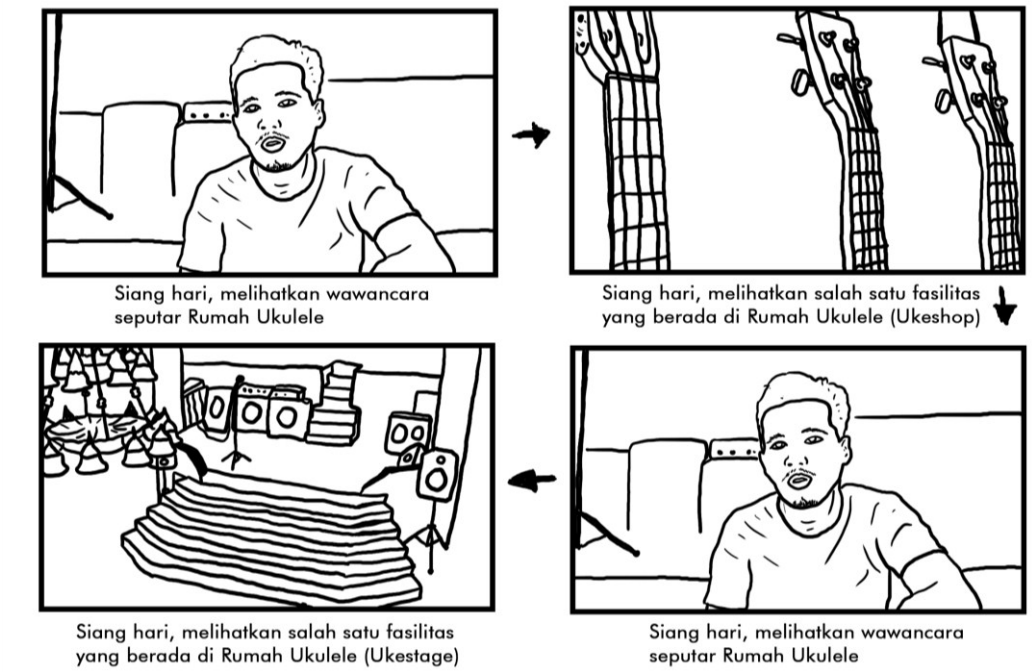
  Teknik menonjolkan subjek tanpa ada bagian yang terpotong.
- Medium Shot

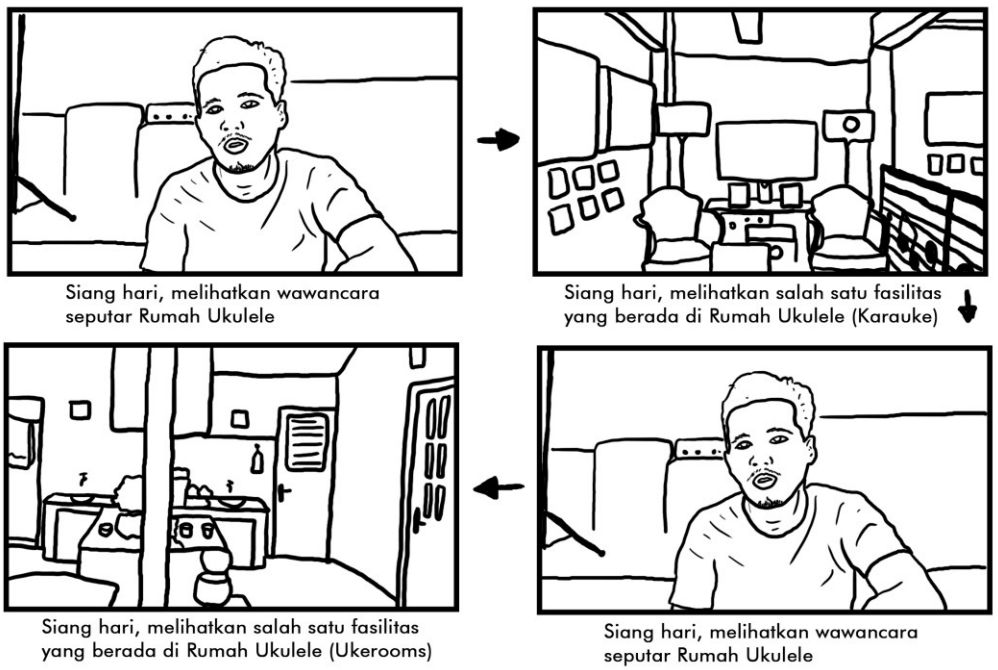
  Teknik pengambilan gambar dari ujung kepala sampai pinggul.
- Medium Close Up

  Teknik pengambilan gambar dari dada hingga kepala.



Gambar III.2 *Storyboard*
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Desember 2017)





Gambar III.3 *Storyboard*
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Desember 2017)

III.2.7.2 Media Pendukung

a. Media informasi :

- *Sign Direction*

  Sign direction merupakan simbol yang bertujuan sebagai media pesan atau perintah untuk melakukan interaksi dalam ruang publik. *Sign direction* sendiri dibuat bertujuan agar mengarahkan khalayak sasaran untuk mengetahui lokasi Rumah Ukulele

- *Teaser* Video

  Teaser video adalah cuplikan singkat mengenai konten dan isi video. Rumah Ukulele dari hasil video profil Rumah Ukulele tersebut. Oleh sebab itu teaser video digunakan sebagai cuplikan singkat mengenai Rumah Ukulele dari hasil video profil Rumah Ukulele tersebut.

- Konten Instagram

  Instagram merupakan salah satu media sosial yang berfungsi sebagai informasi dan promosi yang memiliki fitur berupa menampilkan beberapa foto maupun video yang kini banyak digunakan diberbagai belahan dunia. Jangkauan media tersebut sangat luas sehingga Instagram banyak digunakan sebagai media informasi yang baik. Dalam hal ini penggunaan Instagram kepada Rumah Ukulele bertujuan untuk memberikan informasi mengenai kebaradaan Rumah Ukulele.

- *Flyer*

  Flyer merupakan rincian jenis produk atau layanan usaha yang dilengkapi dengan gambar-gambar. Oleh sebab itu *flyer* digunakan bertujuan untuk memberikan informasi mengenai Rumah Ukulele.

- *Billboard*

  Billboard adalah bentuk informasi serta promosi iklan luar ruang dengan ukuran besar. Bisa disebut juga bentuk poster dengan ukuran yang lebih besar. *Billboard* termasuk model iklan luar ruang (*outdoor advertising*) yang paling banyak digunakan. Oleh sebab itu *billboard* digunakan bertujuan untuk memberikan informasi serta promosi mengenai Rumah Ukulele.

b. *Gimmick* :

- *Strap* Gitar Ukulele

  Strap gitar ukulele merupakan alat berupa tali yang digunakan untuk membantu dalam menopang alat musik ukulele. Tali tersebut dipasang pada area leher dan pundak untuk membantu meringankan beban serta memberikan kenyamanan dalam menggunakan ukulele. *Strap gitar* ukulele tersebut didapatkan ketika membeli 2 buah alat musik ukulele.

- *Pick* Gitar

  Pick gitar merupakan alat bantu untuk memetik gitar sehingga tidak perlu menyentuh jari secara langsung kesenar gitar. *Pick* gitar merupakan salah satu barang yang bisa didapatkan secara gratis ketika membeli alat musik ukulele.

- Kalender Dinding

  Kalender merupakan alat penghitung waktu, hari, bulan, dan tahun. Selain fungsi tersebut, kalender biasanya digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan identitas diri. Media tersebut bisa didapat pada saat menyewa studio tempat Rumah Ukulele, dan *tracking* lagu di Rumah Ukulele.

c. *Merchandise* :

- *T-Shirt*

  T-shirt merupakan jenis pakaian yang menutupi sebagian tangan dan tidak memiliki saku, kerah maupun kancing. *T-shirt* merupakan media yang sering digunakan sebagai identitas diri dari si pemakai itu sendiri. Dalam hal ini media tersebut dapat dijadikan sebagai *merchandise* yang dijual di sekitar area Rumah Ukulele. T-shirt tersebut dapat dibeli ketika momen ulang tahun Rumah Ukulele.

- *Softcase* Gitar ukulele (jenis *softcase* tas tipis tanpa busa)

  Softcase gitar ukulele merupakan alat yang digunakan sebagai pelindung alat musik khususnya gitar ukulele yang sangat fleksibel, ringan, dan mudah dibawa. Softcase gitar ukulele tersebut merupakan *merchandise* yang dijual disekitar Rumah Ukulele

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.

Strategi distribusi adalah upaya dalam mengatur waktu dan tempat dalam memudahkan penyebaran media. Penyebaran media tersebut terbagi menjadi dua cara yaitu *online* dan *offline*. Dalam hal ini yang dimaksud *online* yaitu dengan cara distribusi melalui media sosial yaitu Instagram, dan yang dimaksud *offline* yaitu dengan cara distribusi melalui Rumah Ukulele yang berada di Bandung. Target distribusi *online* dan *offline* tersebut yaitu komunitas ukulele serta pengunjung Rumah Ukulele.

Tabel III.1 Distribusi Tempat dan Waktu
Sumber: Dokumen Pribadi (24 Oktober 2017)

Media	Tempat	Waktu											
		Tahun 2017											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Teaser Video	Media *Online*												
Konten Instagram	Media *Online*												
Flyer	Media *Online* & Rumah ukulele												
Sign Direction	Trotoar												
Billboard	Rumah Ukulele												
Kalender	Rumah Ukulele												
Strap Gitar Ukulele	Rumah Ukulele												
T-Shirt	Rumah Ukulele												
Pick Gitar	Rumah Ukulele												

Softcase Gitar ukulele	Rumah Ukulele												

Tabel III.2 Distribusi Cara Mendapatkan
Sumber: Dokumen Pribadi (24 Oktober 2017)

Media	Distribusi
Teaser Video	*Teaser* Video didistribusikan di Youtube ataupun Instagram
Sign Direction	*Sign direction* ditempatkan pada trotoar jalan punkur dan jalan ancol.
Flyer	*Flyer* didistribusikan di area Rumah Ukulele.
Billboard	*Billboard* ditempatkan didepan Rumah Ukulele
Strap Gitar Ukulele	Strap Gitar Ukulele diberikan secara gratis pada saat membeli alat musik ukulele dengan merk Kreji
Kalender	Kalender didapatkan secara gratis ketika menyewa fasilitas di Ukestage.
Pick Gitar	Pick Gitar diberikan secara gratis pada saat membeli alat musik ukulele dengan merk Gelo.
T-Shirt	*T-Shirt* dapat dibeli di area Rumah Ukulele.
Konten *Instagram*	Instagram memberikan informasi seputar kegiatan atau informasi lainnya selama satu kali dalam seminggu.
Softcase Gitar Ukulele	Alat tersebut dapat dibeli di area Rumah Ukulele.

III.3 Konsep Visual

Konsep dari video informasi ini yaitu menampilkan Rumah Ukulele yang memiliki berbagai fasilitas dan fungsi didalamnya. Video informasi ini ditata sedemikian rupa agar menarik dan pesan dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran.

III.3.1 Format Desain

Video informasi Rumah Ukulele yang berjudul *"*Rumah Ukulele*"* dibuat dengan format Mpeg-4 atau Mp4 (codec.H.264) *High Bitrate* agar video tersebut berkualitas tinggi dan terlihat jelas.

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Penggunaan Tata Letak atau *Layout* merupakan upaya dalam menyajikan sebuah konten dengan beberapa elemen visual seperti gambar, foto dan teks didalamnya yang bertujuan untuk memudahkan serta memberikan kenyamanan terhadap khalayak sasaran. *Layout* menurut Tom Lincy (Seperti dikutip Adi Kusrianto, 2007 : h.277) yaitu :

- Proporsi (*proportion*)
- Keseimbangan (*balance*)
- Kontras (*contrast*)
- Irama (*rhythm*)
- Kesatuan (*unity*)

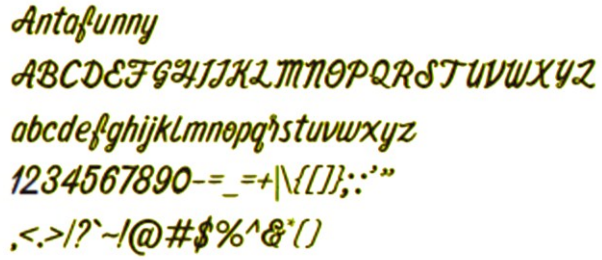
Dalam video profil ini perancang menambahkan subtitile yang mengiringi *voice over*. *Subtitle* diberi warna putih dengan *background* abu agar memperjelas tulisan dan disimpan dibagian bawah supaya tidak mengganggu pandangan terhadap media utama.



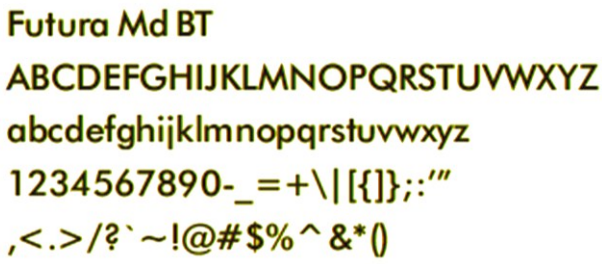
Gambar III.4 *Layout*
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Januari 2018)

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan elemen penting dalam merancang bentuk huruf, elemen tersebut sering digunakan sebagai alat komunikasi dalam menyampaikan sebuah pesan. Menurut Tinarbuko (2009 : 24) tipografi merupakan pemilihan bentuk huruf, besar huruf, cara dan teknik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat sesuai dengan karakter pesan yang ingin disampaikan. Dalam perancangan Video profil ini, penggunaan Judul dan nama menggunakan huruf san serif dari "Antafunny" yang dirancang oleh 'Aprialdhi Adhiwarna Sugih' dibuat pada tahun 2018 dengan legalitas berbayar seharga $6 dollar. *Subtitle* teks menggunakan huruf san serif dari "Futura Md BT" (normal) yang dirancang oleh Paul Renner dibuat pada tahun 1927. Hal tersebut berkaitan dengan huruf tersebut memiliki aspek kejelasan bentuk sebuah huruf (*legibility*) yang baik serta mudah dibaca (*readability)* .



Gambar III.5 Tipografi Antafunny
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Januari 2018)



Gambar III.6 Tipografi Futura Md Bt
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Januari 2018)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan elemen gambar yang dapat menjelaskan sebuah teks atau naskah untuk dapat menyampaikan pesan berupa visual gambar sehingga khalayak sasaran dapat dengan mudah mengingat suatu konten atau materi. Menurut Kusrioanto (2007: h140) ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang di manfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual.

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan ini yaitu menggunakan teknik video. Menurut Munir (2015 : 289) video adalah teknologi penangkapan, perekaman, pengolahan, penyimpanan, pemindahan, dan perekonstruksian urutan gambar diam dengan menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara elektronik. Dalam hal ini video bertujuan untuk memvisualisasikan teknik dasar yang ingin disampaikan terhadap khalayak sasaran.

III.3.4.1 Aktor

Aktor atau seniman pemeran merupakan selaku peran yang mewakili suatu pertunjukan dalam sebuah karya untuk menyampaikan pesan dengan mudah dan dimengerti oleh khalayak sasaran.

1. R. Ario Stevano

R. Ario Stevano adalah selaku *owner* atau pemilik Rumah Ukulele. Pada video ini, R. Ario Stevano berperan sebagai narasumber untuk menginformasikan mengenai fungsi fasilitas, kegiatan, dan sejarah asal usul terbentuknya Rumah Ukulele.



Gambar III.7 Aktor (R. Ario Stevano)
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Januari 2018)

2. Moebmoeb

Moebmoeb merupakan salah satu pengunjung yang telah menggunakan fasilitas yang berada di Rumah Ukulele. Pada video ini, Moebmoeb berperan sebagai sumber wawancara atau testimoni saat berkunjung kedalam Rumah Ukulele.



Gambar III.8 Aktor (Moebmoeb)
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Januari 2018)

3. Laemones

Laemones merupakan salah satu pengunjung yang telah menggunakan fasilitas yang berada di Rumah Ukulele. Pada video ini, Laemones berperan sebagai sumber wawancara atau testimoni saat berkunjung kedalam Rumah Ukulele.



Gambar III.9 Aktor (Laemones)
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Januari 2018)

4. Huda

Huda merupakan salah satu pengunjung yang telah menggunakan fasilitas yang berada di Rumah Ukulele. Pada video ini, Huda berperan sebagai sumber wawancara atau testimoni saat berkunjung kedalam Rumah Ukulele.



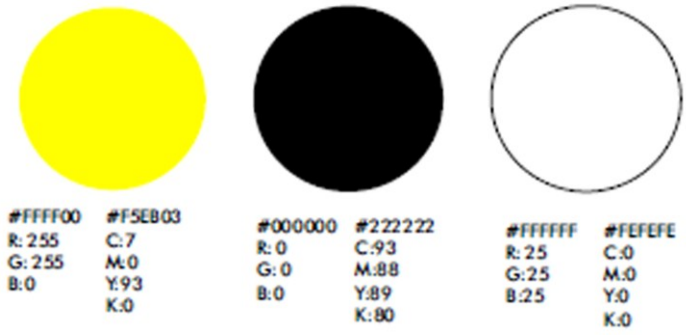
Gambar III.10 Aktor (Huda)
Sumber : Dokumen Pribadi (13 Januari 2018)

III.3.5 Warna

Warna merupakan bagian elemen penting dalam sebuah desain, selain itu warna juga dapat berperan sebagai elemen estetis yang dapat mewakili sebuah tampilan

gambar. Menurut Kusrianto (2007: h. 46) warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, *mood* atau semangat, beserta yang lainnya.

Gambar III.11 Logo Rumah Ukulele
Sumber : Dokumen Perusahaan Rumah Ukulele (24 Oktober 2017)



Gambar III.12 Warna Yang Digunakan
Sumber : Dokumen Pribadi (13 januari 2018)

Warna menggunakan mode warna RGB. Warna yang digunakan yaitu warna kuning, hitam, dan putih. Menurut Molly E. Holzschlag (seperti dikutip Adi Kusrianto, 2007 : h.47) warna tersebut memiliki arti dan makna berikut :

- Hitam.

Warna Hitam memiliki makna kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, keanggunan

- Putih

Warna putih memiliki makna simbol kemurnian atau suci, bersih, kecermatan, inocent, steril, kematian

- Kuning

Warna kuning memiliki makna optimis, harapan, filosofi, ketidak jujuran atau kecurangan, pengecut, penghianatan

Warna-warna ini merupakan warna yang lebih terkait dengan identitas Rumah Ukulele sebelumnya.