BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Prisgunanto (dalam Rahmadhani, 2017) khalayak sasaran diartikan sebagai "Orang-orang atau pihak yang terlibat atau tertuju, baik dalam proses komunikasi antar organisasi atau mereka yang berada di luar organisasi itu sendiri" (h.2)

III.1.1 Demografis

Demografis adalah ilmu yang mempelajari secara statistika dan matematika tentang besar, komposisi dan distribusi penduduk serta perubahan-perubahannnya sepanjang masa melalu bekerjanya 5 komponen demografi, yaitu kelahiran, kematian, perkawinan, migrasi, dan monilitas sosial (Donald J. Bogue, 1973).

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Usia : 18-40 tahun
- Status ekonimi : Menengah

Alasan penetapan khalayak sasaran diumur 18-40 tahun karena di masa dewasa dini seseorang sudah lebih mengangap nilai-nilai pendidikan sebagai hal yang penting (Hurlock, 2002, h.251).

III.1.2 Geografis

Bintarto (1977) Geografi Ilmu mempelajari hubungan tanda-tanda di permukaan bumi dan peristiwa-peristiwa yang terjadi di permukaan bumi, baik secara fisik maupun yang menyangkut makhluk hidup beserta permasalahannya melalui pendekatan keruangan, ekologi, dan regional untuk kepentingan program, proses, dan keberhasilan pembangunan. Khalayak yang dituju adalah Kalangan masyarakat Indonesia dan khususnya kalangan yang ada di Kota Palembang.

III.1.3 Psikografis

"Psikografis adalah pengelompokan pasar berdasarkan gaya hidup, kelas sosial, atau karakteristik kepribadian individu. Dari sebuah segmen demografis yang sama bisa saja memiliki psikologis yang berbeda" (Kotler, 2008, h.226).

Psikologis yang dituju dalam perancangan ini adalah pengunjung yang memiliki motivasi tematik/intelektual. Dijelaskan oleh Pott (seperti dikutip Sutaarga, 1989, h.82) pengunjung dengan motivasi tematik/intelektual adalah orang-orang yang ingin mendapatkan informasi yang lebih banyak tentang apa yang dilihat ketika mengunjungi sebuah kawasan Benteng Kuto Besak yang ada di kota Palembang.

III.2. Strategi Perancangan

Perencanaan strategi adalah bagian dari manajemen strategis yang berguna untuk memperjelas tujuan dan sasaran, dan memilih berbagai kebijakan, terutama dalam memperoleh dan mengelola sumber daya, serta menciptakan pedoman dalam menerjemahkan kebijakan organisasi.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan media informasi ini adalah bermaksud untuk memberikan informasi dan mengajak target audien untuk lebih lebih sadar lagi bahwa pentingnya mengenai adanya sejarah dan nilai-nilai perjuangan yang ada di kawasan Benteng Kuto Besak.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

III.2.2.1 Komunikasi Verbal

Zuhri (2010:39) menyatakan bahwa komunikasi verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bahasa, baik berupa bahasa lisan maupun bahasa tulisan". Penting untuk diketahui bahwa dalam kegiatan bisnis peran komunikasi verbal sangat dominan.

Komunikasi verbal yang akan dilakukan ini agar pesan atau tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan Foto *Slide Show* Kawasan Benteng Kuto Besak dengan beberapa kata pendukung yang menggunakan bahasa Indonesia tidak baku agar *target audience* dapat dengan mudah mengerti dengan pesan yang akan disampaikan.

III.2.2.2 Pendekatan Visual

Gaya visual yang digunakan dalam pendekatan perancangan Foto *Slide Show* Kawasan Benteng Kuto Besak ini menggunakan teknik Fotografi dan ditambah sebagian teks untuk menyampaikan informasi yang ada di dalam foto dan jenis-jenis teknik yang digunakan untuk membuat Foto *Slide Show* Kawasan Benteng Kuto Besak sebagai berikut:

- *Stage Fotografi* adalah semua foto yang menampilkan aktivitas/gaya hidup manusia yang merupakan bagian dari budaya dan dunia *entertainment* untuk dieksploitasi dan menjadi bahan yang menarik untuk divisualisasikan.



Gambar III.48 *Stage* Fotografi
Sumber: https://4.bp.blogspot.com (diakses pada 26/7/2018 pada pukul 6.40)

- *LandScape* Fotografi Teknik ini dimaksudkan untuk menunjukkan ruang yang berbeda dalam dunia, kadang-kadang luas dan tak berujung, tapi kali lain mikroskopis. Foto-foto biasanya menangkap kehadiran alam dan sering bebas dari penghalang buatan manusia pengambilan mode ini untuk mendokumentasikan ruang serta menyampaikan apresiasi dari pemandangan.



Gambar III.49 *Landscape* Fotografi
Sumber: https://il.bp.blogspot.com (diakses pada 26/7/2018 pada pukul 7.40)

III.2.3 *Mandatory*

Wonderful Indonesia adalah pemberi pesan dari perancangan ini, yang bertujuan agar membuat masyarakat sadar dan mengetahui dengan jelas mengenai kawasan

Benteng Kuto Besak yang memiliki banyak sekali sejarah-sejarah dan nilai perjuangan. Selain itu sesuai dengan kata "*Wonderful*" atau "Pesona" mengandung janji bahwa Indonesia Kaya dengan Ketakjuban dari segala aspek manusia dan yang menjanjikan pengalaman baru bagi wisatawan.

Gambar III.50 Logo Wonderful Indonesia
Sumber: https://ambassadeindonesie.fr (diakses pada 25/6/2018 pada pukul 6.40)

III.2.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan dalam perancangan ini adalah pendekatan kreatif pada anak remaja dan dewasa awal dengan menampilkan objek foto bangunan sejarah yang ada di kawasan Benteng Kuto Besak. Penjelasan mengenai bangunan dan peninggalan sejarah yang ada di kawasan Benteng Kuto Besak ini, dan pemilihan media dalam perancangan ini adalah video, pemilihan media video ini bertujuan agar masyarakat dan wisatawan yang berkunjung dikawasan ini sadar akan nilai sejarah dan nilai perjuangan yang ada di kawasan Benteng Kuto Besak



Gambar III.51 Benteng Kuto Besak Tempo Dulu
Sumber: https://pojokwisataid.wordpress.com (diakses pada 26/7/2018 pada pukul 8.40)



Gambar III.52 Museum Sultan Mahmud Badarudiin II
Sumber: https://pojokwisataid.wordpress.com (diakses pada 26/7/2018 pada pukul 8.40)

Langkah-langkah awal dalam melakukan perancangan ini yaitu dengan survei langsung di kawasan Benteng Kuto Besak untuk mencari data mengenai kawasan tersebut, selanjutnya mengambil foto-foto objek bangunan sejarah yang ada dikawasan tersebut, setelah itu adanya pembuatan *storytelling* dan *storyboard* agar perancangan informasi yang dibuat dapat sesuai dan diterima baik oleh masyarakat.

III.2.5 Strategi Media

Media penyampaian informasi yang diberikan harus tepat agar penyampaian informasi yang akan disampaikan kepada khalayak dapat diterima dengan baik, dan dapat menjadi solusi yang dapat memecahkan permasalahan yang terjadi. Strategi yang digunakan adalah perancangan kawasan Benteng Kuto Besak melalui media video yang berisi foto dan penjelasan informasi mengenai sejarah yang ada di kawasan Benteng Kuto Besak.

- Media Utama Video

  Media utama dalam perancangan informasi ini adalah berupa video menurut Arsyad (2011, h.4) mengemukakan bahwa media sebagai bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai pada penerima yang dituju. Video perancancangan ini diharapkan mampu menyadarkan masyarakat akan pentingnya informasi mengenai sejarah dan perjuangan.

  Video yang akan dirancang dengan format 1920x1080 pixel dengan berisikan foto dan penjelasan informasi tentang sejarah-sejarah yang ada dikawasan tersebut.

- Media Pendukung

  Media pendukung merupakan media tambahan untuk mendukung dan memberi nilai tambah dari media utama. Media pendukung ini diharapkan dapat membantu pengunjung agar lebih tahu dan mengenal objek-objek yang ada dikawasan Benteng Kuto Besak. Adapun media pendukung yang digunakan meliputi:

- Mug

  Media ini dibuat karena dapat digunakan sebagai pengingat khalayak yang berkunjung di kawasan Benteng Kuto Besak dan akan dijual dengan harga Rp.50.000,-
- Kaos

  Media ini dibuat untuk digunakan sebagai media promosi dan juga bisa digunakan sebagai pengingat khalayak yang berkunjung di kawasan Benteng Kuto Besak dan dibuat hanya terbatas dan dijual dengan harga Rp.150.000,-
- Stiker

  Media ini dibuat untuk digunakan sebagai pengingat khalayak yang berkunjung di kawasan Benteng Kuto Besak dan diberikan setelah membeli baju dan media ini dapat ditempel dimana saja.
- *Tote bag*

  Media ini dibuat untuk digunakan sebagai pengingat khalayak yang berkunjung di kawasan Benteng Kuto Besak dan akan dijual dengan harga Rp.80.000,-
- Pin

  Media ini dibuat untuk digunakan sebagai pengingat khalayak yang berkunjung di kawasan Benteng Kuto Besak dan diberikan setelah membeli totegab.
- Gantungan Kunci

  Media ini dibuat untuk digunakan sebagai pengingat khalayak yang berkunjung di kawasan Benteng Kuto Besak dengan harga Rp.25000,-
- *X-Banner*

  Media ini dibuat untuk digunakan sebagai sambutan bagi khalayak dan sebagai media informasi singkat mengenai sejarah di Kawasan Benteng Kuto Besak

- Poster

  Media ini digunakan untuk menyampaikan informasi dan sebagai sarana untuk mengenalkan objek-objek yang ada di Kawasan Benteng Kuto Besak.
- *Flyer*

  Media ini berfungsi sebagai media informasi singkat untuk memberitahukan mengenai sejarah objek yang dibuat di dalam bentuk selembaran dan di dapatkan setelah membeli tiket masuk .
- Maket

  Media sarana untuk memperlihatkan detail bangunan dan kawasan secara 3d (terbangun).

III.2.6 Strategi Distribusi

Khalayak sasaran pada informasi ini adalah masyarakat pada umumnya remaja dan dewasa awal. Cara pendistribusian yang akan dilakukan diantaranya melalui:

- Melalui media *videotron* maka khalayak sasaran pada jam-jam tertentu memiliki kontak dan pengeliatan terhadap media *videotron* yang ditampilkan di kawasan Benteng Kuto Besak.

Tabel III.1 Distribusi

Sumber: Dokumen Pribadi

Media	Bulan												Tempat
	Agustus 2018				September 2018				Oktober 2018				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Videotron	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Di Lokasi Kawasan Benteng Kuto Besak Di Palembang tepat nya di Museum Sultan Mahmud Baddarudin
Baju	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	
Poster	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	
X-Banner	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓	-	-	-	
Mug	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓	-	-	-	
Sticker	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓	-	-	-	
Totebag	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	
Gantungan kunci	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Pin	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Maket	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Flayer	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	

III.2.7 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan pada perancangan informasi kawasan Benteng Kuto Besak ini menampilkan visualisasi mengunakan foto-foto dan penjelasan mengenai informasi sejarah yang ada di kawasan Benteng Kuto Besak dan hasil akhir dari media perancangan ini ialah video.

III.2.7.1 Format Desain

Desain perancangan informasi mengenai kawasan Benteng Kuto Besak ini di buat dalam bentuk video. Video ini berdurasi 04:27 menit yang menampilkan foto-foto bangunan dan peninggalan sejarah yang berisikan penjelasan mengenai informasi sejarah yang ada di kawasan Benteng Kuto Besak. Berikut ini format yang digunakan untuk pembuatan video mengenai Kawasan Benteng Kuto Besak:

Frame size : 1920px x 1080px.

Frame rate : Frame per second

Format Video : MP4 Video files

Duration : 00:00:00

Audio Bit Rate : Kbps

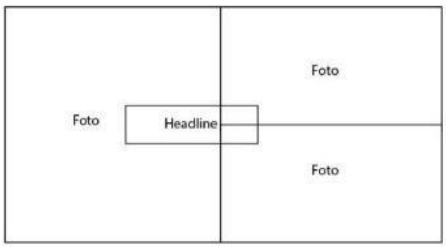
Audio Sampel Rate : kHz

Format Audio : Mp3

III.2.7.2 Tata Letak

Untuk menarik perhatian minat khalayak maka tampilan harus di desain sebaik mungkin mulai dari tata letak , tipografi, dan foto. Berikut adalah tampilan tata letak dalam video ini.

Dalam tata letak cover video ini berisi 3 foto yang disatukan, dalam foto tersebut terdapat bangunan yang ada di dalam kawasan Benteng Kuto Besak diantaranya Benteng Kuto Besak, Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, dan Tugu Iwak Belido dan dibagian tengah dalam tatak letak ini terdapat sebuah *text Headline* mengenai bangunan tersebut.

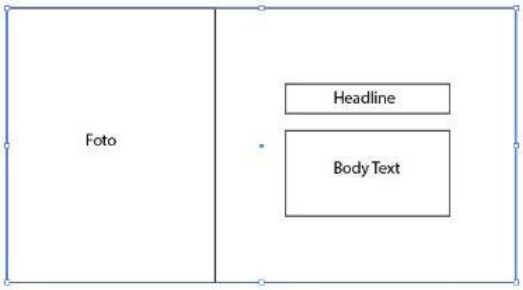


Gambar III.53 Tata letak cover video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

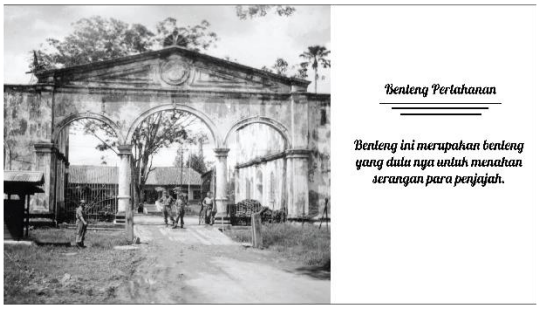


Gambar III.54 Tata letak cover video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Dalam tatak letak isi video ini menampilkan layout yang sederhana yang bertujuan untuk mempermudah khalayak sasaran mengerti dan dapat menerima informasi yang disampaikan dalam video ini, di dalam tata letak vidio ini memfokuskan terhadap bagunan utama dalam kawasan tersebut

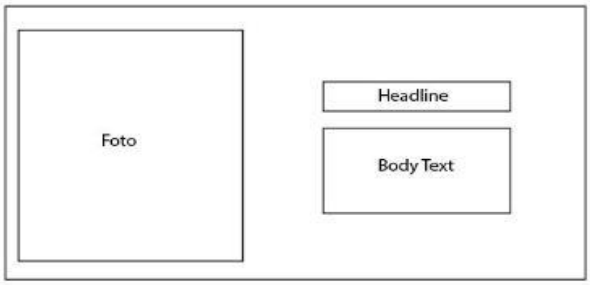


Gambar III.55 Tata letak Isi Video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar III.56 Tata letak Isi Video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Dalam tatak letak vidio ini memfokuskan isi bagian yang ada di dalam Museum Sultan Mahmud Badaruddin II yang berupa peninggalan pada masa Kesultanan Palembang dan menggunakan tatak letak yang sederhana agar dapat muda diterima oleh khalayak sasaran



Gambar III.57 Tata letak Isi Bagian Museum
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar III.58 Tata letak Isi Bagian Museum
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.2.7.3 Tipografi

Pemilihan jenis huruf sangat ia penting digunakan karena sangat berpengaruh dalam perancangan karya. Dalam perancangan media informasi ini jenis huruf yang digunakan mempunyai karakter yang unik, kuat dan cocok untuk penyampaian informasi ini. Huruf ini memiliki ketebalan yang cukup baik sehingga informasi yang disampaikan dapat terlihat dengan jelas, adapun huruf yang digunakan adalah:



Gambar III.59 Tipografi Headline dan isi Video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

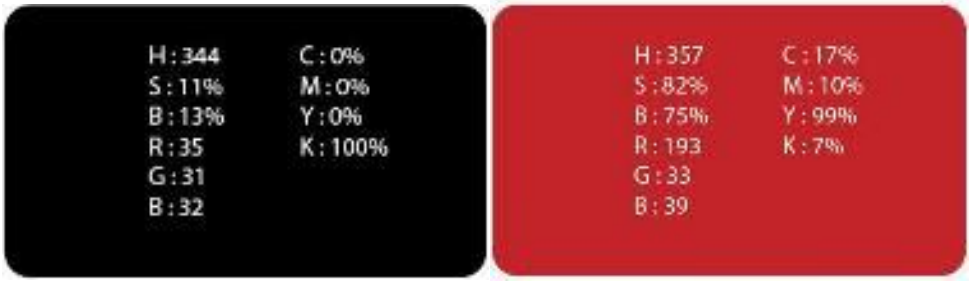


Gambar III.60 Tipografi isi Poster dan *X-banner*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.2.7.4 Warna

Warna yang digunakan pada media perancangan informasi ini mengunakan warna-warna dasar. Berikut warna-warna yang digunakan:

- Menurut Sanyoto (2005) "Warna hitam adalah warna yang berasosiasi dengan misteri dan warna hitam juga mepunyai sifat menekan".
- Menurut Eisman, Leatrice. (2006). "Warna merah identik dengan warna darah dan api. Warna merah sering diasosiasikan dengan energy, perang, bahaya, kekuatan, nafsu dan cinta. Warna merah merupakan warna yang memiliki intensitas yang tinggi".



Gambar III.61 Warna Media Perancangan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.2.7.5 Audio

Audio yang digunakan di perancangan ini menggunakan audio intsrumen menurut Sudjana dan Rivai (2010, 129) media audio merupakan media yang dapat

digunakan sebagai media pengajaran dan dapat merangsang pikiran, perhatian, perasaan, dan juga kemauan. Instrumen yang digunakan di dalam perancangan ini merupakan lagu khas yang berasal dari kota Palembang, tujuan dalam menggunakan instrumen di dalam perancangan ini agar khalayak sasaran atau pengunjung yang melihat film ini tidak merasa bosan saat melihat perancangan informasi mengenai kawasan Benteng Kuto Besak

III.2.7.6 Transisi

Transisi ialah suatu efek gerakan yang muncul saat menuju *slide* foto yang berada di halaman selanjutnya. Selain itu penggunaan transisi bertujuan untuk membuat efek perpindahan sebuah foto menjadi menarik dan tidak terlihat *flat* atau biasa saja, dengan adanya efek transisi di dalam foto atau video dapat menambah daya tarik khalayak sasaran untuk menikmati film atau video yang telah ditampilkan. Selain itu agar tidak memunculkan rasa bosan maka dari penggunaan transisi atau efek-efek lainnya dalam pembuatan video atau film sangatlah penting untuk digunakan.