BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Pada bab ini perancangan menyusun strategi perancangan yang menyusun beberapa aspek khalayak sasaran, strategi perancangan, tujuan komunikasi, pendekatan komunikasi, pendekatan visual, pendekatan verbal, *mandatory*, materi pesan, gaya bahasa, strategi kreatif, dan strategi media.

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran digunakan untuk menentukan target sasaran yang ingin dicapai, agar pesan informasi tersampaikan dengan baik. Kamus Besar Bahasa Indonesia khalayak sasaran merupakan sekelompok masyarakat yang dijadikan sasaran hubungan untuk berkomunikasi. Dalam hal ini khalayak sasaran dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

III.1.1 Segmentasi

- **Demografis**

- Sasaran : Remaja
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : Remaja 15 – 21 tahun
- Pendidikan : SMA - Mahasiswa
- Kelas sosial : Kalangan bawah hingga kalangan atas
- Target Primer : Remaja
- Target Sekunder : Masyarakat Luas

Pemilihan khalayak sasaran untuk perancangan ini adalah remaja berusia 15 – 21 tahun. Dikarenakan usia–usia tersebut seseorang masih mencari jati diri dan memiliki pola pikir yang labil dalam bertindak menghadapi suatu permasalahan.

- **Geografis**

  Geografis khalayak sasaran yang akan ditentukan sebagai adalah wilayah atau kota dimana kalayak tinggal tempat dan iklim pada wilayah tersebut diantaranya adalah sebagai berikut.

- Wilayah : Kota Bandung
- Tempat : Urban
- Iklim : Tropis

Khalayak sasaran perancangan ditentukan pada lokasi geografis yang berada di Kota Bandung. Karena penelitian dan perancangan dilakukan di Kota Bandung.

- **Psikografis**

Pada masa usia remaja akan mencari jati dirinya untuk menjadi penentu dimasa dewasa dan masa remaja lebih ingin memiliki pemikiran yang sama dengan orang dewasa (Maetiningsih, 2008). Hal tersebut menunjukkan bahwa remaja yang menjadi khalayak sasaran akan lebih mudah untuk menerima informasi yang diberikan untuk menambah wawasan pemikiran mengenai *self-injury*, diharapkan khalayak sasaran dapat mencari jati diri dengan pemikiran positif.

III.1.2 *Consumer Journey*

Berikut ini adalah *Consumer Journey* dari target khalayak yang ditentukan, yaitu remaja usia 15 – 21 tahun yang biasanya berstatus SMA dan Sarjana.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Data Pribadi

Suasana	**Jam**	**Kegiatan**	**Tempat**	**Point Of Contact**
Pagi	05.30	Bangun tidur	Kamar tidur	Jam dinding
	06.00	Mandi	Kamar mandi	*T-Shirt*
	06.30	Berpakaian	Kamar tidur	*T-Shirt*, gantungan kunci
	07.00	Berangkat kerja atau Sekolah	Jalan Raya	Gantungan kunci, stiker, pin, *tote bag*

Siang	12.00	Istirahat, makan siang, bermain gawai	Kantin, taman	Stiker, poster, *x-banner*, *teaser*
	13.00	Kerja, belajar	Ruangan	Stiker, gantungan kunci, buku catatan
Sore	14.00	Bermain, Jalan-jalan	Taman, Mall, Tempat Caffe	*T-Shirt*, stiker, gantungan kunci, pin, *x-banner*, *tote bag*
	17.00	Pulang	Jalan Raya	Stiker, gantungan kunci, *tote bag*
	17.30	Bersantai, bermain gawai	Rumah	Jam dinding, poster
	18.00	Mandi	Kamar mandi	*T-shirt*
	18.30	Berpakaian	Kamar tidur	*T-shirt*, Jam dinding
Malam	19.00	Bermain gawai, Mendengarkan musik	Kamar tidur	Jam dinding, *teaser*
	22.00	Tidur	Kamar tidur	Jam dinding

Dari isi tabel *consumer journey* ini dapat disimpulkan bahwa remaja sering malakukan kegiatan belajar dan bermain bersama. Biasanya ini terjadi saat sepulang pulang sekolah atau kerja. Selain itu, ada juga remaja yang melakukan aktivitasnya menyendiri didalam kamar dengan mendengarkan musik dan bermain gawai.

III.1.3 *Consumer Insight*

Consumer insight merupakan kemampuan produsen dalam mempelajari kebutuhan khalayak sasaran sehingga mampu menciptakan interaksi yang saling menguntungkan serta konsisten antara khalayak sasaran dan produsen dalam hal

pelayanan (Warni, 2016). *Consumer insight* dalam perancangan media informasi *self-injury* sebagai berikut:

- Menganggap *self-injury* sebagai cara mencari perhatian orang lain.
- Mengetahui *self-injury* sebatas menyayat tangan.
- Menganggap sepele terhadap *self-injury*.
- Sering di*bully* teman sekitar.
- Merasa diasingkan dilingkungan
- Tidak diperdulikan didalam keluarga.

III.2 Strategi Perancangan

Berdasarkan dari latar belakang aspek strategi perancangan menggunakan media video informasi. Video Informasi Dwyer (seperti dikutip Mufarokah, 2009, h.17) 94% mampu memberikan masuknya pesan informasi ke dalam jiwa manusia yang memlalui indera pengelihatan dan indera pendengaran serta daya ingat manusia 50% informasi langsung dapat ingat oleh otak dan juga pesan informasi yang disampaikan melalui video dapat mempengaruhi emosi khalayak sasaran. Perancangan media video informasi bertujuan untuk menyampaikan pesan tentang *self-injury* yang akan dikemas sedemikian rupa dan semenarik mungkin agar pesan informasi yang disampaikan dapat di mengerti oleh khayalak sasaran dengan baik.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah proses pengiriman pesan informasi kepada penerima antara dua individu atau lebih. Informasi yang disamapaikan dapat berupa bentuk pertolongan kepada orang lain atau dapat memberikan nasehat dan motivasi dalam mencapai suatu tujuan. Selain itu juga tujuan komunikasi dapat dikatakan sebagai perubahan tingkah laku seseorang dalam mengambil suatu keputusan secara baik dan efektif Curtis (seperti dikutip Solihat, 2014, h.8).

Tujuan komunikasi dalam media video informasi yaitu memberikan informasi terhadap khalayak sasaran mengenai *self-injury*, bertujuan untuk menginformasikan secara lengkap mengenai tentang bagaimana seseorang melakukan perilaku *self-injury*, selain itu juga dapat mengakibatkan kecanduan

melakukan *self-injury* dan lebih berbahayanya lagi jika dibiarkan dapat menimbulkan kematian, seperti memotong urat nadi dibagian pergelangan tangan dan meminum cairan beracun. Adapaun cara penyembuhannya dengan cara berkonsultasi dengan psikolog, melakukan olah raga, mengubah polah pikir yang lebih positif, mengobrol dengan teman, bepergian ketempat rekreasi.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan cara menyampaikan pesan secara lisan maupun verbal yang dapat dimengerti, sehingga komunikasi merupakan peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan atau gagasan yang ingin disampaikan secara berlangsung bertatap muka antara individu dan individu lainnya mapun lebih dari beberapa individu. (Wiryanto, 2004, h.32).

Pendekatan komunikasi menggunakan media audio visual yang memiliki unsur suara dan gambar. Konsep media informasi audio visual memiliki kemapuan yang lebih baik dalam memberikan informasi kepada khalayak sasaran, karena meliputi jenis media visual (pengelihatan) dan *auditif* (pendengaran).

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Merupakan komunikasi secara visual yang berupaya untuk menyampaikan pesan informasi dalam bentuk gambaran. Komunikasi visual menggunakan mata untuk alat pengelihatan dalam suatu konten (Kusrianto, 2007, h.10). Komunikasi visual merupakan komunikasi yang menggunakan bahasa visual yang menjadikan penyampian utama pesan informasi dari segala sesuatu yang dapat dilihat untuk menyampaikan arti, makna dan pesan. Pendekatan Visual yang akan dalam perancangan menggukan beberapa elemen yaitu:

1. *Subtitle*, sebagai tampilan teks yang bertujuan untuk memperjelas *voiceover* dari video.
2. *Movie*, memberikan gambaran visual rekaman tentang *self-injury* dan penjelasan dari psikolog.

3. *Video effect*, bertujuan untuk memberikan *effect color grading* dan memberikan transisi *dissolve* untuk perpindahan gambar ke gambar lainnya agar lebih manarik dan tidak terlihat kaku.

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Kamus Besar Bahasa Indonesia pendekatan verbal merupakan komunikasi yang menggunakan kata-kata lisan. Pendekatan ini sering digunakan dalam hubungan anatar manusia untuk mengungkapkan kata-kata dari perasaan, pemikiran dan emosi yang dialami. Pendekatan verbal dalam perancangan informasi menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan menggunakan kosakata yang mudah untuk dipahami oleh khalayak sasaran. Agar pesan informasi yang disampaikan melalui video informasi dapat dipahami dan tersampaikan dengan baik.

III.2.2.3 Pendekatan Audio

Kamus Besar Bahasa Indonesia pendekatan audio merupakan alat peraga yang dapat ditangkap oleh indera pendengar. Dalam perancangan video informasi ini menggunakan pendekatan audio sebagai alat pendengar untuk membangun suasana emosianal dari pesan informasi yang ingin disampaikan melalui narasi dan musik kepada khalayak sasaran.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan suatu pihak yang memberikan perintah berupa amanah atau mandat. Dalam hal ini juga berperan penting dalam memberikan sumber data untuk dibuatnya perancangan video informasi tentang *self-injury*, dampak yang ditumbulkan *self-injury* serta penanganan dari *self-injury*.



Gambar III.1 Rumah Sakit Al Islam
Sumber: Data Pribadi

III.2.4 Materi Pesan

Dalam perancangan media informasi terdapat beberapa materi pesan yang ingin disampaikan mengenai informasi yang diberikan kepada khalayak sasaran diantaranya adalah:

1. Mengenai para pelaku dalam melakukan *self-injury* seperti manyayat-nyayat bagian tangan, menjambak rambut, membenturkan kepala kedinding, memukul wajah.
2. Mengenai dampak yang ditimbulkan *self-injury* jika dilakukan berulang-ulang kali yang dapat menyebabkan kecanduan dan kematian seperti menyayat urat nadi dibagian pergelangan tangan, meminum cairan yang beracun.
3. Mengenai penanggulangan penyembuhan *self-injury* seperti berolah raga, mengobrol dengan teman, bepergian ke tempat rekreasi dan konsultasi ke psikolog atau ke psikeater.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa menggunakan bahasa majas repetisi dan majas klimaks yang merupakan dari pengulangan kata-kata atau sebutan secara berulang-ulang semakin lama semakin memuncak. Selain itu juga menggunakan bahasa indonesia yang tidak formal atau menggunakan bahasa sehari-hari. Sehingga pesan informasi yang ingin disampaikan dapat lebih menarik untuk dilihat dan dipahami maupun diartikan dengain baik oleh para khalayak sasaran. Sehingga pesan informasi dalam perancangan ini dapat mudah diterima. Khususnya khalayak sasaran golongan remaja.

III.2.6 Strategi Kreatif

Perancangan media kreatif bertujuan untuk menginformasikan aspek - aspek yang perlu diketahui tentang *self-injury*, dampak yang ditimbulkan serta penanggulangan penyembuhan. Menggunakan teknik pengambilan gambar yang bervariasi dari sudut pengambilan gambar kamera seperti *medium long shot, long shot, close up.* Sehingga konten yang ditampilkan lebih menarik khalayak sasaran dengan baik

untuk melihatnya. Video *self-injury* merupakan media informasi yang tepat unutk memberikan informasi bagi para khalayak sasaran.

Strategi kreatif dalam perancangan ini meliputi *Copywriting*, *Storyline*, dan Visualisasi

- *Tagline*

  Dengan penulisan "Suka Melukai Diri Sendiri" yang merupakan judul dari media video informasi.

- *Copywriting*

  Dengan penulisan berupa "*Written on her arms*", artinya "tulisan ditangan" dan "*Inside the hidden world of self-injury*", artinya "didalam dunia yang tersembunyi dari cedera diri" yang menggunakan kata majas informasi video.

- *Storyline*

  Video informasi dalam perancangan ini berisikan tentang *self-injury*, dampak yang ditimbulkan *self-injury* serta bagaimana penanggulangan penyumbuhan *self-injury*. Menggunakan gaya alur cerita kisah seseorang yang melakukan *self-injury*.

Tabel III.2 *Storyline*
Sumber: Data Pribadi

No.	Skenario	Skrip Video	Skrip Audio
1	Judul "Suka Melukai Diri Sendiri"		
2	*Copywritting "WRITTEN ON HER ARMS"*		*Sound effect*
3		Menggunakan *effect* transisi "*Dissolve*"	*Sound effect*

4	Aktor	Menampilkan Tangan aktor sedang bermain bolpoin	*Sound music*
5	Aktor	Menampilkan aktor sedang belajar dikantin	*Sound music*
6	Aktor	Menampilkan aktor sedang mengalami kekerasan	*Sound music*
7	Aktor	Menampilkan aktor sedang meminta lembaran yang diambil oleh temannya	*Sound music*
8	Aktor	Menampikan aktor sedang mengalami kekerasan	*Sound music*
9	Aktor	Menampilkan aktor sedang berjalan	*Sound music*
10	Aktor	Menampilkan aktor didepan gerbang rumah sambil terdengar suara pertengkaran kedua orang tua	*Sound music*
11	Aktor	Menampilkan aktor dibalik dinding sambil mendengarkan kedua orang tua bertengkar	*Sound music*
12	Aktor	Menampilkan aktor sedang depresi dibalik pintu kamar	*Sound music*
13	Aktor	Menampilkan aktor sedang bersedih dan mencoret-coret buku	*Sound music*

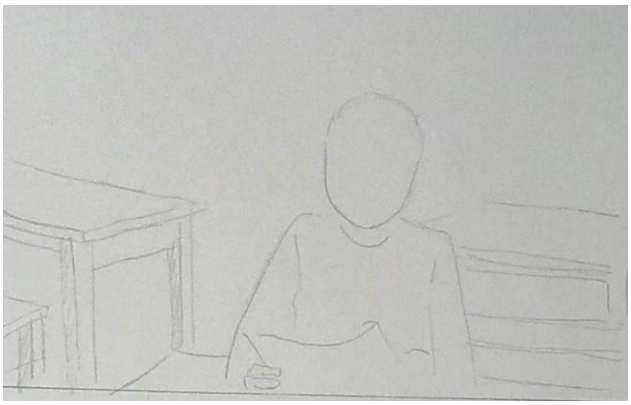
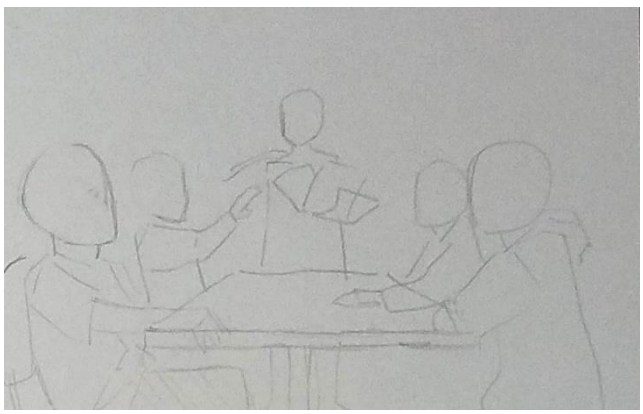
14	Aktor	Menampilkan aktor sedang menyisir rambut	*Sound music*
15	Aktor	Menampilkan aktor sedang menyisir rambut	*Sound music*
16	Aktor	Menampilkan aktor sedang depresi, mangis dan membenturkan kepala kedinding	*Sound music*
17	Aktor	Menampilkan aktor sedang melamun	*Sound music*
18	Aktor	Menampilkan aktor sedang melihat jam	*Sound music*
19	Aktor	Menampilkan jam pukul 16.38 WIB	*Sound music, Sound effect*
20	Aktor	Menampilkan aktor sedang menggenggam pisau	*Sound music, Sound effect*
21	Aktor	Menampilkan aktor sedang menyayat-nyayat tangan	*Sound music, Sound effect*
22	Aktor	Menampilkan pisau terjatuh	*Sound music, Sound effect*
23	Aktor	Menampilkan aktor sedang merasa tenang	*Sound music, Sound effect*

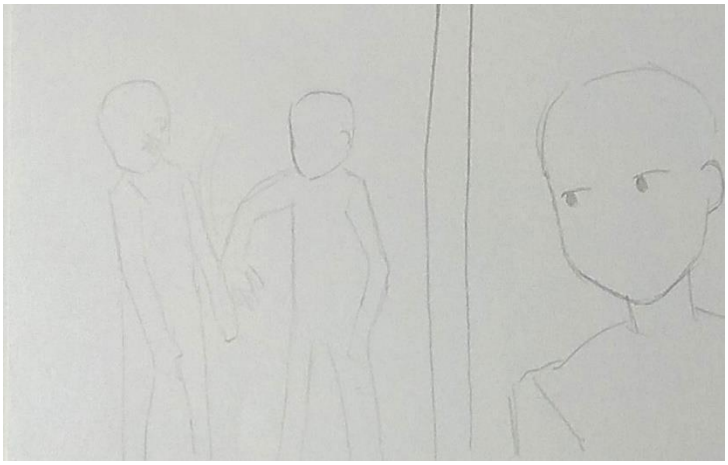
24	Aktor Psikolog	Menampilkan aktor menjelaskan mengenai *self-injury*	*Sound music, Voice over*

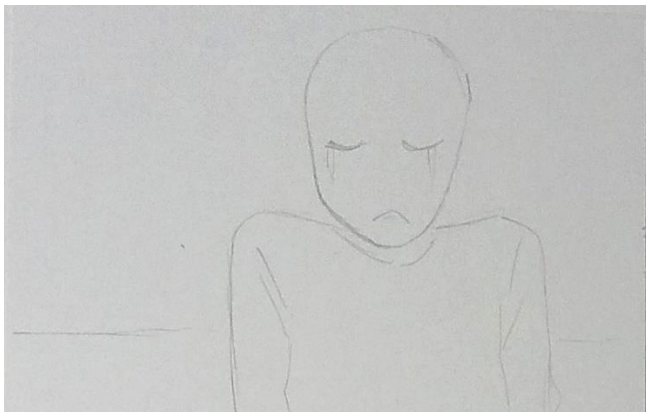
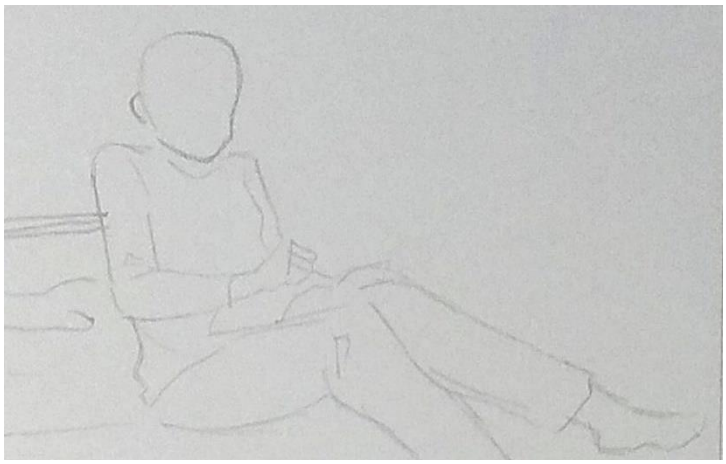
- *Storyboard*

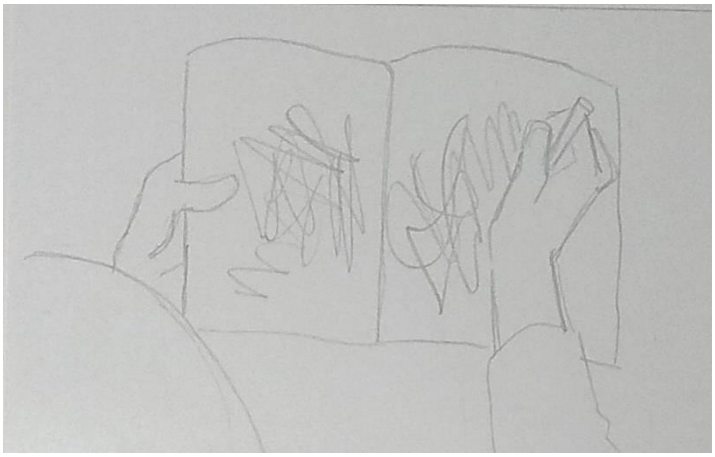
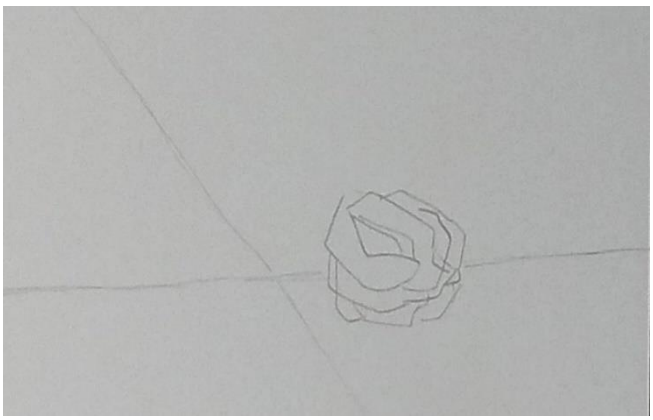
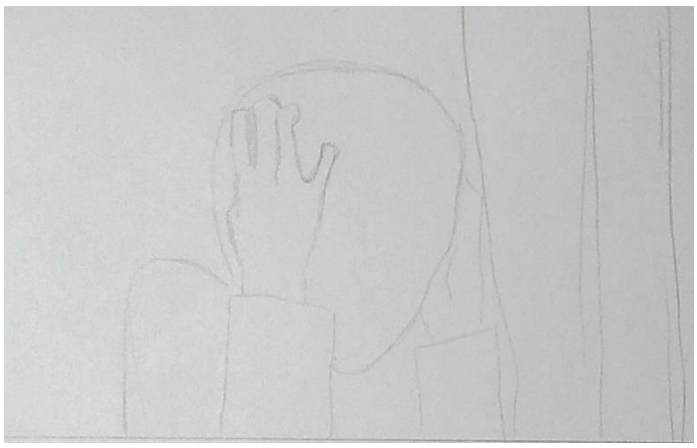
  Merupakan gambaran sketsa yang disusun sesuai alur cerita dari *storyline*. Cerita yang ingin disampaikan dapat mengiring khalayak sasaran untuk mengikuti gambar yang disajikan. Sehingga dapat menghasilkan presepsi khalayak sasaran sesuai dengan ide cerita.

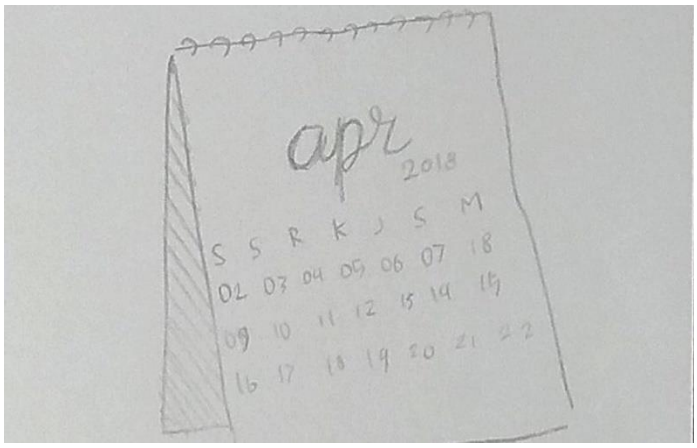
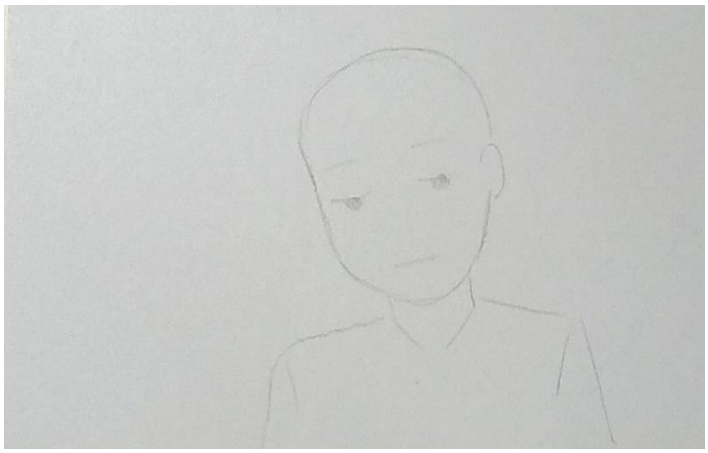
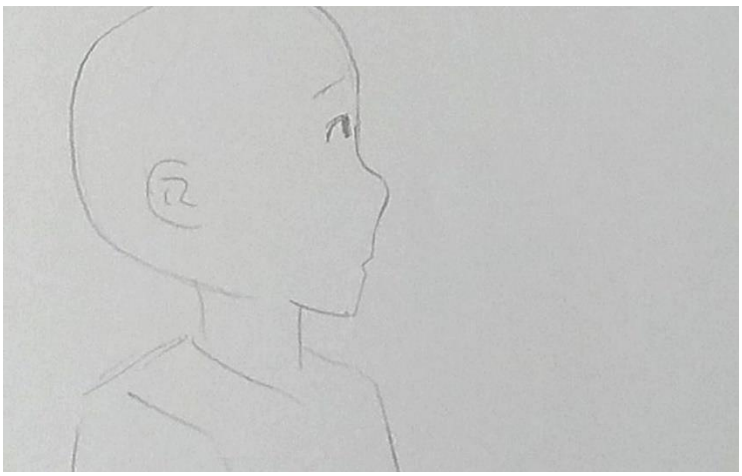
Tabel III.3 *Storyboard*
Sumber: Data Pribadi

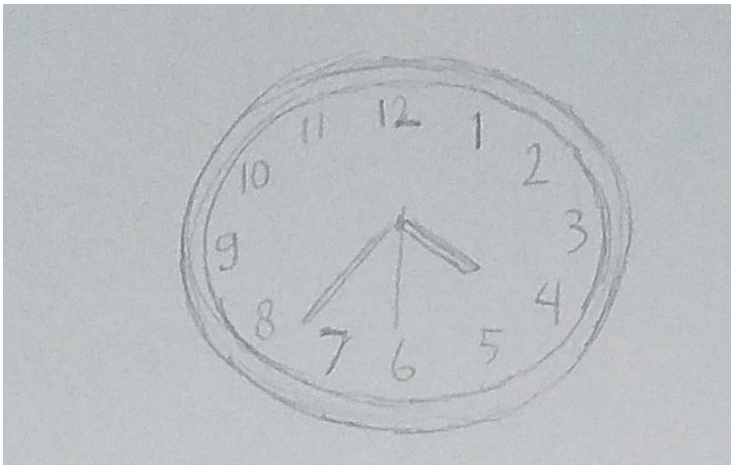
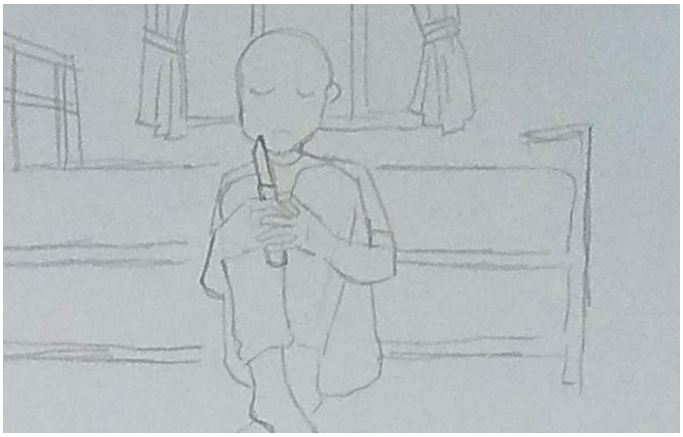
No.	***Short Size***	***Angel***	**Durasi**
1.	*Medium Long Shot*	*Eye level*	5 detik
			
2.	*Long Shot*	*Eye level*	10 detik
			

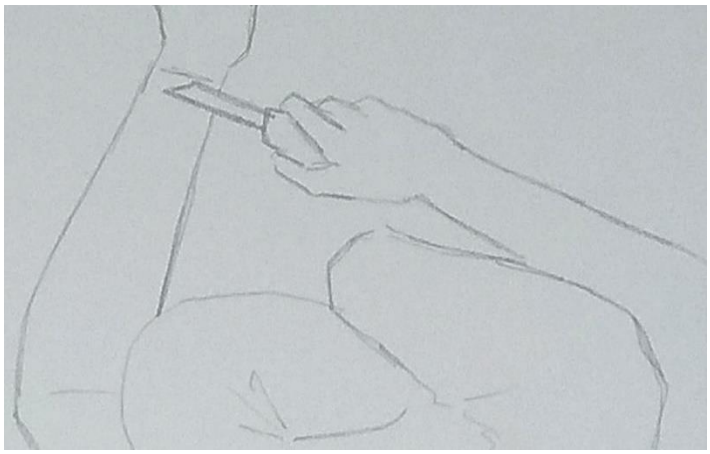
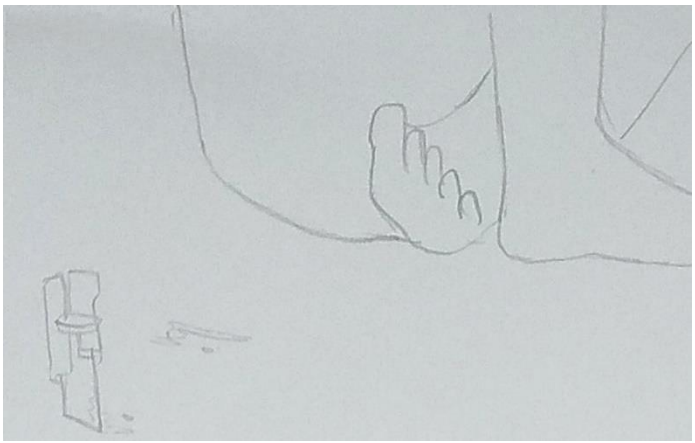
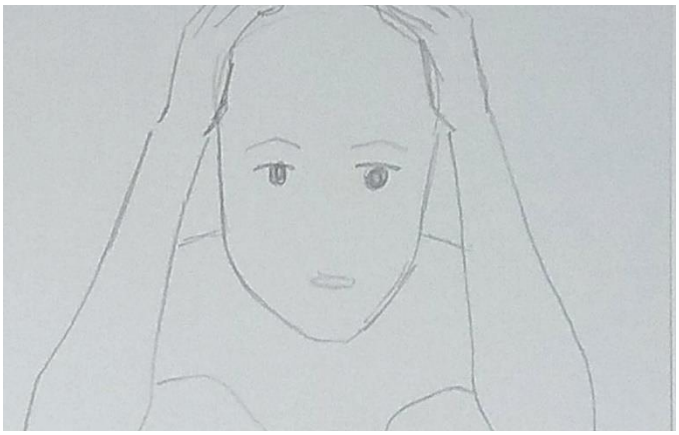
3.	*Medium Long Shot*	*Eye level*	5 detik
			
4.	*Medium long shot*	*Eye level*	10 detik
			
5.	*Medium close p*	*Eye angel*	4 detik
			

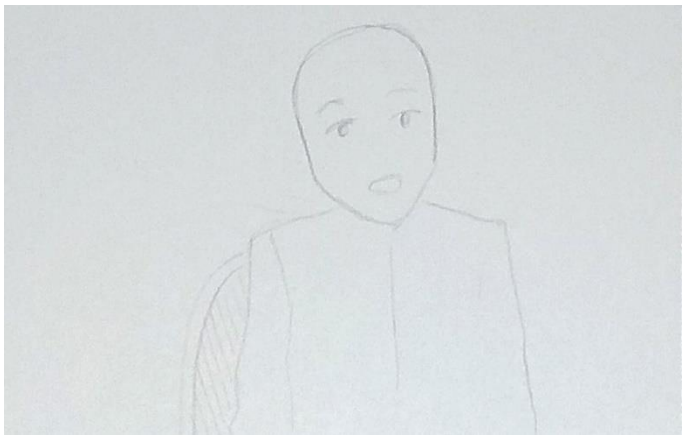
6.	*Medium Long Shot*	*Frog eye*	5 detik
			
7.	*Medium Long Shot*	*Eye level*	3 detik
			
8.	*Medium Long Shot*	*Eye level*	3 detik
			

9.	*Close up*	*Bird level*	3 detik
			
10.	*Medium Shot*	*Eye level*	2 detik
			
11.	*Close up*	*Eye level*	10 detik
			

12.	*Close up*	*Eye level*	3 detik
			
13.	*Close up*	*Eye level*	10 detik
			
14.	*Close up*	*Eye level*	3 detik
			

15.	*Close up*	*Frog Eye*	3 detik
			
16.	*Long Shot*	*Eye level*	5 detik
			
17.	*Close up*	*Eye level*	2 detik
			

18.	*Medium long shot*	*Brid Eye*	3 detik
			
19.	*Close up*	*Frog Eye*	5 detik
			
20.	*Close up*	*Eye level*	10 detik
			

21.	*Medium Long Shot*	*Eye level*	5 detik
			

- Visualisasi

  Dalam perancangan informasi *self-injury* terdapat beberapa visual gambar dan suara yang meceritakan tentang *self-injury*, dampak yang ditimbulkan serta penanggulangan penyembuhan serta musik sebagai pengiring visual untuk lebih meningkatkan cerita yang terdapat dalam pesan video informasi. Adapun visualisasi yang digunakan dalam video infomasi ini adalah:

  1. *Effect*

     Effect merupakan seuatu perubahan yang terjadi pada sebuah visual gambar dan dibuat untuk memberikan tambahan animasi agar video lebih menarik untuk dilihat. *Effect* yang digunakan yaitu:

     - *Effect Transition*

       Dalam video ini menggunakan transisi *"Split"* dan *dip to black* sebagai penghubung untuk visual gambar lainnya.

     - *Effect* warna

       Dalam video ini menggunakan wana *"monokromatik"* untuk menujukkan identitas dan intensitas dari gambar visual tersebut.

  2. Sinematografi

     Sinematografi merupakan suatu teknik penagkapan rangkaian gambar yang bergerak dan sekalagus kumpulan-kumpulan gambar yang menjadikan sebuah ide atau cerita. Komposisi sinematografi yang digunakan yaitu:

- *Headroom*

  Merupakan komposisi estetika yang membahas posisi vertikal relatif subjek dalam *frame* yang mengacu pada antara bagian atas kepala dengan *frame.*
- *Lead Room atau Lead Space*

  Merupakan ruangan terbuka yang dapat dilihat oleh aktor dan ruangan ini berada dihadapan aktor.
- *Diagonals*

  Merupakan komposisi yang menarik perhatian kearah yang menciptakan gerakan.
- *Figure to ground*

  Komposisi ini berkaitan dengan pengeliahatan manusia yang berkaitan dengan hal-hal kontras antara aktor dan *background*, membantu khalayak untuk mengarahkan subjek kedalam ruang.
- *Pattern and repetition*

  Menggunakan komposisi yang melakukan pola pengulangan dalam adegan, dapat menarik pertahatian pengelihatan kepada gambar.
- *Frame within a Frame*

  Menggunakan elemen-elemen *Frame* dalam pengambilan suatu gambar berguna untuk memusatkan perhatian pada cerita yang penting.
- *Framing*

  Berguna memposisikan pengambilan gambar berdasarkan adegannya.

III.2.7 Strategi Media

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka hal ini pemilihan media bertujuan untuk menciptakan solusi serta menjawab permasalahan. Dengan pemilihan media video informasi sebgai media utama sertai beberapa media pendukung. Adapun *tagline* yang digunakan dalam media video informasi sebagai judul "Suka melukai diri sendiri" dan sebagai *copywriting* "*Written on her arms*", artinya "tulisan ditangan" dan "*Inside the hidden world of self-injury*", artinya "didalam dunia yang

tersembunyi dari cedera diri" yang bertujuan untuk memberitahukan pesan informasi yang akan disampaikan.

- Media Utama

  Media utama yaitu dalam bentuk video informasi, di dalam yang berisikan mengenai *slef*-injury, dampak yang ditimbulkan dan penanggulangan penyembuhannya. Video informasi merupakan visual gambar bergerak singkat mengenai *self*-injury yang dapat memberikan ilustrasi bagi khalayak sasaran. Video menggunakan visual gambaran mengenai dampak *self-injury* serta penanggulangan, agar video *self-injury* tersebut lebih menarik unutk dilihat menggunakan elemen warna yang sesuai dengan khalayak sasaran. Video infomasi ini diharapkan dapat memberikan informasi secara efektif, kreatif dan semenarik mungkin. Sehingga mempermudah khalayak sasaran dapat memahami pesan yang ingin disampaikan. Media ini juga dapat dilihat di youtube atau bisa langsung dengan menggunakan *barcode*.

Rancangan media utama video:

1. Media video memiliki durasi kurang lebih 6 menit mencakup tentang *self-injury*, dampak yang ditimbulkan serta penanggulangan penyembuhan dengan diiringi *voiceover* dan musik.
2. Media video digunkan sebagai media informasi mengenai *self-injury*.
3. Menggunakan bahasa Indonesia, karena khalayak sasaran merupakan warga Indonesia.
4. Media video menggunakan element *effect color grading* dan transisi agar lebih menarik untuk dilihat khalayak sasaran.

- Media Pendukung

  Media pendukung berguna untuk memberitahu eksistensi video informasi tersebut, ataupun sebagai penarik minat para khalayak sasaran. Media pendukung pada perancangan ini dipilih sesuai data dari *consumer journey* dan dipilih dari kesesuaian dengan jenis tema dari perancangan ini yaitu tentang *self-injury*, media tersebut adalah:

a. Media Pendukung

- *Teaser*

Media *Teaser* dapat berguna memberikan sekilas tentang media informasi yang digunakan di media sosial seperti instagram dan youtube. Dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengetahui maksud dari media utama.

- Poster

Media Poster dapat berguna sebagai media informasi. Dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengetahui maksud dari media utama.

- *X - Banner*

Media *x-banner* berguna sebagai media untuk menarik perhatian khalayak sasaran untuk mengetahui isi dari pesan media utama.

b. *Machandise*

- *T-shirt*

  Media *t-shirt* dapat berguna sebagai pakaian yang dapat digunakan sehari-hari dalam beraktifitas dengan media ini khalayak sasaran dapat lebih mudah mengingat media utama. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran yang berkonsultasi pada psikolog di rumah sakit atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.

- Stiker

  Media stiker berguna sebagai media pengingat dan dapat ditempelkan dimana saja dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengingat maksud dan tujuan dari media utama. Media ini dapat juga dibagikan kepada khalayak sasaran yang berkonsultasi pada psikolog atau pasien yang berada di rumah sakit atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.

- Jam Dinding

  Jam dinding berguna sebagai pengingat waktu dalam melakukan beraktifitas. Media ini dapat digantung didalam ruangan atau diluar ruangan. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran yang berkonsultasi pada psikolog atau pasien yang berada di rumah sakit atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.

- Gantungan Kunci

  Media gantungan kunci dapat berguna sebagai hiasan untuk tas, kunci dan lain – lain. Dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengetahui maksud dan tujuan dari media utama. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran yang berkonsultasi pada psikolog atau pasien yang berada di rumah sakit atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.

- Buku Catatan

  Media ini dapat digunakan untuk menulis hal yang penting atau menulis cacatan harian yang dapat mengisi waktu luang. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran yang berkonsultasi pada psikolog atau pasien yang berada di rumah sakit dan saat melakukan penyuluhan.

- Pin

  Media pin dapat berguna sebagai hiasan untuk tas, jaket *jeans* dan lain – lain. Dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengetahui maksud dan tujuan dari media utama. Media ini dapat dibagikan kepada khalayak sasaran yang berkonsultasi pada psikolog atau pasien yang berada di rumah sakit atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.

- *Tote bag*

  Tote bag merupakan suatu media yang sering digunakan dalam sehari-hari untuk mengakut barang atau sebagai penyimpan barang. Media ini

dapat dibagikan kepada khalayak sasaran yang berkonsultasi pada psikolog atau pasien yang berada di rumah sakit atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.

III.2.8 Strategi Distibusi dan Waktu Penyebaran Media

Srategi distribusi merupakan pengatur waktu dan tempat dalam penyebaran media. Penyebaran media menggunakan dua acara yaitu dengan *online* dan *offline*, bermaksud untuk memudahkan dalam penyebaran media secara *online* dengan cara melalui sosial media seperti youtube dan media secara *offline* dengan cara melalui rumah sakit yang berada di Kota Bandung atau pun bisa juga didapat saat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan pengobatan kemasyarakat

Tabel III.4 Distribusi Tempat dan Waktu
Sumber: Data Pribadi

Media	**Tempat**	**Waktu**											
		Tahun 20018											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Poster	Media *offline*												
T-shirt	Rumah Sakit												
Stiker	Rumah Sakit												
Jam dinding	Rumah Sakit												
Gantungan kunci	Rumah Sakit												

X-Banner	Rumah Sakit												
Pin	Rumah Sakit												
Buku catatan	Rumah Sakit												
Tote bag	Rumah Sakit												
Teaser	Rumah Sakit												

Tabel III.4 Distribusi Cara Mendapatkan
Sumber: Data Pribadi

Media	Distribusi
X - Banner	*X - Banner* didistribusikan di rumah sakit Kota Bandung atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.
Poster	Poster distribusikan di rumah sakit Kota Bandung atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.
T-shirt	*T-shirt* distribusikan di rumah sakit Kota Bandung atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.
Stiker	Striker distribusikan di rumah sakit Kota Bandung atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.
Jam Dinding	Jam dinding distribusikan di rumah sakit Kota Bandung atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.
Gantungan kunci	Gantungan kunci distribusikan di rumah sakit Kota Bandung atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.
Buku catatan	Buku catatan distribusikan di rumah sakit Kota Bandung atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.

Pin	Pin distribusikan di rumah sakit Kota Bandung atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.
Tote bag	*Tote bag* distribusikan di rumah sakit Kota Bandung atau disaat pihak rumah sakit melakukan penyuluhan kemasyarakat.
Teaser	*Teaser* distribusikan di youtube ataupun di iklan sosial media

III.3 Konsep Visual

Konsep Visual dari video informasi ini menampilkan tentang *self-injury*, dan cara penanggulangan *self-injury*. Video informasi dibuat sedemikian rupa untuk memberikan pesan infomasi secara menarik dan pesan dapat tersampaikan kepada khlayak sasaran.

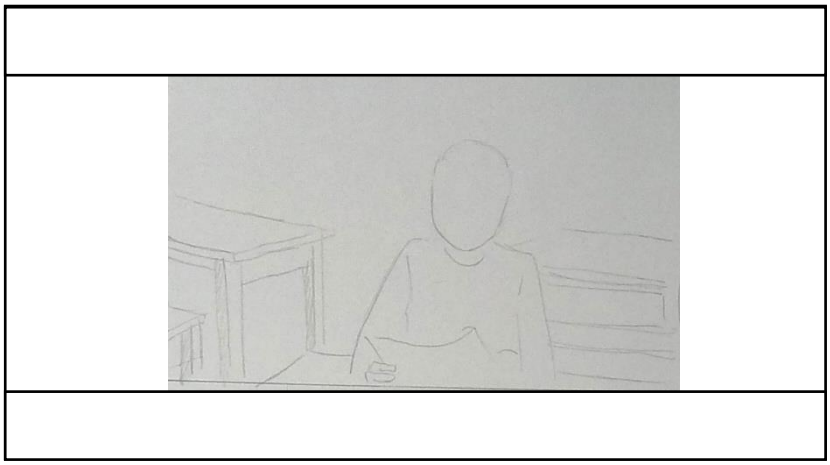
Konsep yang digunkan pada pengambilan gambar video ini menggunakan sudut pandang yang berbeda seperti, *close up, long shot dan medium long shot.* Penggabungan ini dilakukan untuk penyajian gambar yang tidak membosankan dan memberikan penekanan emosional. *Copyrwiting* yang digunakan yaitu kalimat majas untuk menarik perhatian khalayak seperti "*Written on her arms*", artinya "tulisan ditangan" dan "*Inside the hidden world of self-injury*", artinya "didalam dunia yang tersembunyi dari cedera diri". Adapun *tagline* yang digunakan seperti "Suka melukai dari sendiri" sebagai judul pada video dan *keyword* untuk mencari media informasinya di internet.

III.3.1 Format Desain

Video informasi ini dibuat menggunakan format MPEG-4 (*codec*.H.264) *hight bitrate*. Sehingga visual gambar yang ditampilkan dalam video informasi berkualitas tinggi dan jelas. Karena format Mp4 merupakan *standard* yang banyak digunakan media player seperti media player classic, media layer VLC, GOM player, KMP player, Jet Audio Basic, untuk memutar suatu video.

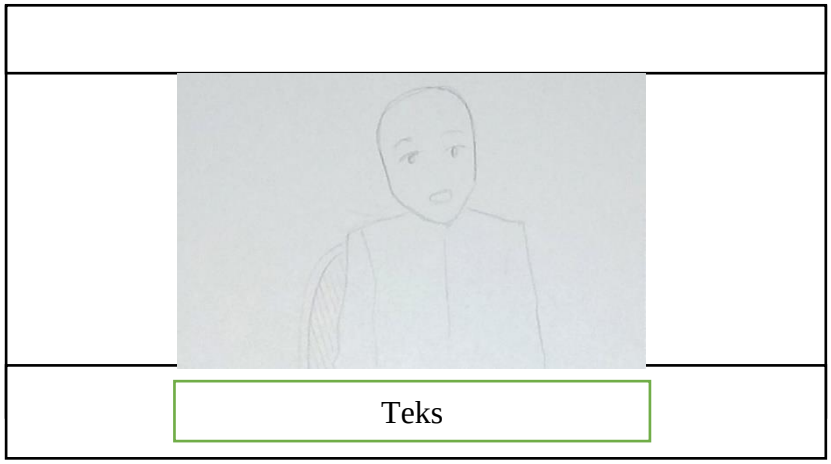
III.3.2 Tata Letak *(Layout)*

Tata letak atau *layout* merupakan bagian dalam menyajikan konten visual video berupa gambar, foto dan teks. Hal ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada khalayak sasaran saat melihat.



Gambar III.2 Tata Letak (*Layout*) 1
Sumber: Data Pribadi

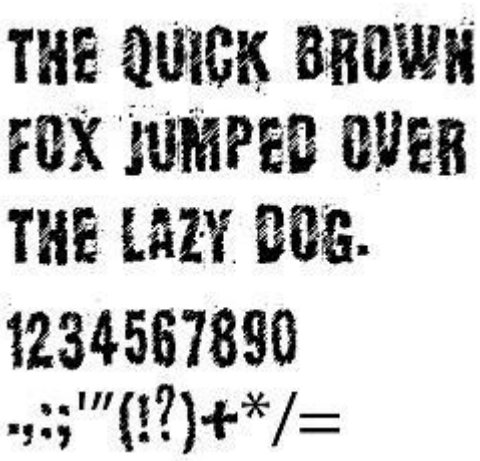
Dalam konten video menambahkan *subtitle* sebagai pengiring. *Subtitle* menggunakan warna putih dan disimpan dibagian bawah, sehingga tidak mengganggu pengelihatan dalam konten video.



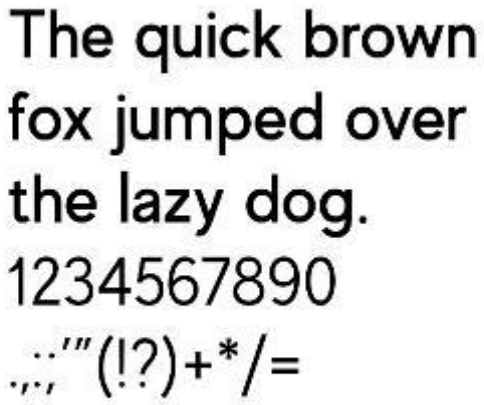
Gambar III.3 Tata Letak (*Layout*) 2
Sumber: Data Pribad

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan peran penting dalam merancang suatu media yang berbentuk huruf. Tipografi sering digunakan sebagai alat komunikasi dalam meyampaikan suatu informasi atau pesan. Tipografi dalam sifat ilmiah merupakan seni dan teknik dalam merancang dan menata aksara yang berkaitan untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non-cetak (Kusrianto, 2015, h.1). Dalam perancangan video informasi menggunakan huruf *sans serif* "KopanyicaStrasse" yang dirancang oleh 'Bumbayo' dibuat pada tahun 2008 dengan legilitas *free*. *Subtitle* menggunakan huruf *sans serif* "Made Evolve Sans Medium" yang dirancang oleh 'Made' pada tahun 2018 dengan legilitas *free*. Huruf yang digunakan berkaitan dengan kejelasan bentuk huruf yang baik dan mudah untuk dibaca.



Gambar III.4 KopanyicaStrasse
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.5 Made Evolve Sans Medium
Sumber: Data Pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu seni rupa dan penggambaran dari angan-angan berguna untuk menerangkan dan memperjelas suatu pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan yaitu teknik penggambaran bergerak atau yang disebut dengan video. Video adalah suatu teknologi yang menangkap atau merekam bagian dari ilusi gambar yang bergerak (Andi, 1997, h.3). Dalam hal ini video bertujuan untuk memvisualisasikan pesan informasi yang ingin disampaikan secara menarik dan dapat dimengerti oleh kyalayak sasaran. Adapun fungsi dari videografi, genre, visual *effect*, properti, *setting* sebagai ilustrasi yang digunakan dalam pembuatan perancangan video informasi yaitu:

1. Videografi

   Media untuk merekam kejadian suatu ide cerita yang telah dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat dinikmati menjadi video informasi tentang *self-injury.*

2. Genre

   Video informasi ini merupakan *genre* dari *Documentery*.

3. Visual *Effect*

   Dalam media video informasi ini menggunakan serangkaian proses manipulasi gambar dengan adegan menyat-menyat tangan dengan benda tajam, agar keliahatan menjadi nyata dan lebih menarik untuk disajikan.

4. Properti

   Properti yang digunakan dalam video informasi ini guna memberikan kesan lebih natural dan nyata. Properti yang digunakan yaitu :

   - Pisau
   - Bus
   - Kelender
   - Jam
   - Buku
   - Bolpoin
   - Kasur
   - Bantal

- Selimut
- Pewarna makanan
- Kecap manis
- Sedotan
- *Makeup*

5. *Setting*

Adapun tahapan *setting* yang dilakukan dalam video ini adalah:

1. Waktu

Waktu yang dilakukan dalam proses pengambilan dilakukan mulai dari pagi pukul 09.00 WIB hingga sore pukul 16.00 WIB. Pengambilan gambar yang dilakukan pagi hingga sore hari untuk menghindari pengurangan cahaya yang dapat menimbulkan *noise* yang berlebihan.

2. Lokasi

Lokasi yang digunakan dalam pengambilan gambar ada 3 lokasi yaitu :

- Lokasi Kampus Universitas Komputer Indonesia Kota Bandung
- Lokasi jln. Permata Indah 5 No.12 Arcmanik Kota Bandung
- Lokasi Jln. Pamitran Raya No.3 Cipadung Kulon Kota Bandung

Adegan dalam media video informasi ini di *setting* dengan adegan sedih, depresi, pertengkaran, pembullyan dan melukai diri dan wawancara kepada psikolog sedemikian rupa untuk memberikan kesan natural dan lebih menaik.

III.3.5 Aktor

1. Allyssa Nabella

Merupakan salah satu aktor yang berperan sebagai pelaku yang meulukai diri. Dalam video ini aktor memperlihatkan bagaimana dirinya malukan perilaku *self-injury* dan dampak yang ditimbulkan dari *self-injury*.



Gambar III.6 Aktor (Allyssa)
Sumber: Data Pribadi

2. Dra. Selly. M. Psi

   Merupakan salah satu psikolog yang pernah menangani pasien yang melakukan *self-injury*. Dalam video ini, ibu Dra. Selly. M. Psi berperan sebagai narasumber untuk memberikan informasi mengenai *self-injury*, dampak dari *self-injury* jika dilakukan secara terus-menerus dan memberikan penanggulangan terhadap *self-injury*.



Gambar III.7 Aktor Psikolog (Dra. Selly. M. Psi)
Sumber: Data Pribadi

3. Siti Kamilani

   Merupakan sebagai aktor pendukung dalam video informasi yang berperan sebagai ibu rumah tangga. Siti Kamilani melakukan adegan pertengkaran dalam rumah tangga dengan suaminya yang menyebabkan anaknya menjadi terasingkan dan sebagai salah satu penyebab dari pemicu terjadinya *self-injury*.



Gambar III.8 Aktor Pendukung Istri (Siti Kamilani)
Sumber: Data Pribadi

4. Muhammad Safie

   Merupakan sebagai aktor pendukung dalam video informasi yang berperan sebagai Ayah kepala rumah tangga. Muhammad Safieq melakukan adegan pertengkaran dalam rumah tangga dengan istrinya yang menyebabkan anaknya merasa menjadi terasingkan dan sebagai salah satu penyebab dari pemicu terjadinya *self-injury*.



Gambar III.9 Aktor Pendukung Suami (Muhammad Safieq)
Sumber: Data Pribadi

5. Muhammad Rivan Riana

   Merupakan sebagai aktor pendukung dalam video. Muhammad Rivan Riana melakukan adegan penindasan kepada aktor utama.



Gambar III.10 Aktor Pendukung (Muhammad Rivan Riana)
Sumber: Data Pribadi

6. Michael Ezra Hitipeuw

   Merupakan sebagai aktor pendukung dalam video. Michael Ezra Hitipeuw melakukan adegan penindasan kepada aktor utama.



Gambar III.11 Aktor Pendukung (Michael Ezra Hitipeuw)
Sumber: Data Pribadi

7. Muhammad Galih Adi Wibowo

   Merupakan sebagai aktor pendukung dalam video. Muhammad Galih wibowo melakukan adegan penindasan kepada aktor utama.



Gambar III.12 Aktor Pendukung (Muhammad Galih Wibowo)
Sumber: Data Pribadi

8. Akbar Rahmatullah Yusup

Merupakan sebagai aktor pendukung dalam video. Akbar Rahmatullah Yusup melakukan adegan penindasan kepada aktor utama.



Gambar III.13 Aktor Pendukung (Akbar Rahmatullah Yusup)
Sumber: Data Pribad

9. Dimas Puspita Sari, S. Psi

   Merupakan sebagai aktor pendukung menjadi psikolog dalam video informasi yang berperan psikolog yang memberikan informasi tentang *self-injury*. Psikolog aktor utama tidak bisa ikut serta dalam percancangan video ini, dikarenakan sedang dalam perawatan di rumah sakit.



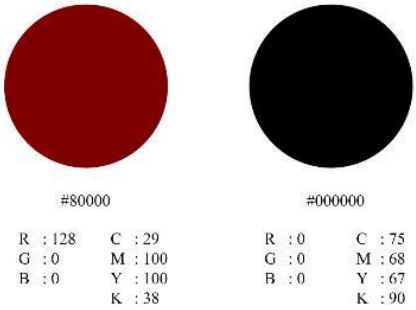
Gambar III.14 Aktor Psikolog (Dimas Puspita Sari)
Sumber: Data Pribadi

III.3.6 Warna

Warna merupakan bagian penting dalam sebuah desain, karena warna dapat berperan untuk mewakili sebuah tampilan gambar yang ingin disampaikan. Warna berperanpenting bagi aspek kehidupan manusia yang mewakili mencerminkan pikiran dan suasana kejiwaan (Arelita, 2015, h.14). Warna sangat berperan penting untuk menyentuh pengelihatan manusia dan serta mampu merangsang munculnya rasa sedih, bahagia, kecewa, semangat. Warna *tagline* yang digunakan pada "Suka Melukai Diri sendiri" yaitu:



Gambar III.15 Logo *Self-Injury*
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.16 Warna
Sumber: Data Pribadi

Warna yang digunakan yaitu merah maroon dan hitam merupakan warna dari RGB. Dalam pemilihan warna memiliki arti dan makna yaitu:

1. Hitam

   Warna hitam memiliki makna ketakutan, misterius, kematian, kemewahan, keanggunan.

2. Merah tua

   Warna merah tua maknanya pemberontakan, kenakalan, tidak percara diri, sensitif, pendiam, nafsu dan adrenalin.