BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran menurut Moriarty (seperti dikutip Bestia , 2009 : h.21) adalah sekelompok orang-orang dimana pesan komunikasi / iklan ditunjukan. Khalayak sasaran digunakan untuk menentukan target sasaran yang tepat agar pesan informasi sampai dan sesuai dengan keinginan yang dicapai. Dalam proses ini, penyampaian informasi akan disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik dari khalayak sasaran. Dalam hal ini khalayak sasaran terbagi menjadi tiga bagian yaitu diantaranya: Demografis, Geografis dan Psikografis.

Khalayak sasaran dalam strategi perancangan ini diambil dari hasil pengamatan dan penelitian melalui metode kuesioner yang telah dilakukan pada hari Senin, 08 April 2018. Dari hasil pengamatan dan hasil kuesioner tersebut, maka dapat diambil kesimpulan mengenai karakteristik khalayak sasaran yang diantaranya sebagai berikut :

- **Demografis**

  Untuk menentukan khalayak secara demografis dapat diketahui melalui cara melihat beberapa variabel di dalamnya seperti jenis kelamin, umur, pendapatan, jabatan, lokasi geografi, kegiatan sehari – hari, dan juga dari pendapatan (Sutamir, 2017). Khalayak sasaran perancangan informasi tentang wasit wanita sepak bola ini sebagai berikut:

  - Jenis Kelamin : Laki – laki dan wanita
  - Usia : 17 – 25 tahun
  - Pekerjaan : Pelajar dan mahasiswa
  - Kelas Sosial : Menengah ke bawah

- **Geografis**

  Secara geografis khalayak sasaran dapat ditemukan dengan berdasarkan pada wilayah seperti negara, suatu Kawasan, provinsi dan juga kota. (Sutamir, 2017).

  Dikarenakan wasit wanita sepak bola merupakan suatu perangkat penting dalam cabang olahraga sepak bola, maka khalayak sasaran secara geografis diperuntukkan untuk daerah di provinsi Jawa Barat, khusunya di kota Bandung.

- **Psikografis**

  Secara prikografis masyarakat dapat dibagi berdasarkan dari gaya hidup, kelas sosial, atau kepribadian menurut Deliyanti dalam (Sutamir, 2017).

  Jika dilihat dari usia khalayak sasaran yaitu usia 17 tahun hingga 25 tahun, maka secara psikografis khalayak sasaran masuk kedalam golongan usia remaja akhir.

  Pada usia remaja akhir seseorang akan mulai memiliki kemampuan cara berfikir yang masuk akal terhadap sebuah gagasan, serta mulai memiliki rencana, strategi, membuat keputusan, juga memecahkan masalah, pada usia remaja akhir juga seseorang sudah memiliki kemampuan nalar secara ilmiah dan belajar menguji sebuah hipotesis, memiliki perencanaan untuk masa depan dan mencari alternatif untuk mencapainya, mulai menyadari proses berfikir dan belajar berinstropeksi juga wawasan berfikirnya semakin meluas. Ciri lain dari perkembangan remaja akhir adalah munculnya kesadaran terhadap diri dan mengevaluasi kembali obsesi dan cita-citanya, kebutuhan interaksi dan persahabatan yang lebih luas dengan teman sejenis juga lawan jenis. (Hurlock, 1990: h.50).

III.1.1 *Consumer Insight*

Consumer insight adalah suatu proses untuk mencari tahu dengan secara mendalam dan juga holistik, mengenai latar belakang dari sebuah perilaku, suatu pemikiran dan juga dari perbuatan pada seorang konsumen yang mempunyai hubungan dengan produk dan komunikasi iklannya (Muditomo, 2012).

Dengan kata lain mencari tahu tentang kegiatan apa saja yang dilakukan khalayak sasaran, dari awal kegiatan hingga akhir kegiatan pada kehidupan sehari – hari. Oleh karena itu remaja akhir yang menjadi khalayak sasaran perancangan ini yaitu:

- Melakukan aktifitas pada media digital atau mempunyai akses pada internet
- Memiliki rasa ingin tahu untuk mencari informasi yang baru
- Menyukai dan mengetahui cabang olahraga sepak bola

III.1.2 *Consumer Journey*

Consumer journey merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh khalayak sasaran sehari – hari, yang dimulai dengan aktifitas di pagi hari, aktifitas siang hari, dan sampai di akhir aktifitas malam hari. *Consumer journey* dapat membantu untuk menentukan beberapa objek yang dapat membantu di dalam kegiatan perancangan ini. Contoh dari *consumer journey* adalah sebagai begikut :

Tabel III.1 Tabel *Consumer Journey* Remaja Akhir.
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Kegiatan	Waktu	Tempat	Alat
Bangun Tidur	05.00 - 12.00	Kamar	Poster, handphone komputer, kasur poster, lemari
Mandi		Kamar Mandi	Handuk, cermin peralatan mandi
Sarapan		Ruang Makan	Jam dinding, piring, kalender, gelas
Persiapan		Kamar	Poster, handphone komputer, tas, jaket poster, gantungan kunci, lemari
Berangkat		Jalan Raya	Poster, banner, sticker, billboard, handphone
Belajar		Kampus, sekolah	Peralatan tulis, tas, pin, topi, sticker, poster, handphone
Istirahat	12.30 - 18.30	Kampus, sekolah, kantin	Televisi, tas, buku, pin, topi, sticker, poster, handphone
Nongkrong, nonton bareng sepak bola		Kantin, cafe, tempat umum	Televisi, tas, pin, topi, sticker, poster, handphone, jam dinding
Pulang		Jalan Raya	Poster, banner, sticker, billboard, handphone
Istirahat, nonton sepak bola	19.30 - 22.30	Ruang kelaurga, kamar	Televisi, makanan, minuman, poster, handphone, jam dinding
Mengerjakan Tugas		Kamar	Poster, handphone komputer, tas, jaket poster, gantungan kunci, lemari
Tidur		Kamar	Poster, handphone komputer, tas, jaket poster, gantungan kunci, lemari

Dengan berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa terdapat beberapa objek yang dapat digunakan untuk mendukung seperti, pakaian, poster, banner, serta beberapa benda yang sering dilihat dan digunakan pada aktifitas sehari-hari.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan salah satu langkah-langkah yang telah disusun dan dibuat dengan sistematis, dengan tujuan untuk memberikan pesan dan solusi pada suatu permasalahan. Langkah-langkah tersebut disusun sehingga dapat menyelesaikan permasalahan atau menyampaikan suatu informasi kepada khalayak sasaran.

Informasi adalah sebuah data yang didapatkan dari berbagai proses yang telah dilakukan dan memiliki fungsi untuk meningkatkan pengetahuan bagi seseorang yang menggunakannya. (Kadir, 2002). Agar informasi dapat diterima oleh *audience* maka dibuatlah strategi perancangan, hal ini bertujuan agar gagasan serta informasi dapat tersampaikan dan dapat dipahami dengan baik. Cerita, wawancara, persiapan, kegiatan menjadi wasit sepak bola, hingga kegiatan selesai bertugas menjadi wasit sepak bola adalah satu contoh beberapa informasi yang akan ditampilkan. Perancangan ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi khalayak sasaran tentang wasit wanita sepak bola ini.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses dimana suatu ide dialihkan dari suatu sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku mereka. (Mulyana, 2005: h. 62)

Tujuan komunikasi dalam perancangan ini adalah untuk memberikan suatu informasi yang baik dan inspiratif tentang wasit wanita sepak bola kepada *audience*. Informasi yang berkaitan dengan wanita yang menjadi wasit sepak bola yang akhirnya wanita dapat diterima dan diketahui oleh khalayak sasaran, serta olahraga sepak bola tetap menjadi hiburan yang dapat dinikmati oleh semua kalangan, wanita maupun pria tanpa membedakan gender berasal.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pada perancangan ini strategi komunikasi dilakukan agar pesan dan informasi dapat tersampaikan dengan baik pada khalayak sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Pada tahapan ini strategi dilakukan dengan menggunakan media yang tepat serta dapat membantu memberikan informasi kepada khalayak sasaran, dan tahapan ini khalayak sasaran diharapkan mendapatkan informasi yang baik serta memahami tentang wasit wanita sepak bola. Ada 3 jenis pendekatan komunikasi yang akan dilakukan yaitu melalui pendekatan visual, pendekatan verbal dan pendekatan audio.

- **Pendekatan Visual**

  Pendekatan visual dilakukan dengan cara menampilkan realita aktivitas kehidupan wanita yang berprofesi menjadi wasit sepak bola, dengan beberapa bagian kegiatan diluar profesi menjadi wasit, wawancara, persiapan sebelum bertugas menjadi wasit, perlengkapan yang dipakai untuk bertugas, saat bertugas didalam lapangan, suasana pertandingan, lalu kegitan setelah selesai bertugas menjadi seorang wasit sepak bola dan lain sebagainya. Hal ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dorongan kepada khalayak sasaran agar dapat lebih respek kepada wanita dan menjadi motivasi untuk wanita yang memiliki passion dibidang olahraga terutama sepak bola, yang ingin mendalami profesi sebagai wasit.





Gambar III.1 Referensi Visual

Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=8WCYhBK-0Ks (Diakses pada 17/04/2018)

- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan verbal merupakan sebuah cara untuk menyampaikan pesan pada khalayak sasaran dengan menggunakan bahasa dan kata-kata. Penggunaan dan penetapannya disesuaikan dengan khalayak sasaran yang sudah ditentukan, agar pesan yang ditampilkan dapat diterima dan tersampaikan dengan baik. Maka bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia, karena agar mudah dipahami dan dimengerti oleh semua khalayak sasaran dimanapun keberadaannya. Hal ini diharapkan dapat membantu khalayak sasaran untuk lebih mudah memahami informasi yang ditampilkan seputar tentang wasit wanita sepak bola.

- **Pendekatan Audio**

  Audio merupakan media yang dapat digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan yang disampaikan melalui bentuk dari lambang-lambang audit, baik itu dalam bentuk verbal, ataupun dalam bentuk nonverbal. (Sadiman, 2005, h.49).

  Pendekatan *audio* pada perancangan informasi ini diantaranya menggunakan dialog pada saat narasumber bercerita tentang kehidupan menjadi wasit sepak bola, dan penggunaan musik pada video yaitu *Upbeat Pop Rock Background Music by Sweet Wave Audio*, Morning Light Music - *Happy Upbeat Background Music* dan Maroon 5 – *Girls Like You ft.*

Cardi B. 2 musik ini dipilih karena untuk menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang merupakan remaja akhir, sedangkan satu lagu dari Maroon 5 sendiri dipilih karena lagu ini menceritakan tentang wanita tangguh, yang tepat untuk mengisi *backsound* dari media informasi yang akan dibuat tenang wasit wanita sepak bola.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory utnuk perancangan informasi tentang wasit wanita sepak bola adalah PSSI (Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia). PSSI merupakan badan yang mengatur dan mengendalikan sepak bola di Indonesia yang berdiri pada tanggal 19 April 1930.

Mandatory PSSI sendiri dipilih karena nantinya akan diadakan kerjasama dengan organisasi tersebut pada acara gelaran hari olahraga nasional yang selalu diselenggarakan setiap tahunnya. Pada acara tersebut nantinya akan menampilkan informasi tentang wasit wanita sepak bola.

PSSI dan HAORNAS bekerja sama agar Indonesia mampu meraih dan menggapai prestasi dalam berbagai cabang olahraga salah satunya sepak bola, selain itu memberikan pengahargaan kepada atlit-atlit yang memiliki prestasi yang baik. Serta untuk turut membangun karakter manusia Indonesia, dan mengembangkan industri sepak bola agar berpartisipasi dalam memacu roda perekonomian negara.



Gambar III.2 PSSI
Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Logo_PSSI.png (Diakses pada 17/04/2018)



Gambar III.3 Acara Haornas
Sumber: https://www.antarafoto.com/kementerian-sosial/v1441797607/puncak-hari-olahraga-nasional-2015 (Diakses pada 17/04/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan dari perancangan informasi wasit sepak bola ini adalah memberikan informasi terkait dengan wanita yang berprofesi menjadi wasit sepak bola, seperti kehidupan di luar profesi menjadi wasit, persiapan untuk bertugas menjadi wasit, suasana ketika didalam lapangan, dan sedikit menampilkan cerita singkat mengenai wanita berprofesi menjadi wasit sepak bola.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan sebuah bentuk retorik, yang dengan kata lain penggunaaan dari kata-kata dalam berkomunikasi, berbicara, dan menulis dengan tujuan untuk meyakinkan dan mempengaruhi penyimak dan pembaca. (Tarigan, 1985).

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan informasi tentang wasit wanita sepak bola melalui media film dokumenter ini, menggunakan gaya bahasa formal 80% dan gaya bahasa nonformal 20% dengan menggunakan bahasa Indonesia. Karena, agar penyampaian informasi efektif dan mudah dipahami oleh khalayak

sasaran, dan penggunaan gaya bahasa formal serta nonformal juga digunakan oleh narasumber untuk mengisi dan menceritakan tentang wasit wanita sepak bola agar lebih dimengerti serta dekat dengan khalayak sasaran. Dikarenakan sebagian besar khalayak sasaran adalah anak muda, sehingga pesan dapat diterima dengan baik dan jelas.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan suatu langkah yang dilakukan pada periklan untuk mencapai tujuan periklanan. Strategi kreatif untuk menyampaikan informasi tentang wasit wanita sepak bola ini yaitu dengan memvisualkan salah satu wanita yang berprofesi menjadi wasit sepak bola. Dimulai dengan kegiatan diluar profesi wasit sepak bola, persiapan untuk bertugas menajdi wasit, peralatan, suasana pertandingan, serta testimoni pemain sepak bola terhadap wasit wanita. Untuk menambahkan wawasan khalayak sasaran maka ditambahkan wawancara agar informasi tentang wasit wanita sepak bola seperti cerita sejarah mendalami profesi wasit dan lain sebagainya dapat diketahui oleh khalayak sasaran. Pada perancangan informasi ini juga memperdengarkan sebuah musik latar dari beberapa band untuk mendukung dari visual yang ada sehingga memperkuat kesan dan pesan yang ditampilkan.

III.2.6.1 *Copywriting*

Copywriting merupakan salah satu teknik untuk menulis yang menghasilkan karya dnegan kemampuan kreatif yang mampu menarik pembaca agar melakukan sesuatu. *Headline* merupakan sebuah informasi utama yang ingin disampaikan dengan diberikan ciri khusus agar mudah terlihat dan terbaca, seperti tulisan dibuat tebal dengan ukuran font yang menarik.

Dalam perancangan ini *copywriting* yang digunakan pada perancangan informasi ini yang digunakan pada media pendukung adalah penggunaan *headline* yaitu Sisi Lain Wasit Wanita Sepak Bola hal ini dipilih dengan pertimbangan agar khalayak

sasaran ketika membaca akan langsung penasaran, ingin mengetahui tentang wanita yang berprofesi menjadi wasit sepak bola yang juga memiliki sisi lain diluar profesinya sebagai wasit sepak bola, serta menambah pengetahuan bahwa perangkat dari olahraga sepak bola tidak hanya dari kalangan laki-laki. Dengan begitu diharapkan infromasi yang ditampilkan mampu tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran, sekaligus mampu menginspirasi khalayak sasaran yang memiliki *passion* dibidang olahraga.

III.2.6.2 *Storyline*

Storyline dasarnya merupakan ini atau merupakan garis besar dari gagasan suatu alur cerita, yang nantinya akan dibuat menjadi sebuat alur cerita. Berikut ini merupakan *storyline* pada perancangan informasi ini :

Tabel III.2 Tabel *Storyline*.
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

No	Skenario	Skrip Video	Tempat	Waktu
1.	Sepak bola	Tampilan suasana pertandingan sepak bola	Lapangan sepak bola	15.30
2.	Wasit wanita sepak bola	Menampilkan seorang wasit wanita sepak bola yang sedang melakukan aktivitas olahraga	Lapangan sepak bola UPI	16.00
3.	Wawancara	Wawancara menceritakan tentang olahraga sepak bola, profesi wasit dan kegiatan diluar profesi sebagai wasit sepak bola.	Lapangan sepak bola UPI	15.30
4.	Kegiatan diluar berprofesi menjadi wasit sepak bola	- Tampilan sekilas kegiatan wasit wanita ketika didalam rumah	- Rumah	07.00
		- Tampilan sekilas kegiatan wasit wanita ketika menjadi guru renang	- Kolam renang	15.00
		- Tampilan sekilas kegiatan wasit wanita ketika berolahraga rugby	- Lapangan sepak bola UPI	14.00
		- Tampilan sekilas kegiatan sedang mengajar di sekolah	- Sekolah	07.00
5.	Persiapan bertugas menjadi wasit sepak bola	Tampilan kegiatan ketika wasit wanita melakukan persiapan, pemanasan, memakai peralatan.	Lapangan sepak bola	14.30
6.	Pertandingan sepak bola yang dimpimpin oleh wasit wanita	Tampilan kick off, kejadian - kejadian saat bertugas didalam lapangan, suasana pertandingan serta keputusan yang diambil ketika bertugas	Lapangan sepak bola	15.30
7.	Peluit pertandingan selesai	Tampilan ketika wasit wanita meniup peluit akhir pertandingan, serta suasana pertandingan selesai.	Lapangan sepak bola	16.30

Wawancara dilakukan dengan seorang wanita yang berprofesi menjadi seorang wasit sepak bola, dapat membantu untuk mempermudah khalayak sasaran mengetahui tentang sepak bola, perangkat sepak bola, serta masalah yang dihadapi ketika mendapat tugas memimpin pertandingan.

III.2.6.3 *Storyboard*

Storyboard merupakan suatu sketsa gambar yang disusun dengan urut berdasarkan naskah cerita yang telah ditentukan. Dengan menggunakan *storyboard* dapat mempermudah dalam pembuatan perancangan informasi, untuk pengingat alur cerita, dan dapat dipakai untuk mempermudah pembaca memahami alur cerita.

Tabel III.3 Tabel *Storyboard*.
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Part	Visual	Penjelasan
1		Menampilkan jembatan pasopati dikarenakan untuk memberikan gambaran dan menginformasikan bahwa film dan wasit wanita berasal dari kota Bandung
2		Menampilkan sekilas wasit wanita saat bercerita tentang kehidupan sehari - hari, aktivitas, dan pengalaman serta sejarah saat menjadi wasit sepak bola
3		Menampilkan aktivitas sisi lain yang dilakukan wasit wanita sehari - hari ketika berada di rumah
4		Menampilkan aktivitas diluar menjadi wasit sepak bola, yaitu mengikuti kegiatan olahraga renang disalah satu klub renang Bandung
5		Menampilkan aktivitas saat bertugas menjadi wasit sepak bola
6		Menampilkan moment penting ketika bertugas menjadi wasit sepak bola
7		Menampilkan testimoni pemain sepak bola tentang wasit wanita sepak bola

III.2.6.4 *Director Treatment*

Director treatment merupakan catatan penting atau sebuah pedoman untuk sutradara ketika akan mendeskripsikan sebuah film. Jadi, *treatment* disini merupakan gaya atau konsep penyutadaraan. (Nurdien, 2012).

Penggunaan *director treatment* ini untuk mempermudah gagasan ketika diimplementasikan kedalam suatu adegan ataupun dialog ketika *shooting* berlangsung.

III.2.6.5 Visualisasi

Visualisasi merupakan sebuah rekayasa dalam pembuatan animasi, gambar atau diagram untuk menampilkan suatu informasi. Dalam perancangan ini mengangkat sebuah fenomena didalam olahraga sepak bola tentang perangkat wasit. Dengan tujuan memberikan informasi dengan cara visualisasi tentang wasit wanita sepak bola, serta beberapa informasi singkat terkait wanita yang memilih profesi ini.

Perancangan informasi ini menampilkan kegiatan diluar wanita berprofesi menjadi wasit, persiapan untuk bertugas menjadi wasit, hingga akhir menyelesaikan tugas, ditambah dengan informasi cerita memilih profesi wasit yang akan diapaprkan oleh narasumber. Hal ini bertujuan agar khalayak sasaran dapat memahami dan menerima informasi yang disampaikan.



Gambar III.4 Referensi Visual Wasit Wanita
Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=JyhCrv82Lg4 (Diakses pada 17/04/2018)



Gambar III.5 Referensi Visual *Final Referee Knows How To Keep Peace*
Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=JyhCrv82Lg4 (Diakses pada 17/04/2018)

III.2.7 Strategi Media

Media merupakan sebuah sarana yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan, yang bertujuan untuk mempermudah penyampaian informasi tentang wasit wanita sepak bola. Maka dari itu akan diperlukan sebuah strategi media untuk mendukung penyampaian informasi kepada khalayak sasaran yang terdiri dari media utama dan mendia pendukung.

A. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini merupakan salah satu langkah yang telah disusun dan dibuat dengan sistematis, dengan tujuan untuk memberikan pesan dan solusi pada suatu permasalahan tentang wasit wanita sepak bola. Maka media utama yang digunakan adalah film dokumenter yang bertujuan untuk memberikan informasi yang baik, serta mudah untuk dipahami.

Film merupakan sebuah media yang bersifat visual dan audio visual untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat. (Effendy, 1989:226). Film sendiri memiliki beberapa kekuatan,

disebutkan oleh Javandalasta dalam bukunya yang berjudul *Lima Hari Mahir Bikin Film* (2014: 17), diantaranya adalah :

1. Film dapat mengilustrasikan kontras visual secara langsung.
2. Film dapat menghadirkan pengaruh emosional yang kuat.
3. Film dapat berkomunikasi dengan para penontonnya tanpa batas menjangkau luas kedalam perspektif pemikiran,
4. Film dapat memotivasi penonton untuk membuat perubahan.

Film dokumenter merupakan film yang mendokumentasikan atau mempresentasikan kenyataan. Artinya adalah apa saja yang ditampilkan berdasarkan fakta, namun dalam penyajian juga dapat memasukan pemikiran-pemikiran. (Ayawaila, 2008).

Pemilihan media berupa film dokumenter dikarenakan media tersebut dianggap lebih mampu untuk memberikan informasi dan pesan tentang wasit wanita sepak bola, dibandingkan dengan media lainnya seperti media cetak.

B. Media Pendukung

Dalam mendukung media utama untuk memberikan informasi tentang wasit wanita sepak bola, maka dibuatlah beberapa media pendukung yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran. Berikut media pendukung yang akan digunakan:

- ***Teaser***

  Teaser merupakan adegan singkat dari keseluruhan cerita pada film yang akan ditampilkan, yang memiliki fungsi untuk memancing rasa penasaran khalayak sasaran agar menjadi tertarik untuk menonton film secara keseluruhan. *Teaser* memiliki durasi biasanya kurang dari satu menit, yang menampilkan inti dari cerita film.

- **Poster**

  Poster merupakan salah satu bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka, yang digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal, atau penawaran untuk mempromosikan orang, acara, organisasi, produk atau perusahaan. (Supriyono, 2010)

  Pada perancangan penggunaan poster ini bertujuan untuk membantu promosi dari media utama dan menarik perhatian khalayak sasaran.

- ***Flyer***

  Flyer merupakan selembar kertas yang dicetak serta dibagikan di tempat umum atau saat acara tertentu yang bertujuan untuk mempromosikan suatu produk, jasa atau layanan.

- ***X Banner***

  X Banner merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, yang berbentuk banner dengan kontruksi penyangga yang memiliki bentuk X sehingga banner bisa berdisi sendiri.

- ***Merchendise***

  Merchendise merupakan bentuk produk yang diperjual belikan pada acara yang diselenggarakan untuk mendukung promosi media utama, diantanya adalah :

  - *Totebag*

    Totebag difungsikan sebagai *merchandise* dikarenakan akrifitas dari khalayak sasaran yang mayoritas adalah pelajar dan mahasiswa. Sehingga kesehariannya membutuhkan atau bisa mempergunakan *totebag* untuk membawa barang – barang.

  - *T-Shirt*

    T-Shirt merupakan jenis pakaian yang menutupi sebagian dari lengan, bahu, dada, dan perut. *T-Shirt* akan dijadikan sebagai *merchandise* ketika diselenggarakan acara berlangsung, dikarenakan barang primer yang hampir setiap hari digunakan

oleh khalayak sasaran, dan dapat membantu mempromosikan tentang wasit wanita sepak bola.

- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci digunakan agar khalayak sasaran dapat mengingat tentang wasit wanita sepak bola, dan akan dibagikan pada saat acara berlangsung. Selain itu, gantungan kunci dapat membantu sebagai pengingat dikarenakan dapat ditempel di berbagai tempat.

- *Tumbler*

  Tumbler merupakan salah satu tempat minum yang digunakan untuk berolahraga, yang memiliki fungsi untuk membawa air minum. *Tumbler* dipilih karena banyak sekali khalayak sasaran yang memiliki hobi olahraga terutama sepak bola, sehingga dapat lebih praktis untuk membawa air minum.

- Handuk Olahraga

  Handuk merupakan salah satu alat yang digunakan ketika selesai berolahraga, yang memiliki fungsi untuk mengelap keringat setelah berolahraga. Handuk dipilih karena banyak sekali khalayak sasaran yang memiliki hobi olahraga terutama sepak bola.

- Topi

  Topi merupakan salah satu alat yang digunakan saat berolahraga maupun saat melakukan aktivitas sehari - hari, yang memiliki fungsi untuk melindungi kepala dari panas sinar matahari.

- *Notebook*

  Notebook merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mencatat hal yang penting, yang memiliki fungsi sebagai pengingat yang bisa ditulis dan dibaca kapan saja.

- *Handbag*

  Handbag merupakan tas tangan yang memiliki bentuk yang kecil digunakan untuk menyimpan peralatan barang yang memiliki bentuk yang tidak terlalu besar, yang memiliki fungsi untuk tempat menyimpan barang seperti handphone, dompet, dan charger atau powerbank.

- *CD* atau *DVD Cover*

  Selain juga dapat diputar melalui *CD* atau *DVD player,* selain itu *DVD atau CD Cover* bisa sebagai hiasan didalam kamar dan *CD* atau *DVD Cover* ini untuk dijadikan sebuah *merchandise.*

III.2.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan sebuah perancangan penyebaran atau penyaluran suatu produk kepada khalayak sasaran. Distribusi media dilaksanakan dengan menyesuaikan dengan acara Hari Olahraga Nasional yang diselenggarakan setiap tahun pada tanggal 9 September 2018. Oleh karena itu penyebaran media dimulai 10 hari sebelum acara berlangsung, sampai pada saat acara berlangsung.

Dibawah ini adalah contoh tabel distribusi yang akan dipergunakan untuk menunjang promosi dari perancangan informasi.

Tabel III.4 Tabel Distribusi.
(Sumber : Dokumen Pribadi/2018)

Media	Metode/Cara	Tempat	Tanggal
Media Utama	Media utama akan ditampilkan pada acara berlangsung. Setelah acara selesai media utama akan diunggah ke media sosial.	Gor Citra Arena	09/09/2018
Teaser	*Teaser* akan mulai diunggah ke media sosial facebook dan youtube.		03/09/2018
Poster	Poster akan mulai disebarkan dan di tempel pada sekitaran kampus dan tempat olahraga yang sering dikunjungi oleh khalayak sasaran.	Kampus, sekolah dan tempat olahraga.	31/08/2018
Flyer	*Flyer* akan dibagikan pada sekitaran tempat seperti sekolah, kampus, dan tempat olahraga.	Kampus, sekolah dan tempat olahraga.	05/09/2018
X Banner	*X Banner* akan ditampilkan pada acara berlangsung.	Gor Citra Arena	09/09/2018
Totebag	*Totebag* akan dibagi kan pada saat acara berlangsung.	Gor Citra Arena	09/09/2018
T-Shirt	*T-Shirt* akan dibagi kan pada saat acara berlangsung.	Gor Citra Arena	09/09/2018
Gantungan Kunci	Gantungan kunci akan dibagikan pada saat acara berlangsung.	Gor Citra Arena	09/09/2018
Hand bag	*Hand bag* akan dibagikan pada saat acara berlangsung.	Gor Citra Arena	09/09/2018
Tumbler	*Tumbler* akan dibagikan pada saat acara berlangsung.	Gor Citra Arena	09/09/2018
Handuk	Handuk akan dibagikan pada saat acara berlangsung.	Gor Citra Arena	09/09/2018
Topi	Topi akan dibagi kan pada saat acara berlangsung.	Gor Citra Arena	09/09/2018
DVD atau *CD* Cover	*DVD* atau *CD* cover akan dibagi kan pada saat acara berlangsung.	Gor Citra Arena	09/09/2018

Media pendukung selain dijadikan *merchandise*, akan dibagikan secara gratis sebagai hadiah kuis yang akan diselenggarakan di tengah - tengah acara HAORNAS. Dengan mengikuti kuis dan bisa menjawab pertanyaan yang akan

diberikan, khalayak sasaran berhak mendapatkan *merchandaise* secara gratis seperti, topi, *handbag, totebag,* dan lain sebagainya.

III.3 Konsep Visual

Untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan tentang wasit wanita sepak bola melalui film dokumenter, diperlukan sebuah konsep visual agar informasi atau pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran. Dengan menggambarkan suatu realitas dari fenomena wasit wanita sepak bola saat ini yang tidak terlepas dari kegiatan yang dilakukan diluar profesi menjadi wasit, dan suasana pertandingan sepak bola. Dikarenakan, untuk menyampaikan pesan bahwa wasit wanita selain memiliki tanggung jawab yang besar didalam lapangan, wasit wanita pun memiliki tanggung jawab sebagai wanita pada umumnya serta aktivitas lainnya diluar berprofesi menjadi wasit sepak bola. Setelah konsep dibuat, untuk memperkuat statement pada film dan informasi tersampaikan dengan baik maka digunakanlah sebuah wawancara narasumber yang sedikit menjelaskan tentang wasit sepak bola yang melatar belakangi munculnya wasit wanita sepak bola.

III.3.1 Format Desain

Pada perancangan informasi ini tentang wasit wanita sepak bola melalui film dokumenter menggunakan layar lebar dengan resolusi 1920 x 1080 px, dengan *frame rate* sebesar 30fps, aspek rasio yaitu 16:9, dan juga beberapa efek transisi yang diberikan pada film ini. Pemilihan rasio 16:9 dikarenakan rasio tersebut merupaka rasio umum yang sering digunakan pada sebuah film. Pada saat pengambilan gambar menggunakan beberapa teknik pengambilan gambar sesuai dengan *director treatment* contohnya seperti *close up, medium shoot,* dan juga teknik yang lainnya.



Gambar III.6 *Setting Frame* Pada Video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Diakses pada 17/04/2018)

III.3.2 *Director Treatment*

Director treatment merupakan catatan penting atau sebuah pedoman untuk sutradara ketika akan mendeskripsikan sebuah film. Jadi, *treatment* disini merupakan gaya atau konsep penyutadaraan. (Nurdien, 2012).

Penggunaan *director treatment* ini untuk mempermudah gagasan ketika diimplementasikan kedalam suatu adegan ataupun dialog ketika *shooting* berlangsung. Pada *director treatment* dibuat dengan cara sedetail mungkin tentang *camera movement, type of shot, angle camera* dan *story telling* atau penyampaian cerita. *Director treatment* pada perancangan ini diantara lainnya adalah:

- ***Type Of Shot***

  Medium Shot

  Merupakan teknik pengambilan gambar dengan objek yang lebih dominan, dan objek manusia ditampilkan mulai dari pinggang sampai di atas kepala.



Gambar III.7 Teknik *Mediumshot*
Sumber: http://2.bp.blogspot.com/-BVgdBKajpSQ/V6vfLwlll7I/AAAAAAAABSY/wqq61RjgZBoclQwuI_E24PmAUFUFHJuHgCK4B/s1600/katniss.png (Diakses pada 17/04/2018)

Extreme Long Shot

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan mengambil gambar yang sangat jauh sehingga menghasilkan bidang pandangan yang sangat luas.



Gambar III.8 Teknik *Extreme Long Shot*
Sumber: http://3.bp.blogspot.com/-exxpWHhjvio/V6vdA6dG4hI/AAAAAAAABR8/cmlxXNFnXcIKggx9qyF1fcv23FdKDQpaQCK4B/s1600/Django-Unchained-Extreme-Wide-Shot.jpg (Diakses pada 17/04/2018)

Medium Long Shot

Merupakan teknik pengambilan gambar yang menghasilkan hasil bidang pandang yang lebih dekat apabila dibandingkan dengan *long shot.* Objek manusia biasanya ditampilkan mulai dari lutut sampai dengan atas kepala.



Gambar III.9 Teknik *Medium Long Shot*
Sumber: http://1.bp.blogspot.com/-m-_yDT3P9GE/V6veojWxhAI/AAAAAAAABSQ/95B4hMZjy90Bf4iC6xEywc_ejvATdoGKwCK4B/s1600/medium-long-shot-eastwood.jpg (Diakses pada 17/04/2018)

Long Shot

Merupakan teknik pengambilan gambar yang menghasilkan hasil pandangan yang lebih dekat dibandingkan dengan *extreme long shot*, tetapi objek masih terlihat dengan didominasi latar belakang yang luas.



Gambar III.10 Teknik *Longshot*
Sumber: http://1.bp.blogspot.com/-k7XFHR7cIN8/V6vdkcLGnXI/AAAAAAAABSE/GAPJvH4dhiQxmSvEglkITccfWWjm4bRswCK4B/s1600/long-shot.jpg (Diakses pada 17/04/2018)

Close Up

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan cara menampilkan objek sebagai pusat perhatian pada gambar. Pada objek manusia ditampilkan mulai dari bagian bahu sampai dengan atas kepala.



Gambar III.11 Teknik *Close Up*
Sumber: http://3.bp.blogspot.com/-KhdwLGt5zzI/V6vgSAMZB9I/AAAAAAAABSk/QBXMLLCk060kHW1clGf_OE9bzoBMSLWLgCK4B/s1600/6968826-close-up-girl-portrait.jpg (Diakses pada 17/04/2018)

Medium Close up

Merupakan teknik dengan pengambilan gambar dengan cara objek ditampilkan mulai dari bagian dada sampai di atas kepala.

Establishing Shot

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan menggunakan kamera yang tidak bergerak, biasanya dalam bentuk *Extreme Long Shot* atau *Long Shot* yang menunjukan keseluruhan dari sebuah pemandangan yang bertujuan untuk memperkenalkan suatu tempat dimana suatu cerita terjadi.

- ***Angle***

  Angle atau sudut pandang pengambilan gambar mempunyai hubungan erat dengan cara penempatan kamera. Penempatan dari sudur kamera sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah analisa pada *scenario*, penggunaan jenis lensa dan hal

lainnya. Beberapa kamera *angle* yang dipergunakan pada perancangan informasi ini adalah :

Objektif Camera Angle

Objektif angle merupakan kamera yang menjadi *point of view* dari cerita, sehingga kahalayak sasaran mampu melihat semua elemen visual yang sutradara berikan.

Subjektif Camera Angle

Subjektif camera angle merupakan bentuk seperti *personal view point* yang artinya penonton berpartisipasi dalam sebuah *shot* seperti mereka mengalaminya sendiri. Contohnya adalah *aerial shot* atau *shot* dari atas udara yang memperlihatkan suasana pemandangan kota dan lapangan sepak bola pada perangcangan ini.

- ***Camera Movement***

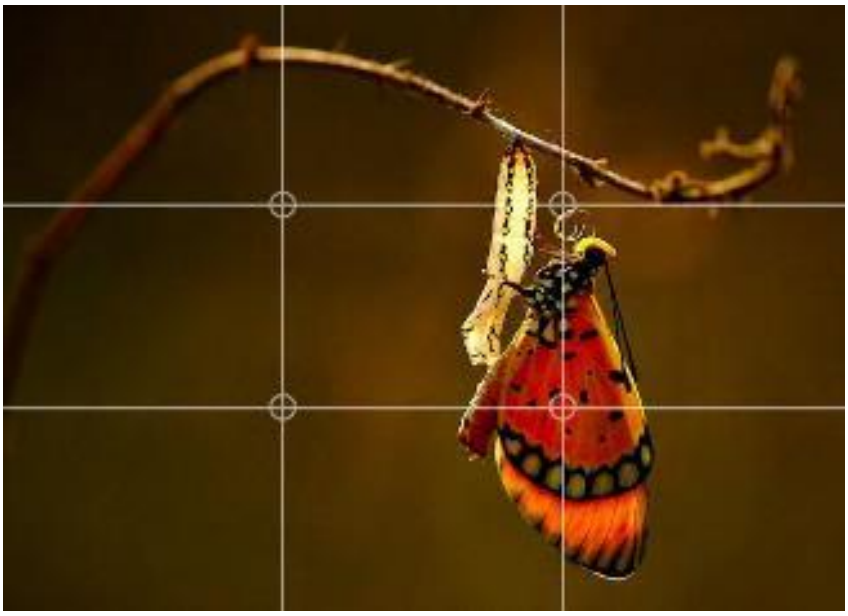
  Merupakan pergerakan dari sebuah kamera yang mempunyai tujuan untuk mengajak khalayak sasaran memberikan kesa tiga dimensi pada sebuah ruangan. Dimana khalayak sasaran seakan ikut bergerak masuk atau juga keluar lalu ikut bergerak ke arah kanan atauapun kiri mengikuti atau meninggalkan subjek.

III.3.3 Tata Letak / *Layout*

Layout merupakan penyususan dari berbagai elemen – elemen desain yang berhubungan kedalam bidang sehingga membentuk sebuah sususan artistik. *Layout* memiliki fungsi untuk memberikan atau menampilkan elemen visual dan teks sehingga informasi yang disajikan dapat tersampaikan, serta diterima dengan baik oleh khalayak sasaran.

Tata letak merupakan sebuah keseimbangan, *layout* yang digunakan dalam perancangan ini adalah *layout* yang asimetris. Pemilihan *layout* asimetris

dikarenakan desain yang disajikan akan memberikan kesan yang modern, bersahabat, dan kesan yang muda. (Rustan, 2009, h.82).



Gambar III.12 Pembagian Komposisi *Rule of Thirds*
Sumber: http://rendraras.blogspot.com/2016/12/konsep-fotografi-rule-of-thirds.html
(Diakses pada 17/04/2018)

Point of power memiliki fungsi untuk penempatan di persinggungan antara garis vertical dengan horizontal. Penggunaan kamera dengan fitur *grid line* membantu memudahkan penggunaan Konsep *Rule of Third.* Contoh dari penggunaan *rule of third* ialah dengan menempatkan *horizone* pada *shooting landscape.*

Sedangkan *layout* dominan pada media – media pendukung dengan menggunakan *layout center of interest,* yaitu objek diletakan di bagian tengah sebagai pusat media, objek pendukung lain diletakan dengan menyesuaikan posisi dari objek utama.



Gambar III.13 Contoh Poster Komposisi C*enter of Interest*

Sumber: http://imgc.allpostersimages.com/img/posters/blade-runner-2049-fire-ice_u-L-F9524N0.jpg?src=gp&w=300&h=375 (Diakses pada 17/04/2018)

III.3.4 Tipografi

Tipografi adalah salah satu bentuk representasi visual dari bentuk komunikasi verbal dan merupakan sebuah properti visual yang sifatnya pokok dan efektif. (Sihombing, 2015).

Font merupakan satu set *metal type* dari suatu *typeface*, yang memiliki ukuran dan kesamaan dalam *style*-nya. Sedangkan huruf merupakan satuan dalam alfabet. (Sihombing, 2015)





Gambar III.14 *Font* Autobus

Sumber:https://www.dafont.com/autobus.font?text=Autobus&back=theme(Diakses pada 17/04/2018)

Pada perancangan ini jenis tipografi yang dipilih adalah *font* Autobus yang berjenis *sans serif* dan didesain oleh NimaVisual. *Font* Autobus ini tidak berbayar dan diperbolehkan untuk penggunaan pribadi, yang akan digunakan pada film dokumenter. Selain karena memiliki desain yang *simple* sehingga mudah dalam pembacaannya, dan memiliki karakter yang tegas seperti wasit pada umumnya, yang harus memiliki sikap tegas dalam menjalankan tugas sebagai pengadil didalam lapangan. Jenis *font* ini juga memberi kesan modern pada desain perancangan baik media utama ataupun media pendukung lainnya.



Gambar III.15 *Font* Galliard

Sumber: https://en.wikipedia.org/wiki/File:ITC_Galliard.png (Diakses pada 17/04/2018)

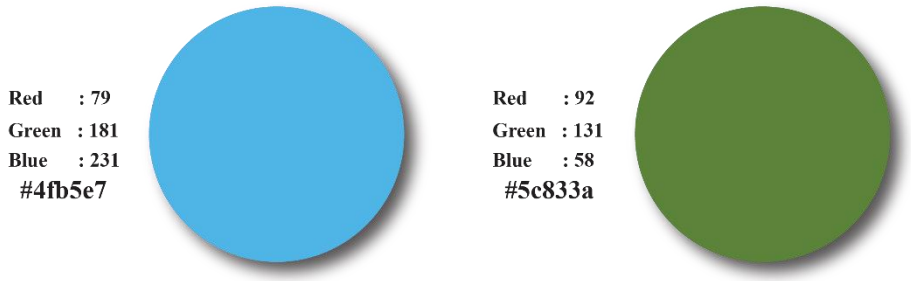
Jenis *font* yang kedua adalah *font* Galliard yang berjenis *serif* dan didesain oleh Matthew Carter. *Font* ini dipergunakan pada *body teks,* selain karna faktor desain yang menarik, memiliki huruf yang indah dan mudah dalam pembacaannya.

III.3.5 Warna

Warna adalah sebuah unsur rupa yang terbuat dari suatu pigmen atau zat warna. (Aminuddin, 2009:10). Warna merupakan salah satu unsur pada seni dan desain, pada pengaplikasian media utama dan media pendukung menggunakan warna terpilih. Pemilihan dengan menggunakan warna – warna diambil dengan berdasarkan pada elemen - elemen dari wasit beserta lapangan sepak bola tersebut yaitu warna dari kostum perlengkapan wasit. Pada prosesnya pengaplikasian warna

dilakukan melalui 2 *software* yaitu Adobe Ilustrator dan Adobe Photoshop, dengan format akhir yaitu *colour mode* RGB dan CMYK, *quality maximum*, dengan resolusi *high* 300 dpi.

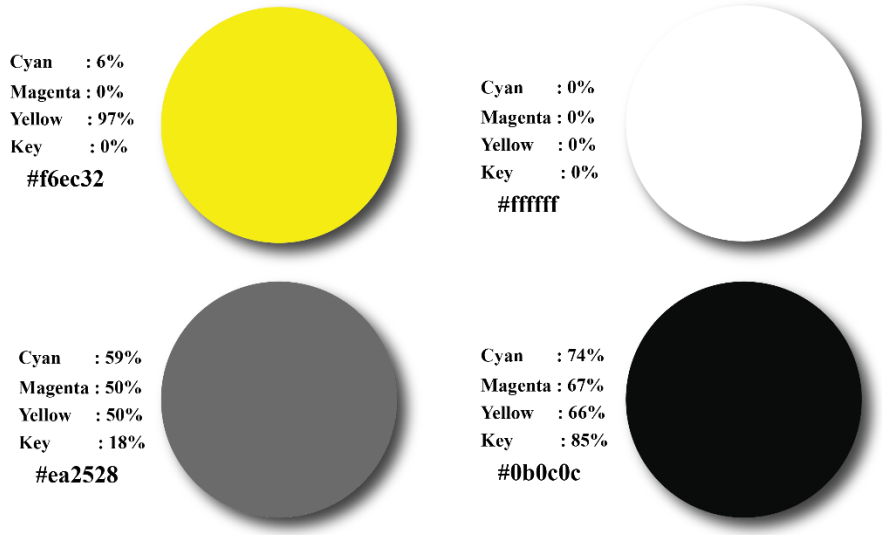
- Contoh Pengaplikasian Warna Pada Media Utama



Gambar III.16 Contoh Warna Yang Dipakai Pada Media Utama
Sumber: Data Pribadi (Diakses pada 17/04/2018)

- Warna hijau dipergunakan dalam perancangan informasi ini dikarenakan diambil dari rata – rata warna rumput yang ada dilapangan sepak bola, serta memiliki pengaruh yang sangat besar bagi manusia yang meliputi semangat, kebahagian dan kenyamanan diri. Dalam suasana warna hijau juga dapat membantu memberikan rasa aman, serta memberikan kesegaran untuk khalayak sasaran ketika menonton perancangan informasi berupa film dokumenter ini.
- Warna yang dipergunakan dalam perancangan informasi ini merupakan warna *tone opacity* dari biru yang mendekati aquamarine. *Tone* warna ini dipilih karena warna biru dengan cahaya yang dikurangi dipercaya dapat memberikan nuansa ketenangan sehingga ketika menonton perancangan informasi ini berupa film dokumenter, khalayak sasaran dapat menikmatinya.

- Contoh Pengaplikasian Warna Pada Media Pendukung



Gambar III.17 Contoh Warna Yang Dipakai Pada Media Pendukung

Sumber: Data Pribadi (Diakses pada 17/04/2018)

Pada media pendukung ini digunakan warna – warna seperti kuning, hitam, dan abu - abu karena bersifat meningkatkan kosentrasi, optimisme, kesederhanaan, intelek, kuat dan penuh percaya diri. (Anggraini dan Nathalia, 2016:38). Selain itu, penggunaan hitam putih dimaksudkan untuk memberikan kesan bahwa film ini menceritakan tentang cerita atau sejarah. Pemilihan warna sudah disesuaikan dengan target khalayak sasaran yaitu remaja akhir yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga diharapkan khalayak sasaran dapat tertarik dengan perancangan informasi ini. Dengan begitu dapat membantu dalam menyebarkan atau menginformasikan pesan dari perancangan tentang wasit wanita sepak bola ini kepada khalayak sasaran lainnya.