

BAB III

ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

A. Analisis Data

Menurut Bogdan and Biklen (Emzir, 2010). Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang telah dikumpulkan untuk pemahaman mengenai materi-materi. Analisis melibatkan pekerjaan dengan data, penyusunan, dan pemecahannya ke dalam unit-unit yang dapat ditangani, perangkumannya, pencarian pola-pola dan penemuan apa yang penting. Setelah data terkumpul, data akan dikelompokkan sesuai dengan unsur - unsur desain dan komunikasi visual. Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Data verbal atau informasi lisan maupun tulisan berikutnya akan disusun secara efisien dan menarik agar dapat menyajikan informasi yang efektif. Sedangkan data visual atau sebuah informasi dalam bentuk gambar, video ataupun bagan, akan dikumpulkan untuk menghimpun jumlah data visual dan kelayakan data visual tersebut untuk dikombinasikan dengan data verbal. Selanjutnya, dari hasil analisis data tersebut akan ditentukan beberapa konsep perancangan yang sesuai untuk perancangan karya. Adapun rangkaian analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi

Menurut Assauri (2015:144) Segmentasi merupakan suatu strategi pemasaran yang dilakukan dengan sadar dan sengaja untuk membagi pasar ke dalam bagian-bagian, sebagai dasar untuk membina bagian – bagian tertentu guna dijadikan pasar sasaran yang akan dilayani. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa segmentasi pasar pertunjukkan Wayang Orang Sriwedari agar target bisatercapai juga ditentukan dengan pertimbangan sebagai berikut.

a. Demografi

- Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki-Laki
- Usia : Semua Usia
- Ekonomi : Masyarakat bawah, menengah serta atas
- Agama : Semua Agama

b. Psikografi

Tradisional yang selalalu menginginkan hal atau sesuatu yang baru, Masyarakat dengan gaya hidup yang sudah mempunyai pegangan oleh kebudayaan lokal (Budaya daerah Surakarta) akan tetapi telah mengenal budaya luar seiring perkembangan Zaman.

c. Geografis

Dari segi geografis dapat dijangkau seluruh masyarakat Indonesia ataupun wisatawan Mancanegara yang sedang berkunjung maupun Berwisata dikota Surakarta.

d. Behavior

Masyarakat yang ingin menikmati ataupun mempelajari Budaya dalam bentuk karya Seni dengan nuansa yang menghibur.

2. USP (*Unique Selling Proposition*)

Unique selling proposition adalah Proposisi penjualan yang unik merupakan “pernyataan” kunci yang menggambarkan nilai yang berbeda dan menarik dari produk, yang menetapkan produk selain dari produk pesaing lainnya. *Unique selling proposition* yang dimiliki oleh pertunjukkan Wayang Orang Sriwedariialah pertunjukan seni dan budaya yang memiliki nilai-nilaidalamkehidupan, serta menerapkan budi pekerti dalam

kehidupan sehari-hari. Pertunjukan ini memadukan seni tari, seni drama, seni musik, dan seni rupa. Sehingga dapat ditemukan sebuah *keyword* : *Seni dan Budaya*.

3. Positioning

Dalam pembuatan video yang bermaksud mengajak bagi masyarakat ataupun para wisatawan untuk berkunjung, gaya visual dalam Perancangan video Wayang Orang Sriwedari sedemikian dibuat layaknya sebuah film dokumenter dengan menekankan teknik, visual, audio dan juga biografi jalan cerita. Dengan memanfaatkan sisi artistic yang memaksimalkan Shot, Angel, gerak kamera dan tidak banyak menggunakan efek transisi video melainkan hanya menggunakan efek transisi yang sederhana. Dengan memaksimalkan efek penggunaan Colour Grading pada video. Dalam penggunaan teknik tersebut diharapkan dapat menghasilkan sebuah video berkesan nyaman untuk dilihat, minimalis dan juga memberikan minat kepada para penonton. Sehingga informasi yang ada dalam video dapat diterima dan mudah untuk dimengerti oleh masyarakat.

B. Startegi Kreatif

1. Konsep Visual

Wayang Orang adalah budaya atau tradisi adi luhung yang harus di jaga dan di lestarikan di era perkembangan zaman teknologi modern ini. Wayang sebagai simbol cerminan kehidupan yang mewariskan nilai-nilai kebudayaan Jawa dari nenek moyang terdahulu.

Karna Bangsa yang besar adalah bangsa yang gandrung akan kebudayaan masing-masing. maka dari itu dengan dirancangnya Video Advertorial di harapkan masyarakat yang notabenenya sebagai penerus bangsa ini dapat mengenal lebih dekat warisan kebudayaan sebagai simbol diterapkanya nilai-nilai dalam kehidupan sehari-hari.

Selanjutnya Media Promosi akan di tayangkan di beberapa titik, Khususnya pada tempat keramaian yang dapat di jangkau masyarakat. Maka dari itu segala aspek harus di pertimbangkan mulai dari *Story Board*, Orises Pengambilan Gambar, Record Suara dan tipografi supaya hasil perancangan dapat di hasilkan sesuai dengan target yang di harapkan.

2. Konsep Verbal

Perancangan video iklan Advertorial Wayang Orang Sriwedari merupakan bentuk periklanan yang disajikan dengan gaya bahasa jurnalistik berdurasi kurang lebih 10 menit. Yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat terhadap pagelaran seni budaya.

Perancangan media promosi menggunakan konsep semangat anak-anak muda dan dewasa dalam mencintai atau menggemari pertunjukkan Wayang Orang Sriwedari. Dalam proses perancangan Video Promosi untuk menghasilkan kualitas gambar Video yang di inginkan Penulis menggunakan *Effect Warp Stabilizer*. Bertujuan supaya gambar yang dihasilkan lebih halus dan nyaman saat dilihat. Font yang digunakan dalam video promosi ini adalah jenis *font Arial Blakkarenafont* dengan jenis Arial Black memiliki kelebihan memberikan pemahaman dan ketegasan pada media Video promosi tersebut. Sehingga lebih nyaman saat di baca.

3. Gaya Desain

a) Durasi

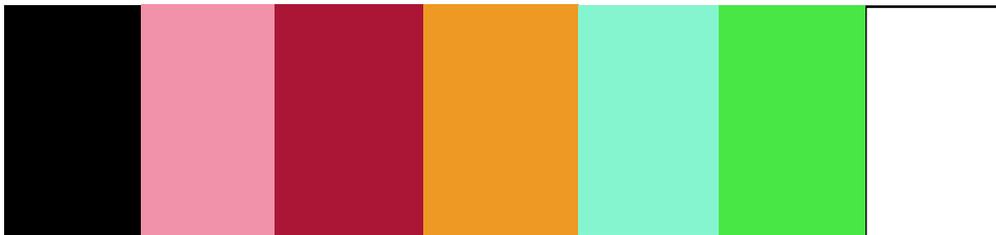
Dari segi aspek dalam perancangan Video Promosi haruslah dibuat dengan Singkat Padat dan Jelas terhadap konsumen, Maka dari itu Video yang dihasilkan berdurasi 3 Menit 7 detik.

b) Kecepatan

kecepatan gambar yang digunakan adalah normal dan slow motion. Slow motion digunakan untuk mendapatkan efek dramatis pada perancangan.

c) Tone dan Warna

Pada pengaplikasian perancangan video Wayang Orang Sriwedari nanti akan mengadopsi skema warna Analog yaitu Crimson UA (merah), Lemon curry (Oranye), Aquamarine (biru), Malachite (hijau). Pendekatan skema analog yaitu warna 3 sampai 5 warna yang berdekatan satu sama lain dalam diagram roda warna. skema warna analog tidak hanya menyenangkan mata, tetapi dapat secara efektif menginstruksikan konsumen di mana dan bagaimana mengambil tindakan. Dengan perpaduan kontras warna tersebut menghasilkan kontras video yang mudah dilihat dan dikenali sehingga menimbulkan kesan menghidupkan suasana serta menambah unsur Seni yang tampak menawan dan elegan.



Crimson UA (R:172, G:22, B:54)



Vanilla Ice (R: 241, G:146, B:169)



Lemon Curry (R:238, G:153, B:35)



Black (R:0, G:0, B:0)



Malachite (R:72, G:231, B:69)



White (R:225, G:225, B:225)



Aquamarine (R:132, G: 245, B:206)



Gambar 3.1 Tampilan Warna di dalam Video, *Satriyo 2020*.

d) Konten

Didalam pembuatan video, konten yang di ambil penulis berupa sebagian icon di Surakarta dan saat pagelaran berlangsung.

e) Angle kamera

Angle kamera yang dipakai nantinya akan mengadopsi normal, high angle, low angle, zoom out, frog eye, dan eye level dimana posisi high angle kamera digunakan saat ingin menunjukkan keindahan serta ketakjuban beberapa tempat di surakarta dan saat pementasan Wayang Orang.

f) Lighting

Karena shoting Sebagian berada di alam terbuka Sebagian besar menggunakan cahaya asli. Bebrapa menggunakan Lighting tambahan, untuk memperjelas syuting pada malam hari Saat pementasan Wayang Orang Sriwedari berlangsung.

g) Talent

Karena mengacu pada video promosi untuk dibuat menarik minat audiens dalam rangka pelesatarian kebudayaan .

h) Narasi

Bentuk narasi yang digunakan adalah narasi yang bersifat menerangkan sepenggal kisah dan memberikan wawasan kepada audiens untuk mengenal lebih

dekat. Narasi juga menggunakan Bahasa Indonesia yang obyektif singkat dan jelas agar mudah di terima oleh masyarakat.

i) **Motion Graphic**

Teknik motion graphic yang digunakan pada video ini dilakukan supaya beberapa cuplikan dari video tersebut memberikan semangat rasa penasaran uadiens untuk belajar atau hanya datang untuk sekedar menonton, memberikan wawasan tentang Wayang Orang dalam perwujudan karya seni.

4. Setting tempat

Untuk mendukung pembuatan media Promosi diperlukan beberapa background yang digunakan untuk menjadi latar tempat pada Video Advertorial Wayang Orang Sriwedari. Proses shooting dilakukan dengan mengikuti rancangan yang ada sehingga bertujuan untuk menyingkat waktu dalam pengerjaannya dan meminimalisir biaya produksi serta kesalahan yang ada dalam pengambilan gambar. Pengambilan gambar menggunakan alat yang disesuaikan dengan tempat produksi yaitu outdoor serta lokasi yang tidak dapat di prediksi. Adapun tempat yang diambil pada saat proses shooting, yaitu Wayang Orang Sriwedari.

5. Tipografi

Typografi adalah suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya dengan ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

a) *Baseline*

Baseline adalah sebuah garis garis horizontal yang menjadi batas dari bagian terbawah dari setiap huruf besar.

b) *Capline*

Capline adalah sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas dari setiap huruf baru.

c) *Meanline*

Meanline adalah sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas, dari badan setiap huruf kecil.

d) *X-Height*

X-Height adalah jarak ketinggian dari baseline ke meanline. *X-Height* meruakan fungsi dari bahan huruf kecil. cara yang termudah mengukur ketinggian badan huruf kecil adalah menggunakan huruf “x”.

e) *Ascender*

Ascender adalah bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di antara meanline dan capline.

f) *Desancander*

Desancander adalah bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat dibawah baseline.

Pemilihan jenis *typografi* pada perancangan Video ini berdasarkan kemudahan si pembaca dalam memahami maksud dan tujuan, yang pertama adalah jenis *typografi*Java font dan Arial.

ABCDEFGHIHabcdefgh

abcdefghijklmn

C. Konsep Teknik

Didalam perancangan video Wayang Orang Sriwedari, terdapat beberapa alat tambahan untuk proses produksinya. Berikut ini adalah beberapa alat yang digunakan dalam perancangan pembuatan video :

a. Kamera

Kamera adalah alat utama dalam proses Perancangan Video, dalam pengambilan shot kamera yang digunakan adalah jenis kamera *Canon 60d* dan *Canon 1200d* jenis ini cukup baik untuk pengambilan gambar saat proses produksi berlangsung.



Gambar 3.2 *Canon 60d* (<http://Google.com>, 2020)



Gambar 3.3 *Canon 1200d* (<http://Google.com>, 2020)

b. Lensa

Agar video lebih halus dan jernih lensa yang dipakai adalah jenis Kit, Fix, dan Wide. Masing-masing lensa tersebut mempunyai peranan tersendiri Saat pengambilan gambar,jenis lensa ini sangat cocok dalam mendukung pengambilan gambar, karna hasil shot lebih jelas, fokus serta gambar yang dihasilkan halus.



Gambar 3.4 Lensa Kit (<http://Google.com>, 2020)



Gambar 3.5 Lensa Fix (<http://Google.com>, 2020)



Gambar 3.6 *Lensa Wide* (<http://Google.com>, 2020)

c. Personal Komputer

Dalam tahapan editing video memerlukan *Personal Komputer* (PC) komponen ini tentunya sangat dibutuhkan dalam perancangan video Wayang Orang Sriwedari. Setelah hasil pengambilan gambar didapat, kemudian akan diolah dengan *Personal Komputer* menggunakan Software. Mulai dari saat pemilihan/pemotongan gambar, Pemberian efek warna, penambahan suara, hingga tahap perenderan Video. Berikut adalah spesifikasi Personal Komputer yang dipakai saat Proses editing :

- Processor : Intel Core i7-2600 3.8 Ghz
- Ram :16GB (8GBX2) PC-12800
- Fan Proc : DeepCool Alta9 (Cooler Master i3)
- Hardisk(HDD) :Seagate 500 Gb Sata
- VGA : GT 730 2GB DDR5



Gambar 3.7 *Personal Komputer* (<http://Google.com>, 2020)

d. Software

- 1) Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro adalah *Software* utama yang digunakan dalam proses Perancangan video Wayang Orang Sriwedawi. dalam pengolahan video , banyak dari kalangan pemula maupun profesional yang menggunakan *software* ini untuk mengolah video, karna banyak fitur-fitur yang cukup membantu dalam pembuatan video. Versi dalam pengolahan video ini sendiri menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2016*



Gambar 3.8 *Adobe Premiere Pro CC 2016* (<http://Google.com>, 2020)

2) *Adobe Lightroom*

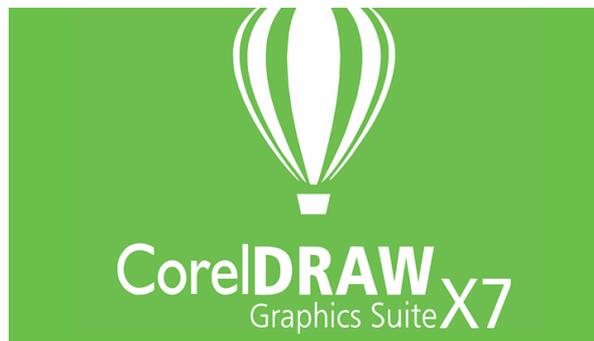
Software pembantu untuk mengelola dalam pengeditan gambar selanjutnya adalah *Adobe Lightroom*. Dalam pengolahan video Wayang Orang Sriwedari, *software* ini digunakan untuk meretouch gambar dan penekanan dalam pemilihan warna yang bervariasi untuk membuat warna / *Colour Grading* pada Video. Versi *software* yang di gunakan pada video Wayang Orang Sriwedari ini menggunakan *Adobe Lightroom CC 2016*.



Gambar 3.9 Adobe Lightroom CC 2016 (<http://Google.com>, 2020)

3) Corel Draw X7

Corel Draw merupakan salah satu *software* yang sangat bagus dalam pembuatan desain, karna pada *software* ini gambar yang dihasilkan tidak akan pecah saat di zoom. Dalam perancangan video Wayang Orang Sriwedari *Corel Draw* digunakan untuk Text dan logo maupun perancangan alat pendukung lainnya. Versi yang digunakan dalam perancangan ini adalah *Corel Draw X7*.



Gambar 3.10 Corel Draw X7(<http://Google.com>, 2020)

D. Media Plan

Untuk menarik minat uadiens terhadap Wayang Orang Sriwedari diperlukan beberapa media pendukung, berikut adalah media pendukung yang akan digunakan untuk menarik minat masyarakat.

1. Media Cetak

a) Flayer/Pamflet

Dengan penambahan Tokoh karakter yang mudah di ingat seperti kisah cinta Rama dan Sinta ataupun karakter Hanoman, Diharapkan mampu untuk manarik minat uadiens dalam bentuk Visualisasi media Cetak.

b) Baleho

Promosi dilakukan dengan tujuan Agar dapat menjangkau minat masyarakat yang lebih luas lagi, media promosi yang digunakan berupa media Baleho. di buat dengan kata-kata singkat dan Jelas yang akan di pasang disudut keramaian maupun tepi Jalan, sehingga diharapkan masyarakat yang melihatnya menjadi tertarik untuk mengunjungi.

2. Merchandise

Untuk menarik masyarakat dalam berkunjung maka dilakukan pemberian sebagai *Mechandise*, dengan tujuan agar masyarakat dapat mengingat-ingat Pagelaran Wayang Orang di Sriwedari. Untuk *Merchandise* yang di gunakan berupa Souvenir sederhana dalam kehidupan Sehari-hari seperti Mug, gantungan kunci dan Jam dinding. Berikut ini adalah beberapa merchandise tambahan lainnya yang digukan untuk mempromosikan Wayang Orang Sriwedari.

a. *Mug*

Mug adalah sejenis cangkir yang umumnya digunakan sebagai alat bantu wadah untuk minuman panas, sebagian besar masyarakat memilih Mug favorit mereka

saat di gunakan. Maka dari itu dibuatnya *Souvenir Mug* sebagai media promosi yang berupa *souvenir* yang dapat menarik masyarakat dalam berkunjung.

b. *Gantungan Kunci*

Dalam kegunaanya gantungan kunci sering dipakai dan sering di lihat oleh sebagian besar orang yang memasangnya pada kunci kendaraan, karna bentuknya yang unik dan bermacam makasouvenir yang berwujud gantungan kunci ini diharapkan mampu menarik sebagian besar masyarakat dalam berkunjung.

c. *Jam Dinding*

Jam dinding sejatinya digunakan untuk menunjukkan waktu, dalam kegunaanya jam sendiri tidak pernah luput dari pandangan manusia. Maka dari itu di buatkanya metode ini diharapkan mampu memberi inspirasi kepada masyarakat dan berminat untuk berkunjung.

d. *Kaos/T-shirt*

Sebagian manusia berpandangan menilai seseorang dari penampilanya, dalam suatu situasi hal sebagai salah satu celah yang dipakai untuk mempromosikan Wayang Orang Sriwedari, maka dari itu dibuatnyamerchandise kaos sangat cocok untuk menarik masyarakat, khususnya pada kalangan anak muda.

e. *Totebag*

Pada era modern sekarang ini banyak tren/produk yang mendominasi di kalangan khususnya anak muda, salah satunya adalah *Totebag*, para penggemar penampilan tentunya sangat mengagumi salah satu produk seperti ini, sebagai aksesoris tambahan dalam berpenampilan menarik pada minat masyarakat khususnya kalangan anak muda, dengan dibuatkanya *souvenir Totebag* ini diharapkan mampu menarik minat untuk berkunjung.

f. Topi

Dari beberapa barang unggulan pendorong penampilan lainnya. banyak yang beranggapan bahwa Topi adalah aksesori yang sangat digemari dari kalangan muda sampai kalangan dewasa, maka dari itu dengan pembuatan *merchandise* berupa Topi diharapkan mampu memberi Poin tersendiri untuk menarik minat simpati para wisatawan