

BAB IV STRAGETI KREATIF

4.1. Konsep Verbal

Dari target sasaran yang berusia 41-45 secara verbal penggunaan bahasa sehari-hari adalah Bahasa Indonesia non-formal. Penggunaan Bahasa Indonesia non-formal ini bertujuan untuk memberikan informasi yang mudah dipahami oleh target sasaran. Informasi yang akan digunakan merupakan informasi salahnya menerima tawaran investasi emas yang tawarannya digunakan oleh marketing secara sederhana dan langsung kepada titik inti. Berdasarkan teori komunikasi menggunakan pengalaman target sasaran akan memudahkan target menerima pesan yang disampaikan. Penyampaian pesan sendiri berdasarkan teori perlu tertuju pada target sasaran dengan langsung. Pesan yang diberikan mengandung saran untuk cermat dalam berinvestasi dan tawaran investasi emas fiktif yang ditawarkan.

4.2. Konsep Visual

Pada iklan layanan masyarakat akan menggunakan teknik bercerita *slice of life* atau gaya kehidupan. Teknik bercerita ini akan menampilkan pengalaman yang mereka dapati saat menerima tawaran investasi emas. Gaya teknik pengambilan gambar menggunakan gaya *live shot* yang diambil melalui kamera dan mendapatkan *editing* yang cukup untuk menarik perhatian target sasaran. Warna pada visual yang ditampilkan akan bernuansa oranye untuk menimbulkan kesan semangat, energik dan merepresentasikan sore hari pada. Penggunaan font sebagai pendukung audio adalah sans serif untuk memberikan kesan kuat dan tegas.

4.3. Konsep Karya

Karya berupa iklan layanan masyarakat yang menggunakan pengalaman dari target sasaran. Pesan yang ingin disampaikan adalah salahnya menerima investasi emas fiktif. Letak dari cerita berada didalam rumah karena sedang menerima tamu. Cerita terjadi pada sore hari karena target sasaran berada dirumah pada sore hari setelah pulang dari kerja. Tokoh yang digunakan adalah pria berusia 41-45 tahun yang memberikan kesan sebagai target sasaran dan pihak penawar berusia 21-25 tahun karena berdasarkan observasi yang dilakukan, marketing adalah orang tanpa pengetahuan investasi yang baru saja di pekerjakan dimana mereka digunakan oleh perusahaan untuk mencari nasabah.

Pada iklan layanan masyarakat yang diciptakan bertujuan untuk memberikan kesadaran kepada target sasaran tentang kesalahan yang mereka lakukan saat mendapatkan penawaran investasi emas. Pesan disampaikan melalui 2 rute yaitu melalui rute periferal dan rute sentral. Rute periferal yang digunakan dalam video dengan menggambarkan kesalahan dalam menerima tawaran investasi. Rute selanjutnya menunjukkan akibat dari menerima tawaran investasi emas. Iklan berdurasi 30 detik dengan pembagian *bumper ads* selama 6 detik yang dilanjutkan dengan *skippable-ads* dengan durasi 24 detik.

Konsep untuk media pendukung spanduk adalah menampilkan visual seorang marketing sedang ditutupi papan dengan tulisan “halo dari Budiman” yang semakin lama semakin turun dari wajah marketing dan menunjukkan wajah. Pengenalan ini untuk memberi masyarakat pengetahuan mengenai karakter Budiman dan memudahkan target sasaran untuk menerima pesan yang disampaikan.

Konsep pendukung poster digital yang dibagikan di aplikasi whatsapp adalah visual dari marketing. Melihatkan marketing yang berada dibalik jeruji besi. Hal ini untuk memperkenalkan tokoh marketing investasi emas fiktif dengan kesan orang buruk. Pengenalan ini akan mempermudah target sasaran untuk menerima pesan yang disampaikan pada video.

4.4. Thumbnail

Sketsa media utama:



Scene 1
Opening menunjukan marketing dengan suara latar yang menjadi narasi.
Dialogue: Ini budiman



Scene 2
Narasi melanjutkan dengan budiman yang menawarkan investasi emas
Dialogue: Budiman menawarkan Investasi emas



Scene 3
Narasi melanjutkan dengan budiman yang menawarkan keuntungan 30%
Dialogue: Untung 30% sebulan



Scene 4
Narasi melanjutkan dengan budiman yang menawarkan investasi tanpa resiko
Dialogue: Tanpa resiko



Scene 5
Target sasaran memikirkan tawaran
Dialogue: -



Scene 6
Target sasaran memikirkan tawaran
Dialogue: -



Scene 6
Target sasaran memikirkan keuntungan yang didapat dengan kamera yang perlahan naik ke atas kepala.
Dialogue: Waduh..



Scene 6
Target sasaran menyetujui tawaran tersebut.
Dialogue: Gawat



Scene 7
Text muncul perlahan menandakan 1 bulan telah berlalu
Dialogue: -



Scene 8
Target sedang chat dengan marketing tetapi mendapat kabar dana telah habis
Dialogue: Nah kena tipu kan. ini deh namanya investasi bodong.



Scene 9
Warna mulai menjadi pudar dan blur dengan narasi yang memberi tahu untuk cermat dalam invest
Dialogue: Kalian harus cermat ya berinvestasi

Sketsa media pendukung spanduk:



Spanduk pertama



Spanduk kedua



Spanduk ketiga

Sketsa media pendukung poster:



4.5. Final

Final media utama melalui Ads Youtube yang diatur oleh algoritma Youtube dalam penayangannya:



Scene 1
Opening menunjukan marketing dengan suara latar yang menjadi narasi.
Dialogue: Ini budiman



Scene 2
Narasi melanjutkan dengan budiman yang menawarkan investasi emas
Dialogue: Budiman menawarkan investasi emas



Scene 3
Narasi melanjutkan dengan budiman yang menawarkan keuntungan 30%
Dialogue: Untung 30% sebulan



Scene 4
Narasi melanjutkan dengan budiman yang menawarkan investasi tanpa resiko
Dialogue: Tanpa resiko



Scene 5
Target sasaran memikirkan tawaran
Dialogue: -



Scene 6
Target sasaran memikirkan tawaran
Dialogue: -



Scene 6
Target sasaran memikirkan keuntungan yang didapat dengan kamera yang perlahan naik ke atas kepala.
Dialogue: Waduh..



Scene 6
Target sasaran menyetujui tawaran tersebut.
Dialogue: Gawat



Scene 7
Text muncul perlahan menandakan 1 bulan telah berlalu
Dialogue: -



Scene 8
Target sedang chat dengan marketing tetapi mendapat kabar dana telah habis
Dialogue: Nah kena tipu kan, ini deh namanya investasi bodong.



Scene 9
Warna mulai menjadi pudar dan blur dengan narasi yang memberi tahu untuk cermat dalam invest
Dialogue: Kalian harus cermat ya berinvestasi

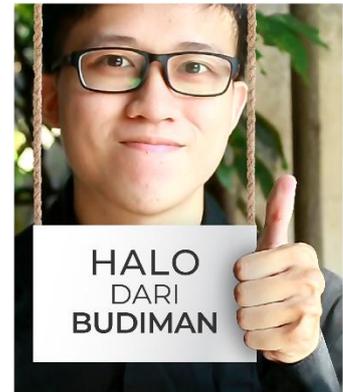
Final media pendukung spanduk diletakan pada jalan yang padat saat jam kerja agar spanduk dilihat oleh banyak masyarakat:



Spanduk pertama



Spanduk kedua



Spanduk ketiga

Final media pendukung poster dibagikan melalui whatsapp dan dibagikan ulang secara terus menerus hingga menyebar dengan sendirinya:



4.6. Evaluasi Perancangan

Perancangan masih jauh dari sempurna dan masih banyak ruang untuk dikembangkan. Hal yang dibahas pada perancangan berhenti pada langkah pencegahan. Perancangan selanjutnya dapat memberikan solusi yang lebih detail dari pencegahan yang dilakukan.