

BAB IV

KONSEP PERANCANGAN

4.1 Konsep Verbal

4.1.1 Konsep Video Promosi

Dalam perancangan kali ini, peneliti akan merancang sebuah video promosi untuk memperkenalkan promo kuota internet gratis kepada pengguna *Telkomsel* khususnya para pelajar dan mahasiswa. Konsep yang peneliti gunakan dalam video promosi ini adalah gabungan antara *motion graphic* dan juga animasi *frame by frame*. Pemilihan gaya desain dalam video promosi ini dipilih untuk menyesuaikan selera desain yang ditujukan kepada pelajar dan mahasiswa yang merupakan anak muda.

Kesan yang hendak dibangun pada perancangan ini adalah kesan santai, bebas, lugas, dan berwarna. Kesan ini dipilih untuk menyesuaikan kuota internet yang diberikan oleh *telkomsel* yang notabene dapat digunakan secara bebas dan bertanggungjawab.

4.1.2 Konsep Isi Video Promosi

Pada video promosi yang akan dirancang, isi dari konten terbagi kedalam beberapa bagian, yang pertama adalah pengenalan promo yang diberikan oleh *Telkomsel*, yaitu tentang promo kuota internet gratis. Lalu bagian yang kedua adalah bagaimana cara untuk mendapatkan kuota internet tersebut, sesuai dengan syarat dan ketentuan yang diberikan oleh *Telkomsel*. Bagian ketiga merupakan manfaat yang bisa diambil dari promo tersebut, dan bagian yang terakhir adalah penutup.

4.1.3 Pemilihan Bahasa

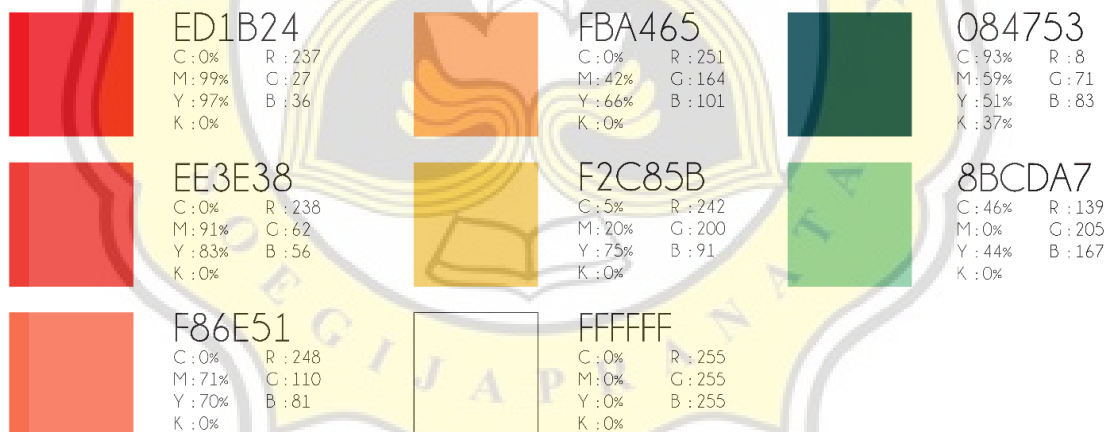
Pemilihan bahasa yang digunakan untuk video promosi kali ini adalah bahasa Indonesia. Hal ini dikarenakan target sasaran yang merupakan pengguna *provider Telkomsel* yang berada di Indonesia, khususnya di daerah kota Semarang dan sekitarnya. Bahasa Indonesia juga dipilih

untuk mengantisipasi audiens tidak merasa kebingungan jika menggunakan bahasa asing atau bahasa daerah, karena bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional.

4.2 Konsep Visual

4.2.1 Warna

Pada perancangan kali ini, warna yang akan digunakan dalam desain video promosi akan mengikuti palet warna yang telah digunakan pada brand *Telkomsel*, yaitu palet warna dengan nuansa merah, putih, dan juga warna warna pendukung lainnya seperti jingga, kuning dan biru. Penggunaan palet warna tersebut juga ditujukan untuk memperkuat identitas visual dari *Telkomsel*, sehingga para audiens akan langsung mengetahui bahwa video promosi ini berasal dari *Telkomsel*.



Gambar 4.1 Warna
(Dokumentasi Pribadi)

4.2.2 Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan kali ini adalah jenis tipografi *sans-serif* dan akan menggunakan 2 Font, yaitu "*BEBAS NEUE*" dan "*Champagne and Limousines*". Jenis

tipografi *sans-serif* dipilih untuk menyampaikan kesan lugas dan tegas, untuk menggambarkan keseriusan *Telkomsel* dalam memberikan promo ini. Selain itu, penggunaan tipografi *sans-serif* dapat menunjukkan kesan minimalis dan modern. Hal ini selaras dengan target sasaran yaitu pelajar dan mahasiswa. Untuk *Headline*, font yang digunakan adalah *Bebas Neue* dan untuk *body text* akan menggunakan *Champagne and Limousines*.



Gambar 4.2 Font Bebas Neue
(Dokumentasi Pribadi)

Gambar 4.3 Font Champagne & Limousines
(Dokumentasi Pribadi)

4.2.3 Gaya Video

Dalam video promosi yang akan dibuat pada perancangan kali ini, gaya video yang akan digunakan adalah penggabungan antara *motion graphic* dan juga *frame by frame animation*.

Penggunaan 2 gaya desain yang kontras ini dipilih dengan maksud untuk menunjukkan bahwa kuota internet gratis yang diberikan dalam promo ini dapat digunakan secara bebas dan bertanggungjawab, jadi tidak hanya dapat digunakan untuk kebutuhan formal namun juga kebutuhan hiburan.

Metode *motion graphic* dipilih untuk menggambarkan sisi formal, dan *frame by frame animation* untuk sisi non formal, dimana hal ini disesuaikan dengan kebutuhan para pelajar dan mahasiswa dalam survey yang telah dilakukan bahwa mereka membutuhkan suatu akses internet yang tidak hanya dapat digunakan untuk kebutuhan pendidikan saja, namun juga hiburan.

Tema visual utama yang akan peneliti gunakan adalah “Bandara Pesawat Kertas”. Konsep visual ini dipilih untuk menggambarkan brand *Telkomsel* sebagai bandara pusat yang akan menerbangkan para pengguna dengan promo kuota internet gratis yang digambarkan dengan pesawat kertas yang ringan, sesuai dengan promo kuota internet yang mudah untuk didapat, serta dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Untuk mendukung kesan yang akan disampaikan tersebut, video juga akan menggunakan audio yang sesuai dengan konsep ringan, santai dan *energetic* agar dapat membawa audiens ke dalam suasana tema tersebut.

4.3 Visualisasi Desain

4.3.1 Visualisasi Primer

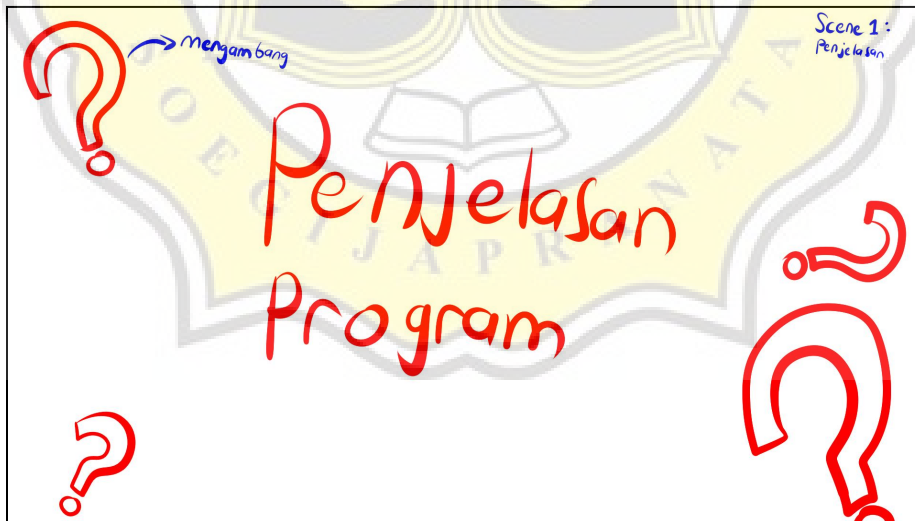
Video promosi kuota internet gratis dari *Telkomsel* ini berdurasi sekitar 2 menit agar audiens tidak merasa bosan dan juga berfungsi untuk merangkum dari seluruh kegiatan dalam promo, yang mana tujuan video promosi adalah menginformasikan kepada audiens tentang adanya promo kuota internet gratis yang diberikan oleh *Telkomsel*. Isi konten akan terbagi menjadi 4 bagian, yaitu:

1. Opening
2. Pengenalan promo
3. Langkah mendapatkan kuota internet gratis
4. Penutup

4.3.1.1 Sketsa



Gambar 4.4 Sketsa 1
(Dokumentasi Pribadi)

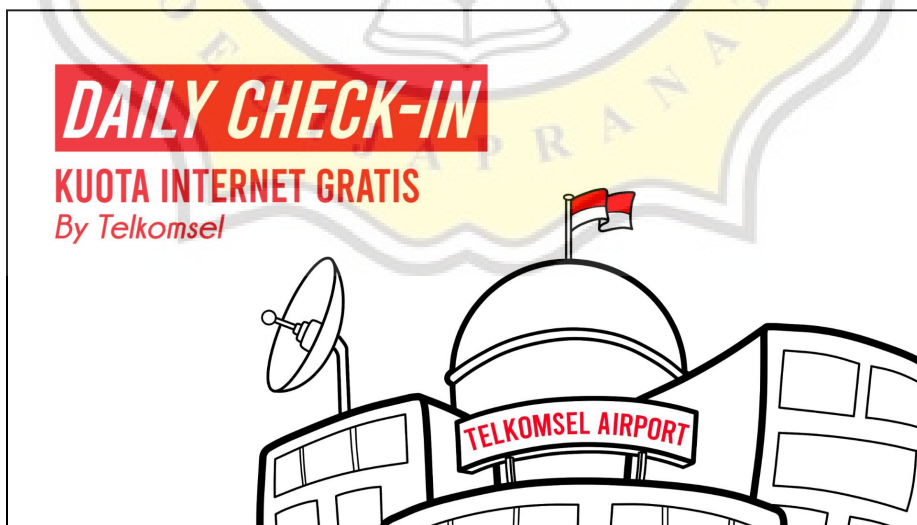


Gambar 4.5 Sketsa 2
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 4.6 Sketsa 3
(Dokumentasi Pribadi)

4.3.1.2 Video



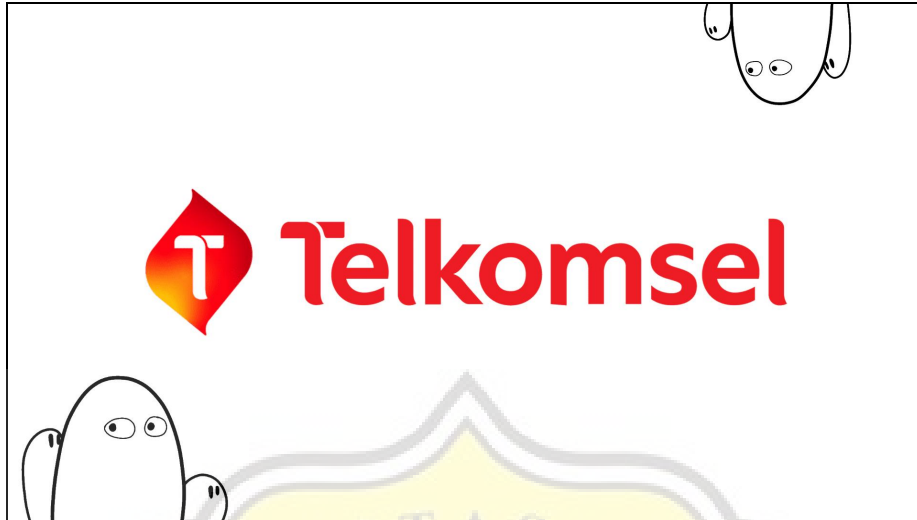
Gambar 4.7 Opening
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 4.8 Pengenalan Promo
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 4.9 Langkah-langkah
(Dokumentasi Pribadi)



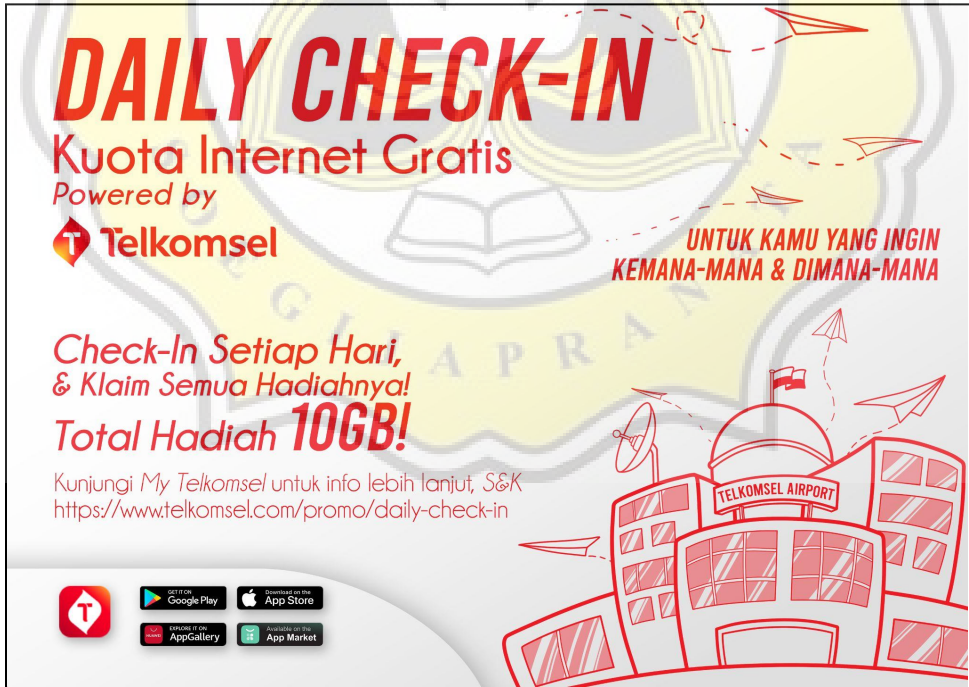
Gambar 4.10 Penutup
(Dokumentasi Pribadi)

4.3.2 Visualisasi Sekunder

Untuk mendukung media utama, dihadirkan media pendukung berupa 2 buah poster cetak berukuran A4 dan juga sebuah poster digital berupa unggahan media sosial *Instagram* berukuran 1:1 (*square*). Pemilihan poster cetak sebagai media utama ditujukan untuk menginformasikan kepada audiens mengenai promo yang diberikan oleh *Telkomsel*, ketika audiens berada di ruang publik. Lalu, untuk poster digital berupa unggahan *Instagram* dipilih untuk menyasar para target sasaran promosi yaitu pelajar dan mahasiswa yang berada di *Instagram*.



Gambar 4.11 Poster Cetak 1
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 4.12 Poster Cetak 2
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 4.13 Poster Media Sosial
(Dokumentasi Pribadi)