

BAB IV

ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN

4.1 Analisis Permasalahan

Acara *Street Race* Polda Metro Jaya adalah acara balapan resmi yang diselenggarakan oleh institusi kepolisian Polda Metro Jaya dengan tujuan untuk memberikan wadah kepada para penggemar hobi balapan sepeda motor agar mereka tidak terlibat aksi balap liar di jalanan umum. Acara *Street Race* ini membutuhkan media visual untuk kebutuhan promosi kepada calon audiens. Karena menurut hasil wawancara terhadap joki balap liar, media visual sangat berperan penting terhadap promosi acara ini.

Dikutip dari situs media resmi Polda Metro Jaya, *event* ini sudah mempunyai media visual yang telah di publikasikan. Tetapi jika diamati menurut teori desain yaitu *legibility*, *readability*, *visibility* masih terdapat beberapa kekurangan dalam desain media *event* ini, dikarenakan teori desain ini sangatlah penting bagi para audiens untuk memahami pesan dalam suatu desain. Menurut pendapat joki balap liar saat wawancara, media visual pada acara ini masih kurang menarik dan kurang nyaman untuk dilihat, dikarenakan peletakan elemen – elemen visualnya masih menumpuk sehingga membuat para audiens menjadi kurang tertarik.

4.2 Konsep Komunikasi

4.2.1 Segmentasi

Pada perancangan ini, target audiens yang ditentukan adalah kalangan remaja akhir yaitu usia 15 hingga 25 tahun. Karena pada usia inilah yang paling sering untuk melakukan aksi balap liar lebih jelasnya adalah sebagai berikut,

Jenis Kelamin : Pria

Usia : 15 – 25 tahun

Pendidikan : SMP, SMA/SMK

Status Ekonomi Sosial : Status ekonomi menengah ke bawah

4.2.2 Consumer Journey

Untuk memahami keadaan target audiens maka pada perancangan media kampanye ini ditentukan *Consumer Journey*, untuk mempermudah dalam menentukan media yang terjangkau oleh para calon audiens dan juga untuk menentukan media yang akan digunakan pada media kampanye.

Penelitian ini mengambil contoh keseharian salah satu mahasiswa yang mempunyai hobi terhadap sepeda motor dan gemar bermain di bengkel.

Tabel 4 1 Tabel Consumer Journey

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Point of contact
05.00	Bangun tidur, buka sosial media	Kamar tidur	Kasur, <i>handphone</i> , <i>whatsapp</i> , Instagram, twitter, tiktok.
06.00	Mandi	Kamar mandi	Sabun, shampo, sikat gigi, pasta gigi, handuk keran, bak mandi, gayung.
07.00	Berangkat kuliah	Jalanan	Sepeda motor, mobil, bus, baliho, spanduk, <i>billboard</i> .

08.00	Kuliah	Kampus	Gedung, motor, mobil, <i>Lift</i> , X-banner, spanduk, poster.
14.00	Pulang kuliah	Jalanan	Sepeda motor, mobil, bus, baliho, spanduk, <i>billboard</i> .
15.00	Nongkrong di bengkel	Bengkel	Sepeda motor, <i>handphone</i> , alat bengkel, <i>banner</i> , <i>speaker</i> , Instagram, whatsapp, tiktok, twitter, spotify, youtube, radio.
20.00	Beli makanan, nongkrong di <i>coffee shop</i> , mengisi bahan bakar kendaraan, <i>Night ride</i>	Jalanan, <i>coffee shop</i> , SPBU	Sepeda motor, mobil, bus, truk, baliho, spanduk, <i>billboard</i> , lampu lalu lintas, rambu-rambu, daftar menu, etalase, majalah, Instagram, <i>whatsapp</i> , tiktok, twitter, spotify, youtube, radio, game mobile legend.
00.00	Istirahat	Rumah	Televisi, kasur, bantal, selimut, <i>handphone</i> .

Dilihat dari kegiatan sehari-hari yang dilakukan target audiens, mereka lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah bersama teman-teman, maka dapat disimpulkan media utama dan media pendukung dari perancangan media kampanye ini bisa berupa poster, banner, billboard, dan media sosial.

4.3 Strategi Media

Pada perancangan media kampanye *event street race* Polda Metro Jaya ini, perancangan media yang digunakan dibagi menjadi dua bagian yaitu media utama dan media pendukung. Kampanye ini rencananya memiliki durasi selama sebulan sebelum hari pelaksanaan *event*. Adapun tujuan dari perancangan media kampanye ini adalah untuk meningkatkan *awareness* para target audiens terhadap *event street race* ini, dan para target audiens dapat menerima informasi tentang *event* ini dengan baik. Berikut adalah contoh tahapan penggunaan media kampanye *event street race* Polda Metro Jaya.

Tabel 4 2 Tabel Strategi Media

Media Utama	Media pendukung
1. Poster	1. <i>Feeds</i> Instagram
2. <i>Landscape Billboard</i>	2. Instagram <i>story</i>
3. <i>Portrait motion poster billboard</i>	3. Stiker
4. <i>X-banner</i>	

4.3.1 Timeline Kampanye

Adapun *timeline* pada kampanye *event street race* Polda Metro Jaya ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu pra kampanye, kampanye, dan paska kampanye. Pada bagian pra kampanye, media yang digunakan pada kampanye ini adalah billboard, poster, Instagram *post*, dan *x-banner*. Pada hari pelaksanaan kampanye, media yang digunakan pada kampanye ini adalah *x-banner*, poster dan Instagram *post*. Pada bagian paska kampanye,

media yang digunakan pada kampanye ini berupa foto dokumentasi pada saat pelaksanaan *event street race*.

4.4 Konsep Visual

4.4.1 Elemen Desain

Pada perancangan media kampanye event street race Polda Metro Jaya ini didukung dengan beberapa elemen desain yang bertujuan untuk membuat media kampanye ini menjadi lebih menarik perhatian audiens. Elemen desain pada perancangan media kampanye ini meliputi warna, tipografi, bentuk, dan ilustrasi.

1. Warna

Pada perancangan media kampanye event street race polda metro jaya ini, elemen warna yang digunakan adalah warna *gold* / emas, merah, abu-abu muda, dan putih, dikarenakan warna *gold* ini menggambarkan juara dan kemenangan, warna abu-abu menggambarkan kestabilan, sedangkan warna merah dan putih diambil dari warna logo *street race* itu sendiri.



Gambar 4 1 Elemen Warna Yang digunakan

2. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan perancangan media kampanye ini menggunakan font “Race Sport” dan “Inter”. Font “Race Sport” digunakan sebagai *headline*, dikarenakan bentuk font ini memperkuat kesan balapan pada perancangan media kampanye ini, sedangkan font “Inter” digunakan sebagai *sub headline* dan *body text*, dikarenakan font ini memiliki kesan modern berjenis sans serif dan bentuk yang mudah dibaca, sehingga

memudahkan dalam penyampaian pesan pada media kampanye ini.

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789!/?#**

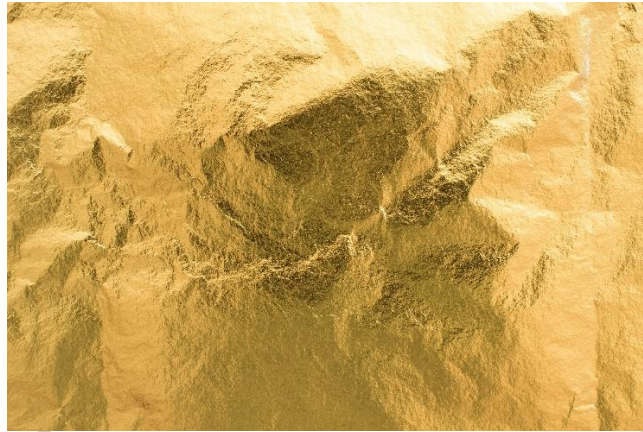
Gambar 4 2 Race Sport Typeface

ABCDEFGHIJK
LMNOPQRST
UVWXYZÅÖØ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
ääæñöø.,?@
1234567890

Gambar 4 3 Inter Typeface

3. Tekstur

Pada perancangan media kampanye ini terdapat tekstur emas yang diterapkan ke dalam *headline*, sehingga memperkuat kesan juara yang divisualkan pada perancangan media kampanye ini.



Gambar 4 4 Tekstur Emas

4. Ilustrasi

Pada perancangan media kampanye ini, ilustrasi yang digunakan adalah foto-foto balap drag resmi. Hal ini mengacu pada manfaat ilustrasi yang sangat berpengaruh dalam menyampaikan informasi pada sebuah desain. Dikarenakan perancangan ini memiliki target audiens para penggemar hobi balap motor, maka foto-foto balapan akan menjadi ilustrasi yang sangat sesuai dengan minat mereka. Oleh karena itu ilustrasi foto balap motor pada perancangan media kampanye ini sangatlah penting.

5. Copywriting

Pada perancangan media kampanye ini *copywriting* pada *headline* berbunyi “*Safe Race, Save Lives*” yang memiliki arti balapan aman, nyawa selamat. Maksud dari kalimat ini adalah, pada *event Street Race* ini para pembalap atau joki diharuskan menggunakan alat keselamatan seperti helm, celana panjang, dan sepatu. Sedangkan, jika mereka melakukan balap di jalan umum tidak ada yang mengharuskan mereka menggunakan alat keselamatan tersebut, sehingga kecil kemungkinan mereka selamat jika terjadi kecelakaan pada kecepatan tinggi.

4.5 Hasil Perancangan

4.5.1 Sketsa Perancangan



Gambar 4 5 Sketsa perancangan

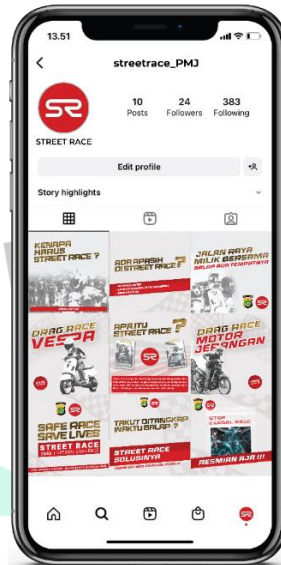
4.5.2 Konten Media Digital Instagram

1. Finalisasi perancangan konten media digital instagram



Gambar 4 6 Hasil Perancangan Konten Media Sosial

2. *Mockup* konten media digital instagram



Gambar 4 7 *Mockup* Konten Media Sosial

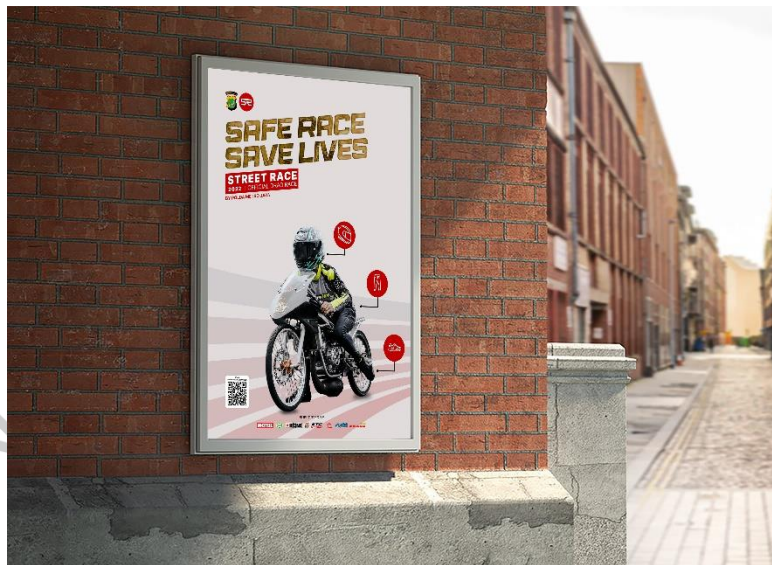
4.5.3 Hasil Perancangan Poster *Street Race*

1. Hasil perancangan poster *Street Race* Polda Metro Jaya



Gambar 4 8 Hasil perancangan poster *Street Race* Polda Metro Jaya

2. *Mockup poster Street Race Polda Metro Jaya*



Gambar 4 9 Mockup poster Street Race Polda Metro Jaya

4.5.4 Hasil Perancangan X-Banner Event *Street Race*

1. Hasil perancangan *X-banner Street Race* Polda Metro Jaya



Gambar 4 10 Hasil perancangan X-banner Street Race Polda Metro Jaya

2. *Mockup X-banner 2 Street Race Polda Metro Jaya*



Gambar 4 11 Mockup X-banner 2 Street Race Polda Metro Jaya

4.5.5 Hasil Perancangan *landscape Billboard*

1. Hasil perancangan *Landscape Billboard Street Race Polda Metro Jaya*



Gambar 4 12 Hasil perancangan Landscape Billboard Street Race Polda Metro Jaya

2. *Mockup Landscape Billboard Street Race Polda Metro Jaya*



Gambar 4 13 Mockup Billboard Street Race Polda Metro Jaya

4.5.6 Hasil Perancangan *Portrait Billboard Motion Banner*

1. *Video Portrait billboard motion banner*



Gambar 4 14 Preview video portrait billboard motion banner

Berikut adalah link video *motion banner billboard* :

https://youtu.be/AzsECjQ_9dU

1. *Mockup portrait billboard video motion banner*



Gambar 4 15 Mockup video portrait billboard motion banner

Berikut adalah link video mockup motion banner billboard :

<https://youtu.be/pCT7MNzCITo>

4.5.7 Hasil Perancangan Stiker Merchandise



Gambar 4 16 Stiker merchandise street race