BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Untuk memberikan edukasi kepada masyarakat khususnya wanita usia produktif tentang gejala-gejala yang terjadi pada penyakit lupus untuk tetap menjaga tubuh tetap sehat dengan pola hidup yang sehat yang seimbang maka dibutuhkan suatu komunikasi yang mampu menyampaikan suatu informasi yang dapat dengan mudah dimengerti oleh komunikan. Dalam hal ini penulis memberikan solusi berupa kampanye sosial bagi mahasiswi sebagai target primer dan karyawati sebagai target sekunderya. Dalam perancangan kampanye penyakit lupus pada wanita usia produktif ini menggunakan visual berupa illustrasi yang bertujuan untuk menarik perhatian para wanita usia produktif agar dapat melakukan pencegahan dini dan tetap melakukan pola hidup dengan sehat yang seimbang.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam kampanye penyakit lupus pada wanita usia produktif adalah dengan memberikan informasi yang bersifat *persuasif* pada wanita usia produktif dengan tujuan agar wanita usia produktif mengetahui gejala yang ditimbulkan dari penyakit lupus dan bagaimana cara pencegahannya. Selain itu juga dapat mengingatkan bahwa pola hidup sehat sangatlah penting agar dapat terhindar dari segala penyakit khususnya penyakit lupus.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah suatu penyampaian pesan yang menghubungkan antara satu dengan yang lain untuk memberi tahu atau untuk merubah sikap, pendapat, dan perilaku baik berupa lisan atu tulisan. Maka dalam perancangan media informasi akan menekankan kepada fakta-fakta yang erat hubungannya dengan penyakit lupus khususnya gejala yang muncul. Dalam pendekatan komunikasi yang akan dilakukan, maka akan melalui dua cara yaitu pendekatan verbal dan pendekatan visual.

III.1.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan melalui sudut pandang kesehatan yang sifatnya santai namun tepat. Pendekatan komunikasi ini berdasarkan data dan sumber yang berhubungan dengan penyakit lupus. Semua data yang didapat dirangkum menjadi informasi yang jelas agar mudah tersampaikan informasinya, serta dapat memperkuat visual yang akan ditampilkan. Bahasa yang akan digunakan yaitu dengan menggunakan bahasa Indonesia yang sederhana, singkat dan jelas agar tersampaikan dan dimengerti dengan baik kepada target audiens.

III.1.2.2 Pendekatan Visual

Berdasarkan dari target sasaran utama maka pendekatan visual yang akan digunakan yaitu visual berupa ilustrasi. Ilustrasi yang digambarkan akan disederhanakan namun tetap terlihat dengan jelas. Visual yang akan ditampilkan pada kampanye ini adalah gambar wanita muda dengan gerakan-gerakan tubuhnya yang menyerupai gejala yang terjadi. Warna yang akan dipilih adalah warna-warna yang feminim juga warna khas kedokteran karena target dari kampanye ini adalah wanita dan tentang kesehatan.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang digunakan pada perancangan kampanye sosial penyakit lupus ini mengacu pada tujuan perancangannya itu sendiri. Materi pesan tersebut berisi informasi tentang penyakit lupus khususnya mengenai gejala-gejala penyakit lupus, serta penanganan dini agar tidak semakin menjadi-jadi. Pesan ini bermaksud untuk memberikan informasi kepada masyarakat sehingga akan timbul kepedulian akan penyakit ini dan timbul suatu usaha pencegahan sedini mungkin sebelum keadaan semakin parah. Headline kampanye ini berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan Tagline dalam kampanye ini adalah “Ayo kenali dan cegah gejala lupus”.

III.1.4 Khalayak Sasaran Perancangan

III.1.4.1 Consumer Insight

Pengertian Consumer Insight Menurut Amalia E. Maulana yaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan. Untuk kampanye penyakit lupus pada wanita usia produktif target audiens adalah remaja dewasa kelas menengah dan menengah keatas.

Audiens yang dituju adalah yang memiliki pola hidup yang kurang seimbang dan tingkat kesibukan yang tinggi. Dengan kesibukan yang tinggi dan pola hidup yang kurang seimbang akan membuat target audiens cepat terkena penyakit.
Berikut insight dari target audiens:

- Ingin selalu fit disetiap aktifitas yang dilakukan
- Ingin selalu tampil cantik
- Tidak cepat sakit

Dengan target audiens yang sedang berkuliah dengan insight dari target yaitu sesorang yang tidak ingin direpotkan dengan hal-hal yang dapat mengganggu aktifitasnya, maka kampanye penyakit lupus pada wanita usia produktif dibuat dengan tidak melibatkan target audiens secara langsung, dengan arti kata media ataupun pesan yang ditujukan dengan media yang tanpa disadari digunakan oleh target audiens.

III.1.4.2 Consumer Journey

Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam media-media yang akan digunakan maka diperlukan perencanaan yang baik agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat maka diperlukan daftar aktifitas dari target audiens. Consumer journey ini lah yang nantinya akan digunakan untuk aplikasi dari media yang telah dibentuk.

Waktu	**Aktivitas**	***Point of Contact***
05.00 – 05.30	Bangun, solat	Kamar kosan, Peralatan solat
05.30 – 06.00	Merapikan Kamar, cek notifikasi online	Media sosial, media online
06.00 - 06.30	Mandi	Peralatan Mandi
06.30 – 07.00	Dandan	Pakaian dan Make-up
07.00 – 07.30	Berangkat ke kampus	Jalan raya, kendaraan
07.30	Sampai di kampus	Gedung, tangga, pintu, mading
07.45	Masuk kelas 1	Laptop, peralatan tulis, peralatan menggambar
08.30	Keluar kelas	Lorong fakultas
08.30 – 09.00	Sarapan	Meja makan, peralatan makan
09.00 – 09.15	Nongkrong, ngobrol, ngumpul bareng temen sambil nunggu kelas 2	Lorong fakultas, taman, café, kantin
09.15 – 12.15	Masuk kelas 2	Laptop, peralatan tulis, peralatan menggambar
12.15 – 13.00	Keluar kelas, makan siang	Lorong fakultas, peralatan makan
13.00 – 13.45	Pulang ke kosan	Jalan raya, kendaraan
13.45 – 15.00	Istirahat sambil online	Kamar kosan, media sosial
15.00 – 15.30	Mandi sore, solat	Peralatan mandi, peralatan solat
15.30 – 18.00	Mengerjakan tugas	Laptop, online, buku, peralatan tulis
18.00 – 18.30	Solat	Peralatan solat
18.30 – 19.00	Makan Malam	Café, warung nasi
19.00 – 21.00	Nongkrong, main, nonton	Café, mall, laptop, hp
21.00	Tidur	Tempat tidur

Tabel III.1 Aktivitas target audiens

III.1.5 Strategi Kreatif

Dalam proses pembuatannya kampanye sosial ini memiliki tiga tahapan yang mana pada tahapan - tahapan tersebut merupakan bagian dari keseluruhan proses kampanyenya :

a. *Attention* (perhatian)

Untuk menarik perhatian target audiens maka kampanye ini menggunakan media yaitu infografis interaktif, dipilihnya infografis interaktif dikarenakan informasi yang disajikan berupa grafis menarik dan sederhana sekaligus interaktif yang tidak harus disajikan dalam bentuk teks yang banyak agar tidak memakan waktu lebih banyak untuk memahaminya.

b. *Interest* (minat)

Dalam menumbuhkan minat target audiens diperlukannya hal yang dapat berpengaruh seperti halnya bahasa, warna, ilustrasi, layout, tipografi. Selain hal tersebut yang akan menjadi minat dari target audiens adalah media tersebut akan ditampilkan pada *gadget* yang sering mereka gunakan.

c. *Action* (tindakan)

Tindakan yang dilakukan dalam upaya penyampaian informasi yang diberikan pada media yang dibuat adalah membujuk target audiens agar dapat merubah perilaku dan dapat mengikuti pola perilaku yang dikampanyekan lewat media yang telah dibuat untuk menjadikan terget audiensnya lebih mengetahui akan apa saja gejala yang ditimbulkan oleh penyakit lupus sehingga dapat mencegahnya dan menjaga pola hidupnya.

Dalam setiap tahap kampanye yaitu *Attention*, *Informing*, dan *Reminding* mempunyai pesan-pesan khusus yang disampaikan sesuai dengan goal yang diharapkan.

III.1.6 Strategi Media

Dilihat dari permasalahan yang dihadapi, maka pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi untuk menjawab permasalahan. Strategi media yang akan

dipakai untuk melakukan kampanye sosial penyakit lupus pada wanita usia produktif ini adalah infografis interaktif sebagai media utama. Media tambahan ataupun media pendukung juga sangat membantu dalam mendukung media utama agar penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada target audiens.

III.1.6.1 Media Utama

Media utama yang dipakai dalam perancangan media kampanye ini adalah infografis interaktif.

a. Sejarah singkat infografis

Perancangan informasi bukan hal baru. Sejak manusia purba membuat lukisan di dinding ua sampai visualisasi data zaman modern, kita telah selalu memanfaatkan gambar sebagai cara untuk menampilkan informasi. Kemanjuran cara ini telah terbukti jauh sejak Zaman Victoria, sebagaimana dibuktikan dengan infografis yang dibuat oleh Florence Nightingale untuk memperlihatkan penyebab-penyebab kematian di antara pasukan Inggris selama Perang Krim. Infografis ini disajikan di depan Parlemen, yang sebelumnya tidak bereaksi terhadap kecemasan soal kesehatan dan higiene pasukan, dan berhasil merangsang orang berpikir tentang seriusnya penyebaran penyakit (Kopf, halaman 390-392).

b. Infografis

Infografis sering disebut pula sebagai ilustrasi informasi (Glasgow, 1994:7) informasi dalam konteks ini mengacu pada informasi atau berita dalam media massa cetak. Oleh karena itu istilah infografis kerap dipakai dalam majalah atau surat kabar. Tabel maupun diagram yang sering juga dipakai dalam penelitian-penelitian ilmiah termasuk dalam bentuk infografis ini, meskipun infografis lebih menitikberatkan pada tampilan data atau fakta yang dipadupadankan dengan visual yang estetik, sehingga memenuhi unsur warna, bentuk, komposisi, irama, dan kesatuan.

Istilah infografis sendiri mengacu pada bentuk penginformasian melalui gambar. Bila hanya memunculkan istilah ilustrasi, maka hanya menampilkan sisi ilustrasinya saja dan tidak pada informasi data didalamnya. Biasanya pemakaian istilah infografis ini dilakukan sebagai gambar lepas pada surat

kabar atau majalah. Gambar lepas dari bagian berita terjadi bila tidak memungkinkan dilakukan pemberitaan secara naratif, karena kurang tersedianya ruang di halaman surat kabar maupun majalah atau juga dipandang bahwa pemberitaan secara naratif kurang mempertimbangkan tingkat pemahaman pembaca terhadap sebuah peristiwa. Oleh karena itulah infografis ini dapat menjadi berita visual atau data bergambar (Wicandra, 2001: 14).

c. Interaktif

Arti kata interaktif dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, yaitu:

1. Bersifat saling melakukan aksi; antar-hubungan; saling aktif
2. Berkaitan dengan dialog antara komputer dan terminal atau antara komputer dan komputer

Maka dari itu interaktif bisa diartikan sebagai berikut, pengguna secara aktif berinteraksi dengan alat, sehingga terjadi timbal balik antara pengguna dan piranti / perangkat yang dipakai.

d. Infografis Interaktif

Infografis interaktif adalah infografis yang ditampilkan pada gadget dan pengguna dapat berinteraksi dengan informasi yang ditampilkan melalui user interface yang telah di-desain. Dengan infografis interaktif pengguna dapat sesuai keinginan mengeksplorasi informasi yang ingin didapatkan. Pada pihak pembuat infografis pun dapat merancang tampilan agar informasi yang disampaikan seefektif mungkin sesuai perilaku *user*.

III.1.6.2 Media Pendukung

Agar media utama dapatberjalan dengan baik kepada tarhet audiens, maka dibutuhkan media pendukung, baik media pendukung yang bersifat informasi maupun media pendukung yang bersifat mengingatkan, diantaranya yaitu :

a. X-Banner

X-banner dibuat untuk tahap informasi namun informasi yang disampaikan masih merujuk untuk target audiens mendapatkan informasi yang lebih dan terfokus pada media utama.

b. Poster

Poster dibuat dalam 2 macam strategi yaitu *attention* dan *interest*. *Attention* dibuat dalam ukuran yang lebih besar dan ditempelkan di tempat umum seperti papan pengumuman agar menjadi sebuah perhatian. Dan *interest* dibuat dalam ukuran yang lebih kecil dibandingkan *attention* dan ditempel atau dipajang pada papan pengumuman umum juga papan pengumuman di kampus maupun kantor. Keduanya bertujuan agar target audiens dapat tertarik untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan merujuk pada media utama.

c. Brosur

Brosur juga dibuat sebagai media informasi yang masih sedikit yang merujuk target audiens untuk mendapatkan informasi lebih untuk mendukung media utama.

d. Payung

Payung dibuat sebagai media pengingat, payung berkaitan erat dengan penyakit lupus khususnya gejala *butterfly rash*, gejala ini tidak boleh terpapar sinar matahari maka dari itu payung disediakan agar mengurangi resiko yang terjadi.

e. Jam

Jam dinding analog dibuat sebagai media pengingat, gunanya untuk target audiens dapat disiplin waktu untuk pola makan dan pola istirahat yang seimbang.

f. Tumbler

Tumbler sebagai media pengingat yang mudah dibawa kemana-mana agar target audiens tetap dapat minum dimana saja dan dengan hal itu target audiens tidak kekurangan minum dan menjaga tubuhnya dari kelelahan dan gejala lainnya.

g. Baju

Baju dibuat dan dibagikan untuk kepedulian masyarakat pada lupus dan juga sebagai media pengingat.

h. Stiker dan gantungan kunci

Stiker dan gantungan kuncipun dibagikan untuk masyarakat maupun target audiens untuk kepedulian terhadap lupus dan sebagai media pengingat.

i. Media Sosial

Media sosial yang dibuat adalah Facebook dan Twitter, kedua media sosial ini sebagai tahap *interest* sekaligus media informasi yang memberikan informasi dari awal sampai akhir yang mendukung media utama.

III.1.7 Strategi distribusi dan waktu Penyebaran Media

Tahap 1 Attention	**Oktober 2015**				**November 2015**				**Desember 2015**				**Distribusi**
Poster 1	X	X	X	X	X	X							Tempat umum
Tahap 2 Interest													
Poster 2, 3							X	X	X	X	X	X	kampus dan tempat umum
Facebook				X	X	X	X	X	X	X	X	X	Media Sosial
Twitter				X	X	X	X	X	X	X	X	X	Media Sosial
Tahap 3 Media Informasi													
Infografis Interaktif	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	*Gadget*
X-Banner	X	X	X	X	X	X							Klinik, Rumah sakit, Apotik
Brosur					X	X			X	X	X	X	Car free day, klinik, rumah sakit
Tahap 4 Reminding													
Payung	X				X				X				Kampus-kampus kota Bandung
Tumbler			X				X				X		Kampus-kampus kota Bandung
Jam		X				X				X			Kampus-kampus kota Bandung

Baju			X			X			X				Kampus kota Bandung
Stiker		X	X			X	X		X	X			Car free day

Tabel III.2 Strategi penyebaran media

III.2 Konsep Visual

Tema pada perancangan kampanye sosial ini memperlihatkan yang berisi tentang apa saja gejala-gejala yang timbul dikarenakan penyakit lupus. Keselarasan format desain, ilustrasi, *layout*, huruf, dan pemilihan warna yang sesuai dengan consumer journey, yang membuat target audiens tertarik untuk melihatnya dan dapat mengerti dengan isi pesan yang disampaikan dalam kampanye ini. Berikut beberapa konsep visual yang akan digunakan pada media:

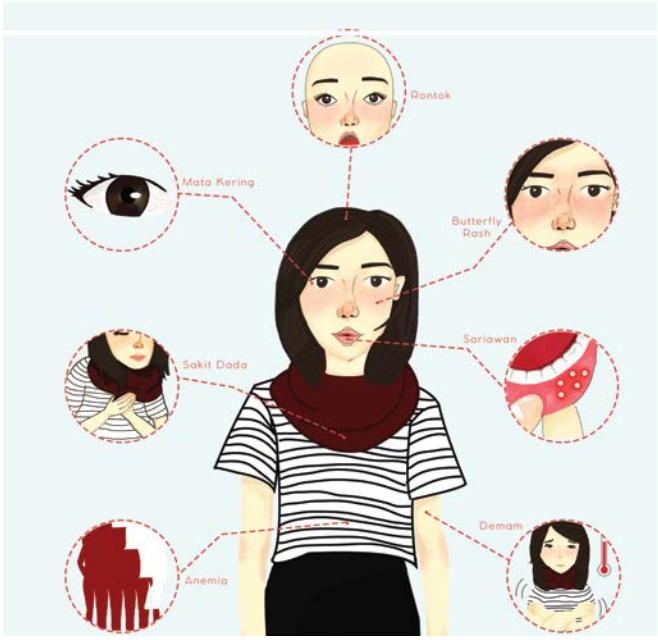


Gambar III.1 Konsep *Interest*

Sumber: Data Pribadi

Konsep visual pada gambar III.1 dibuat agar menarik minat target audiens (*interest*), gambar diatas menjelaskan tentang wanita yang sedang berkegiatan.

Ada beberapa wanita menjelaskan bahwa konsep ini diperuntukkan untuk wanita dan beberapa properti seperti laptop, kamera, buku, alat lukis, dan handphone digambarkan untuk mewakili penjelasan tentang kegiatan wanita yang usia produktif yang sedang kuliah maupun bekerja.



Gambar III.2 Konsep Informasi

Sumber: Data Pribadi

Konsep visual pada gambar III.2 berupa informasi yang menjelaskan bagian-bagian mana yang terkena lupus, ada 11 gejala lupus. Visual karakter wanita mulai dari atas kepala sampai kaki dan ada penjelasan lebih lengkapnya dengan gambar-gambar yang diperbesar disetiap bagian yang terkena lupus.



Gambar III.3 Konsep *Attention*

Sumber: Data Pribadi

Konsep visual pada gambar III.3 diatas berisi 2 karakter dengan ekspresi dan fisik yang berbeda, pada sebelah kiri wanita yang fisiknya sempurna yang memvisualkan wanita yang sehat. Sedangkan wanita yang disebelah kanan memvisualkan wanita yang terkena sakit lupus hal ini ditunjukkan dari kepala yang botak, mata yang lesu, bibir yang terkena sariawan. Konsep ini dibuat untuk menjelaskan perbedaan antara wanita yang sehat dengan wanita yang terkena penyakit lupus.



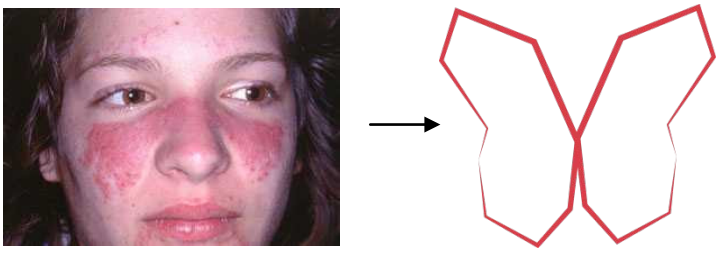
Gambar III.4 Konsep *Reminding*

Sumber: Data Pribadi

Konsep visual pada gambar III.4 diatas dibuat untuk ditempelkan pada sa;ah satu gimmick dengan guna untuk mengingatkan target audiens dengan isi teks yang menginatkan pula.

III.2.1 Identitas Visual

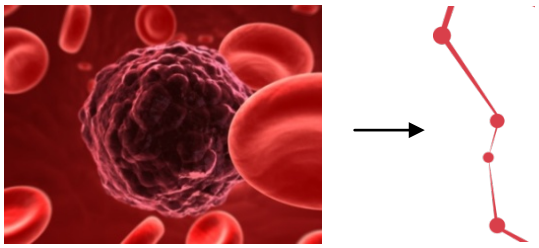
Identitas visual pada kampanye "Perancangan Media Kampanye Penyakit Lupus pada Wanita Usia Produktif" berupa logo. Logo yang fitampilkan adalah sebuah pembentukan dari beberapa elemen-elemen visual seperti bentuk kupu-kupu yang diambil dari salah satu gejala lupus yang menjadi ciri khas dari lupus yaitu *butterfly rash*, bentuk jaringan sel darah merah yang mengelilingi mengikuti bentuk kupu-kupu, jaringan sel darah diambil karena gejala-gejala lupus berkaitan erat dengan jaringan sel darah dan menggunakan tulisan ayo kenali dan cegah gejala lupus yang dapat memperkuat keutuhan keseluruhan logo.



Gambar III.5 *Butterfly Rash* (a), sketsa kupu-kupu (b)

Sumber: (a) http://symptomstreatment.org/wp-content/uploads/2011/11/lupus-butterfly-rash.jpg (4 Desember 2014)

(b) Data Pribadi



Gambar III.6 sel darah (a), sketsa jaringan sel darah (b)

Sumber: (a) http://2.bp.blogspot.com/-HOMhqyBg570/Td6bYw_hoeI/f3VC28DcMuwselDarahMerah.jpg (4 Desember 2014)

(b) Data Pribadi



Gambar III.7 Logo Kampanye

Sumber: Data Pribadi

III.2.2 Format Desain

Format desain yang digunakan adalah *landscape* dan *portrait*. Untuk format tersebut disesuaikan dengan media-media yang dipilih dan sesuai untuk digunakan. Terutama dalam media utama menggunakan format *landscape.* Dan untuk format *portrait* digunakan dalam pembuatan media pendukung seperti poster dan lain-lain. Keterkaitan pada setiap media perancangan desain yang digunakan pada setiap media kampanye ini terlihat pada penempatan *tagline*, *headline*, dan logo kampanye yang penempatannya disesuaikan berdasarkan media yang digunakan.

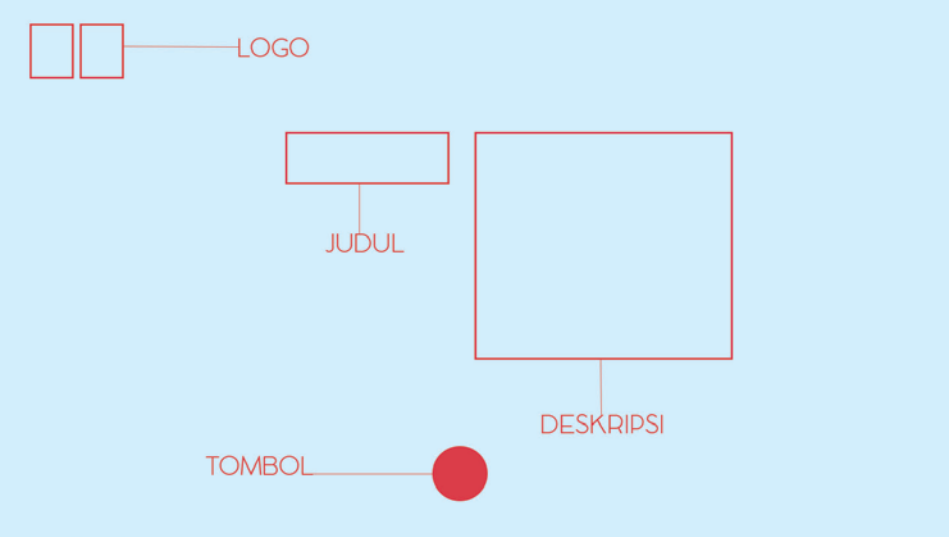
III.2.3 Tata Letak (*Layout*)

Menurut Frank F Jeklin untuk mendapatkan layout yang baik diperlukan adanya :

- Kesatuan komposisi yang baik dan enak untuk dilihat.
- Variasi, agar tidak monoton/membosankan.
- Keseimbangan dalam layout sehingga terlihat sepadan, serasi dan selaras.
- Irama, yang berupa pengulangan bentuk atau unsur-unsur layout dan warna.
- Harmoni adalah keselarasan atau keserasian hubungan antara unsur-unsur yang memberikan kesan kenyamanan dan keindahan

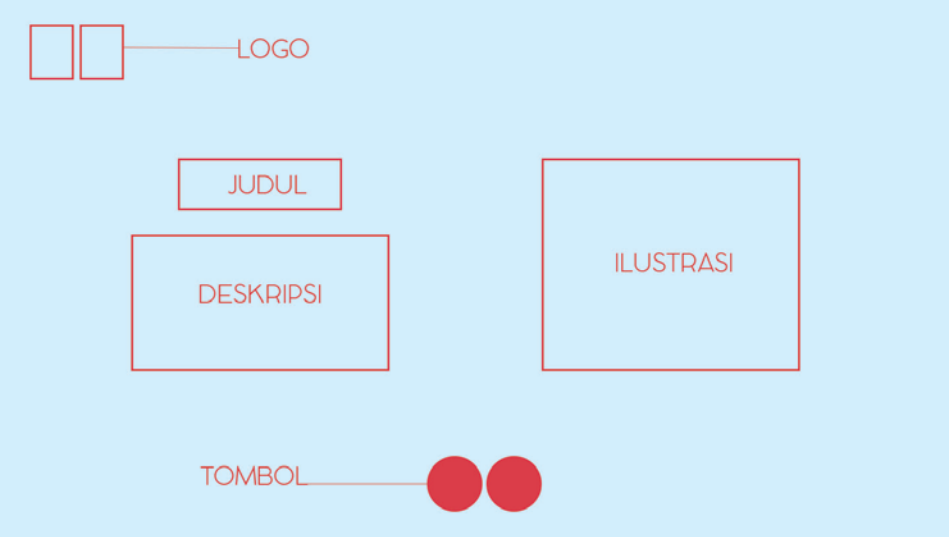
Tata letak atau *layout* adalah pengaturan elemen-elemen yang ada menjadi sebuah satu kesatuan. Infografis interaktif sebagai media utama yang menjadi kampanye gejala penyakit lupus mengutamakan *layout* yang sederhana agar setiap orang yang membuka infografis interaktif tentang gejala penyakit lupus ini tidak

kesulitan mendapatkan informasi. Sistem navigasi atau tombol-tombol diletakan ditengah bagian bawah dengan maksud agar pembaca mudah mencari tombol untuk pindah dari satu halaman ke halaman lainnya. Logo lembaga diletakkan bagian atas kiri (bila dilihat dari layar) agar tidak saling mengggganggu elemen grafis yang satu dengan lainnya. Selain itu ada pula deskripsi yang disimpan dibagian tengah bagian kiri agar target audiens dapat dengan mudah dan mengerti sesuai dengan arah baca yang umumnya dari kiri kekanan maka dari itu gambar ataupun ilustrasi berada ditengah bagian kanan untuk penjelasan secara visual.



Gambar III.8 *Layout* awal masuk infografis interaktif

Sumber : Pribadi



Gambar III.9 *Layout* isi dari gejala-gejala penyakit lupus

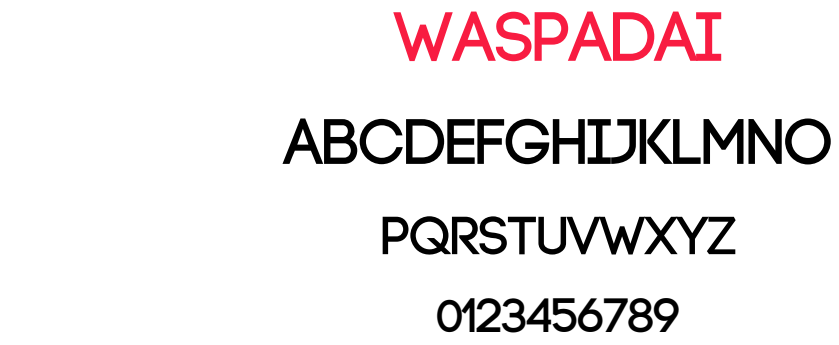
Sumber : Pribadi

III.2.4 Huruf

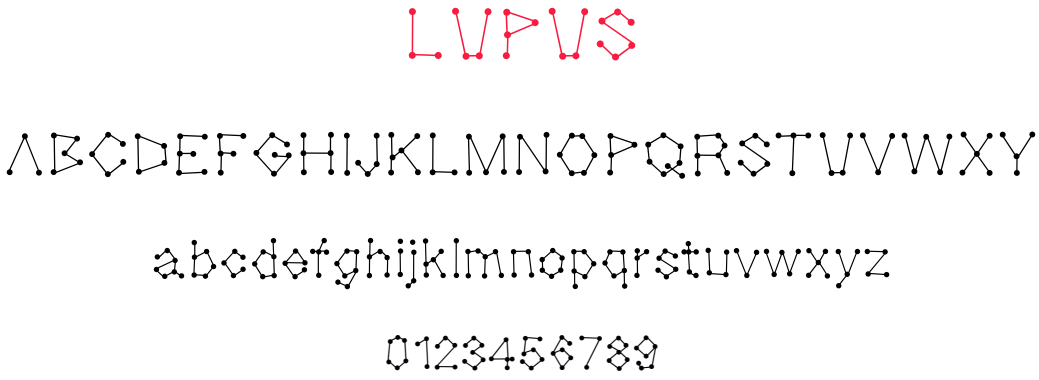
Pemilihan jenis huruf pada kampanye ini mengutamakan keterbacaan, menarik, dan berkesan. Tipografi yang digunakan dalam kampanye ini disesuaikan dengan karakteristik dan tema yang berkaitan dengan kesehatan dengan tetap mempertimbangkan unsur keterbacaan yang baik tetapi masih memiliki unsur organ atau molekul di dalam tubuh.

Untuk Headline menggunakan 2 jenis font family yaitu font Code Bold dan Dotnation. Font Code Bold dipilih karena mempunyai kesan tegas karena tegak dan tebal membuat juga keterbacaannya sangat jelas. Dan font Dotnation digunakan hanya untuk kata ‘Lupus’, font tersebut digunakan karena bentuk hurufnya menyerupai molekul-molekul sesuai dengan tema yang berhubungan dengan tubuh manusia (*biological*).

Code Bold



Dotnation



Dan sedangkan untuk *bodycopy* atau *bodyteks* digunakan font yang lebih mudah terbaca dan kesan yang lebih santai, maka dipilihlah font Cocomat.

Cocomat

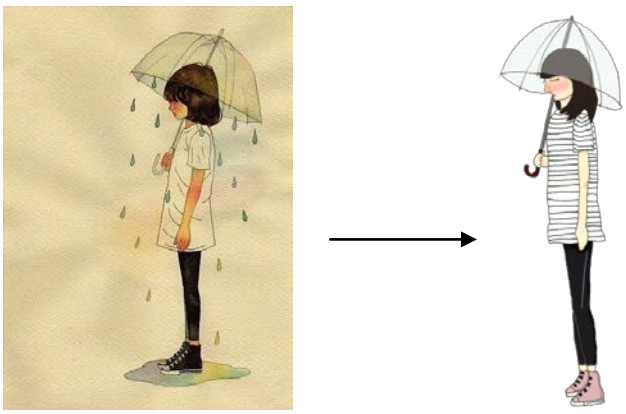
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata illustrate yang berarti menghias, mengiringi, mendukung. Menurut Widyatmoko (2006) ilustrasi berguna sebagai proses pemahaman terhadap suatu objek, sebagai fasilitas berbagai macam orang dengan berbagai macam latar belakang dalam rangka merespon sebuah gambar. Sebuah unsur verbal yang divisualkan dalam sebuah kesan dan makna tersendiri (content/ meaning). Dalam suatu bentuk veral, non fiksi, ilustrasi disajikan lebih terbatas dalam penyampaiannya agar tidak terjadi salah persepsi. Adapula pengertian lain, ilustrasi adalah gambar yang dapat berbentuk sketsa atau *image* yang kemudian dibuat menjadi dalam bentuk digital ilustrasi.

Perancangan media kampanye ini mengambil ilustrasi dari foto-foto odapus (penderita lupus) atau yang dibuat dan dimodifikasi oleh penulis yang disketsa dengan sederhana namun tidak mengurangi maksud dan arti pada sketsa. Ekspresi pada karakter odapus dibawah adalah ekspresi-ekspresi sakit, lesu, kaget,adapun tanpa ekspresi. Hal ini dibuat karena untuk menunjukkan gejala-gejala yang terjadi pada penyakit lupus.



Gambar III.10 Referensi memakai payung (a), Ilustrasi memakai payung (b)

Sumber: (a) http://www.pinterest.com/ilustrasi/ (10 oktober 2014)

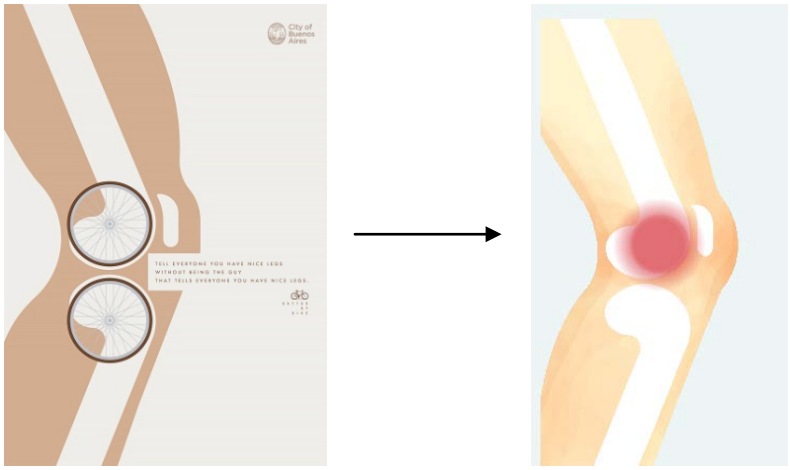
(b) Data Pribadi



Gambar III.11 Referensi karakter *full body* (a), Ilustrasi karakter *full body* (b)

Sumber: (a) http://www.pinterest.com/fashion/ (10 oktober 2014)

(b) Data Pribadi



Gambar III.12 Referensi lutut (a), ilustrasi lutut (b)

Sumber: (a) http://www.pinterest.com/medicalposter/ (10 oktober 2014)

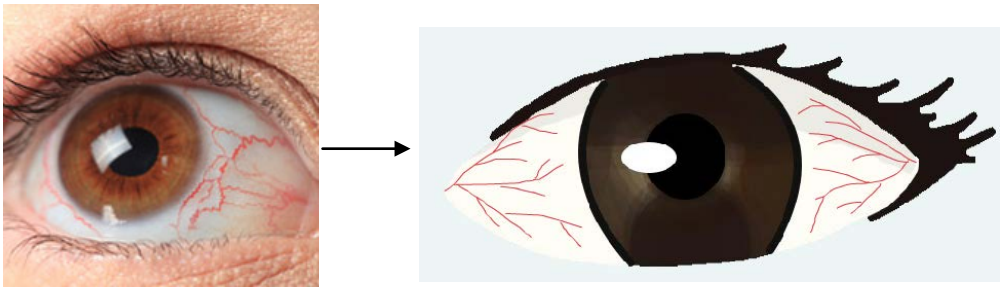
(b) Data Pribadi



Gambar III.13 Referensi *butterfly rash* (a), ilustrasi *butterfly rash* (b)

Sumber: (a) http://symptomstreatment.org/wp-content/uploads/2011/11/lupus-butterfly-rash.jpg (4 Desember 2014)

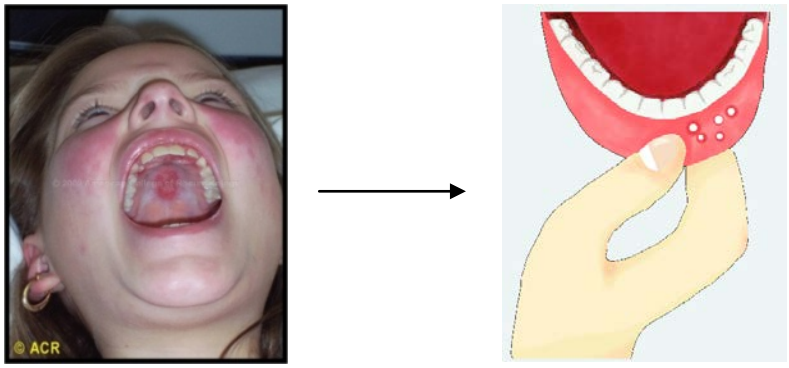
(b) Data Pribadi



Gambar III.14 Referensi mata kering (a), ilustrasi mata kering (b)

Sumber: (a) http://3.bp.blogspot.com/-4AQQvuMiw3Y/CY3InM/s1600/mata%2Bmerah.jpg (31 Maret 2015)

(b) Data Pribadi



Gambar III.15 Referensi sariawan (a). Ilustrasi sariawan (b)

Sumber: (a) http://images.rheumatology.org/viewphoto.php?imageId=2862551 (31 Maret 2015)

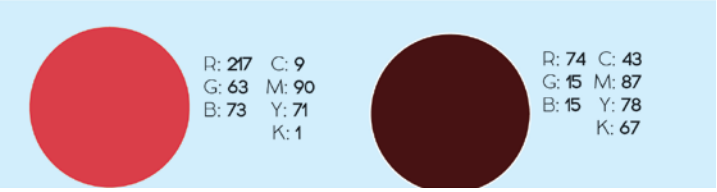
(b) Data Pribadi

III.2.6 Warna

Warna merupakan unsur yang dapat membuat sebuah gambar menjadi lebih hidup, karena masing-masing warna mampu memunculkan respon secara psikologis (Kusrianto. 2009: 47). Warna merupakan salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan. Warna dalam perancangan media kampanye infografis interaktif ini berfungsi untuk memberi kesan pada kesan informasi yang disampaikan.

Warna-warna yang akan digunakan penulis dalam media kampanye ini adalah warna-warna yang memiliki unsur kewanitaan dan yang sangat berkaitan erat dengan penyakit lupus seperti warna darah yaitu warna merah, namun tetap terlihat menarik minat target audiens. Warna yang memiliki unsur dalam

kewanitaan ini adalah warna-warna yang pada umumnya disukai oleh wanita seperti warna biru ke putih atau warna pastel (warna tipis) juga warna merah muda. Dan pada tahun 2014-2015 ini wanita sedang menggemari warna hitam dan putih, maka dari itu dipilihlah warna-warna seperti dibawah ini.



Gambar III.16 Warna-warna yang dipakai untuk media

Sumber : Data Pribadi