# BAB III

# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

## III.1 Srategi Perancangan

Strategi perancangan sebagai media informasi yakni menggunakan audio visual karena audio visual merupakan daya tarik bagi khalayak sasaran remaja dimana terdapat suara dan gambar bergerak yang dapat menarik khalayak remaja, dan juga kalayak sasaran dapat dengan mudah mendapatkan informasi tersebut melalui video yang di unggah di youtube.

Visual yang akan di munculkan adalah visual penderita skizofrenia dengan kondisi relaps penderita skizofrenia dengan *lighting* minim membuat penderita skizofrenia sangat terlihat murung dan merasa sendirian, lalu ditambah dengan efek suara *psychedelic rock* yang dibawakan oleh Causasui menambah kengeringan dan peralihan musik yang cepat dari tenang menuju cepat memunculkan visual labilnya perasaan dari penderita skizofrenia yang dapat begitu cepat berubah.

Beberapa pengambilan juga dilakukan dengan menggunakan *Extreem Close-up* [ECU] dimana bagian tubuh detail diperlihatkan saat awal penekanan waham penderita pada video terjadi, lalu dilanjutkan dengan *Long Shoot* dengan latar belakang kursi dengan *background* gelap dengan beberapa objek *Extreem Close-up* yang samar pada bagian depan, agar terlihat lebih ramai dan lebih membuat khalayak sasaran dapat merasa betapa berbayangnya diri penderita skizofrenia saat akan relaps.

Pada bagian pemeran menggunakan satu pemeran saja tetapi dengan kemunculan sosok dirinya sendiri yang berbayang seperti sebuah ilusi yang selalu meneror mentertawai dan merasa gundah sebagaimana tipe-tipe skizofrenia.

Di bagian akhir penegasan penyakit skizofrenia baru akan mucul ketika pemberitahuan gejala relap pengidap skizofrenia dan apa yang dirasakan oleh pengidap skizofrenia itu terjadi, penegasan penyakit ini sengaja ditampilkan di akhir agar khalayak sasaran tidak langsung mengetahui penyakitnya, tetapi kalayak sasaran mendapatkan terlebih dahulu apa yang penderita rasakan.

### III.1.1 Tujuan Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan ialah startegi komunikasi secara tidak langsung dengan menggunakan startegi visual yang dapat menarik perhatian khalayak sasaran, dengan konsep visual yang di buat dengan lebih menarik, tepat sasaran dan dapat di pahami mengenai informasi gangguan penyakit dari visual relaps hingga informasi cara menanggulangi diskriminasi sosial pengidap skizofrenia, agar khalayak sasaran dapat mengetahui cara penanggulangan pengidap baik dengan media kedokteran maupun sosial. Maka strategi komunikasi secara tidak langsung dibuat dengan menggunakan media video dengan sisi pengidap yang lebih ditimbulkan dan dengan konsep *psychedelic* untuk menarik perhatian khalayak sasaran.

### III.1.2 Pendekatan Komunikasi

- **Visual**

  Gaya dan pesan visual yang disampaikan dalam perancangan media informasi gangguan mental skizofrenia ini adalah informasi dari sisi relaps pengidap hingga informasi-informasi penanggulangan sosial pengidap skizofrenia, dengan konsep *psychedelic* agar khalayak dapat merasakan visual-visual penderita skizofrenia.

- **Verbal**

  Pesan verbal yang akan di sampaikan yaitu dengan menggunakan bahasa umum hingga mudah diterima dan dipahami oleh khalayak sasaran. Adapun beberapa pesan pokok dalam informasi ini yaitu mengenali ciri-ciri penyakit skizofrenia ketika sedang relaps, penanggulangan diskriminasi sosial bagi parapengidap skizofrenia dan dampak mengenai penanggulangannya.

### III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan mengacu pada perancangan media informasi ini, yakni memberikan informasi kepada lingkungan sosial khususnya kalangan remaja dewasa mengenai hal-hal sebagai berikut:

- Meningkatkan kesadaran masyarakat betapa pentingnya peran lingkungan sosial terhadap penanggulangan penyakit skizofrenia.

- Memberikan pesan mengenai visual-visual dari sisi pengidap skizofrenia, sehingga masyarakat dapat merasakan visual penderita.
- Memberikan informasi mengenai penaggulangan skizofrenia dan tipe-tipe skizofrenia.

### III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan yaitu majas Eufemisme, Eufemisme adalah majas kiasan halus sebagai pengganti ungkapan yang terasa kasar dan tidak menyenangkan. Eufemisme digunakan untuk menghindarkan diri dari sesuatu yang dianggap tabu atau menggantikan kata lain dengan maksud bersopan santun (Diksi dan gaya bahasa, 2007, h.125). Contoh dalam penggunaan *tagline* "orang itu telah *berubah akal*", kata "*berubah akal*" disini berarti kata pengganti terhadap pengidap gangguan jiwa, maka dari pemilihan kata pada gaya bahasa menjadi sangat penting pada media informasi tersebut.

### III.1.5 Khalayak Sasaran

- *Consumer Insight*

  Untuk target informasi itu sendiri adalah khalayak kalangan remaja dewasa berkisar umur 19 hingga 28 tahun yang belum memiliki penghasilan sendiri sehingga sasaran belum di sibukkan oleh pekerjaan.

  Khalayak kalangan remaja dewasa tersebut bukanlah penderita skizofrenia melainkan orang yang awam yang tidak mengetahui mengenai penyakit skizofreia, sehingga diharapkan target sasaran informasi lebih memahami penyakit skizofrenia, dan mampu memberi informasi terhadap lingkungan sosial baik tua maupun muda, baik penderita maupun bukan, karena faktor kesibukan dari orang dewasa yang bekerja mempersempit pencarian informasi dan juga minimnya pengetahuan mengenai penyakit skizofrenia oleh penderitanya itu sendiri.

- *Customer journey*

Tabel III.1 *Customer journey*

Sumber: Dokumentasi pribadi.

| No | Kegiatan | Tempat | *Poin of Contact* |
|---|---|---|---|
| 1. | Bangun pagi | Kamar tidur, kosan | *Handphone* |
| 2. | Bersantai | Ruang tamu, halaman rumah, koskosan | Komputer, laptop, koneksi internet, Facebook, Twitter, *handphone* |
| 3. | Perjalanan ke kampus | Jalan, kampus | Poster, brosur |
| 4. | Di kampus | kampus | Buku, pensil, penggaris, papan tulis |
| 5. | Istirahat, jam kosong perkuliahan | Kampus, sekitaran kampus | *Facebook, Twitter*, *handphone*, laptop, koneksi internet |
| 6. | Pulang kuliah | Jalan, area kampus | poster, brosur, *handphone* |
| 7. | Istirahat, bersantai | Rumah, kosan | *Handphone*, komputer, koneksi internet, *Facebook, Twitter* |
| 8 | Tidur | Rumah, kosan | Selimut, tempat tidur, bantal, *handphone* |

### III.1.6 Startegi Kreatif

Konsep kreatif dalam perancangan media informasi ini dengan memperhatikan pendekatan AIDA, yaitu sebagai berikut:

- *Awareness* (Kesadaran)

  Perancangan media informasi penyakit skizofrenia ini untuk memberikan informasi kepada kalayak remaja dewasa di kota Bandung agar dapat

mengetahui bagaimana gejala penyakit skizofrenia sehingga mampu memberikan informasi kepada lingkungan sosial yang lain.

- *Interest* (Perhatian)

  Setelah informasi ini sampai pada remaja dewasa diharapkan mereka memberikan informasi ini pada khalayak lebih luas terutama orang dewasa yang memiliki kesibukan dalam pekerjaannya dan memiliki kedekatan dengan pengidap skizofrenia.
- *Desire* (Keinginan)

  Pada tahap ini keluarga dan lingkungan sosial akan mulai berkeinginan untuk memperhatikan pengidap skizofrenia.
- *Action* (Tindakan)

  Lalu ditahap ini keluarga dan lingkungan sosial akan mengikuti informasi yang telah tersampaikan untuk menyampaikannya lagi kepada orang lain sehingga informasi lebih cepat tersampaikan.

**III.1.7 Strategi Media**

Pemilihan media yang digunakan adalah media dengan gaya berjiwa muda dan dapat dijumpai oleh sasaran media informasi Gambaran strategi media utama yang digunakan adalah video dimana video adalah media yang tepat untuk target remaja dewasa, karena kontak yang dilakukan oleh sasaran informasi lebih banyak dengan menggunakan akses internet pada komputer, laptop, maupun handphone. Media ini tidak lengakap tanpa adanya media pendukung seperti poster, brosur dan media yang dapat memberikan informasi yang lebih jelas lainnya, sehingga di sebagian besar kegiatan target sasaran informasi terdapat media informasi mengenai skizofrenia itu sendiri. Media yang akan di gunakan antara lain:

a) Media Utama
   - Video

     Video merupakan media informasi yang dapat memudahkan akses khalayak sasaran informasi dimana lingkungan remaja dewasa sangat senang mengakases video, terlebih waktu luang untuk mengakses internet sangatlah banyak mengingat *point of contact* pada *customer journey*,

b) Media Pendukung

- Poster Infografis

  Poster merupakan media informasi yang dapat diakses pada tempat-tempat *hang out* di *café* dan dapat berada di madding kampus dan tembok tembok perjalanan menuju kampus, poster info grafis akan menunjang informasi lebih lengkap pada khalayak sasaran.

- Brosur

  Brosur merupakan tempat data informasi lengkap yang dapat diterima oleh khalayak sasaran informasi, sehingga khalayak dapat lebih lengkap memahami informasi penyakit skizofrenia tersebut.

- Media Sosial

  Media sosial akan dibuat agar khalayak sasaran dapat lebih mudah mengakases informasi di internet beberapa media sosial yang akan dibuat adalah.

  1. Facebook

     Facebook merupakan media sosial paling bertahan hingga saat ini pengguna media ini sudah sangat banyak dan informasi yang dapat di akses di facebook akan lebih detail.

  2. Twitter

     Twitter adalah media sosial yang sangat hits di kalangan muda dewasa karena informasi terkini dapat di akases dengan cepat di media ini, ini dapat memudahkan informasi cepat di *update*.

- Sampul CD

  Sampul CD adalah media yang cukup baik agar khalayak remaja dewasa tertarik akan CD informasi tersebut.

- *Label CD*

  *Label* CD merupakan salah satu daya tarik terhadap informasi.

### III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Target sasaran informasi penyakit skizofrenia adalah remaja dewasa di usia 19 hingga 28 tahun di kota Bandung, khalayak sasaran informasi merupakan kalangan remaja dewasa yang belum memiliki penghasilan tetap sendiri dan sebagaimana *point of contact* pada *customer journey* maka strategi distribusi akan di lakukan melalui:

- Media *online* dikarenakan sasaran informasi sangat sering menggunakan internet baik dari *handphone* maupun komputer dan laptop.
- Melalui media cetak dikarenakan target sasaran pada jam-jam tertentu memiliki kontak dan pengelihatan terhadap media cetak saat di dalam perjalanan maupun saat di kampus.

Adapun waktu penyebaran media yang tepat untuk sasaran informasi sesuai pada tata waktu *customer journey* yaitu:

- Untuk media utama pada jam-jam dimana sasaran informasi sedang melakukan akses internet besar-besaran tidak hanya pada handphone, yaitu ketika target sasaran bangun tidur dan larut malam, ketika khalayak sudah tidak disibukan dengan kegiatan yaitu berkisar jam 09.00 – 11.00 dan pada jam 17.00 – 22.00.
- Pada media pendukung di berikan pada jam-jam masuk perkuliahan di area kampus dimana sasaran informasi sedang berkumpul, dan pada tempat *hang out* seperti *cafe-cafe* kecil.
- Adapun bulan untuk penyebaran media ini dengan cara memberikan memberikan unggahan di youtube terlebih dahulu dengan informasi-informasi yang ada pada media *online,* lalu sedikit demi sedikit kita beri pengertian dengan menggunakan brosur dan poster info grafis.

Tabel III.2 Strategi distribusi penyebaran media

Sumber: Dokumentasi pribadi.

| Media bulan penyebaran | Video | CD | Brosur | Poster | Media sosial |
|---|---|---|---|---|---|
| Januari 2016 | | | | | |
| Februari 2016 | | | | | |
| Maret 2016 | | | | | |
| April 2016 | | | | | |
| Mei 2016 | | | | | |

## III.2 Konsep Visual Perancangan Media Informasi Ganguan Mental Skizofrenia

### III.2.1 Format Desain

Format desain yang di gunakan adalah dengan media interaksi dimana tulisan yang terdapat pada media informasi mengajak khalayak untuk mengetahui informasi mengenai penyakit skizofrenia melalui sisi pengiadap, dan juga dengan gaya psychedelic membuat sasaran informasi dapat merasakan apa yang penderita rasakan.

Headline yang di gunakan pada media informasi ini adalah “Skizofrenia”, pemilihan kata Skizofrenia pada headline dikarenakan agar khalayak sasaran mengetahui nama dari penyakit ganagguan mental tersebut ini adalah poin terpenting pada informasi mengenai penyakit skizofrenia. Adapun untuk tagline pada media informasi ini adalah “Kenali Gejala Tanggulangi Penyakitnya”, kata tersebut di pilih karena target mendia informasi dari yang penulis buat adalah mengenalkan gejala-gejala skizofrenia agar penanggulangannya tepat.

### III.2.2 Tata letak

Tata letak yang di gunakan pada setiap media informasi yaitu *landscape* dan potret. Untuk penempatan *image* informasi mengenai skizofrenia terletak pada tempat

tempat yang seringkali ditemui remaja dewasa. Penempatan visual di sesuaikan dengan kebutuhan.

### III.2.3 Huruf

Untuk menampilkan pesan utama pada *tagline,* keterbacaan jelas adalah poin utama pada pemilihan huruf, dan untuk *tagline* dari media informasi ini adalah "Kenali Gejala Tanggulangi Penyakitnya" dan untuk headline pada media informasi ini adalah "Skizofrenia".

"SKIZOFRENIA" huruf-huruf pada video media utama dan media pendukung lainnya.

- Verdana bold

  **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

  **Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

  **1234567890 ,.;"/?@!#&***

- Coolvetica

  **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

  **Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

  **1234567890 „;"/?@!#&***

- Corbel Regular

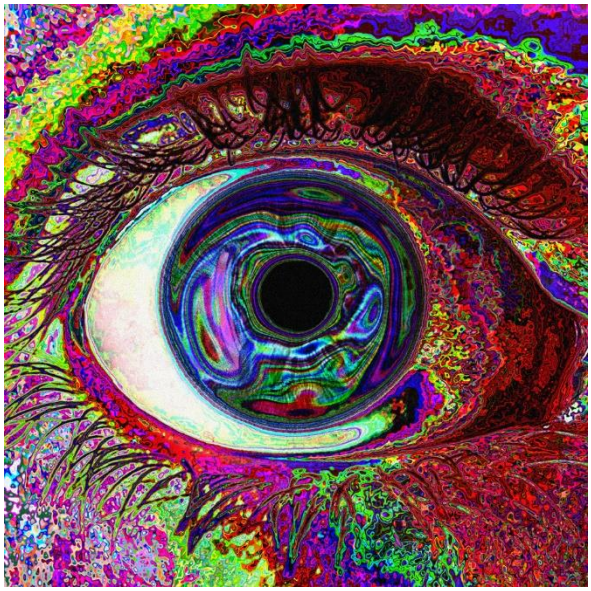
  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890 ,.;"/?@!#&*

### III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang di tampilkan pada perancangan media informasi skizofrenia, setiap *layout* bernuansa hitam putih dan gelap yang menandakan sisi kelam penderita, da nada beberapa sisi yang penuh warna dengan nuansa *psychedelic* yang menggambarkan sisi halusinasi penderita dengan visual penuh warna.



Gambar III.1 Contoh gambar visual psychedelic dengan penuh warna

Sumber:http://41.media.tumblr.com/tumblr_md570ydRAk1rnu9ebo1_1280.jpg

(26 juni 2015)



Gambar III.2 Contoh gambar visual psychedelic dengan penuh warna

Sumber: http://www.muzu.tv/blog/wp-content/uploads/2014/01/tameimpala.png

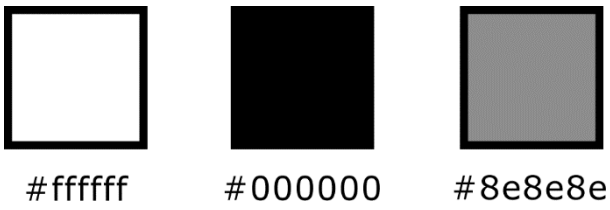
(26 juni 2015)

### III.2.5 Warna

Pemilihan warna disesuaikan dengan nuansa *psychedelic* dan dengan nuansa gelap sisipenderita, jadi warna yang digunakan bernuansa kegelapan tetapi ada beberapa visual warna yang terang maka dari itu pemilihan warna menjadi dua yaitu:

- Hitam dan Putih

  Pemilihan warna ini disimpan pada visual dimana penderita belum mengalami relaps sehingga warna kelam dari penderitalah yang tervisualkan.

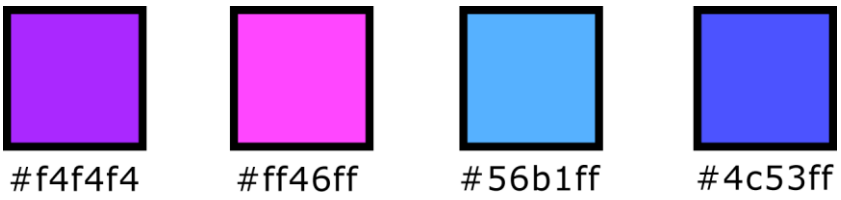



Gambar III.3 Contoh palet warna hitam putih

Sumber: Dokumentasi pribadi

- Warna *Psychedelic*

  Warna ini dipilih ketika ketika pengidap mengalami relaps sihingga visual yang keluar berupa warna-warna dari hasil visual khayalan.




Gambar III.4 Contoh palet warna *psychedelic*

Sumber: Dokumentasi pribadi.