BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Pesan atau informasi yang ingin disampaikan adalah kampanye sosial menjaga kesehatan kuku. Informasi atau pesan akan disampaikan yaitu melalui permainan kartu. Informasi akan di kemas dan dijadikan sebuah game dalam kartu yang dapat di mainkan 2 orang atau maksimal 4 orang anak, yang berisi penjelasan dan informasi terkait kesehatan kuku, mengapa penting menjaga kesehatan kuku serta berbagai manfaat yang didapat dari perilaku menjaga kesehatan kuku. Permainan kartu akan dibuat berdasarkan data yang sudah didapatkan, terdiri dari : gambar, ilustrasi dan teks. Gaya visual yang akan digunakan adalah ilustrasi dan menggunakan karakter visual berbagai jenis kuman, cara pencegahan, merawat kesehatan kuku yang baik, informasi terkait kuku, apa saja masalah yang timbul dari kuku yang tidak dijaga kesehatannya. Permainan kartu tersebut akan di berikan kepada anak, diharapkan anak dapat memperoleh informasi atau stimulus tidak sadar dengan cara yang menyenangkan dan dapat bersosialisasi atau berinteraksi dengan baik kepada lingkungan sekitar dengan penerapan bermain kartu bersama. Kampanye sosial dengan media utama permainan kartu edukatif ini akan dipromosikan dengan memberikan permainan kartu edukatif langsung kepada anak melalui event kesehatan terencana di sekolah-sekolah dasar dan memanfaatkan waktu istirahat untuk bermain kartu edukatif. Serta penyebaran informasi dan promosinya dapat diakses oleh orangtua dan anak melalui *fanspage facebook*, dan *Instagram.* Tahapan tersebut nantinya dapat memudahkan anak untuk mengetahui informasi cara bermain, penjelasan aturan bermain atau permintaan produk yang lebih banyak.

Strategi perancangan merupakan cara untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada target *audience*, target *audience* diharapkan dapat menangkap isi atau informasi dari pesan yang disampaikan. Strategi perancangan ini dimulai dengan mencari permasalahan yang ada, kemudian mencari data melalui sumber - sumber terkait. (wawancara, buku, jurnal, *browsing*). Mencari informasi mengenai usia anak sekolah dasar tentang kebutuhan dan kebiasaan, mengumpulkan informasi

yang didapat dan terakhir menyampaikan informasi terkait melalui media untuk disampaikan kepada khalayak. Kampanye sosial adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu untuk merubah *mindset*, perilaku, mempengaruhi sikap, pendapat dan opini masyarakat target audience.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi dari kampanye ini adalah sebagai berikut:

- Menarik perhatian dan menimbulkan rasa penasaran kepada target *audience* sehingga target *audience* merasa penting dan harus mendapatkan informasi selanjutnya.
- Memberikan efek positif kepada target *audience* sehingga target *audience* secara sengaja membagikan pengalaman menariknya kepada khalayak umum.
- Memberikan pemahaman pada anak akan dampak kesehatan kuku yang tidak dijaga kesehatannya.
- Mengurangi persentase yang cukup besar terkait kuku tangan yang tidak higenis pada anak usia sekolah dasar.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Strategi komunikasi yang akan digunakan adalah melalui pendekatan verbal dan pendekatan visual. Adapun konsep mengenai pendekatan verbal dan pendekatan visual adalah sebagai berikut:

- **Pendekatan Komunikasi Secara Verbal**

Pendekatan secara verbal adalah bahasa Indonesia, karena target audiens merupakan warga negara Indonesia. Pada saat ini anak usia sekolah dasar dapat mengerti dengan mudah instruksi-instruksi yang diberikan oleh orang lain dari memainkan suatu permainan, mendengarkan dan menonton televisi atau film ternyata sangat menguntungkan bagi perkembangan perbendaharaan bahasa anak-anak. Mengingat target utama dalam kampanye sosial menjaga kesehatan kuku adalah usia anak sekolah dasar yang pola pikirnya masih sangat sederhana, maka

bahasa yang akan digunakan adalah bahasa Indonesia. Hal tersebut bertujuan agar anak usia sekolah dasar dapat menerima informasi atau materi dengan baik.

Keywords : Kuku dan Sehat.

Tagline : Aku Kuat Kuku Ku Sehat.

- **Pendekatan Komunikasi Secara Visual**

Objek visual yang akan ditampilkan bersumber dari data yang didapatkan dan diolah dengan ilustrasi dan warna-warna yang menarik sehingga mudah di mengerti anak usia sekolah dasar. Materi visual yang akan ditampilkan adalah karakter jenis-jenis kuman, *icon* kampanye, logo, cedera pada kuku, penyakit yang di timbulkan dari kuku kotor, perilaku tidak sehat antara kuku dengan mulut, serta pencegahan dari penyakit yang dapat ditimbulkan kuku yang tidak sehat. Ilustrasi yang akan digunakan adalah gaya visual gambar – gambar kartun. Konten berupa materi penjelasan yaitu teks sebagai pelengkap visual. ilustrasi pada kartu yang akan dibuat menjadi tampak depan dan tampak belakang yang di beri konten logo atau identitas kampanye.

- **Pendekatan Rasional dan Emosional**

Kekuatan pendekatan rasional terletak pada teks naskah secara verbal yang bersifat informatif. Pendekatan emosional dapat dilakukan dengan berbagai media. Secara verbal menggunaan bahasa sehari-hari yang dapat membuat anak-anak nyaman dan tidak merasa digurui. Penggunaan visual yang dapat menggugah emosi pembaca, misalnya dengan penggunaan maskot dan ilustrasi kartun dapat menciptakan kesan bersahabat dan dekat dengan anak-anak. Warna sebagai salah satu elemen visual dapat membangun kesan tersendiri.

III.1.3 Materi Pesan

Adapun materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut :

- Perilaku hidup sehat dapat dimulai dari menjaga kesehatan kuku.
- Kalahkan kuman pada kuku dengan menjaga kebersihan kuku dan berprilaku baik.
- Periksa dan rawat kuku rutin setiap pagi sehabis mandi.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan berupa persuasive dan penjelasan-penjelasan materi yang di buat mudah dipahami, ditujukan agar khalayak sasaran mampu terpengaruh dan mampu menyerap informasi tersebut untuk merubah kebiasaan sebelumnya menjadi lebih baik.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran adalah sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye.

III.1.5.1 Demografis

Ditinjau dari latar belakang dan analisa dari hasil survey yang telah dilakukan, sasaran audience adalah sebagai berikut :

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan.
Usia : 7 sampai 12 tahun.
Pendidikan : sekolah dasar.
Pekerjaan : pelajar.

Usia anak sekolah dasar dengan rentang umur dari 7 tahun sampai 12 tahun. Dari kalangan menengah kebawah karena perilaku kebersihan diri dan lingkungannya yang belum baik. Diharapkan dari kampanye ini dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab terhadap kebersihan dan kesehatan personal anak sejak dini.

III.1.5.2 Psikografis

Khalayak sasaran perancangan secara psikografis adalah anak yang senang bermain, bereksplorasi, tertarik pada sesuatu yang baru dan anak akan belajar secara efektif ketika anak merasa puas dengan situasi yang terjadi.

Berdasarkan Bassett, Jacka, dan Logan (1983) karakteristik anak usia sekolah dasar secara umum diantaranya sebagai berikut:

1. Anak secara alamiah memiliki rasa ingin tahu yang kuat dan tertarik akan dunia sekitar yang mengelilinginya.

2. Anak lebih senang bermain dan bergembira atau sesuatu yang membuatnya riang.
3. Anak suka mengatur dirinya untuk menangani berbagai hal, mengeksplorasi suatu situasi dan mencobakan usaha-usaha baru.
4. Anak biasanya tergetar perasaannya dan terdorong untuk berprestasi sebagaimana mereka tidak suka mengalami ketidak puasan dan menolak kegagalan-kegagalan.
5. Anak belajar secara efektif ketika anak merasa puas dengan situasi yang terjadi.
6. Anak belajar dengan cara bekerja, mengobservasi, berinisiatif dan mengajar anak-anak lainnya.

III.1.5.3 Geografis

Tempat : Indonesia.

Iklim : Tropis.

Budaya : Beragam (sunda, jawa, batak, melayu, betawi, dan lain-lain)

III.1.5.4 *Consumer Insight*

Consumer insight merupakan suatu keinginan yang ada di benak seorang target audiens. Keinginan pada usia anak sekolah dasar pada umumnya memiliki jiwa bermain yang sangat tinggi. Sehingga pada usia anak sekolah dasar selalu timbul keinginan bermain yang tidak dapat di salahkan karena pada usia anak sekolah dasar adalah masa di mana anak bermain. Dibutuhkanlah media yang dapat memberikan materi pembelajaran secara terus menerus dan tidak di sadari oleh anak usia sekolah dasar yang di peroleh dengan cara bermain.

- ***Hope***

semua anak usia sekolah dasar ingin sehat, tapi tidak semua anak mampu menjaga kesehatan kuku secara mandiri dan bertanggung jawab terhadap kebersihan dan kesehatan kukunya. Usia anak sekolah dasar ingin memotong kuku secara mandiri, tapi anak tidak mendapatkan pelajaran memotong kuku yang benar dan menyenangkan. Semua anak usia sekolah dasar ingin memahami mengapa penting

memiliki tanggung jawab menjaga kesehatan kuku pribadi sejak usia sekolah dasar dengan asik dan menyenangkan, tapi tidak semua pembelajaran tanggung jawab kebersihan diri di sekolah dan masyarakat itu asik dan menyenangkan sehingga mudah dipahami.

- ***Myth***

Tanda putih pada kuku tangan kanan tanda bahwa ada seseorang yang rindu atau cinta, sebaliknya jika pada tangan kiri tanda bahwa ada yang benci. Pada kenyataannya dikutip dari laman bidanku, bintik putih dikuku atau disebut juga dengan *leukonychia,* bintik putih ini disebabkan oleh terjadinya trauma ringan. Pertumbuhan kuku pada umumnya sangat lambat dan sehingga banyak yang tidak menyadari trauma ataupun cedera yang terjadi, tidak semua dikaitkan dengan kekurangan vitamin ataupun kalsium, tetapi bintik putih ini umumnya banyak muncul pada kuku pada bagian tangan dibanding kuku kaki, kemungkinan lain bintik putih dikuku itu bisa karena infeksi ringan pada kuku atau alergi atau juga karena efek samping dari obat-obatan.

- ***Hidden truth***

Kesehatan tubuh dapat di mulai dari menjaga kesehatan kuku, karena kuku adalah pintu masuknya berbagai *microorganisme,* kuman dan penyakit.

- ***Behavior***

Masyarakat saat ini lebih memilih berobat ke dokter setelah sakit ataupun terkena penyakit daripada mencegah penyakitnya.

- ***Esence***

Anak dapat dengan mudah menyerap stimulus berbagai informasi dengan cara bermain.

III.1.5.5 *Journey*

Merupakan kegiatan sehari-hari dari target *audience,* dari mulai bangun tidur hingga tidur lagi. *Journey* digunakan untuk mengetahui tempat atau objek apa saja yang lebih banyak dijumpai oleh target *audien*ce. Sehingga didapatkan media

yang tepat untuk dijadikan media promosi. Adapun *journey* dari usia anak SD adalah sebagai berikut:

Tabel III.1 *Journey* usia anak Sekolah Dasar tahun 2016
Sumber: dokumen pribadi

No	Waktu			Kegiatan	Tempat	*Point Of Contact*
1	6:00	-	6:05	Bangun tidur	Kamar Tidur	Kasur, lemari, guling, bantal, seprei, kaca.
2	6:05	-	6:10	Nonton TV	Ruang keluarga	Remote TV, iklan TV, acara TV.
3	6:10	-	6:25	Mandi	Kamar mandi	Handuk, gayung, tempat sabun, sampo, pasta gigi, sikat gigi.
4	6:25	-	6:30	Sarapan	Ruang Makan	Meja makan, kursi, piring, sendok, garpu, gelas, makanan, Televisi.
5	6:30	-	6:50	Berangkat sekolah	Jalan	Tembok rumah, jalan, rumah, angkot, motor, bilboard, spanduk, neonbox, toko, warung, perempatan, lampu merah
6	6:50	-	6:55	Sampai sekolah	Sekolahan	Gedung sekolah, teman, halaman sekolah, main Handphone.
7	6:55	-	7:00	Masuk kelas	Ruang kelas	Buku, pensil, pulpen, meja, kursi, tembok, teman, tas sekolah, main handphone.
8	7:00	-	7:05	Bersosialisasi	Ruang kelas	Buku, pensil, pulpen, meja, kursi, tembok, teman, tas sekolah, main handphone.
9	7:05	-	7:25	Bermain	Ruang kelas	Buku, pensil, pulpen, meja, kursi, tembok, teman, tas sekolah, main handphone.
10	7:25	-	10:00	Belajar	Ruang kelas	Buku, pensil, pulpen, meja, kursi, tembok, teman, tas sekolah, main handphone.
11	10:00		10:30	Istirahat	Lingkungan sekolah	Ibu kantin, tukang jualan makanan, jajanan, mainan, teman, main handphone, main

						bola, kucing-kucingan. Pergi ke WC sekolah.
12	10:00	-	10:30	Bermain	Lingkungan sekolah	Ibu kantin, tukang jualan makanan, jajanan, mainan, teman, main handphone, main bola, kucingkucingan. Pergi ke WC sekolah.
13	10:00	-	10:15	Jajan	Lingkungan sekolah	Ibu kantin, tukang jualan makanan, jajanan, mainan, teman, main.
14	10:30	-	10:30	Masuk kelas	Ruang kelas	Buku, pensil, pulpen, meja, kursi, tembok, teman, tas sekolah, mainan.
15	10:30	-	12:30	Belajar	Ruang kelas	Buku, pensil, meja, kursi, teman, tas sekolah, mainan.
16	13:30	-	13:50	Pulang	Perjalanan pulang	Tembok Rumah, jalan, rumah, angkot, motor, bilboard, spanduk, neonbox, rumah, toko, warung, perempatan, lampu merah.
17	13:50	-	14:00	Jajan	Lingkungan sekolah	Ibu kantin, tukang jualan makanan, warung, mainan.
18	14:00	-	14:05	Sampai rumah, Ganti baju, Makan	Rumah	Perabotan rumah, meja makan, kursi, piring, sendok, garpu, gelas, makanan.
19	14:05	-	16:00	Nonton TV, Bermain	Ruang TV	Jajanan, iklan TV, acara TV, handphone, internet, sosial Media, ruangan, mainan.
20	16:00	-	16:15	Mandi sore, Bermain	Lingkungan rumah atau dalam rumah	Handuk, gayung, tempat sabun, sampo, pasta gigi, sikat gigi.
21	16:15	-	19:00	Nonton TV, Bermain	Ruang keluarga	Jajanan, iklan TV, acara TV, handphone, internet, sosial Media, ruangan, mainan.

22	19:00	-	21:00	Belajar	Ruang Keluarga atau Kamar	Buku, pulpen, pensil, tas sekolah, buku pelajaran, kasur, meja, belajar, kursi.
23	21:00	-	22:00	Tidur	Kamar tidur	Kasur, bantal, selimut, guling.

Dari journey diatas diperoleh informasi aktivitas yang paling banyak dilakukan oleh usia anak SD. Aktivitas tersebut adalah bermain, dimanapun tempatnya. Kemudian TV, lingkungan sekolah dasar, *HandPhone*, internet dan media sosial. Aktivitas dan tempat tersebut memungkinkan untuk dijadikan sebagai media promosi.

III.1.5.6 Mandatory

Perancangan media permainan kartu dalam kampanye sosial menjaga kesehatan kuku pada usia anak sekolah dasar bekerja sama dengan beberapa pihak. Pihak-pihak tersebut mendukung perancangan media permainan kartu pada SD dari mulai pelaksanaan event, jadwal kedatangan pada setiap sekolah dasar, pembicara materi kesehatan kuku untuk anak SD, pembagian permainan kartu dan lain-lain. Adapun pihak-pihak yang bekerjasama dalam perancangan media permainan kartu dalam kampanye sosial menjaga kesehatan kuku pada usia anak sekolah adalah kementrian kesehatan, kementrian pendidikan dan kebudayaan.

III.1.6 Strategi Kreatif

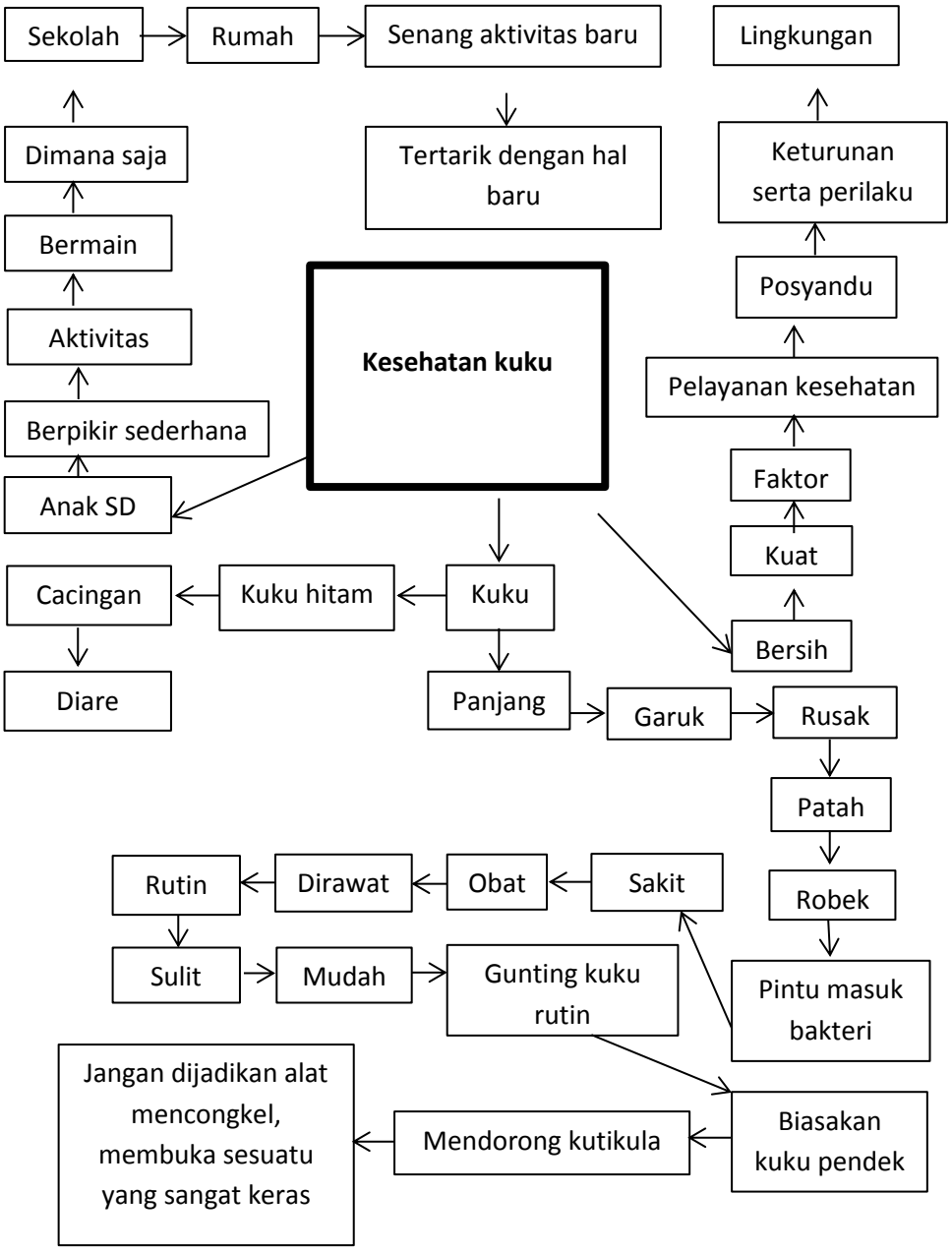
Untuk merancang media informasi yang berbeda dan menarik diperlukan strategi kreatif yang baik. Adapun strategi kreatif yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

- *Copywriting*

Copywriting akan digunakan untuk menentukan nama judul kampanye, *headline, subheadline* dan *body text*. *Copywriting* akan digunakan pada permainan kartu

untuk pembelajaran merawat dan menjaga kesehatan kuku serta memberikan informasi penyakit apa saja yang ditimbulkan dari perantara kuku pada anak usia sekolah dasar. Untuk *copywriting* nama permainan kartu edukatif akan bersumber dari *key word* yang telah ditentukan yaitu "Kukuruyuk". Kuku merupakan salah satu anggota tubuh yang mesti dijaga kesehatannya, anak usia sekolah dasar merupakan orang yang biasanya terinfeksi bakteri atau penyakit yang diperantai oleh kuku. Dengan kata lain key word yang dibuat terbentuk dari materi mengenai kesehatan kuku.

Gambar III.1 *Mind Mapping Key Words*
Sumber: dokumen pribadi



Main mapping dibuat untuk mempermudah penggalian ide yang berkaitan dengan objek dan subjek permasalahan. *Main mapping* mempunyai berbagai manfaat, salah satunya untuk menentukan isi media utama, menentukan karakter, nama atau judul kampanye. Judul kampanye "Kukuruyuk" di dapatkan dari hasil *main mapping* objek yaitu kuku dan singkatan dari rutin-yuk sehingga didapatkan kata "kukuruyuk" dan pengucapan yang sangat mudah menjadi pertimbangan judul tersebut diambil. Dari *main mapping* yang telah dibuat kemudian *tagline* dipilih dari 2 kata yaitu kuat dan sehat. Kuat merupakan keadaan seseorang yang mampu. Sehat merupakan keadaan yang wajib di miliki seorang manusia untuk dapat menjalankan kehidupannya menjadi lebih baik. Dengan demikian "Aku kuat kuku ku sehat" diartikan bahwa dari kuku yang sehat dapat di miliki raga yang tangguh dan diharapkan kuat melawan berbagai penyakit.

- ***Key Visual***

Key visual merupakan terjemahan dari *key word* ke dalam bentuk gambar. Gambar-gambar tersebut akan dijadikan referensi dalam proses perancangan desain aplikasi. Adapun *key visual* yang berkaitan adalah sebagai berikut:



Gambar III.2 *Key Visual*

Sumber: gambar.co.id, informasi-obat.com, Spanish.alibaba.com dan kumansteril.blogspot.co.id
(Diakses pada 23/05/2016)

Key visual merupakan gambaran dari *key word*s yang telah dipilih. Bentuk gambar yang berkaitan dengan menjaga kesehatan kuku adalah anak sd, gunting kuku, obat, kuku tangan dan kuman.

- **Nama Permainan Kartu Edukatif**

Nama permainan kartu edukatif adalah Kukuruyuk. Kata Kukuruyuk adalah singkatan dari kuku rutin yuk yang berasal dari *main mapping keywords.* Kukuruyuk diartikan sebagai ajakan untuk merawat kuku rutin yang tidak hanya mengajak tetapi memberikan materi dan informasi mengenai menjaga kesehatan kuku serta informasi penyakit apa saja yang ditimbulkan dari perantara kuku.

- ***Tag Line***

Tagline bisa dimanfaatkan untuk mendukung proses promosi, salah satunya untuk memberi tahu manfaat atau visi produk. *Tagline* yang akan digunakan untuk permainan kartu edukatif "Kukuruyuk" adalah *"*Aku kuat kukuku sehat".

III.1.7 Strategi Media

Media yang akan dibuat terbagi menjadi dua jenis yaitu media utama dan media pendukung. Adapun konsep mengenai media tersebut adalah sebagai berikut:

- **Media Utama**

Media utama yang digunakan dalam kampanye sosial kesehatan kuku yang digunakan adalah permainan kartu edukatif yang bernama "Kukuruyuk". Permainan kartu banyak digunakan anak sekolah dasar dalam mengisi waktu istirahat di sekolah. Tujuan dari permainan kartu edukatif ini sebagai sarana anak usia sekolah dasar untuk bermain bersama, selain itu juga sebagai sarana untuk mendapatkan pengetahuan mengenai kesehatan kuku.

- **Media Pendukung**

Media pendukung merupakan kumpulan beberapa media yang dirancang untuk memberikan informasi keberadaan media utama. Adapun media pendukung yang akan dipilih adalah sebagai berikut:

- **Poster**

Permainan kartu edukatif yang bernama "Kukuruyuk" harus dipromosikan kepada anak usia sekolah dasar dan poster adalah bagian dari strategi AISAS salah satunya media *attention*. Promosi bertujuan agar target audien mengetahui keberadaan permainan kartu edukatif "Kukuruyuk". Salah satu media promosi adalah poster. Dengan demikian poster akan dijadikan sebagai media pendukung untuk melakukan promosi. Poster yang akan disebar terbagi menjadi dua jenis, yaitu poster cetak dan poster digital. Poster cetak akan dipasang di sekolah, salah satunya di mading sekolah. Poster digital akan dipasang di dunia maya seperti *facebook* dan *instagram*.

- **Logo**

Identitas diperlukan untuk membedakan dan menjadi karakter kuat dalam suatu produk dengan produk lain. Salah satu identitas yang banyak digunakan adalah logo. Logo digunakan untuk membedakan produk yang satu dengan yang lainnya. Fungsi tersebut bisa dimanfaatkan sebagai media pendukung dalam promosi permainan kartu edukatif "Kukuruyuk".

- ***X-banner***

Permainan kartu edukatif "Kukuruyuk" harus dipromosikan kepada masyarakat luas. Promosi bertujuan agar target audien mengetahui keberadaan permainan kartu edukatif "Kukuruyuk". Beberapa promosi bisa dilakukan dengan membuat sebuah *event* atau seminar. Ketika membuat sebuah *event* atau seminar diperlukan alat pendukung untuk presentasi produk. Alat pendukung presentasi salah satunya adalah *X-banner*. Dengan demikian *X-banner* akan dijadikan sebagai media pendukung untuk presentasi dalam sebuah *event* pembagian kartu.

- **Akun *media sosial***

Pada masa serba mudah dengan internet seperti saat ini, media sosial sangatlah diperlukan untuk memudahkan manusia dalam mencari informasi dan berkomunikasi. Media sosial digunakan oleh hampir semua kalangan dan mencakup pada sebagian usia anak sekolah dasar. Beberapa media sosial yang

paling banyak digunakan oleh usia anak sekolah dasar atau orangtua diantaranya adalah *facebook, email* dan *instagram*. Dengan demikian akun *facebook, email* dan instagram akan dijadikan sebagai media pendukung, untuk memberikan informasi permainan kartu edukatif "Kukuruyuk" kepada anak usia sekolah dasar.

- **Teori**

Untuk menyampaikan pesan melalui media kepada target audiens dibutuhkan strategi komunikasi yang baik. Salah satu strategi komunikasi yang baik dilakukan oleh perusahaan periklanan di luar negeri. Strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan periklanan salah satunya adalah strategi AISAS. AISAS merupakan singkatan dari *Atention, Interest, Search, Action* dan *Share*. Adapun pengaplikasian strategi AISAS dalam menyampaikan pesan melalui media adalah sebagai berikut:

- ***Attention***

Tahap *attention* digunakan untuk menarik perhatian *target audience*. *Atention* diharapkan mampu memberikan rasa penasaran kepada masyarakat atau *target audience* sehingga akan menimbulkan rasa ingin tahu dan menantikan kedatangannya. Metode *atention* ini akan disebar dengan kurun waktu satu minggu sebelum waktu penyebaran permainan kartu.

- ***Interest***

Tahap *interest* digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap sebuah produk. *Interest* berisikan informasi yang berkaitan dengan keinginan dan informasi yang dibutuhkan oleh *target audience*. *Interest* juga bisa berisikan *copywriting* yang menarik mengenai keunggulan dan manfaat produk. Dengan kata lain *interest* dibuat untuk menjawab keinginan masyarakat terhadap produk. Ketika produk bisa menjawab keinginan target audien, maka mereka akan tertarik dengan produk tersebut.

- ***Search***

Tahap *search* digunakan untuk memberikan informasi produk kepada target audien. Pada tahap *search* target audien akan mencari tahu berbagai informasi mengenai produk yang mereka minati. Target audien biasanya mencari informasi langsung di internet atau media sosial seperti *facebook, Instagram* bahkan *email* untuk mendapatkan informasi akurat dan terpercaya langsung dari sumbernya.

- ***Action***

Setelah informasi menjawab keinginan target audien, maka akan timbul rasa ingin memiliki terhadap sebuah produk. Dalam tahapan *action* akan diadakan *event* datang ke setiap sekolah-sekolah dasar untuk membagikan permainan kartu kukuruyuk dan seminar tentang kesehatan kuku dan cara penerapannya di kehidupan sehari-hari dari dinas kesehatan. Aksi yang terjadi pada tahap *action* diantaranya mencoba permainan kartu, menyelenggarakan pertandingan dengan berbagai hadiah menarik.

- ***Share***

Tahap *share* merupakan proses apresiasi, tanggapan atau penilaian terhadap sebuah produk. Konsumen akan membuat informasi berkaitan dengan kritik, saran atau dukungan terhadap produk. Konsumen akan memberikan informasi yang mereka buat kepada orang lain. Informasi biasanya diberikan melalui pembicaraan secara langsung ataupun berupa tulisan yang dibagikan di media sosial yang sudah ada wadahnya.

III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Untuk menyampaikan pesan kepada target *audien*ce dibutuhkan strategi distribusi yang baik. Strategi distribusi akan dirancang pada bulan Agustus 2016. Pada acara yang akan diselenggarakan di sekolah dasar, strategi distribusi akan menyesuaikan dengan tahun ajaran pada kalender pendidikan Sekolah Dasar.

Strategi distribusi akan dibagi menjadi dua sesi, yaitu dimulai dari sesi pertama yaitu satu bulan sebelum memasuki bulan agustus dan sesi pada saat

penyelenggaraanya. Sesi pertama digunakan untuk mempromosikan *event* menggunakan metode AISAS yaitu *attention, interest* dan *search*. Sesi kedua digunakan untuk melanjutkan tahapan *action* sampai tahap akhir yaitu *share*. Tahapan *share* akan dilakukan oleh target *audience* dan panitia penyelenggara di akun *facebook* resmi dengan cara mengunduh kegiatan-kegiatan pada saat di selenggarakannya *event* dengan mengikuti perlombaan yang membagi-bagikan hadiah menarik. Adapun strategi distribusi yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel III.2 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media
Sumber: dokumen pribadi mengacu pada kalender pendidikan Sekolah Dasar.

No	Media	Juli				Agustus			
	Attention								
1	Poster								
2	Spanduk								
3	*Sticker*								
	Interest								
4	Poster								
5	Iklan media sosial								
	Search								
6	*Fanspage* Facebook								
7	*Official* Instagram								
	Action								
8	Kartu Kukuruyuk								
	Share								
9	Topi								
10	Kaos								
11	Sampul buku								
12	*Sticker name tag*								

Tabel strategi distribusi dilakukan dalam dua bulan, dimulai dari minggu pertama bulan Juli hingga minggu terakhir bulan Agustus. Minggu pertama pada bulan Juli di mulai dari *atention* distribusi penyebaran poster ke sekolah-sekolah dasar dengan poster pertama ditempel dalam kurun waktu satu minggu, kemudian minggu selanjutnya poster kedua, sticker dan spanduk ditempel dalam kurun waktu yang sama. Strategi distribusi yang dibuat diharapkan bisa menyampaikan keberadaan kampanye sosial di masyarakat. Pada strategi distribusinya dilakukan dengan strategi komunikasi yang dilakukan sesuai metode AISAS.

III.2 Konsep Visual

Latar desain poster *interest* di desain dengan studi gambar lingkungan rumah di Indonesia dengan ciri khas tiang listrik di pinggir jalan, kabel listrik bergelayutan, jemuran, pagar kayu, pepohonan, rumah tetangga, kebun atau halaman di sekitar rumah dan tempat penampungan air di luar rumah.



Gambar III.3 Referensi Visual Latar Animasi Adit Sopo Jarwo
Sumber : www.duniaku.net
(Diakses pada 10/01/2016)

Desain permainan kartu akan di rancang untuk ukuran 6,5 cm x 9 cm dengan template kartu dibagian atas untuk judul, bagian tengah gambar atau visual dan bagian bawah yaitu bagian teks penjelasan. Kartu di desain dengan 2 model yaitu kartu menyerang dan kartu bertahan. Bagian belakang kartu di desain berbeda dengan karakter bertahan, sesuai karakter menyerang yaitu karakter kuman dan kartu bertahan di desain dengan berbagai visual cara bertahan dari serangan kuman karena anak usia 7 sampai 12 tahun sangat tertarik pada gambar-gambar dan bermacam-macam warna. Cara bermainnya adalah pemain di sarankan untuk duduk berhadapan dengan lawan dengan membagikan kartu bertahan kepada pemain masing-masing pemain 4 kartu dan kartu menyerang yang sudah di acak ditaruh tertutup di lantai sebanyak 8 kartu. Kemudian kartu di buka satu persatu dan pemain mengeluarkan kartu bertahan untuk melawan berbagai macam kartu menyerang. Semakin cepat kartu habis atau semakin banyak mengalahkan kartu menyerang itulah pemenangnya. Pemain yang kalah bersiap menerima konsekuensi dari lawan yang menang sesuai kesepakatan diantara pemain sebelumnya.

III.2.1 Format Desain

Untuk membuat desain yang baik diperlukan konsep untuk menentukan format desain yang akan dibuat. Format desain merupakan kesesuaian antara desain dan media yang digunakan. Pada tahapan *attention* dan *interest* format yang di pakai adalah ukuran media poster yang dibutuhkan yaitu ukuran kertas A3 karena akan menyangkut tempat penempelan poster dan keterbacaan informasi di dalamnya. Pada tahapan *action* format media mengikuti standar format kartu yang ada dipasaran.



Gambar III.4 Referensi Visual Permainan Kartu
Sumber : www.duniaku.net
(Diakses pada 10/01/2016)

Adapun format desain dari permainan kartu adalah sebagai berikut:

Media : kertas

Ukuran : 6,5 cm x 9 cm

Jumlah kartu : 32 kartu

III.2.2 *Layout*

Dalam buku "Layout" yang ditulis oleh Gavin Ambrose dan Paul Harris (2005,p11) layout adalah sebuah pengaturan elemen-elemen desain dalam kaitannya dengan ruang atau bidang di mana elemen-elemen tersebut berada dan dalam keserasian dengan tampilan secara keseluruhan dari segi estetis. Sasaran utama layout adalah untuk menampilkan elemen-elemen visual maupun tekstual tersebut yang dikomunikasikan dalam cara yang teratur sehingga memungkinkan pembaca untuk menangkapnya dengan mudah. Tidak ada aturan "emas" dalam mengatur layout, karena ada berbagai penanganan yang berbeda bagi tiap media yang berbeda. Layout dalam kampanye sosial "Menjaga Kesehatan Kuku" ditampilkan dengan cara yang lebih bebas dan ekspresif namun masih teratur.

III.2.3 Tipografi

Berikut ini adalah pedoman penggunaan tipografi yang benar menurut Danton Sihombing (2001) :

1. *Readibility* (keterbacaan)

Merupakan tingkat atau level dimana sebuah tulisan dapat dipahami atau dibaca dengan mudah berdasarkan kompleksitas penggunaan kata-kata dalam kalimat.

2. *Clearity* (kejelasan)

Kejelasan adalah hal yang paling penting dalam memilih suatu jenis huruf. Menurut David Ogilvy, tipografi yang baik adalah yang "menolong" orang untuk membaca, sebaliknya yang buruk adalah yang "mencegah" orang untuk membaca.

3. *Visibility* (dapat dilihat)

Pemakaian tipe huruf harus disesuaikan dengan komposisi yang baik. Peletakan huruf yang terhalang oleh gambar atau warna yang hampir sama dengan latar belakang akan mempersulit pembaca.

4. *Legibility*

Merupakan kejelasan visual dari penulisan teks, biasanya berdasarkan ukuran, jenis huruf, kontras, text block, dan spasi antar huruf yang digunakan.

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam sebuah desain. Ilustrasi juga dianggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan perbedaan bahasa. Gambar dapat menjadi pelengkap dari teks atau bahkan sebaliknya meskipun ilustrasi dapat mengungkapkan suatu hal secara lebih cepat dan efektif daripada teks. Dalam kampanye ini, ilustrasi menjadi elemen yang diutamakan. Ilustrasi yang digunakan dalam kampanye ini berupa ilustrasi kartun atau animasi yang bertujuan untuk menarik perhatian anak-anak, karena anak-anak pada umumnya suka dengan gambar-gambar yang berupa kartun. Paul Laseau (1986) 70-80% pengetahuan diperoleh lewat mata. Mata

sebagai indra terbaik dalam menangkap informasi karena merupakan sarana utama dalam memahami dunia dan menerjemahkannya sebagai informasi dalam kesan penglihatan.

III.2.5 Warna

Dari semua bentuk komunikasi nonverbal, warna merupakan metode yang paling tepat untuk menyampaikan pesan dan tujuan. Warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda disekitarnya. Warna juga meningkatkan *brand recognition* sebanyak 80%, menurut penelitian yang dilakukan oleh *University of Loyola, Chicago, Amerika*. Karena itu memilih warna yang tepat merupakan proses yang sangat penting dalam mendesain identitas visual. Warna merupakan bagian dari proses perlengkapan identitas. Menurut Martha Gill berdasarkan sumber jurnal binus makna warna pada target *audience* biasanya berbeda-beda dan dipengaruhi oleh :

- *Basic personality*

Basic personality yaitu bagaimana pola pikir kepribadian target audience itu sendiri. Warna yang identik dengan dunia anak adalah warna yang terang dan warna yang mempunyai karakteristik yang kuat.

- *Culture*

Budaya dan tempat dimana ia tinggal dan kepercayaan adat yang ada mempengaruhi "besar kekuatan" sebuah warna. Kampanye menjaga kesehatan kuku, sesuatu yang bersih pasti sehat sehingga warna yang dipilih adalah warna yang mewakili kebersihan dengan menanamkan budaya bersih pada anak-anak. Warna putih, biru, dan hijau cocok untuk menggambarkan suasana yang bersih dan sehat.

- *Trend*

Trend yang tercipta di lingkungan, bagaimana perkembangan zaman, mode, etnik serta media. Kampanye ini akan dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus

2016 di sekolah dasar. Warna yang digunakan pun akan menyesuaikan perkembangan zaman dan tren warna 2016 yaitu warna kuning menyala.

- *Age*

Umur mempengaruhi persepsi seseorang terhadap warna. Target permainan kartu ini adalah kalangan anak-anak yang masih "segar" dalam menerima berbagai perubahan, sehingga warna yang digunakan pun akan lebih berani dan bereksperimen.

III.2.6 Maskot

Maskot adalah orang, hewan, benda, atau apapun yang digunakan sebagai lambang untuk merepresentasikan suatu organisasi atau lembaga. Pada kampanye ini, akan menggunakan maskot seorang anak usia sekolah dasar yang mampu melawan berbagai penyakit atau kuman yang bersarang pada kuku. Diharapkan anak dapat meniru sisi baik dan positif dari maskot. Dengan adanya maskot, anak-anak akan lebih cepat menangkap dan mengingat jenis kampanye sosial lewat permainan kartu kukuruyuk.



Gambar III.5 Maskot Permainan Kartu Kukuruyuk
Sumber : dokumen pribadi

III.2.7 Psikologi Anak

Masa kanak-kanak dibagi menjadi dua periode yaitu masa awal kanak-kanak 2-6 tahun dan masa akhir anak-anak yaitu 6-12 tahun. Kampanye sosial "Menjaga Kesehatan Kuku" ini akan mengambil target dari masa akhir kanak-kanak, yaitu usia SD 6-12 tahun. Masa sekolah adalah masa akhir kanak-kanak karena umur anak yang sudah saatnya sekolah untuk memperoleh dasar-dasar pengetahuan. Psikolog memberi nama usia berkelompok karena mereka menghendaki diterima teman-teman sebaya sebagai anggota kelompok. Anak yang berumur 7-8 tahun lebih tunduk pada kelompoknya sendiri daripada dengan orangtua, guru, maupun kehendaknya sendiri. Usia pada akhir masa kanak-kanak ini disebut juga dengan usia kreatif. Keterampilan pada usia anak sekolah dasar, anak dapat menguasai keterampilan yang kompleks dengan cepat setara dengan orang dewasa, misalnya dalam main piano, gitar, olahraga, menari, dan sebagainya.