BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan informasi produk daur ulang sampah botol plastik ini dirancang untuk mengajak masyarakat agar dapat mengelolah sampah botol plastik seperti: botol air mineral dan *softdrink*, menjadi barang yang berguna sehingga memiliki nilai ekonomi, sehingga dapat mengurangi jumlah sampah dan mengurangi kerusakan lingkungan, banjir, penyakit, polusi udara akibat sampah.

Langkah dalam strategi perancangan ini adalah menentukan khalayak sasaran, Khalayak sasaran ditentukan beberapa faktor, yaitu *consumer insight* dan *consumer journey*. Langkah selanjutnya menentukan pendekatan komunikasi baik secara verbal maupun visual, menentukan materi pesan, gaya, bahasa yang akan digunakan dan juga *mandatory* (pemberi mandat)

III.1.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran pada perancangan ini menggunakan beberapa cara yang digunakan, yaitu dengan cara melihat *Consumer Insight* dan *Consumer Journey* agar memberikan gambaran untuk perancangan media yang akan dibuat dalam menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami.

Informasi diberikan dalam bentuk berbagai media dengan pendekatan komunikasi yang tepat, sehingga pesan yang disampaikan dapat mudah dipahami. Perancangan ini memiliki khalayak sasaran primer dan sekunder yaitu masyarakat. khalayak sasaran tersebut ditentukan dengan beberapa faktor, yaitu:

1. **Demografis**

Jenis kelamin	: Laki-laki dan perempuan
Umur	: 19-35 tahun
Pendidikan	: Semua kalangan
Ekonomi	: Menengah bawah
Agama	: Semua kalangan

2. Geografis

Target audiens dari segi geografis adalah masyarakat perkotaan yang bertempat tinggal di pinggiran kota.

3. Psikografis

Masyarakat yang memiliki keinginan dalam memperbaiki lingkungan dengan memanfaatkan sampah yang dapat dijual atau dijadikan sebuah produk, sehingga memiliki nilai ekonomi yang baik untuk masyarakat yang mengelolahnya.

Target primer pada perancangan ini adalah pada usia 19-35 tahun karena masyarakat cukup aktif dalam menggunakan internet khususnya dalam mengakses internet.

Target sekunder dalam perancangan ini seluruh masyarakat Indonesia yang sering mengakses internet.

III.1.1.1 *Consumer Insight*

Consumer Insight merupakan sesuatu keinginan yang ada di dalam pikiran seseorang. *Consumer Insight* dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

- Masyarakat yang tidak menginginkan sampah botol plastik terus menerus menumpuk.
- Masyarakat yang ingin terhindar dari penyakit akibat penumpukan sampah botol plastik, karena sampah botol plastik sulit terurai.

III.1.1.2 *Consumer Journey*

Consumer Journey merupakan suatu kebiasaan yang sering dilakukan seseorang dalam kegiatan kesehariannya. Hal ini dapat dengan mudah menentukan penyampaian pesan kepada target audiens melalui media yang telah ditentukan. Target audiens pada perancangan ini adalah masyarakat dengan umur rata-rata 19-35 tahun. Dengan tujuan agar masyarakat dapat meluangkan waktunya dengan

memilah sampah dan mengelolahnya menjadi sebuah barang/produk yang bermanfaat.

Tabel III. 1 Tabel Aktivitas target audiens

Waktu	Aktivitas	*Point Of Contact*
Pagi	Bangun tidur, sarapan, menonton tv, mengakses internet	Baju, air, pasta gigi, sikat gigi, cermin, sabun, handuk, piring, gelas, tv, hp, laptop, komputer
Siang	Sarapan, tidur	Piring, gelas, kasur
Sore	Olahraga, internetan	Sepatu, hp, laptop, komputer
Malam	Sarapan, menonton tv, internetan	Piring, gelas, hp, tv, laptop, komputer

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam perancangan ini adalah selain mengajak masyarakat untuk menjaga lingkungan yang bersih dengan cara memilah/mengolah sampah yang dapat dijual kembali atau dijadikan sebuah produk daur ulang botol plastik bekas yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Tujuan lainnya adalah mengajak masyarakat lebih bersosialisai dengan memanfaatkan beberapa sampah botol plastik seperti: botol air mineral dan *softdrink*, sehingga memiliki nilai yang berbeda.

III.1.3 Pendekatan Komunikasi

Dalam menyampaikan gagasan, pada perancangan ini dibutuhkan pendekatan yang baik dalam menyampaikan komunikasi kepada masyarakat, sehingga pesan yang disampaikan dapat mudah dimengerti. Pendekatan komunikasi akan melalui dua cara yaitu pendekatan secara verbal dan pendekatan secara visual. Pendekatan komunikasi secara visual adalah konsep komunikasi dalam menyampaikan

informasi melalui aplikasi berbagai media komunikasi visual. Pendekatan komunikasi secara verbal dalam perancangan ini menyampaikan ungkapan melalui lisan yang berupa ajakan, himbauan, maupun peringatan.

1. Pendekatan Verbal

Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia, karena bahasa Indonesia merupakan bahasa yang mudah dipahami oleh seluruh masyarakat Indonesia. Sehingga materi pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami, agar masyarakat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

2. Pendekatan Visual

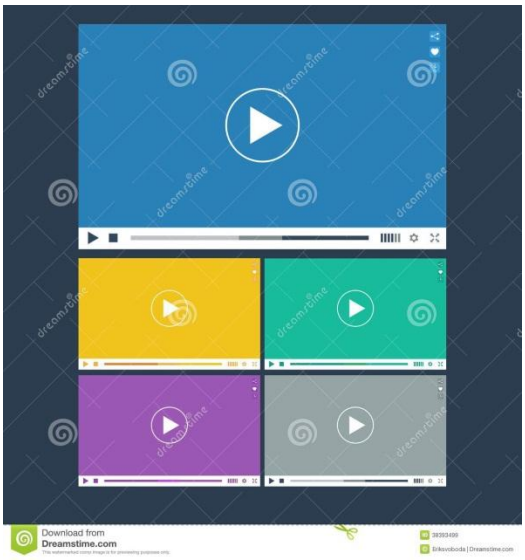
Pendekatan visual dalam perancangan ini adalah salah satu cara menyampaikan dan mengkomunikasikan informasi yang ditampilkan dalam sebuah bentuk visual infografis dan teks lalu ditambah dengan efek suara, dengan tujuan agar target audiens dapat memahami dan mengerti makna dari isi pesan yang disampaikan. Beberapa referensi *flast design* sebagai berikut:



Gambar III.1 Referensi visual *flat design* 1
Sumber: http://previews.123rf.com/images/abscent/abscent1511/abscent151100005/48056054-Video-player-flat-design-template-for-web-and-mobile-apps-vector-illustration-Stock-Illustration.jpg
(Diakses pada 7/08/2016)



Gambar III.2 Referensi visual *flat design* 2
Sumber: http://previews.123rf.com/images/sabelskaya/sabelskaya1402/sabelskaya140200038/26176824-Flat-design-modern-illustration-in-stylish-colors-of-hand-touch-screen-mobile-phone-Creative-concept-Stock-Vector.jpg (Diakses pada 7/08/2016)



Gambar III.3 Referensi visual *flat design* 3
Sumber: https://thumbs.dreamstime.com/z/set-flat-video-player-web-mobile-apps-38393499.jpg (Diakses pada 7/08/2016)

III.1.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan dalam perancangan video ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi cara mengolah sampah botol plastik yang baik dan benar.
2. Memberikan informasi kepada masyarakat bahwa sampah botol plastik dapat dijadikan sebuah produk inovatif dan kreatif bila diolah dengan baik.

III.1.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah bahasa Indonesia sehari-hari yang umum digunakan dan bersifat santai. Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional sehingga dapat dimengerti dengan mudah oleh sebagian besar masyarakat. Sehingga khalayak sasaran dapat dengan mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan.

III.1.6 Pemberi Mandat

Pemberi mandat (mandatory) dalam perancangan ini berkaitan dengan judul video tutorial. Dalam mendukung media ini dibutuhkan mandat, dikarenakan cukup banyaknya media yang digunakan demi mendukung video tutorial ini.

Lembaga yang ikut serta dalam pemberi mandat adalah sebagai berikut:

Gambar III.4 Logo Indonesia *Solid Waste Association* (INSWA) http://inswa.or.id/?p=1026. (Diakses pada 7/27/2016)

Inswa resmi dari Iswa terhitung sejak januari 2013, Inswa menjadi National Member of Iswa. Iswa adalah satu-satunya asosiasi internasional uang konsen pada sektor pengelolaan sampah berkelanjutan dan ramah lingkungan, mengoptimal dan meningkatkan efisiensi pengelolaan sampah di level global.

Sejak masa pendiriannya, Inswa telah melaksanakan serangkaian program dan kegiatan yang berkaitan dengan kebijakan, impementasi pengelolaan sampah kota, dan peningkatan kapasitas seperti berikut:

1. *Green* Label Indonesia
2. Pengembangan Jaringan dan Partisipasi Masyarakat
3. Pengembangan Kapasitas Teknis dan Kelembagaan
4. Penyusunan Regulasi
5. Riset Aplikasi tentang Pengelolaan Sampah
6. Studi Karakteristik dan Manajemen Persampahan

III.1.7 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan yaitu dengan cara pendekatan kreatif dalam penyampaian visual tentang video tutorial pembuatan produk daur ulang. Agar informasi mencapai tujuan yang diharapkan, maka informasi yang dilakukan harus menarik dan memberikan informasi yang efektif. Visual yang disampaikan dalam video tutorial ini melalui teks, gambar dan video. Agar informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh target audiens. Referensi visual yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar III.5 Referensi visual
https://www.youtube.com/watch?v=mzQvpm31xjE (5/24/2016)

III.1.8 Strategi Media

Media adalah alat pendukung, perantara dan sarana serta saluran alat komunikasi untuk memperkenalkan atau menginformasikan pesan kepada target sasaran. Strategi media yang digunakan untuk video tutorial ini ialah dengan menggunakan metode AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*), dengan dimulai dari tahapan perhatian, minat, pencarian dan aksi dalam melakukan perencanaan pada masin-masing tahap.

- ***Attention*** **(Perhatian)**

  Untuk menarik perhatian target audiens, maka dibuatlah media yang diaplikasikan difasilitas umum yang sering dilewati oleh masyarakat, seperti halte bus, pasar, terminal angkutan kota dan lingkungan kampus beserta lingkungan sekolah. Dalam setiap informasi yang diaplikasikan pada media.

- ***Interest*** **(Minat)**

  Setelah mendapatkan perhatian target audiens, selanjutnya menumbuhkan minat masyarakat akan mengelolah sampah. Dengan menggunakan media sosial dan dibantu oleh orang-orang yang sudah mengerti dengan mengolah sampah menjadi sebuah produk yang inovatif dan kreatif. Tokoh atau masyarakat yang mempunyai pengaruh besar ketika banyaknya orang yang ikut mendengar opininya, dan dapat membuat masyarakat bertindak setelahnya.

  Penggunaan ini diperkenalkan melalui media sosial seperti twitter dan facebook. Semakin banyak *hashtag* yang digunakan, maka semakin banyak pula minat masyarakat untuk merubah tingkah laku yang membuang sampah tanpa harus memilahnya terlebih dahulu. Selanjutnya adalah menyebarkan poster-poster serta media kegiatan “memilah sampah dan produk daur ulang dari sampah”, yang akan disebarkan 2 minggu sebelum kegiatan berlangsung, agar masyarakat dapat terlebih dahulu mempersiapkan diri.

- ***Search* (Pencarian)**

  Setelah adanya rasa penasaran dari target audiens, selanjutnya menggerakan rasa penasaran masyarakat agar ikut berpartisipasi dalam kegiatan memilah sampah dan produk daur ulang dari sampah dengan mengunggah video infografis yang berdurasi 1 menit pada media sosial facebook dan twitter. Selanjutnya adalah menyebarkan flyer acara memilah sampah dan produk daur ulang sampah untuk menginformasikan agenda dan segala bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan.

- ***Action* (Aksi)**

  Penyampaian informasi mengenai memilah sampah dan produk daur ulang sampah menggunakan video infografis di hari kegiatan peduli lingkungan akan diputar pada saat seminar pameran produk daur ulang. Masyarakat diajak untuk berpartisipasi dalam kegiatan aneka lomba produk kreatif yang akan di dokumentasikan dan dimasukan diberbagai media sosial. Video ini akan diunggah ke dalam situs youtobe, sehingga masyarakat dapat dengan mudah melihatnya/menonton video kegiatan ini, yang dikarenakan masyarakat tidak sempat untuk hadir dalam kegiatan yang diadakan. Tujuannya agar tercapai keinginan untuk mengubah pola pikir, tindakan terhadap nilai pandang pada sampah.

- ***Share* (Berbagi)**

  Bagi masyarakat yang telah berpartisipasi dalam acara ini akan diberikan beberapa penghargaan berbentuk piala bertuliskan “Produk kreatif daur ulang sampah” dan lukisan yang materialnya dari sampah. Bertujuan untuk merubah pandangan masyarakat akan sampah. Ketika masyarakat sudah ikut serta dalam kegiatan yang telah dilaksanakan, diharapkan masyarakat dapat membagikan pengalaman dan pengetahuan yang telah diperoleh setelah mengikuti kegiatan ini.

III.1.8.1 Pemilihan Media

Pemilihan media berfungsi untuk membatasi media yang akan digunakan dalam perancangan menginformasikan produk daur ulang dari botol plastik bekas agar tidak terlalu luas dengan pertimbangan disesuaikan dengan khalayak sasaran. Maka pemilihan media yang akan digunakan harus efesien dan tepat sasaran.

Media dapat dibedakan menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung.

1. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah video tutorial. Konten ini berisi tentang cara-cara mengelolah botol plastik sehingga menjadikan sebuah produk. Pemilihan media video tutorial ini karena selain efektif juga bisa dinikmati dimana saja dan kapanpun tanpa adanya batasan waktu.

2. Media Pendukung

Media pendukung merupakan kumpulan beberapa media yang dirancang untuk menunjang, melengkapi atau mempertegas media utama agar penyampaian mudah diterima oleh khalayak sasaran.

Adapun media pendukung tersebut adalah sebagai berikut:

1. Poster

   Poster merupakan media lini atas yang juga merupakan media luar ruang yang informasinya mudah tersampaikan. Untuk mendukung media informasi tentang video tutorial.

2. *T-Shirt*

   T-Shirt adalah kaos sehari-hari yang biasa digunakan. Untuk mendukung media informasi tentang video tutorial, Penulis akan membuat *T-Shirt* sebagai media pendukung atau media sekunder. Di bagian *T-Shirt* akan diletakkan *link* barcode, agar memudahkan para audiens untuk mengakses secara langsung dengan menscan barcode tanpa harus mengetik *link*nya.

3. Brosur

Brosur merupakan media pendukung dalam penyebaran informasi *link* video tutorial yang sangat mudah disebarkan yang merupakan langkah efektif dalam menginformasikan video tutorial tersebut.

4. Media Sosial

Media sosial yang digunakan adalah facebook, twitter, youtube. Media sosial adalah salah satu langkah yang konkrit dalam menyampaikan video tutorial ini, dikarenakan jejaring sosial yang dapat diakses dimana saja tanpa dibatasi ruang dan waktu.

5. Stiker

Stiker merupakan media pendukung dari media utama yaitu video tutorial.

6. Tas *Bag*

Tujuan dibuatnya tas bag ini dikarenakan untuk mengurangi jumlah sampah plastik. Di bagian luar tas bag diletakkan *link* video tutorial untuk mengingatkan kembali *link* tersebut kepada khalayak sasaran.

7. Gantungan kunci

Gantungan kunci merupakan media pendukung, yang di bagian depan gantungan kunci akan diletakkan *link* barcode video tutorial, sehingga memudahkan para audiens untuk mengakses secara langsung dengan menscan barcode tanpa harus mengetik *link*nya.

8. Dvd

Media pendukung dari video tutorial ini salah satunya adalah DVD yang covernya di desain sesuai dengan video tutorial masing-masing video dan akan diletakkan *link* barcode video tutorial.

III.1.9 Strategi Distribusi

Video Tutorial "Botol Bekas Menjadi Sebuah Produk Kreatif" akan di distribusikan melalui media sosial seperti: youtobe, facebook, twitter, yang mana masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi tersebut. Untuk menarik perhatian masyarakat maka akan disebarkan media pendukung seperti poster dan stiker, agar meningkatkan ketertarikan masyarakat pada video tutorial tersebut.

No.	Media	2016							
		Juni				Juli			
1.	Poster								
2.	T-Shirt								
3.	Stiker								
4.	Brosur								
5.	Facebook								
6.	Twitter								
7.	Tas Bag								
8.	Mug								
9.	Gantungan Kunci								
10.	Dvd								

III.2 Konsep Visual

Konsep visual dalam pembuatan video ini menggunakan elemen-elemen berupa *effect* video, musik, teknik pengambilan gambar dan elemen-elemen visual seperti fotografi, serta tipografi agar penyampaian media informasi tersebut tidak membosankan dan menarik perhatian serta mudah dimengerti.

Layout video disesuaikan dengan konsep visual dalam poster yang menggunakan teks, gambar dan warna untuk *background*, dan dibungkus *layout* sesederhana mungkin serta menarik, karena disesuaikan pada target audiens sehingga pesan yang disampaikan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran primer dan juga sekunder.

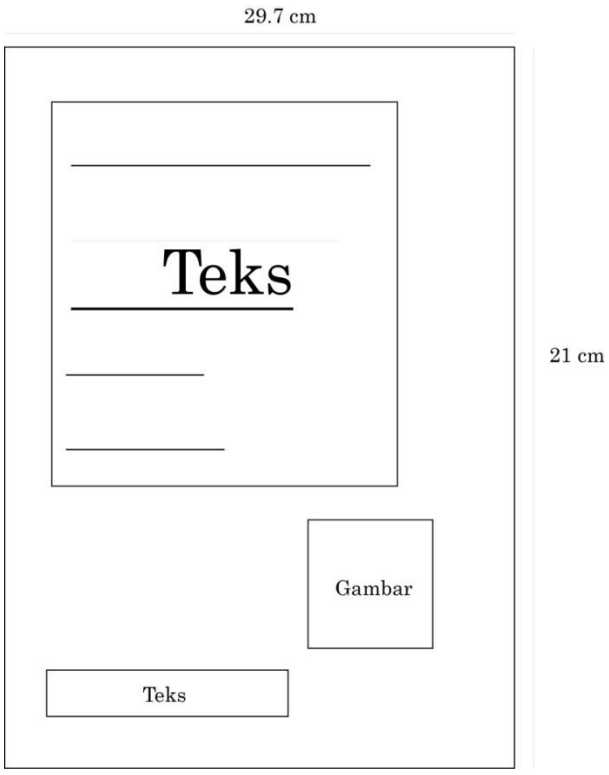
III.2.1 Format Desain

Format desain video tutorial ini adalah *landscape* dengan *frame width* 720 x *frame height* 480 dengan total 29 *frame/second*.

Format desain poster ini adalah potrait dengan ukuran a4 yaitu 21cm x 29.7cm.

III.2.2 Tata Letak

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang (Anggraini, 2014: h.74). Pengembangan tata letak dibuat dengan memadukan berbagai macam unsur grafis yang meliputi warna, bentuk, ilustrasi, dan tipografi menjadi satu kesatuan *layout* yang menarik. Sehingga target audiens tertarik untuk melihat dan membaca serta *layout* media nyaman untuk dilihat. Untuk tata letak *cover* sebagai berikut:



Gambar III.6 *Layout cover* poster
Sumber: Dokumentasi pribadi, (2016)

III.2.3 Huruf

Tipografi adalah seni merancang, menyusun, mengatur tata letak huruf, dan jenis huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia (Sudarma, 2015: h.37). Huruf yang digunakan disesuaikan dengan target. Penggunaan tipografi yang digunakan 1 jenis *font* karena jenis huruf lebih simpel diarahkan kepada kesan menarik, dan karakter huruf yang lembut dan tidak kaku sehingga tidak melelahkan mata audiens. Tipografi yang digunakan antara lain:

Century

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

abxcdefghijklmn

opqrstuvwxyz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

!@#$%^&*()_-+=

III.2.4 Ilustrasi

Gaya ilustrasi dari video tutorial ini adalah *flat design*, desain ilustrasi menggunakan foto sendiri, dengan menyesuaikan desain *layout*, teks, dan warna dari poster.

Beberapa contoh ilustrasi poster diantaranya adalah sebagai berikut:



Gambar III.7 *Ilustrasi* poster
Sumber: Dokumentasi pribadi, (2016)

III.2.5 Warna

Warna yang digunakan untuk media ini adalah warna hijau, merah, kuning, ungu biru. Warna-warna ini diambil karena mendukung sekali akan hasil media ini yang bisa menyampaikan pesan visual. Warna yang dipilih juga menentukan sifat konsep visual media ini. Warna dalam komunikasi memiliki makna tersendiri, Pujiyanto (seperti dikutip Sudarma, 2015) menjelaskan beberapa makna dari beberapa warna, yaitu:

Hijau : Melambangkan kepercayaan, kesegaran, muda, mentah, kesuburan.

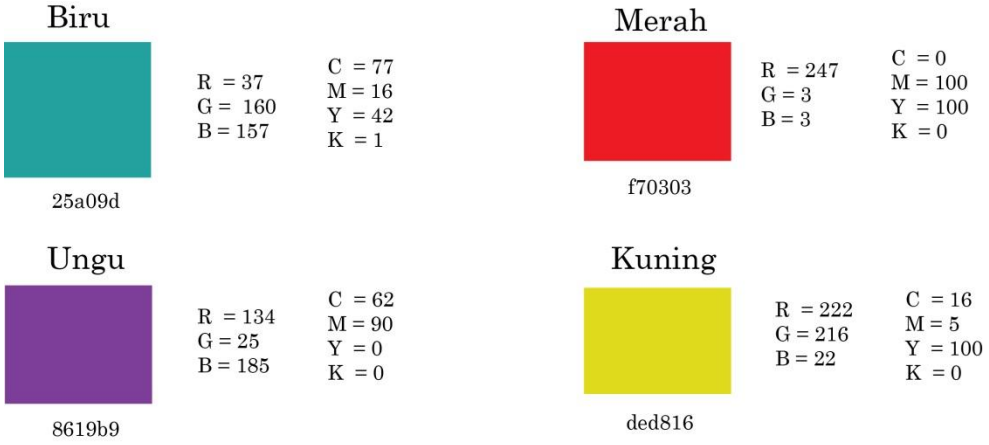
Ungu : Memiliki arti romantis, manis, tenggelam, sedih, murung, menyerah.

Biru : Biru memiliki makna dingin, damai, kebersamaan.

Merah : Agresif, merangsang, menarik, berani, bahaya, perselisihan, semangat.

Kuning : Terang, bahaya, ceria, hidup, kebesaran, dan kematangan.

Warna-warna yang digunakan dalam video tutorial ini adalah seperti berikut:



Biru : Tempat Pensil

Ungu : Hiasan Dinding

Merah : Lampu Tidur

Kuning : Tempat Sampah