BAB III
STRATEGI PERANCANGAN
KAMPANYE PERAWATAN GIGI BAGI ANAK

3.1 Strategi Komunikasi

Dalam menyampaikan gagasan, dibutuhkan suatu bentuk komunikasi yang mampu menyampaikan suatu informasi atau pesan yang dapat dengan mudah dimengerti oleh target yang akan dituju. Salah satu komunikasi tersebut dapat menggunakan bahasa verbal ataupun dengan menggunakan bahasa visual, dan menimbulkan suatu kesan ketertarikan atau interest yang baik dibenak target agar dapat memacu rasa keingintahuan mereka terhadap komunikasi.

3.1.1 Tujuan Komunikasi

Dalam Perancangan kampanye pentingnya perawatan gigi bagi kesehatan anak sebagai media informasi dan komunikasi sangatlah penting. Agar informasi yang akan di publikasikan dapat tepat sasaran, adapun tujuannya adalah memberikan informasi tentang pentingnya perawatan gigi bagi anak, bagaimana cara menyikat gigi yang baik dan benar.

3.1.2 Pesan utama

Pesan utama yang di sampakan pada kampanye ini ingin menumbuhkan kepedulian terhadap gigi sendiri dengan membrikan cara menyikat gigi yang baik dan benar.

3.1.3 Materi Pesan

Materi pesan dari perancangan kampanye perawatan gigi bagi anak :

1. Memunculkan perilaku disiplin menyikat gigi minimal 2 kali sehari pada anak.
2. Memberitahukan bagaimana cara menyikat gigi yang baik dan benar.
3. Memberitahukan bagaimana kerusakan gigi bisa terjadi.

3.2 Strategi Kreatif

Strategi dari perancangan ini bersifat interaktif dengan menampilkan visualisasi cara-cara menyikat gigi dengan benar dan gambar-gambar makanan dan miniman perusak gigi. Perancangan ini juga didukung oleh peranan orang tua dan guru. Hal ini agar anak mengaplikasikannya akan paham apa yang baik dan buruk tentang kesehatan gigi.

3.2.1 Raisonalisasi Visual

Pendekatan visual pada perancangan kampanye ini mengunakan campuran objek antara fotografi dengan ilustrasi. Dengan gaya visual kartun sederhana dengan tujuan anak lebih mengerti karena bentuknya yang sederhana. Strategi kreatif yaitu agar pesan yang di sampaikan lebih kuat, mudah di kenal dan lebih mudah diingat oleh target audiens, maka dalam kampanye ini menggunkan logo/icon.

3.3 Strategi Media

3.3.1 Pemilihan Media

Media dipilih untuk menyampaikan pesan kepada target secara informatif dan persuasif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah.maka pemilihan media kampanye ini haruslah efektif, efisien dan tepat sasaran. Berikut media yang akan di gunakan.

3.3.2 Media Utama

1. Alat peraga cara mengosok gigi yang baik dan benar berbentuk CD Interaktif
2. Poster

3.3.3 Media Pendukung

1. Tahap Informasi

- **Flyer**

  Media ini dipilih karena penyebaranya yang sangat meluas, meskipun kecil, tetapi flyer akan dibagikan kepada target kampanye dan langsung di baca.

2. Tahap Persuasif

- **Poster**

  Poster adalah bagian dari media cetak yang merupakan bagian dari tahapan komunikasi satu arah. Media ini akan membantu dalam menyampaikan pesan kepada target.

- **Spanduk**

  Media ini berukuran besar sehingga mudah dilihat dari jarak jauh sehingga efektif dalam penyampaian pesan secara persuasif kepada target audiens.
- **X benner**

  Media yang dapat memberikan informasi cukup panjang yang sifatnya persuasif.

3. Tahap Pengingat

Gimmick merupakan media alternatif yang kreatif dignakan untuk mempertegas kampanye ini. Tujuan pemberian gimmick ini adalah pada dasarnya setiap orang menyenangi pemberian atau hadiah. Dalam perancangan kampanye ini gimmick yang di gunakan yaitu:

- **Pin**

  Media ini di pilih karena asesosris yang sering digunakan oleh anak-anak .
- **Mug**

  Merupakan media yang sering dipakai setiap hari ketika sarapan jadi sangat cocok jika di jadikan alat pengingat.
- **Handuk**

  Merupakan media yang sering dilihat ketika mandi
- **Gelas pasta gigi dan sikat gigi**

  Merupakan media yang selalu digunakan untuk menyikat gigi.

- **Kaos**

  Sebagai media pengingat dan bila di pakai dapat membuat kebanggan tersendiri.
- **Stiker**

  Selain di sukai oleh anak-anak stiker juga dinilai positif dan efektif untuk mengingatkan dan menyampaikan pesan kampanye. Stiker dapat di tempel di rumah sebagai pengingat.
- **Balon udara**

  Karena bentuknya yang unik akan membuat daya tarik target audiens.
- **Jam dinding**

  Sebagai media pengingat ketika melihat waktu.
- **Mobile ad**

  Mobile ad adalah penempatan media di kendaraan berjalan, dapat dilihat oleh target audience sewaku waktu saat mobil ini berhenti.

3.3.4 Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

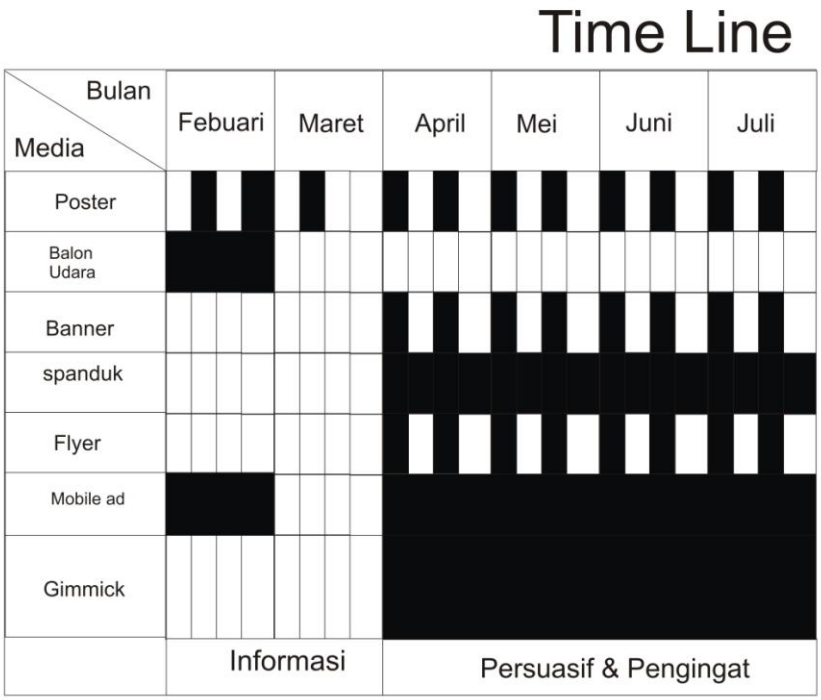
Penyebaran media dilakukan berdasarkan target audiens yakni yang berdomisili di daerah Cimahi dan sekitarnya. Dalam penyebaran media sesuai dengan kemampuannya menjangkau target secara luas, sehingga dapat efektif untuk penyebarannya.

3.3.5 Jadwal Pertimbangan Media

Dalam penyebaran mediapun perlu diperhitungkan dengan merujuk pada kalender pendidikan sekolah yang

dipakai oleh Dinas Pendidikan Indonesia, agar sesuai dan tepat dalam penyebaran medianya.

Maka kampanye ini berlangsung selama enam bulan mulai dari Febuari–Juli. Penyebaran media di sesuaikan dengan media yang digunakan sesuai dengan fungsi masing-masing media yang perlu di perhatikan adalah bagaimana cara suatu produk dapat menjangkau target. Jadwal penyebaran media sebagai berikut:



Tabel 3.1 Penyebaran Media

3.3.6 Strategi Distribusi

Strategi distribusi digunakan agar media kampanye dapat terjangkau oleh khalayak sehingga target dapat menangkap isi pesan kampanye. Pendistribusian di lakukan

melalui dinas kesehatan kota Cimahi bekerjasama dengan sekolah-sekolah dasar yang berada di cimahi dan didukung oleh pepsodent (produk pasta gigi).

Sedangkan untuk kebutuhan informasi seperti poster, x-banner, spanduk akan ditempatkan di tempat utama yaitu di sekolah-sekolah dan di area pemukiman warga yang dekat dengan sekolah. Sedangkan media gimmick seperti mug, handuk akan diberikan kepada target yang mempunyai gigi yang bersih dan sehat (sebagai hadiah).

3.4 Konsep Visual

3.4.1 Format desain

Format yang di pakai dalam media kampanye ini umumnya berupa persegi empat memanjang karena bentuk seperti ini akan tampak lebih menarik dari pada sebuah bujur sangkar yang keempat sisinya sama atau hampir sama panjang.

3.4.2 Ilustrasi

Alasan mengapa memakai ilustrasi karena anak pada usia 6-12 tahun lebih menyukai hal-hal yang bersifat fantasi. Ilustrasi yang di gunakan adalah kartun sederhana agar dapat dipahami karena bentuknya yang sederhana.



Gambar 3.1 Ilustrasi

3.4.3 Fotografi

Fotografi digunakan agar mengesankan hal yang lebih nyata.



Gambar 3.2 Ilustrasi

3.4.4 Lay Out

Perancangan tata letak atau lay out yang di tampilkan berupa gabungan dari pesan kampanye, fotografi, ilustrasi, logo kampanye dan elemen visual. Semua elemen ini disusun sedemikian rupa sehingga akan menghasikan suatu kesatuan komposisi yang baik dan enak di lihat. Lay out yang dipakai dalam media ini adalah potrait dan landscape disesuaikan dengan kebutuhan dari media yang akan di gunakan. Unsur-unsur pendukung kampanye seperti sponsor atau lembaga yang mendukung ditempatkan di bawah.

3.4.5 Tipografi

Tipografi yang dipilih adalah jenis tipografi blambot custom kids jenis huruf ini yang di gunakan karena mempunyai karakter anak-anak.

BAMBOT CUSTOM KIDS

AA BB CC DD EE FF GG HH II
JJ KK LL MM NN OO PP QQ RR
SS TT UU VV WW XX YY ZZ
1234567890.,?!@#$%+*() +="'

KALAHKAN KUMAN
DENGAN MENYIKAT GIGI

TUNGGU AKU
DI SEKOLAH MU

Tipografi dalam pengunaan logo mengunakan calibri, jenis huruf ini mempunyai karakter serius namun tetap santai karena mempunyai ujung-ujung yang tidak tajam.



Calibri

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890,./;'][`!@#$%^&*()_+|=?

3.4.6 Warna

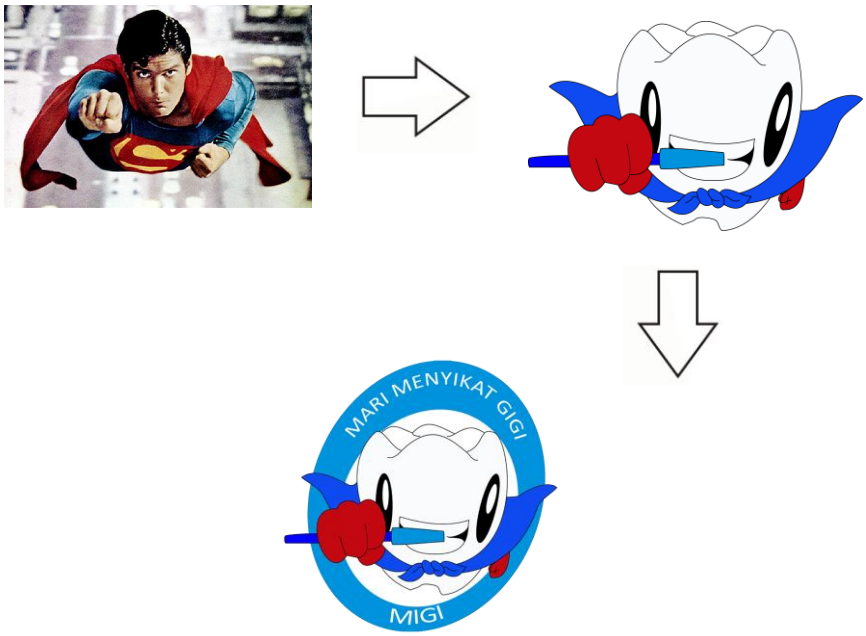
Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang melihatnya serta menambahkan kesan terhadap desain yang di pakai warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang melihanya serta menambahkan kesan terhadap desain yang dipakai. Warna yang digunakan kuning, merah, hitam, putih. Warna-warna yang diambil tidak lepas dari sifat dan karakter.



3.4.7 Konsep Logo

Mengambil objek gambar super hero yang sudah dikenal dikalangan anak- anak yaitu Superman namun disini di rubah menjadi bentuk gigi dan memegang sebuah sikat gigi agar identitas sesuai dengan tema kampanye yaitu perawatan gigi bagi anak.

Alasan mengambil konsep dari super hero karena anak-anak mempunyai pemikiran yang fantasi serta selalu meniru super hero yang di idolakan. Di harapkan anak dapat meniru logo /icon kampanye perawatan gigi bagi anak ini.



Gambar 3.3 Logo

Objek yang melingkari icon tersebut sebagai wujud perlidungan terhadap gigi. penggunaan warna biru karena biru mempunyai respon psikologi, kebersihan, keamanan dan keteraturan. Pemilihan tag line logo disesuaikan dengan nama icon tersebut yaitu:

MIGI = MARI MENYIKAT GIGI yang berarti mengajak untuk menyikat gigi.

3.5 Kajian Media Utama

Alat Peraga di buat sebagai alat bantu untuk tersamapaikanya informasi kampanye perawatan gigi bagi anak. Dari segi visual alat peraga ini mengunakan ilustrasi dan elemen yang menyakut dengan perawatan gigi. berikut penjelasan layout tentang alat peraga ini:



Gambar 3.4 Media utama



Gambar 3.5 Media utama

Alat peraga terdiri dari beberapa halaman di halaman pertama menampilkan logo kampanye sebagai identitas, halaman kedua dan ketiga langsung masuk ke informasi cara menyikat gigi yang baik dan benar. Dengan ilustrasi seorang siswa SD dan ilustrasi gigi yang menghadap lidah.



Gambar 3.6 Media utama

Alat peraga di halaman empat, lima, enam menggunakan visual satu ilustrasi di tiap halamannya agar terlihat lebih jelas pada halaman keempat mengunakan ilustrasi gigi yang menghadap lidah, ilustrasi di halaman lima mengunakan ilustrasi permukaan gigi, halaman enam bagian gigi untuk mengunyah di ketiga halaman ini ilustrasi semua di buat bergerak agar seperti nyata. Membuat daya tarik.



Gambar 3.7 Media utama

Halaman 7 mengimformasikan bahwa setiap orang harus mempunyai sikat gigi masing-masing,dengan di ilustrasikan dimana suatu keluarga sedang memegang masing-masing sikat gigi.

Halaman 8 menginformasikan kenapa gigi bisa rusak dengan visualisasi ilustrasi kuman-kuman makanan yang di sukai anak-anak.

Halaman 9 memberitahukan dengan menyikat gigi kuman akan mati, serta kapan waktu yang baik untuk menyikat gigi. Dengan ilustrasi sang icon (migi) dengan santainya memukul kuman sambil menyikat gigi.



Gambar 3.8 Media utama

Halaman penutup.mengunakan ilustrasi dimana icon (migi) tersebut mengucapkan terimakasih dan mengajak target audiens untuk mencobanya.

3.6 Studi Musik

Didalam alat peraga ini di masukkan musik agar tidak membuat jenuh target Audiens. musik yang digunakan berjudul “Smart Kids” musik ini bernada riang, gembira sehingga target akan terbawa senang dan bergembira mengikuti kampanye perawatan gigi bagi anak ini. Musik ini di ambil di salah satu game education “nobelprize.org”.