BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

3.1.1 Strategi Komunikasi

Dalam penyampaian strategi komunikasi, agar pesannya tersampaikan secara benar, dimana ingin menyampaikan kepada khalayak tentang pentingnya mengkonsumsi makanan yang sehat dan murah. Perancangan kampanye juga untuk memberikan informasi dan penerangan serta mempersuasikan masyarakat dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pola makan yang sehat.

3.1.1.1 Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam kampaye ini adalah Bahasa Indonesia yang baku. Dengan mempertimbangkan target khalayak yang kebanyakan adalah ibu rumah tangga.

3.1.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi yang hendak dicapai dalam prose kampanye ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi makanan yang sehat demi terciptanya kualitas sumber daya manusia yang cerdas dan sehat.

3.1.2 Strategi Kreatif

3.1.2.1 Tahap *Attention*

Pada tahap ini, pendekatan kreatif yang dilakukan oleh penulis dalam kampanye ini adalah dengan cara mengemas pesan melalui bentuk visual dan teks untuk menarik perhatian khalayak.

3.1.2.2 Tahap Informasi & Persuasi

Selanjutnya memberikan informasi tentang makanan yang sehat yang murah melalui penyuluhan yang bekerja sama dengan pihak kelurahan Rw.03 Ciumbuleuit, dan Dinas Kesehatan Kota Bandung. Untuk selanjutnya diadakan penyuluhan-penyuluhan kepada setiap Kepala Keluarga.

3.1.2.3 Tahap *Reminding*

Pada tahap terakhir (*Reminding)* dilakukan sebuah acara lomba memasak, dengan tujuan untuk mengingatkan kembali kepada masyarakat tentang pentingnya asupan makanan yang sehat.

3.1.3 Strategi Media

Pendekatan yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara mengemas materi pesan kedalam media dengan mensosialisasikan pesan dan mengaplikasikannya pada media pendukung. Adapun media yang digunakan dalam kampanye ini antara lain:

A. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah poster. Dikarenakan poster memiliki jangkauan sasaran lebih banyak dan tingkat keterlihatan dan keterbacaan yang tinggi. Poster yang ditampilkan adalah, poster dengan materi pesan dari tiap-tiap tahapan kampanye.

B. Media Pendukung

Media pendukung untuk membantu menyampaikan pesan dalam tahapan kampanye ini meliputi media pendukung berupa cetak dan gimmick. Yang disesuaikan dengan ruang lingkup keseharian dari target audience kampanye. Meliputi:

- Kaos
- Pin
- Mug
- Piring
- Kalender
- Umbul-umbul
- Flyer
- Brosur
- Spanduk
- Flag Chain
- Booklet
- Stiker

3.1.3.1 Jadwal Penyebaran Media

Media	Tahap											
	Attention				Informasi & Persuasi				Reminding			
	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
Poster												
Spanduk												
Umbul-umbul												
Brosur												
Booklet Menu												
Piring												
Mug												
Kaos												
Kalender												
Pin												
Gantungan Kunci												
Stiker												

Tabel 3.1 Jadwal Penyebaran Media

3.1.4 Strategi Distribusi

Pada tahap pertama, untuk menarik perhatian khalayak, poster ditempelkan pada tempat-tempat yang strategis dan sering dilewati oleh target audience. Seperti pasar, sekolah, posyandu, kantor kelurahan dan lainnya. Media pendukung pada tahap ini ialah flyer dan brosur.

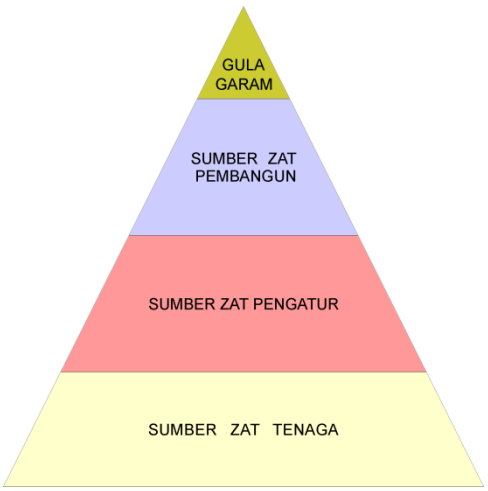
Tahap kedua, media poster dengan materi informasi mengenai jenis-jenis makanan yang sehat dengan harga yang terjangkau.
Tahap ketiga, media poster digunakan untuk menarik dan mengingatkan kembali khalayak (Proses *Reminding*). Dengan menggunakan media pendukung yang digunakan antara lain: Brosur, flyer, spanduk dan media gimmick.

3.2 Konsep Visual

3.2.1 Identitas Kampanye

3.2.1.1 Konsep Logo

Visual dari logo kampanye ini menggunakan gaya stilasi yang melambangkan kesederhanaan. Dengan pertimbangan pada keterlihatan yang jelas serta mempertimbangkan pada daya ingat (Cognition) dari khalayak sasaran. Objek visual yang digunakan dalam logo kampanye ini adalah bahan makanan yang dapat mewakili makanan yang bergizi, umum serta harga terjangkau. Dan studi dari “Triguna Makanan” seperti yang dijabarkan dalam gambar:

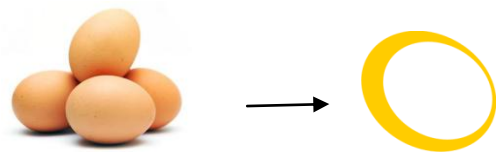


Gambar 3.1 Triguna Makanan

Adapun untuk mewakili konsep tersebut digunakan beberapa visual bahan makanan, antara lain:

1. Telur

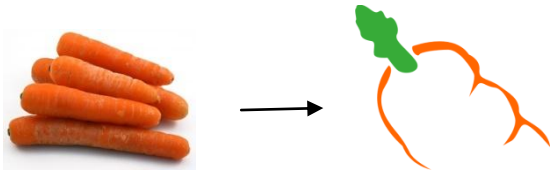
   Telur mewakili sumber zat pembangun dalam Triguna makanan, mempunyai banyak manfaat dan harganya tejangkau.



Gambar 3.2 Stilasi Telur

2. Wortel

   Wortel mewakili sumber zat pengatur dalam triguna makanan.



Gambar 3.3 Stilasi Wortel

3. Padi

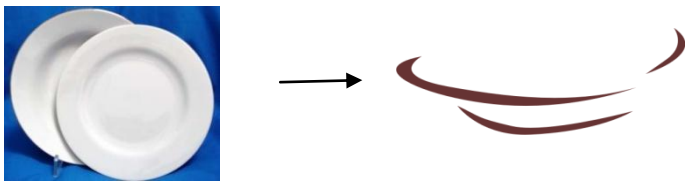
   Padi mewakili sumber zat tenaga dalam triguna makanan, dan simbolisasi kemakmuran.



Gambar 3.4 Stilasi Padi

4. Piring

Piring merupakan representasi dari wadah makanan, dan perancangan kampanye. Berdasarkan funsional piring sebagai wadah makanan serta diartikan bahwa kampanye ini merupakan sarana untuk menuju hidup sehat.

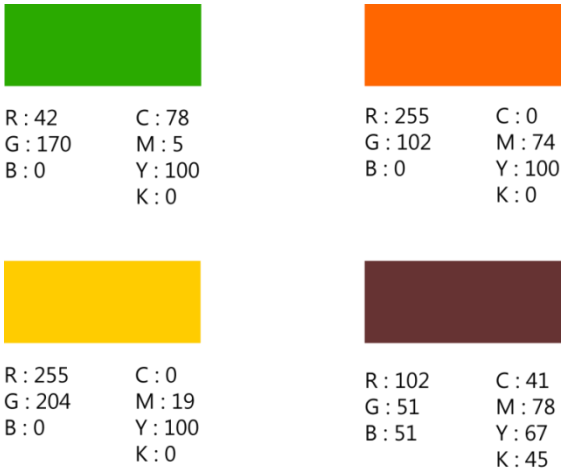


Gambar 3.5 Stilasi Piring



Gambar 3.6 Logo Kampanye

3.2.1.2 Warna



Gambar 3.7 Skema warna logo kampanye

- Warna hijau melambangkan kesehatan, kesuburan, natural dan alami, sekaligus merupakan warna utama dalam perancangan kampanye ini.
- Warna oranye merepresentasikan dorongan komunikasi, energi, keseimbangan, kehangatan dan semangat.
- Warna kuning melambangkan optimisme, pertumbuhan, kehangatan, kemakmuran yang diharapkan dari kampanye ini bisa tercapai.
- Warna cokelat melambangkan alam, stabilitas, unsur tanah, kesuburan, kehangatan yang diharapkan dengan parancangan kampanye ini. Kesehatan masyarakat bisa meningkat.

3.2.1.3 Tagline

Tagline berfungsi sebagai salah satu alat berkomunikasi dan material kreatif dalam mengkomunikasikan tujuan dari kampanye.

Tagline dari kampanye ini adalah **“Sehat Itu Murah”.** Konsep dari tagline “Sehat Itu Murah”. ini adalah selain membuat tagline yang mudah diingat, serta mengandung unsur persuasif dan menyadari bahwa keindahan hidup adalah apabila masyarakat dalam keadaan yang sehat. Karena itu, menjaga tubuh agar tetap sehat adalah sebuah prioritas. Dengan langkah awal kesadaran untuk berpola hidup sehat, yang sebenarnya tidak sulit dan tidak mahal biayanya.

3.2.1.4 Tipografi Logo

Tipografi atau pemilihan huruf dalam kampanye ini adalah jenis huruf sans serif. Dengan tujuan keterbacaan dan tingkat daya ingat serta pemilihan huruf yang khas. Dan huruf yang digunakan pada logo kampanye ini adalah “Augie”, dengan bertujuan untuk menimbulkan kesan bersahabat.



Gambar 3.8 Font Augie

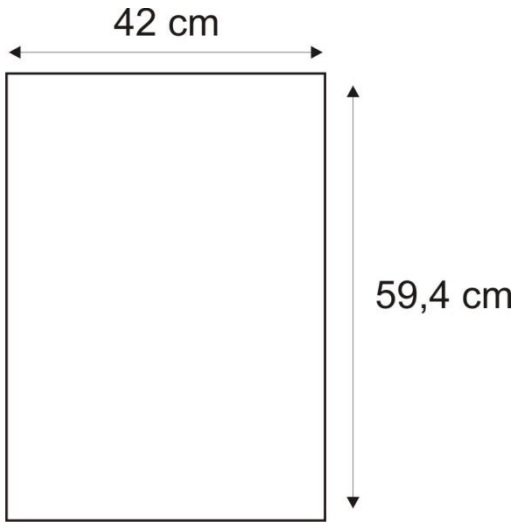
3.2.2 Konsep Visual Poster

Konsep visual dari poster pada kampanye pola makan sehat adalah untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Konsep ini dibagi menjadi tiga tahapan. Antara lain:

3.2.2.1 Poster Tahap *Attention*

3.2.2.1.1 Format Desain

Format yang digunakan pada media poster tahap attention ini adalah portrait. Ukuran yang digunakan memakai ukuran A2 (42 cm x59,4 cm). Pertimbangan memakai ukuran ini adalah bagaimana poster bisa mudah terlihat oleh khalayak, sehingga pesannya dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar 3.9 Format poster tahap *Attention*

3.2.2.1.2 Visual Poster

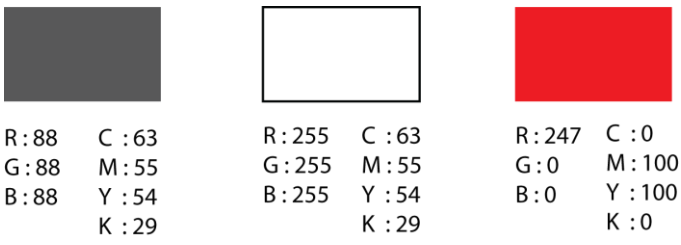
Objek visual yang digunakan pada poster tahap *attention* ini menggunakan teknik fotografi. Pertimbangan menggunakan teknik ini adalah untuk menimbulkan kesan dapat dipercaya dalam bentuk tampilan visual sesungguhnya.

Dengan menampilkan perbandingan antara sayuran dengan daging ayam yang dikomunikasikan dalam teks untuk memberitahukan masyarakat bahwa kandungan gizi dalam sayur bisa mengimbangi kandungan gizi dari daging ayam.

3.2.2.1.3 Warna

Warna merupakan elemen yang penting untuk membangun sebuah komunikasi, dimana warna dapat menyimbolkan efek psikologis, pemaknaan dan pengenalan kepada masyarakat.

Pengaplikasian warna pada poster tahap *attention* adalah menggunakan warna warna yang dapat menimbukan kesan dan membangun kesadaran (*Awareness*) dari khalayak sasaran kampanye. Untuk itu dipilih warna warna yang mencolok dan menimbukan kesan berani. Adapun warna yang dipilih adalah merah untuk memberikan penekanan (*Emphasis*) dalam layout poster.



Gambar 3.10 Skema warna poster tahap At*tention*

3.2.2.1.4 Tipografi

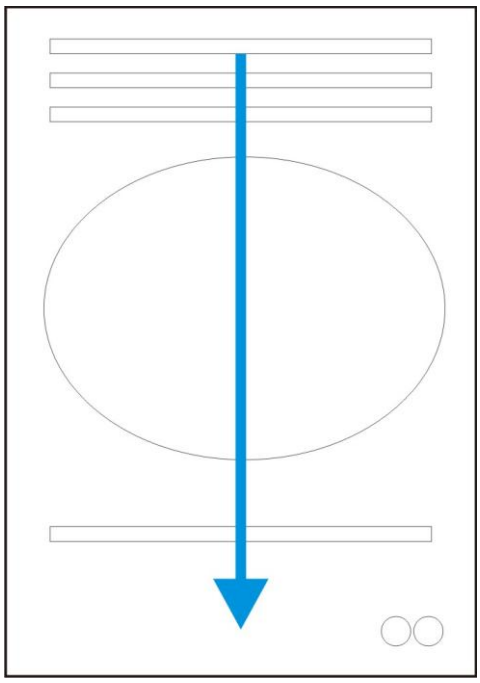
Untuk membentuk sebuah kesatuan (Unity) dan konsistensi dalam kampanye ini. Maka pemilihan font untuk tahapan *attention* adalah “Augie” untuk *headline*.



Gambar 3.11 Font Augie

3.2.2.1.5 Arah Baca

Dengan menggunakan arah baca pada umumnya, yaitu dari kiri ke kanan, selain itu juga memberikan "*Sequence"*, atau gerak mata, dimana pada poster tahap attention adalah "i".



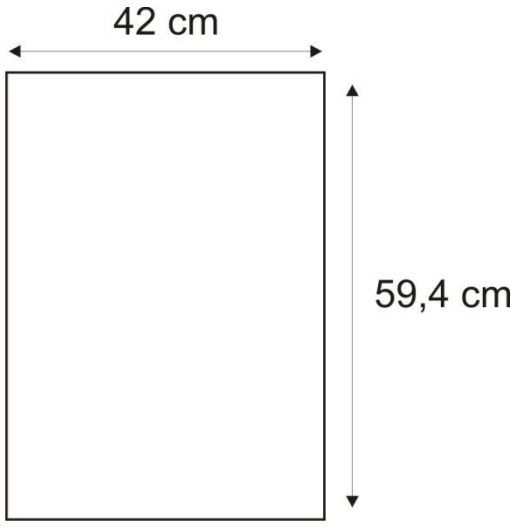
Gambar 3.12 Arah baca poster tahap *Attention*

3.2.2.2 Poster Tahap Informasi & Persuasi

3.2.2.2.1 Format Desain

Format yang digunakan pada media poster tahap informasi ini adalah portrait. Ukuran yang digunakan memakai ukuran A2 (42 cm x59,4 cm).

Pertimbangan memakai ukuran ini adalah bagaimana poster bisa mudah terlihat oleh khalayak, sehingga pesannya dapat tersampaikan dengan baik. Karena dalam tahap informasi ini, untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang kandungan yang ada dalam makanan sehat.



Gambar 3.13 Format poster tahap Informasi & Persuasi

3.2.2.2.2 Visual Poster

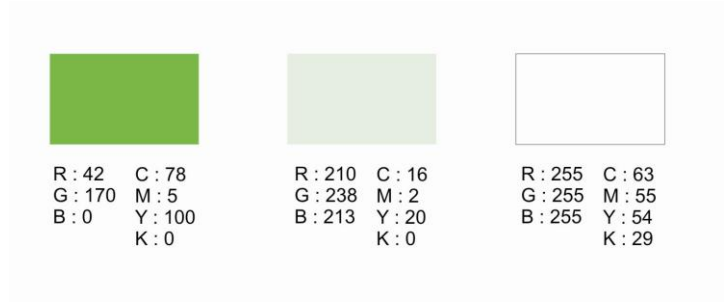
Objek visual yang digunakan pada poster tahap informasi ini menggunakan teknik fotografi, pertimbangan menggunakan teknik ini adalah untuk menimbulkan kesan dapat dipercaya dalam bentuk tampilan visual sesungguhnya.

Dengan menampilkan visual dari makanan-makanan yang sehat disertai *bodytext* yang menjelaskan tentang manfaat dari makanan-makanan tersebut.

3.2.2.2.3 Warna

Warna merupakan elemen yang penting untuk membangun sebuah komunikasi, dimana warna dapat menyimbolkan efek psikologis, pemaknaan dan pengenalan kepada masyarakat.

Pengaplikasian warna pada poster tahap informasi adalah menggunakan warna warna yang dapat menimbukan kesan bersahabat dan alami. Untuk itu dipilih warna-warna yang tidak terlalu mencolok dan menimbukan kesan alami serta sehat. Adapun warna yang dipilih adalah dominan hijau dan putih untuk memberikan kesan alami dan sehat.



Gambar 3.14 Skema warna poster tahap Informasi & Persuasi

3.2.2.2.4 Tipografi

Untuk membentuk sebuah kesatuan (Unity) dan konsistensi dalam kampanye ini. Maka pemilihan font untuk tahapan *attention* adalah “Augie” untuk *headline*.



Gambar 3.15 Font Augie

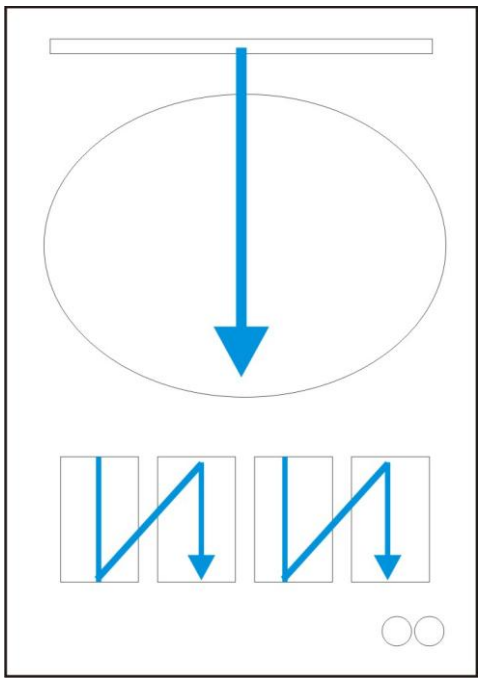
Dan untuk bodytextnya dipilih font berjenis Sans Serif bernama “Segoe UI”. Font ini dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan yang jelas, tidak dekoratif, dan mempunyai struktur huruf yang baik dan tingkat keterbacaan yang jelas meskipun dalam ukuran kecil.



Gambar 3.16 Font Segoe UI

3.2.2.2.5 Arah Baca

Dengan menggunakan arah baca pada umumnya, yaitu dari kiri ke kanan, selain itu juga memberikan "*Sequence"*, atau gerak mata, dimana pada poster tahap informasi adalah "i" dan "N" terbalik.



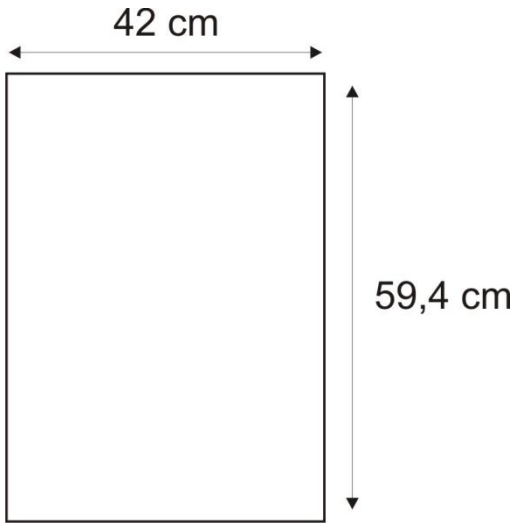
Gambar 3.17 Arah baca poster tahap Informasi & Persuasi

3.2.2.3 Poster Tahap Reminding

3.2.2.3.1 Format Desain

Format yang digunakan pada media poster tahap attention ini adalah portrait. Ukuran yang digunakan memakai ukuran A2 (42 cm x59,4 cm).

Pada poster tahap reminding ini, merupakan poster sebuah acara yang berkaitan dengan kampanye. Yaitu acara lomba masak untuk para ibu. Dimana selain sebagai poster acara lomba masak, juga ditujukan sebagai pengingat kembali proses kampanye. Dalam poster ini, menginformasikan akan sebuah acara yang mana dalam acara tersebut diadakan pula penyuluhan kembali dalam kaitannya untuk *reminding.*



Gambar 3.18 Format poster tahap *Reminding*

3.2.2.3.2 Visual Poster

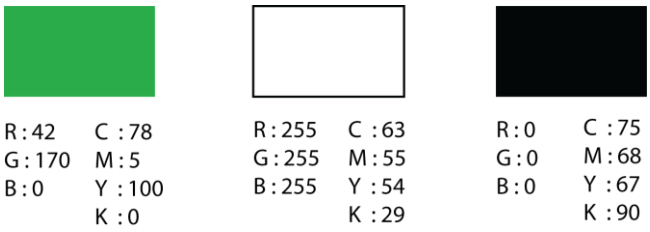
Objek visual yang digunakan pada poster tahap informasi ini menggunakan teknik fotografi, pertimbangan menggunakan teknik ini adalah untuk menimbulkan kesan dapat dipercaya dalam bentuk tampilan visual sesungguhnya.

Dengan menampilkan visual dari makanan-makanan yang sehat,yang digunakan dalam lomba seperti bayam, telur, tahu,dan tempe.Disertai penjelasan mengenai acara yang akan dilaksanakan, dan penjelasan tentang hadiah yang akan diberikan.

3.2.2.3.3 Warna

Sama seperti tampilan visual pada tahap tahap sebelumnya, dimana untuk membuat suatu kesatuan dan konsistensi dalam sebuah program kampanye. Poster ini pun menggunakan tema yang sama seperti pada poster poster sebelumnya.

Adapun warna warna yang dipilih adalah warna-warna yang memberikan kesan alami dan segar. Yaitu warna dominan hijau.



Gambar 3.19 Skema warna poster tahap *Reminding*

3.2.2.3.4 Tipografi

Untuk membentuk sebuah kesatuan (Unity) dan konsistensi dalam kampanye ini. Maka pemilihan font untuk tahapan *attention* adalah “Augie” untuk *headline*.



Gambar 3.20 Font Augie

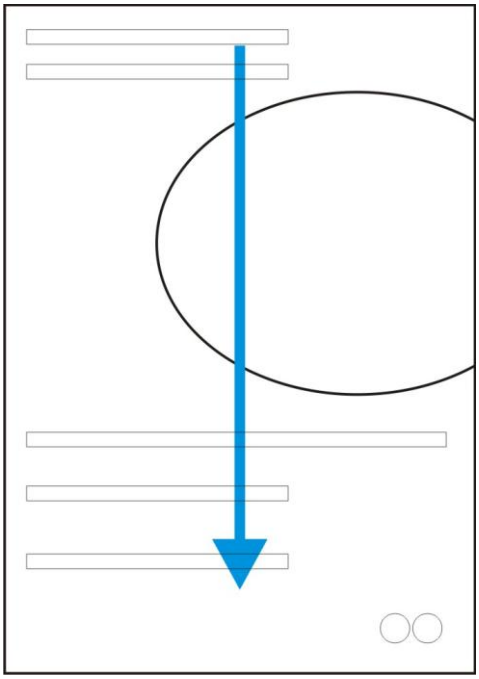
Dan untuk bodytextnya dipilih font berjenis Sans Serif bernama “Segoe UI”. Font ini dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan yang jelas, tidak dekoratif, dan mempunyai struktur huruf yang baik dan tingkat keterbacaan yang jelas meskipun dalam ukuran kecil.



Gambar 3.21 Font Segoe UI

3.2.2.3.5 Arah Baca

Dengan menggunakan arah baca pada umumnya, yaitu dari kiri ke kanan, selain itu juga memberikan "*Sequence"*, atau gerak mata, dimana pada poster tahap informasi adalah "i.



Gambar 3.22 Arah baca poster tahap *Reminding*