BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Komunikasi

Konsep jenis kegiatan kampanye yang digunakan yaitu kampanye yang berorientasi pada tujuan - tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Menurut istilah Kotler disebut sebagai *social change campaigns*, yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah – masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik terkait (Venus, 2004 : 11).

Dalam perancangan kampanye cuci tangan pakai sabun untuk cegah penyakit adalah bersifat persuasif, dimaksudkan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penulis.

Strategi perancangan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menggambarkan atau melukiskan kepada siswa/i SD betapa penting dan mudahnya cuci tangan pakai sabun yang dapat dilakukan di sekolah maupun di rumah.
2. Menumbuhkan kesadaran terhadap pentingnya cuci tangan pakai sabun sejak dini, sehingga dapat mengajak suluruh keluarga dan masyarakat untuk menerapkan hidup bersih dan sehat.

3.1.1 Tujuan Komunikasi

Kampanye cuci tangan pakai sabun untuk cegah penyakit ini bertujuan memberikan informasi yang jelas mengenai betapa penting kegiatan cuci tangan pakai sabun dan meningkatkan dukungan secara global sekaligus dukungan lokal untuk penerapan cuci tangan pakai sabun dalam tatanan kehidupan keluarga sehari - hari khususnya anak.

3.1.2 Tema Dasar Komunikasi

Mengingatkan siswa/i SD untuk menyadari akan pentingnya perilaku budaya cuci tangan pakai sabun pada lingkungan di sekitarnya, baik di sekolah maupun di rumah.

3.1.3 Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan media kampanye ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dari kegiatan kampanye. Adapun materi yang akan disampaikan adalah :

1. Memberikan informasi tentang langkah-langkah atau cara-cara cuci tangan pakai sabun yang baik dengan cara mengadakan acara penyuluhan dan sosialisasi cuci tangan pakai sabun serta menyediakan fasilitas kepada Sekolah Dasar, sehingga nantinya dapat mempengaruhi perilaku siswa/i, serta keluarga dan masyarakat.

3.1.4 Strategi Kreatif

Strategi pengemasan media kampanye sosial cuci tangan pakai sabun untuk cegah penyakit, disampaikan berupa poster yang dikemas dengan gambar ilustrasi kartun dan tifografi yang sesuai. Agar kampanye ini berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang diharapkan maka kampanye harus dilakukan dengan seefektif mungkin dan sekreatif mungkin. Hal ini perlu dilakukan untuk menarik target sasaran agar bisa terpengaruh oleh kampanye ini.

1.1.4.1 Pembuatan Tag line Visual

Konsep strategi kreatif dalam pembuatan *tag line* visual didasarkan dari hasil penelitian di lapangan yaitu kurang kesadaran dari orang tua terhadap perilaku anak-anaknya kepada kesehatan, maka *tag*

line dari kampanye ini adalah “perilaku kecil berdampak besar”, yang mempunyai arti sebagai berikut :

1. Cuci tangan pakai sabun merupakan sebuah perilaku kecil yang harus dilakukan sedini mungkin, diawali dari perilaku kecil inilah nantinya kita dapat melakukan perubahan besar terhadap kesehatan para siswa/i SD untuk menjadi lebih sehat.

1.1.4.2 Pencarian Gagasan Visual

Pencarian gagasan visual berawal dari pesan yang akan disampaikan melalui kampanye ini, yaitu: “Memberikan pemahaman tentang perilaku cuci tangan pakai sabun dan bagaimana cara yang baik dan benar dalam melakukannya kepada anak – anak melalui orang tau maupun guru sehingga dapat mempengaruhi kehidupan disekitarnya”, karena anak-anak adalah peniru yang baik dan nantinya cuci tangan pakai sabun dapat dijadikan kebiasaan.

Kemudian mencari apa yang harus disampaikan yaitu dengan cara pendekatan psikologis. Gambaran yang ingin ditampilkan dari gagasan visual kampanye ini adalah agar memunculkan psikologis atau kesan sewaktu melihat visual maupun bahasanya dan memotivasi target sasaran untuk lebih teringat akan pentingnya kesehatan.

1.1.4.3 Materi Visual

Materi visual berawal dari *tag line* yang akan disampaikan melalui kampanye ini, yaitu: “perilaku kecil berdampak besar” dan juga cara atau langkah – langkah cuci tangan yang baik dan benar, serta waktu-waktu penting untuk cuci tangan pakai sabun yang dilakukan secara berulang-ulang pada bermacam-macam media pendukung yang dikemas secara menarik sehingga dapat mengubah perilaku dan kebiasaan untuk selalu melakukan cuci tangan pakai sabun di enam waktu penting.

3.1.5 Strategi Media

Strategi media yang diterapkan mengacu pada konsep dan strategi kampanye periklanan terpadu, yang dipakai pada perancangan ini. Konsep ini menekankan bahwa kekuatan media terletak pada pemilihan media serta kapan dan di mana media tersebut ditayangkan atau dimuat, sehingga akan menciptakan suatu momen yang tepat untuk membangun respon emosional khalayak sasarannya.

Dan dengan pengulangan pesan walau dengan nada pesan dan bentuk yang berbeda-beda namun tepat dan memiliki sebuah kesatuan maksud dari pesan yakni, memberikan pemahaman terhadap anak-anak tentang perilaku cuci tangan pakai sabun yang sangat berdampak besar bagi kesehatannya.

3.1.6 Pemilihan Media

Didasarkan pada permasalahan yang dihadapi, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Media yang digunakan terbagi pada dua jenis yaitu media primer dan media sekunder serta

bagaimana mekanisme dan penempatan media-media tersebut dalam masyarakat.

1.1.6.1. Media Primer

1. Poster

Disini poster dianggap sebagai salah satu media yang dianggap cukup efektif untuk penyampaian pesan kampanye sosial tentang cuci tangan pakai sabun untuk cegah penyakit. Poster adalah media dua dimensi, dengan format satu halaman yang digunakan untuk menyampaikan informasi, data, jadwal atau penawaran-penawaran, dan dapat digunakan untuk mempromosikan orang, sebab, tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi. Karena poster mampu menciptakan kesan tersendiri dan dapat memberikan pengaruh pada yang melihatnya melalui pesan visual yang menarik dan pesan verbal yang lugas sehingga sedikit banyak mampu menyampaikan pesan melalui informasi yang dimuat pada poster-poster tersebut. Poster juga bertujuan untuk menarik perhatian target *audience*, maka poster- poster kampanye ini dipasang di tempat tempat yang strategis yang ada di lingkungan Sekolah Dasar.

2. Spanduk

Media ini memberikan pesan yang lebih lugas dan jelas dengan mengutamakan informasi sehingga sasaran dapat langsung mengerti pada pesan yang disampaikan.

1.1.6.2 Media Sekunder

1. Buku Belajar Mewarnai

Media ini bersifat pembelajaran kepada target khalayak dengan ilustrasi yang dikemas secara menarik dan melatih kreatifitas yaitu belajar mewarnai gambar dan tetap memberikan *influence* tentang 6 waktu penting cuci tangan pakai sabun, yang diharapkan kedepannya dapat menjadi kebiasaan.

2. Kalender

Media ini juga bersifat pembelajaran kepada target khalayak dengan ilustrasi yang dikemas secara menarik dan tetap memberikan *influence* tentang 6 waktu penting cuci tangan pakai sabun dan 6 langkah cuci tangan pakai sabun yang diharapkan menjadi motivasi untuk hidup lebih sehat.

3. Tempat Minum

Material yang di gunakan yaitu kertas stiker dengan teknis produksi print.

4. Media Gimmick

Media ini digunakan karena biayanya relatif lebih murah, serta media ini langsung dapat sampai ke target sasaran. Diaplikasikan melaui media-media yang memiliki kegunaan seperti : pin, stiker, penggaris dan botol minuman.

3.2 Strategi Penyebaran Media

3.2.1 Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Pertimbangan dasar dari penyebaran media ini merupakan fase dari pemberian informasi yang paling terpenting dalam penyebaran media lebih teraratur. Dengan kata lain pada bagian ini merupakan suatu pertimbangan yang didasari atas terciptanya suatu bentuk keselarasan dalam penyebaran media.

3.2.2 Tahap-tahap Perencanaan

Dalam perencanaan perancangan media kampanye Cuci Tangan Pakai Sabun Untuk Cegah Penyakit ini dibutuhkan beberapa tahapan dalam pembuatan event tersebut.

1. Pra Event perancangan media kampanye Cuci Tangan Pakai Sabun Untuk Cegah Penyakit.

   Agar acara tersebut berjalan dengan lancar, maka dibutuhkan persiapan yang cukup serius dan matang agar segala sesuatunya berjalan dengan lancar dan maksimal. Maka dari itu telah direncanakan media apa saja yang akan digunakan dalam pembuatan event tersebut.

3.2.3 Acara Penyebaran Media Kampanye Cuci Tangan Pakai Sabun Untuk Cegah Penyakit.

Sebuah acara penyebaran akan berjalan dengan lancar apabila segala sesuatunya terkoordinir dengan baik. Oleh karena itu dibutuhkan susunan acara yang perlu direncanakan. Berikut adalah tabel dari susunan acara dan pembagian waktu penyebaran media kampanye Cuci Tangan Pakai Sabun Untuk Cegah Penyakit, yang akan di buat untuk penyebaran selama 1 tahun dimulai pada bulan Oktober 2010 sampai dengan September 2011.

Jadwal Kampanye

KETERANGAN	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep
Tahap Attention	■	■	■	■								
Tahap Informasi				■	■	■	■					
Tahap Reminding							■	■	■	■	■	■

Kampanye di laksanakan dalam waktu 1 tahun

Tahap 1 dilaksanakan pada bulan Oktober 2010 sampai dengan Januari 2011
Tahap 2 dilaksanakan pada bulan Januari 2011 sampai dengan April 2011
Tahap 3 dilaksanakan pada bulan April 2011 sampai dengan September 2011

Gambar 3.1 Jadwal Kampanye

Jadwal Distribusi

MEDIA	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep
Poster 1	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Poster 2	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Poster 3			■	■								
Flayer	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■
Spanduk 1			■	■								
Spanduk 2			■	■								
Buku Saku				■								
Gerobak Dagang	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Flag Chain			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Botol air minum				■								
Kaos				■								
Pin				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Penggaris				■								
Jam Puzzle				■								
Kalender				■								
Stiker				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Buku Mewarnai				■								
Kotak Sabun				■								
Meja Belajar				■								

Gambar 3.2 Jadwal Distribusi

3.3 Konsep Visual Perancangan Kampanye Cuci Tangan Pakai Sabun Untuk Cegah Penyakit

3.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan bersifat asimetris, dimana letak unsur-unsur visual berbeda-beda. Baik gambar, *headline*, ataupun teks letaknya berubah sesuai komposisi yang digunakan pada setiap media.

3.3.2 Lay Out

Lay out yang digunakan pada setiap media kampanye yaitu portrait dan landscape. Unsur-unsur pendukung kampanye seperti logo sponsor atau lembaga ditempatkan di kanan bawah.

3.3.3 Tipografi

Poster yang memvisualisasikan keluarga, langkah dan waktu tepat cuci tangan dan tagline “perilaku kecil berdampak besar” serta jenis huruf yang digunakan adalah Arial Rounded MT Bold dan Kid Kosmic yang mempunyai karakteristik yang tegas, bersahabat dan mudah dibaca. Berikut jenis huruf yang dipilih :

Arial Rounded MT Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()_+{}:”<>?

KID KOSMIC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#$%€*()_+:"()?

3.3.4 Ilustrasi

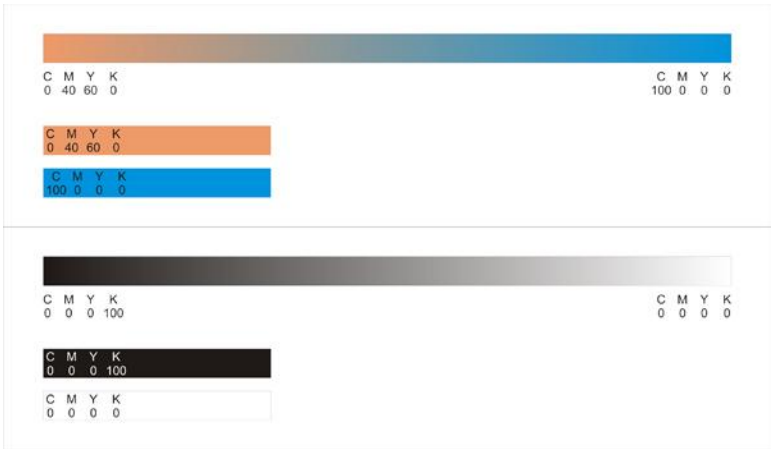
Ilustrasi digunakan untuk memperjelas dan mempertegas pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan media kampanye Cuci Tangan Pakai Sabun untuk Cegah Penyakit, namun ilustrasi juga bisa digunakan sebagai daya tarik visual. Ilustrasi yang digunakan merupakan olahan dari sketsa ilustrasi dari sebuah keluarga yang kemudian di buat dengan olahan digital berupa vektor. Ilustrasi yang kemudian di olah digital

menjadi vektor digunakan agar lebih mudah menyampaikan pesan-pesan visual tersebut terhadap anak-anak.

3.3.5 Warna

Warna memiliki daya tarik yang kuat dan menciptakan makna tersendiri. Warna juga dapat mengurangi rasa bosan, atau pun dapat membangkitkan semangat pada objek. Dengan mempertimbangkan keharmonisan, adapun warna-warna yang digunakan dalam perancangan media kampanye Cuci Tangan Pakai Sabun Untuk Cegah Penyakit ini adalah :

1. Biru, warna biru diambil dari warna air yang mempunyai makna ketenangan, kepercayaan, keamanan, kebersihan, dan keteraturan.
2. Coklat, warna coklat muda diambil dari warna tangan yang bersih dan mempunyai makna kenyamanan dan daya tahan.



Gambar 3.3 Warna

3.3.6 Konsep Logo

Mengambil bentuk tangan dan gelembung busa yang dihasilkan ketika mencuci tangan, pengambilan bentuk tangan dan gelembung busa ini agar tidak jauh dari konsep tentang cuci tangan pakai sabun untuk cegah penyakit yang kemudian disederhanakan menjadi logo.

Tipografi atau pemilihan huruf dalam kampanye ini adalah jenis huruf san serif. Dengan tujuan keterbacaan pemilihan huruf yang khas dan huruf yang digunakan pada logo kampanye ini adalah “Arial Rounded MT Bold, dimana jenis huruf tersebut memiliki karakteristik yang tegas, bersahabat dan mudah dibaca. Berikut jenis huruf yang dipilih :

Arial Rounded MT Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()_+{}:”<>?



Gambar 3.4 Konsep Logo

Warna biru pada warna gelembung dan tulisan *Cuci tangan pakai sabun* diambil dari warna air yang mempunyai makna ketenangan, kepercayaan, keamanan, kebersihan, dan keteraturan. Warna coklat muda pada tangan diambil dari warna tangan itu sendiri mempunyai makna kenyamanan dan daya tahan.