BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE PENYALAHGUNAAN SILIKON DAN KOLAGEN

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dan diuraikan dari pemecahan masalah hidup sehat dengan memberikan informasi melalui kampanye akan bahaya penyalahgunaan silikon cair dan kolagen.

- Membuat media kampanye yang bersifat mengingatkan dan mengajak masyarakat untuk tidak mencoba, ketergantungan dan menyalahgunakan silikon cair dan kolagen untuk mempercantik tubuh pada umumnya.

3.2 Strategi Komunikasi

Konsep jenis kegiatan kampanye yang digunakan yaitu *Ideologically or cause oriented campaigns,* adalah jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan sering kali berdimensi perubahan sosial. Menurut istilah Kolter disebut *social change campaigns,* yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik terkait (Venus, 2004 : 11).

Dalam pelaksanaannya, kampanye menggunakan system komunikasi massa guna menyampaikan pesan. Komunikasi massa dapat diartikan pesan yang dikomunikasikan melalui media pada jumlah besar. Komunikasi massa didefinisikan

sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Permasalahan akibat dari kurangnya informasi pemahaman terhadap penggunaan kollagen cair dan silicon dan kecenderungan gaya hidup masyarakat modern yang ingin selalu berpenampilan lebih baik. Untuk itu, perancangan kampanye (komunikasi) disusun agar tepat, baik materi, cara penyampaian, dan efektif pada target sasaran.

Strategi yang dilakukan yaitu :

- Menginformasikan dan mengingatkan akan bahaya dari kollagen dan silicon jika digunakan melebihi standarisasi.
- Menggunakan bahasa visual pengingat

3.2.1. Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan kampanye sebagai media informasi, tujuan komunikasi sangatlah penting agar media kampanye yang disampikan bisa tepat pada target sasaran yang ditujukannya adalah sebagai berikut :

- Perancangan media kampanye ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas terhadap calon pengguna silicon dan kolagen cair pada umumnya.
- Menumbuhkan kepedulian, betapa pentingnya menjaga kesehatan dan menghindari penggunaan kosmetik yg dapat membahayakan tubuh manusia.

3.2.2. Tema Dasar Komunikasi

Mengingatkan masyarakat (target sasaran) dan memberitahukan kepada masyarkat untuk tidak menggunakan silikon dan kolagen ke dalam tubuh. Khususnya bagi para calon pengguna suntikan silikon dan kolagen tersebut, agar lebih hati- hati dalam memilih kosmetik yang akan dimasukkan ke dalam tubuh.

3.2.3. Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan media kampanye ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dari kegiatan kampanye. Adapun materi yang akan disampaikan adalah : ‘ kalau ada yang alami kenapa harus silikon dan kolagen’. Menyampaikan kepada masyarakat agar untuk sebisa mungkin tidak menggunakan silikon dan kolagen.

3.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif media kampanye kesehatan Penyalahgunaan Silikon dan Kolagen, disampaikan berupa media cetak poster yang dikemas dengan unsur fotografi dan tipografi yang sesuai. Agar kampanye ini berjalan degan lancar, dan sesuai dengan yang diharapkan.Maka kampanye harus dilakukan dengan seefektif mungkin. Beberapa hal yang dibuat untuk mempengaruhi target sasaran oleh kampanye adalah sebagai berikut.

- Pembuatan Tag Line Visual

Konsep strategi kreatif dalam pembuatan tag line visual yaitu ‘kalau ada yang alami kenapa harus silikon dan kolagen’. Kalimat ini menjadikan kalimat penegasan tentang silikon dan kolagen tersebut.

Bahwa silikon dan kolagen ini bukan alami dan dapat merusak tubuh manusia.

- Pencarian gagasan visual

Pencarian gagasan visual berawal dari pesan yang akan disampaikan melalui kampanye ini, yaitu, ‘jangan meniru yang sudah keliru’. Kalimat ini dapat mempengaruhi target sasaran untuk tidak melakukan tindakan yang kelak akan menjadi penyesalan dikemudian hari. Yaitu dengan menyuntikkan kolagen dan silikon ke dalam tubuh. Sehingga gambaran visual yang ingin disampaikan dan di tampilkan dari gagasan visual kampanye ini adalah memunculkan raut wajah wanita dengan psikologi berpikir dan penyesalan.

- Materi Visual

Materi visual berawal dari tag line yang akan disampainkan melalui kampanye ini yaitu: ‘jangan meniru yag sudah keliru’. Dengan kalimat yang halus ini dapat memepengaruhi target sasaran agar tidak menggunakan silikon dan kolagen.

3.4 Strategi Visual

Strategi visual yang ditampilkan dalam perancangan media kampanye kesehatan ini, menggunakan visual penjelasan,dengan menggunakan unsur fotografi dan penegasan dengan menggunakan tipografi sehingga mendapatkan visual dengan kalimat yang efektif dan menarik. Dan mengenai target yang dituju.

3.5 Pendekatan Visual

- Fotografi

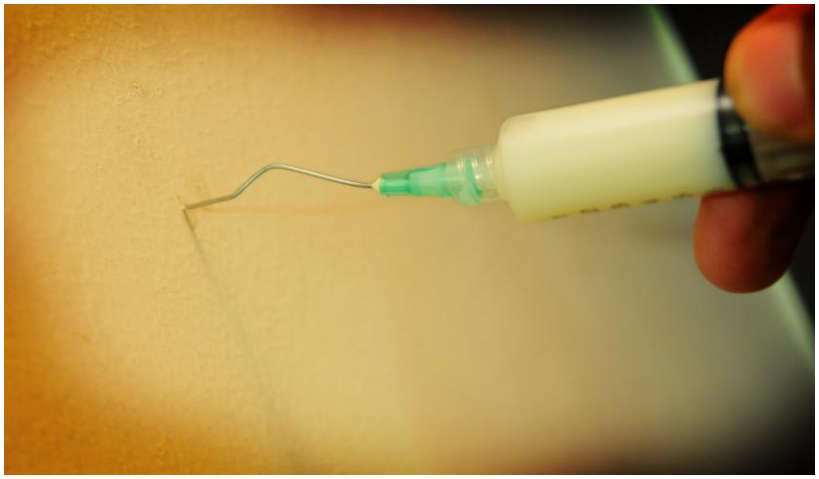
Jenis ilustrasi yang ditampilkan dalam perancangan media kampanye ini adalah manusia (wanita) dengan wajah penyesalan. Diperkuat dengan warna hitam putih yang mewakili warna suram atau sesal. Juga gambar suntikan dan silikon untuk mempertegas visual tersebut.



Gambar 3.1



Gambar 3.2



Gambar 3.3



Gambar 3.4

- Warna



PANTONE
349 C
C : 94 M : 11 Y : 84 K : 43
R : 0 G : 99 B : 56

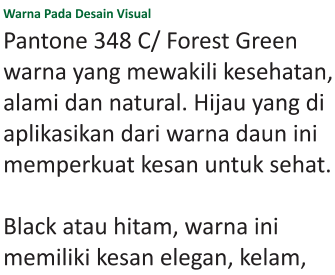


BLACK
C : 0 M : 0 Y : 0 K : 100
R : 0 G : 0 B : 0



RED
C : 0 M : 93 Y : 95 K : 0
R : 212 G : 46 B : 18

Pale Yellow
C : 1 M : 0 Y : 27 K : 0
R : 237 G : 235 B : 187



Hijau : warna hijau mewakili kesehatan, alami dan natural.

Hitam: warna yang memiliki kesan suram, kelam dan penyesalan.

Merah: warna merah adalah warna darah,dan dalam media ini diaplikasi dalam font untuk menegaskan kalimat yang tertera.

- Tipografi

Impact
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()_+=-:;"',.<>/?{}[]\|
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()_+=-:;"',.<>/?{}[]\|

Calibri
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()_+=-:;"',.<>/?{}[]\|
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()_+=-:;"',.<>/?{}[]\|
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&()_+=-:;"',.<>/?{}[]\|*
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()_+=-:;"',.<>/?{}[]\|

Typografi

Calibri menjadi font utama yang

Font name : impact
Digunakan sebagai body text pada keperluan type umum seperti surat, profil, dll.

impact(openType)
OpenType Font, Digitally Signed, TrueType Outlines
Typeface name: Century Schoolbook
File size: 133 KB
Version: Version 2.35
Typeface c The Monotype Corporation plc. Data c The Monotype Corporation plc/Type Solution Inc. 1991-1996. All Right Reserved

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789.:,;(:*!?')

12 Jangan meniru yang sudah keliru
18 Jangan meniru yang sudah keliru
24 Jangan meniru yang sudah keliru
36 Jangan meniru yang sudah keliru

Font name : Calibri
Digunakan sebagai body text pada keperluan type umum seperti surat, profil, dll.

Calibri(openType)
OpenType Font, Digitally Signed, TrueType Outlines
Typeface name: Century Schoolbook
File size: 345 KB
Version: Version 1.02
Typeface c The Monotype Corporation plc. Data c The Monotype Corporation plc/Type Solution Inc. 1990-1991. All Right Reserved

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789.:,;(:*!?')

12 Jangan meniru yang sudah keliru
18 Jangan meniru yang sudah keliru
24 Jangan meniru yang sudah keliru
36 Jangan meniru yang sudah keliru

Font Impact : dipilih untuk menjadi jenis font tagline dan headline. Font yang berdiri kokoh, sehingga mudah dibaca dan mengerti oleh target audience.

Font Calibri : dipilih menjadi jenis font untuk menjelaskan atau penulisan informasi yang tertulis dalam media.

3.6. Kata Kunci

Kampanye Suntik Silikon dan Kolagen.

3.7 Strategi Media

Setelah merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif maka selanjutnya bagaimana merancang strategi media komunikasi karena dalam menyiapkan suatu pesan ke khalayak dibutuhkan media, pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang disampaikan bisa dirasakan oleh target sasaran yang dituju ataupun khalayak.

Gambaran yang ingin ditampilkan dari gagasan visual perancangan media kampanye ini adalah berupa poster, karena media poster ini lebih efektif untuk usia 16-21 tahun, dan media ini akan dibuat sedemikian mungkin agar media poster ini dapat diterima dan dapat menggugah psikologi dari target sasaran yang dituju. Baik bahasa dan visual dapat menggugah dan memotivasi target sasaran terhadap pentingnya sehat, cantik yang alami tanpa silikon dan kolagen.Penggunaaan media untuk kegiatan kampanye ini yaitu media primer dan sekunder. Media primer adalah media yang memimpin atau diutamakan dalam sebuah kampanye, sedangkan media sekunder adalah media – media yang bersifat menunjang atau melengkapi. Pemilihan media primer dan sekunder sangat tergantung dengan sifat kampanye yang akan dilakukan.

3.7.1. Pemilihan Media

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

- Media cetak: poster sebagai media primer atau utama, yang memberi informasi dan mengajak masyarakat khususnya target sasaran untuk mengerti apa itu silikon dan kolagen dan apa hasil yang didapat setelah menggunakan silikon dan kolagen tersebut (penyalahgunaan silikon dan kolagen).

- Media traffic: billboard, baligho, banner, umbul- umbul dan sebagainya yang tempatkan dipinggir jalan raya .

Media sekunder yaitu:

- Media cetak: flayer, banner dan iklan surat kabar dan iklan majalah.
- Media gimmick: media ini digunakan karena biaya lebih rendah serta media ini langsung dapat diterima oleh target sasaran. Diaplikasikan melalui media- media yang memiliki kegunaan seperti t-shirt, topi, pin, kalender, stiker, gantungan kunci dll.

3.7.2 Pertimbangan dasar penyebaran media

Adapun pertimbangan dasar penyebaran media yang dipakai yaitu, tempat-tempat umum yang menjadi pergerakan kaum perempuan atau wanita di wilayah kota Bandung, baik dipusat perbelanjaan/ pertokoan, temapat pendidikan (sekolah dan

kampus), maupun di tempat perawatan kecantikan. Yang bertujuan untuk merubah atau mempengaruhi pola piker atau persepsi masyarakat dan memberikan informasi mengenai penyalahgunaan suntik silikon dan kolagen.

3.7.3 Tahap- tahap perencanaan

Berdasarkan strategi komunikasi yang ada penyampaian pesan informasi dapat disampaikan secara efektif dan mencapai respon yang diharapkan. Oleh karena itu penyampaian pesan atau pendekatan kreatif informasi harus melihat dan memperhatikan target sasarannya sebagai salah satu elemen penting penyampaian pesan.

Dalam penyampaian pesan kepada kaum wanita di kota Bandung pada umumnya dilakukan dengan mengadakan event. Event disini akan dibuatnya acara seminar tentang penyalahgunaan silikon dan kolagen. Dengan tema ‘ Love your nature body’. Didalam acara tersebut akan diadakan Tanya jawab seperti penyuluhan dan konseling. Event ini akan diadakan di beberapa tempat seperti SMA 1 Bandung,SMA 4 Bandung,SMA 5 Bandung,Universitas Maranatha,Universitas Widyatama dan Universitas Padjajaran.

Event disini hanya merupakan bagian pendukung dari kampanye penyalahgunaan silikon dan kolagen ini.

- Kampanye

Kampanye adalah suatu kegiatan promosi, komunikasi atau rangkaian pesan terencana yang khususnya spesifik atau untuk memecehakan masalah kritis, bisa maslah komersial, bisa juga masalah non komersial, seperti masalah sosial, budaya, politik, lingkungan hidup/ ekologi.

Rangkaian kegiatan ini direncanakan dan dilakukan berkesinambungan dalam waktu tertentu dan singkat. Tidak lebih dari satu tahun melalui tema sentral dalam suatu program media yang terkoordinir dan konvergen. Pesen disampaikan secara individual dan kumulatif dengan maksud utama menyokong obyek kampanye seperti masalah sosial, politik dan sebagainya.

- Kriteria Kampanye

  Tujuan: diarahkan kepada sasaran yang ditargetkan, meliputi kesadaran, pengertian, keyakinan dan bertindak dalam waktu yang singkat.

  Tema terkait: memakai tag line, desain grafis atau pesan.

  Coordinated Rollout: tergantung pada batas waktu, semua elemen dapat dimunculkan sekaligus, melibatkan rencana media promosi.

  Dalam hal ini kampanye yang dilakukan adalah kampanye kesehatan ‘penyalahgunaan suntik silikon dan kolagen’.

Adapun Tabel tahapan dari kampanye adalah sebagai berikut :

	Tahapan I Conditioning	Tahapan II Informing	Tahapan III Reminder
1	Poster Kampanye	Poster Event	Poster Reminder
2	Billboard Kampanye	Billboard	Billboard
3	Iklan Majalah	Baliho Event	Schedule Board
4	Iklan Koran	Iklan Majalah	Kalender
5	Ikan Web	Iklan Koran	Iklan Majalah
6		Iklan Web	Iklan Koran
7		Umbul - Umbul	Iklan Web
8		Flagchain	Gimmick
9		Tenda	Flayer
10		Gimmick	
11		Flayer	
12		Ex Banner	

3.1 Tabel Keterangan Tahapan Kampanye

3.8 Konsep Visual

Konsep visual merupakan salah satu pemikiran dasar dari suatu gagasan pesan,dan ide kreatif yang disampaikan dengan menggunakan bahasa visual (komunikasi visual). Dalam perancagan media informasi, konsep visual adalah acuan dalam mengkomunikasikan sesuatu pesan non verbal. Tujuannya adalah untuk menguatkan kemampuan komunikasi verbal yang menjadi pesan informasi.

Tema visual dari media informasi ini adalah ‘ Ada Api Ada Asap’ atau ‘Sebab dan Akibat’. Dimana dalam visual aka nada makna dari sebab dan akibat dari penyalahgunaan silikon dan kolagen tersebut.

3.8.1 Gaya, Kesan dan sifat Visual

Gaya yang diangkat dalam media informasi ini mengambil gaya dan bentuk yang sederhana dengan lebih mengutamakan tampilan fotografi dan tipografi yang ditata sesederhana mungkin agar dapat mudah dimengerti. Sederhana dalam artian tidak terlalu rumit dan lebih bisa bercerita sehingga informasi yang akan disampaikan dapat diterima dan disampaikan kepada target sasaran.

Visual yang diangkat dalam media informasi ini memadukan antara unsure photgrafi dan tipografi untuk menghindari kejenuhan dan dapat lebih menjadi media yang informatif dan kamunikatif.

Kesan yang akan dimunculakan dalam media informasi ini adalah kelam, suram miris dan penyesalan. Visualisasi dari foto yang ditampilkan berupa seorang wanita yang memegang suntikan dan silkon dengan raut wajah sedih dan muram. Dan seorang wanita dengan perban di mukanya. Maksud dari foto ini adalah perumpamaan dari seorang wanita yang sudah menggunakan silikon dan kolagen ini akan mengalami penyesalan yang tidak bisa diubah kembali. Dan dalam tipografi terdapat warna merah dan hijau. Warna merah tersebut mewakili kemirisan dan warna hijau mewakili warna kesehatan.

Kesan sederhana dapat dilihat dari keseluruhan desain yang hanya menggunakan beberapa unsure grafis seperti fotografi dan tipografi. Yang semata- mata bertujuan agar foto menjadi focus dalam desain tersebut.