BAB III

STRATEGI PERANCANGAN KAMPANYE DAN KONSEP VISUAL MENGENAI MANFAAT ASI EKSKLUSIF BAGI BAYI DAN MANFAAT MENYUSUI DENGAN ASI EKSKLUSIF BAGI IBU

III.1 Strategi Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu perancangan *Planing* dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh sebuah media. Strategi komunikasi dalam membuat perancangan Kampanye tentang manfaat asi eksklusif bagi bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagi seorang ibu dengan memberikan informasi yang mudah di ingat oleh khalayak sasaran.

Strategi komunikasi dalam perancangan Kampanye tentang manfaat asi eksklusif bagi seorang bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagi ibu. Pesan yang ingin di sampaikan kepada khalayak sasaran mudah mengerti dan diterima dengan baik oleh khalayak sasaran, strategi komunikasi yang dilakukan dalam perancangan Kampanye tentang manfaat asi eksklusif bagi seorang bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagi seorang ibu bersifat *informatif* (menginformasikan) dan *persuasif* (mengajak) serta didukung oleh visual, tipografi, warna serta elemen-elemen grafis lainnya yang memperkuat informasi dan kesan yang disajikan pada media. Sehingga khalayak sasaran mudah memahami pesan yang disampaikan di dalam media informasi tersebut dan mengunakan bahasa yang sederhana, singkat dan jelas.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Perancangan Kampanye Tentang manfaat asi eksklusif bagi seorang bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagi seorang ibu bertujuan :

- Memberikan informasi kepada seorang ibu tentang manfaat asi eksklusif bagi seorang bayi dan manfaat menyusui asi eksklusif bagi seorang ibu.

- Mematahkan mitos - mitos tentang asi eklsklusif yang menjadi hambatan seorang ibu untuk memberikan asi eksklusif kepada bayinya.

- Agar seorang ibu lebih bertanggung jawab untuk melaksanakan pemberian asi eksklusif karena memberikan asi eksklusif pada bayinya merupakan ungkapan kasih sayang yang sangat dalam seorang ibu kepada bayinya, memberikan hak seorang bayi mendapatkan asi eksklusif, serta awal mula hidup sehat, awal mula menciptakan generasi bangsa yang berkualitas.

III.1.2 Materi Pesan

Dari Perancangan Kampanye tentang manfaat Asi eksklusif bagi seorang bayi dan menyusui bagi seorang ibu, pesan utama yang akan disampaikan memberikan informasi tentang manfaat asi eksklusif bagi seorang bayi dan ibunya, sehingga khalayak sasaran menjadi paham dan mengerti bahwa banyak sekali manfaat asi eksklusif, menginformasikan mitos - mitos tentang asi eksklusif yang menjadi hambatan seorang ibu untuk memberikan asi eksklusif sehingga seorang ibu yang memberikan asi eksklusif tidak merasakan khawatir, takut dan egois untuk memberikan asi eksklusif pada bayinya, serta seorang ibu telah memberikan hak seorang bayi yang diberikan asi eksklusif, awal mula menciptakan generasi bangsa yang berkualitas dan awal mula hidup sehat.

III.1.3 Pendekatan Komunikasi Verbal

Penggunaan bahasa dalam proses pendekatan kepada khalayak sasaran sebagai pendukung sangatlah penting, Bahasa dapat mempengaruhi pemikiran, perilaku, dan pengambilan sikap karena karakteristik bahasa mempengaruhi proses pemikiran pada otak manusia.

Bahasa yang digunakan dalam komunikasi kampanye tentang manfaat asi ekslusif bagi bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagi seorang ibu adalah bahasa yang informatif, padat, dan jelas. Penggunaan bahasa Indonesia yang sederhana agar khalayak sasaran lebih mudah memahami dan mengerti

pesan yang disampaikan. Untuk mencari *Tegline* dalam perancangan komunikasi tentang manfaat asi eksklusif bagi bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagi ibu, maka dari kesimpulan tersebut dipilih salah satu yang paling cocok yaitu :

- *Tagline* : **"ASI EKSKLUSIF PASTI Baik untuk Ibu, Istimewa bagi bayi".** Kalimat ini bersifat *informatif* dan *persuasif* yang mana memiliki fungsi mengajak khalayak sasaran untuk memberikan asi eksklusif kepada bayinya yang kaya akan manfaat untuk membantu tumbuh kembang seorang bayi secara ideal dan juga memiliki manfaat untuk seorang ibu yang memberikan asi eksklusif kepada bayinya serta menginformasikan bahwa asi eksklusif baik untuk seorang ibu dan istimewa bagi bayi.

III.2 Strategi Kreatif

Pada perancangan kampanye mengenai manfaat Asi eksklusif bagi seorang bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagi ibu menampilkan kesan kasih sayang seorang ibu. Elemen-elemen yang digunakan pada media informasi tersebut diantaranya ilustrasi seorang ibu yang menggendong bayinya menimbulkan kesan kasih sayang seorang ibu, pemilihan warna yang tepat seperti warna merah muda yang memiliki makna kasih sayang dan warna yang identik dengan seorang wanita, garis yang lentur yang menimbulkan kesan lentur serta pemilihan tipografi yang *light* (tipis) yang menimbulkan kesan lembut yang mewakili sifat perempuan yang lembut serta medium bold rounded menimbulkan kesan tegas. Elemen - elemen tersebut di padukan dalam perancangan media informasi agar menimbulkan kesan kasih sayang dan lembut, sehingga khalayak tertarik untuk mengetahui informasi yang di sajikan dalam perancangan kampanye mengenai manfaat asi eksklusif bagi bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagi seorang ibu serta didukung oleh tegline yang telah dipilih akan tetapi tidak mengurangi pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran.

III.2.1 Pendekatan Visual

Konsep Visual yang akan ditampilkan dalam media informasi adalah Ilustrasi berupa vektor seorang ibu yang sedang menggendong bayinya yang menimbulkan kesan kasih sayang seorang ibu pada bayinya. sehingga pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan dipahami oleh target audience serta di perkuat dengan kalimat - kalimat yang digunakan pada media informasi yaitu menginformasikan (*informative*) dan ajakan (*persuasif*) tentang manfaat asi eksklusif.

III.3 Strategi Media

Media merupakan alat bantu atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak sasaran dengan perencanaan tepat dan berharap mendapatkan tanggapan dan respon dari penerima pesan. Strategi media di bagi menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung, media pendukung untuk menyokong efektivitas media utama.

III.3.1 Media

Pemilihan media berfungsi untuk membatasi media yang akan digunakan dalam perancangan media informasi, agar tidak terlalu meluas dengan pertimbangan yang di sesuaikan dalam penyampaiaan pesan kepada target audience.

1. Media Utama

    - Brosur

        Media ini yang bersifat menginformasikan manfaat asi eksklusif, kandungan asi eksklusif, mitos - mitos yang menjadi hambatan seorang ibu tidak memberikan asi eksklusif kepada bayinya, perbandingan asi dan susu formula, dan lain lain sehingga khalayak sasaran dapat membaca secara jelas dan mengerti, serta mengajak para ibu - ibu untuk memberikan asi eksklusif pada bayi yang kaya akan manfaat.

2. Media Pendukung

Media pendukung bersifat menunjang atau melengkapi media utama dalam perancangan media informasi ini adapun media berupa :

- Poster

  Media poster ini memiliki kekuatan yang berpengaruh dalam menarik perhatian yaitu sebagai media pemberi pesan, mengajak, dan mengingat apabila di tempatkan di tempat - tempat strategis selain media poster ini memiliki kekuatan visual yang menarik dan didukung oleh teks. Sehingga penyampaian pesan dalam perancangan media informasi akan lebih mudah di mengerti oleh target audience.

- *Billboard*

  Isi pesan dalam media *billboard* yaitu menggunakan *tegline* yang sudah di tentukan dalam perancangan kampanye yaitu“ASI EKSKLUSIF PASTI Baik untuk Ibu, Istimewa bagi Bayi” *tegline* ini digunakan karena media *billboard* di peruntukan untuk pengguna jalan oleh sebab itu isi pesan harus cepat di pahami oleh para pengguna jalan serta di dukung oleh visual dan teks yang menjelaskan bahwa pentingnya memberikan asi eksklusif, sehingga pesan yang di sampaikan tetap bisa di mengerti oleh khalayak sasaran.

- Spanduk

  Spanduk merupakan media yang efektif karena ukurannya yang besar dan dapat di pasang diruas ruas jalan sehingga para pengguna jalan atau yang non berkendara dapat melihat dengan jelas sehinga pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran dapat dipahami dan di mengerti.

- Kalender

  Media Kalender ini sangat efektif dalam menyampaikan informasi yang berpengaruh dalam menarik perhatian target audience, media kalender ini pasti dimiliki oleh semua masyarakat baik masyarakat tingkat ekonomi atas maupun masyarakat tingkat ekonomi bawah. Jadi media kalender ini sangat tepat untuk khalayak sasaran

- *X-Banner*

  Media ini berfungsi untuk memberi tahukan manfaat asi eksklusif yang di simpan ditempat tempat seperti apotek, rumah sakit, bidan sehingga pada saat target audience menunggu dapat membaca tentang informasi yang terdapat didalam *x-banner*.

- *Flyer*

  Media ini bertujuan untuk mengajak khalayak sasaran.

3. Media *Gimmick*

Media *gimmick* bersifat mengingatkan khalayak sasaran, sehingga khalayak sasaran selalu mengingat bahwa pentingnya memberikan asi eksklusif kepada seorang bayi yang kaya dengan manfaat serta media gimmick ini dibagikan gratis kepada khalayak sasaran. Berikut media media yang dipilih :

- Jam dinding.
- Stiker.
- Pin.
- Gantungan kunci.
- Handuk.
- Kaos

- Mug.
- Bantal

III.3.2 Strategi Distribusi Media

Pertimbangan dasar penyebaran media tahapan-tahapan penyebaran dari media utama sampai media pendukung, yang di dasarkan pada kemampuan daya jangkau yang luas dan efektif, penyebaran media di kategorikan dari beberapa pertimbangan.

- Geografis

  Wilayah penyebaran media dalam perancangan media informasi ini adalah daerah Padalarang dan sekitarnya, karena merupakan daerah khalayak sasaran.

- Lokasi Penyebaran Media

Dalam hal penyebaran media informasi tentang manfaat asi eksklusif di antaranya :

- Apotek : Restu Apotek, Apotek Padalarang.
- Rumah Sakit : RSCK (Rumah Sakit Cahaya Kawaluyam).
- Bidan : Seluruh Bidan di Padalarang.
- Pos Yandu : Seluruh Posyandu di Padalarang.
- Puskesmas : Seluruh Puskesmas di Padalarang.
- Di Jalan raya : Tagog padalarang, Cihaliwung, Kotabaru Parahyangan
- Tempat umum
- Perumahan-perumahan

III.3.3 Jadwal Distribusi

Jadwal Penyebaran media dilakukan dalam tiga bulan, dengan pertimbangan kebutuhan khalayak sasaran kemudian akan ditinjau ulang bila diperlukan. Penyebaran dibagi menjadi tiga bagian yaitu informasi, persuasif dan mengingatkan sehingga tercapai tujuan kampanye mengenai manfaat Asi eksklusif bagi seorang bayi dan manfaat menyusui dengan Asi eksklusif bagi seorang ibu.

MEDIA	Juni				Agustus				September				Penempatan media
Poster	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Rumah Sakit, Apotek, Puskesmas, Bidan, Tempat umum
Brosur			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Apotek, Bidan, Puskesmas, Tempat Umum
Kalender	●	●	●	●	●	●	●	●					Tempat Umum, Perumahan, Bidan, Puskesmas, Rumah sakit
Bilboard		●	●	●	●	●	●	●					Persimpangan Jalan
Spanduk						●	●	●	●	●	●	●	Tempat Umum, Jalan raya
X-Banner			●	●	●	●	●	●					Bidan, Puskesmas, Rumah sakit
Gimmik		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Tempat umum

Tabel III.1 Jadwal penyebaran media

III.4 Konsep Visual

Tema pada perancangan kampanye tentang manfaat asi eksklusif bagi bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagi seorang ibu yaitu kesan kasih sayang seorang ibu pada bayinya. Konsep dalam perancangan kampanye ini menggunakan ilustrasi vector dan di bungkus layout semenarik mungkin dengan menyatukan elemen - elemen grafis yang ditata sesederhana mungkin serta menarik, karena khalayak sasaran yaitu seorang ibu yang sedang menyusui dan calon ibu sehingga pesan yang di sampaikan mudah di mengerti oleh khalayak sasaran.

III.4.1 Format Desain

Format yang digunakan disesuaikan dengan media yang akan dipakai salah satunya media utama brosure. Brosure sebagai media utama dengan menggunakan format Portrait ukuran 9,5 cm x 13 cm Untuk cover brosure sedangkan untuk isi brosure menggunakan format Landscape ukuran 32 cm x 24 cm. Pertimbangan penyesuaian media utama adalah untuk bisa menyesuaikan dengan karakteristik media yang digunakan dalam media informasi. Format media utama adalah bagai mana menyajikan informasi dan tujuan yang jelas kepada masyarakat agar bisa di mengerti serta di pahami sehingga tercapai tujuan dari pembuatan media informasi tersebut

III.4.2 Tata Letak (*layout*)

Pengembangan tata letak dibuat dengan memadukan berbagai macam unsur grafis yang meliputi warna, bentuk, ilustrasi, dan tipografi menjadi satu kesatuan *layout*. Sehingga target audience tertarik untuk membaca serta layout media nyaman untuk dilihat



Gambar III.2 *Layout* media poster

II.4.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan pada setiap media disesuaikan dengan karakter media dan suasana yang di bangun, serta mempertimbangkan dari segi keterbacaan, dan komposisi yang seimbang antara tipografi dan ilustrasi sehingga mudah di pahami serta memiliki kesinambungan antara tipografi, warna dan ilustrasi yang ditampilkan pada perancangan media informasi tersebut. Berikut tipografi yang digunakan :

- 232MKSD Round Medium

  Tipografi yang digunakan "**232MKSD Round Medium"** merupakan jenis huruf ronded yang memberi kesan lembut sesuai dengan ilustrasi yang terdapat dalam media informasi dan huruf yang digunakan tebal yang kesannya mengajak dengan serius, jenis huruf ini digunakan pada headline media informasi tentang manfaat asi eksklusif bagi bayi dan menyusui bagi ibu yang memberikan asi eksklusif.



- 4804_KwangMD_PukluK

  Tipografi yang digunakan pada sub headline dan isi yang memaparkan tentang manfaat asi ekslusif yaitu **4804 Kwang MD** Pukluk yang

memberikan kesan lembut sesuai dengan sifat yang dimiliki oleh seorang ibu dan tingkat keterbacaan baik sehingga kesan yang ditimbulkan didalam media muncul serta pesan yang di sampaikan dapat dipahami khalayak sasaran.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#$%^&*()_+|}{":?><,./;'[]

1234567890

ASI EKSKLUSIF PASTI



Gamabar III.3 Aplikasi tipografi

III.4.4 Ilustrasi

Gagasan Visual ini menggunakan Ilustrasi seorang ibu yang sedang menggendong bayinya yang memiliki kesan kasih sayang seorang ibu kepada bayinya, serta ibu lebih bertanggung jawab memberikan hak seorang bayi diberikan asi eksklusif, Serta menggunakan garis yang lentur yang melambangkan sifat seorang ibu yang penuh dengan kelembutan dan kasih sayang. Ilustrasi ini menggambarkan bahwa seorang ibu wajib memberikan asi eksklusif kepada anaknya dan tidak ada alasan apapun untuk tidak memberikan asi eksklusif, karena banyak sekali manfaat yang bisa di dapat dengan memberikan asi eksklusif serta ungkapan kasih sayang seorang ibu kepada bayinya. Ilustrasi ini menggunakan teknik vector berikut ilustrasi seorang ibu dan bayi yang menjadi visual di dalam media kampanye tentang manfaat asi eksklusif bagi bayi dan manfaat menyusui dengan asi eksklusif bagu ibu.



Gambar III.4 Ilustrasi ibu dan bayi.

III.4.5 Studi Karakter

Proses pembuatan media informasi tentang manfaat asi eksklusif bagi seorang bayi dan manfaat menyusui bagi seorang ibu dimulai dengan membuat sketsa seorang ibu yang sedang menggendong anaknya, kemudian melalui tahap scan untuk menjadikan sketsa tangan menjadi sebuah image berikut hasil sketsa yang telah melalui tahap scan yang sudah menjadi image digital.



Gambar III.5 Sketsa alternatif 1



Gambar III.6 Sketsa alternatif 2



Gambar III.7 Sketsa alternatif 3



Gambar III.8 Sketsa alternatif 4



Gambar III.9 Sketsa alternatif 5

Setelah proses sketsa telah melalui proses scan, proses selanjutnya melakukan proses pewarnaan yang memakai software Adobe Ilustrator berikut hasil pewarnaan ilustrasi atau karakter yang digunakan pada media informasi tentang manfaat asi eksklusif bagi seorang bayi dan manfaat menyusui asi eksklusif bagi seorang ibu.



Gambar III.10 Hasil pewarnaan digital 1



Gambar III.11 Hasil pewarnaan digital 2



Gambar III.12 Hasil pewarnaan digital 3



Gambar III.13 Hasil pewarnaan digital 4

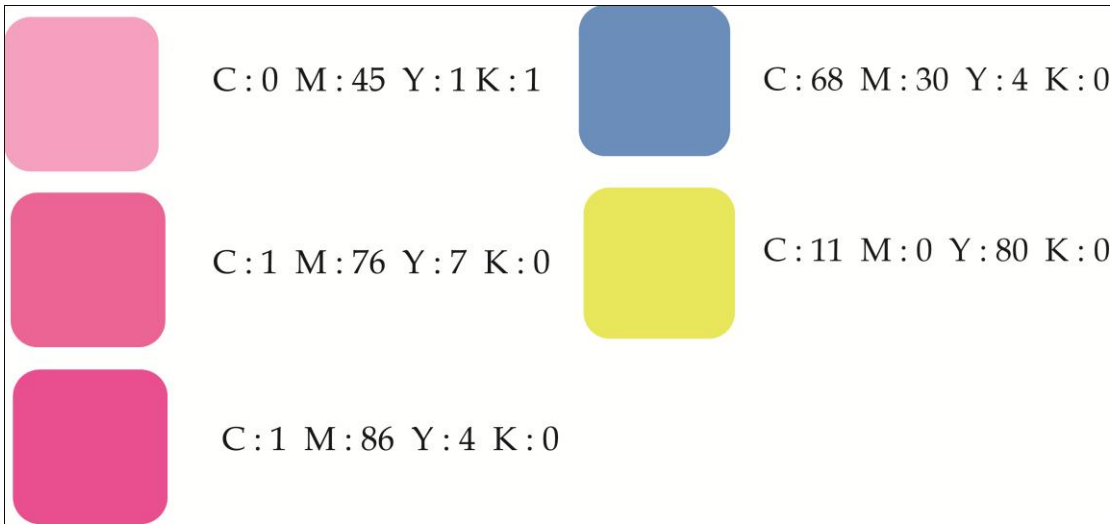


Gambar III.14 Hasil pewarnaan digital 5

Setelah mengalami tahap pewarnaan digital selanjutnya menyusun tata letak pada media utama dan media pendukung dengan menggabungkan berbagai macam unsur grafis seperti ilustrasi atau karaketer yang telah di pilih, warna, garis, dan penempatan tipografi. Penggabungan unsur grafis tersebut dibuat senyaman mungkin agar khalayak sasaran tertarik untuk mengetahui pesan yang akan di sampaikan, kesan yang di bangun serta nyaman untuk dilihat sehingga pesan yang disampaikan di dalam media informasi dapat dipahami oleh khalayak sasaran.

III.4.6 Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan media informasi tentang manfaat asi eksklusif dan manfaat menyusui bagi seorang ibu yaitu warna yang memiliki kesan kasih sayang, lembut, dan warna yang mewakili seorang perempuan. Warna ini dipilih untuk mendukung ilustrasi yang ada di dalam media informasi agar saling berkesinambungan berikut contoh warna yang dipilih.



Gambar III.15 Warna