BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dibuat dalam kampanye sosial bagi masyarakat terutama ibu-ibu adalah mengkampanyekan kepada para orang tua untuk displin dan patuh untuk mengimunisasikan anaknya secara lengkap sesuai dengan jadwal yang ditentukan, selain itu kampanye ini mengajak orang tua kearah pengetahuan dan menambah wawasan tentang kesehatan anak sehingga orang tua sadar dan termotivasi untuk merubah perilakunya kearah positif dan mengerti akan berharganya kesehatan itu.

III.1.1. Pedekatan Komunikasi

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan disimpulkan strategi komunikasi yang dilakukan menggunakan pendekatan secara persuasif/ membujuk sehingga dapat memotivasi dan mengubah perilaku orangtua kearah disiplin dan patuh tentang menjaga kesehatan anak. Strategi komunikasi secara visual menggunakan gaya perbandingan/membanding-bandingkan *(comparison),* dengan membandingkan visual anak yang diimunisasi dengan anak yang tidak diimunisasi, secara langsung pesan visual tersebut mudah untuk dipahami oleh target audien, untuk strategi komunikasi visual secara verbal tentu juga akan mengikuti dari gaya visual dengan menggunakan kata-kata “tidak imunisasi dan yang diimunisasi”, sehingga pendekatan komunikasi tersebut juga saling berkaitan.

Sehingga pesan yang disampaikan secara verbal ataupun visual dapat menerapkan informasi bagaimana perbedaan anak yang diimunisasi dengan yang tidak diimunisasi, sehingga orangtua dapat menumbukan rasa motivasi untuk mengimunisasikan anaknya secara lengkap.

III.1.2. Strategi Kreatif

Agar informasi mencapai tujuan yang diharapkan maka kampanye yang dilakukan memilki informasi yang efektif dimana informasi yang kreatif yakni informasi tersebut harus memberikan wawasan dan pengetahuan kepada target

audience dan pesan yang akan di sampaikan harus tepat sasaran dan dapat di terima dengan baik oleh *audience*. Hal ini perlu dilakukan karena jika informasi yang dilakukan kurang efektif maka kampanye yang sampaikan dikhawatirkan tidak dapat kurang dipahami oleh masyarakat. Strategi kreatif yang di buat adalah dengan membuat media kampanye dengan melakukan pendekatan secara persuasi, seperti menggunakan kata *tagline* "imunisasi lengkap agar anak sehat", selain dengan pendekatan secara verbal, secara visual akan menggunakan teknik ilustrasi vektor agar lebih menarik perhatian dari target audien, dengan pesan yang berisikan ajakan penyampaian pesan secara verbal maupun visual adalah sifatnya untuk menumbuhkan kesadaran dari dalam hati orangtua supaya berprilaku dispilin dalam menjaga betapa pentingnya kesehatan anak.

III.1.3. Strategi Media

Untuk menyampaikan isi pesan yang informatif dan tepat kepada target informasi yang dituju dan mencapai tujuan yang diharapkan, serta mempertimbangkan sistem strategi komunikasi yang dibuat, maka dipilih media informasi, karena target audiennya adalah ibu-ibu, maka kampanye yang di buat menggunakan beberapa media diantaranya:

a). Media utama

- Buku Informasi

Buku merupakan media yang dapat mudah menginformasikan pesan oleh orang yang dituju, selain sifat buku adalah mudah disimpan dan praktis untuk dibawa kemana saja. Buku juga memiliki kelebihan, yaitu media yang sangat informatif karena bisa memuat berbagai informasi orang bisa lebih lama untuk melihat dan di baca. Dilihat dari segi keberadaan ibu-ibu yang memiliki balita atau anak, yang mayoritas pekerjaanya adalah ibu rumah tangga, buku informasi merupakan media yang tepat untuk diberikan kepada ibu-ibu, karena buku informasi ini memuat tentang informasi seputar imunisasi dan kesehatan anak, sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang imunisasi.



Gambar III.4 Media utama buku informasi

b). Media Pendukung

Media ini digunakan karena untuk mencapai tempat-tempat strategis yang dikunjungi oleh ibu-ibu seperti, pasar, swalayan, posyandu, dan ditempatkan difasilitas publik yang dirasa dekat pemukiman target sasaran. Media pendukung yang digunakan adalah:

- Poster

Poster merupakan media yang sering dijumpai karena bisa diletakkan di sisi jalan sehingga dapat terlihat/terbaca oleh orang yang melewatinya. Poster juga memiliki kelebihan, yaitu media yang sangat informatif karena bisa memuat berbagai informasi singkat dan jelas.



Gambar III.5 Media pendukung poster

- Brosur Informasi

Merupakan media cetak yang digunakan untuk memunculkan simpati, rasa suka, kepedulian terhadap kesehatan anak dengan memuat beberapa informasi penting mengenai masalah kesehatan anak dan solusi-solusi untuk mengobati serta bagaimana cara pencegahannya.



Gambar III.6 Media pendukung brosur

III.1.4. Strategi Distribusi

No.	Media	Distribusi
1.	**Buku**	Media ini nantinya akan dibagikan pada saat mensosialisaikan kampanye tentang pentingnya imunisasi pada anak, buku informasi ini akan diberikan pada ibu-ibu atau orang tua yang memiliki anak atau balita. Pembagian dilakukan di pos-pos pelayanan kesehatan masyarakat, seperti di Posyandu, Klinik balita, dan pusat kesehatan ibu dan bayi.
2.	**Poster**	Media ini nantinya akan disebarkan dan diletakan di tempat–tempat pelayanan kesehatan, dan di tempat umum seperti di kantor dinas kesehatan, posyandu, puskesmas, rumah sakit, dan tempat umum yang sering dikunjungi oleh ibu-ibu seperti, di swalayan, pasar dan tempat belanja lainya.

3.	**Brosur**	Media ini di distribusikan secara gratis di lingkungan perumahan warga, pusat pelayanan kesehatan, dengan bertepatanya tanggal kegiatan kampanye imunisasi ini.
4.	**Spanduk**	Media ini akan disebarkan pada tanggal kampanye yang telah ditentukan dan di tempatkan pada layanan kesehatan masyarakat yang strategis
5.	**Pin**	Media pin akan khusus diberikan dan digunakan oleh petugas atau kader pusat pelayanan kesehatan, sehingga memberikan citra kepercayaan kepada masyarakat bahwa petugas kesehatan sangat peduli terhadap kampanye ini.
6.	**Payung**	Payung diberikan kepada kader pos pelayanan kesehatan, dimana payung ini sebagai tanda apresiasi dari pemerintah karena sudah ikut bersama-sama mensukseskan program kampanye imunisasi ini.
7.	**Tas**	Tas di distribusikan setiap ibu-ibu yang mengimunisasikan anaknya di pos-pos pelayanan kesehatan, dengan tujuan sebgai media pengingat betapa pentingnya imunisasi untuk anak. Tas ini juga sebagai salah satu tempat untuk menyimpan buku agar mudah dan praktis dibawa kemana saja.
8.	**Pengukur Tinggi Badan**	Media ini di distribusikan di pusat pelayanan kesehatan seperti, posyandu, puskesmas, puskesdes, klinik ibu dan anak, rumah sakit, dan tidak menutup kemungkinan akan ditempatkan di lembaga-lembaga PAUD seperti di taman kanak-kanak.

Tabel III.2 Strategi distribusi

Agenda	Tanggal	Media	Bulan		
			Agustus	September	Oktober
Tahapan I *(Attention, Informasi)*	27 Agustus 2012	Spanduk			
	1 – 29 September 2012	Poster			
		Buku			
		Brosur			
		Pin			
		Tas			
Tahapan II *(Reminding)*	1 Oktober 2012	Pengukur Tinggi Badan			
		Payung			

Tabel III.3 Jadwal penyebaran media

III.2. Logo Kampanye

Agar kampanye sosial ini dapat dikenal dan diingat oleh masyarakat, maka perancangan logo sangatlah penting dalam membangun citra baik dan positif terhadap kampanye sosial ini, oleh sebab itu logo ini dirancang sebagai ciri identitas visual dan maskot untuk kampanye sosial pentingnya imunisasi bagi anak-anak, sehingga logo yang dirancang bertujuan sebagai visual pengingat, untuk membangun citra positif terhadap kampanye dan untuk membangun rasa kepercayaan kepada masyarakat tentang pentingnya imunisasi bagi anak-anak.

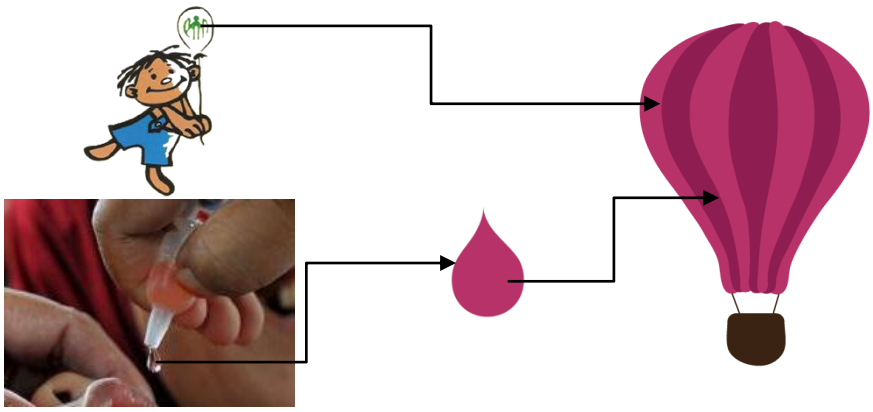
III.2.1. Konsep Desain Logo Kampanye

Desain logo kampanye ini memiliki dasar perancangan, agar memiliki arti/filosofi dan memiliki ciri sebagai identitas visual kampanye sosial ini, dari segi desain, seperti jenis huruf yang digunakan,warna yang dipakai dan bentuk logo.

a). Bentuk

Bentuk yang digunakan memang terlihat seperti balon udara, memang dalam logo ini juga mengikuti logo asli dari imunisasi yang memuat salah satu unsur visual yaitu balon, supaya memiliki kesamaan dan mudah untuk dipahami oleh

masyarakat, karenanya logo kampanye ini memilih logo yang secara gaya visual memetaforakan dari tetesan vaksin menjadi balon udara.



Gambar III.7 Proses bentuk *logogram* kampanye

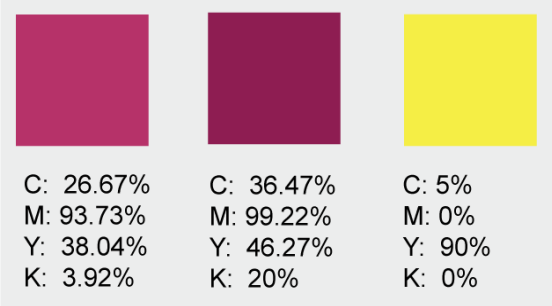
b). Tipografi

Jenis huruf yang digunakan untuk *logotype* adalah jenis huruf Antipasto EtraBold, yang bertuliskan *tagline* " Imunisasi lengkap agar anak sehat", namun huruf disini sudah dilakukan pengeditan, dengan menggunakan teknik distorsi, agar bentuk *logotype* mengelembung supaya mengikuti bentuk balon atau *logogram.* Dari proses pengeditan terbentuklah *logotype* seperti gambar dibawah ini:

Gambar III.8 Konsep bentuk *logotype*

c). Warna

Warna adalah suatu hal yang sangat berpengaruh secara psikologis seseorang, oleh karena itu warna logo harus dapat menyampaikan arti pesan yang ingin disampaikan. Warna yang akan digunakan untuk logo kampanye ini adalah adalah merah muda yang memiliki arti kasih sayang dan kehangatan, dan warna kuning yang memiliki makna sehat, komunikatif , optimis, sehingga membawa arti pesan tentang sehat dan keterkaitanya dengan cairan imunisasi yang berwana kuning.



Gambar III.9 Warna CMYK logo

III.2.2. Desain Logo Kampanye

Dari proses perancangan logo, dari mendesain logogram dan logotype, jadilah sebuah logo kampanye ini yang memiliki filosofi dan keterkaitanya dengan kampanye sosial pentingnya imunisasi bagi anak-anak.

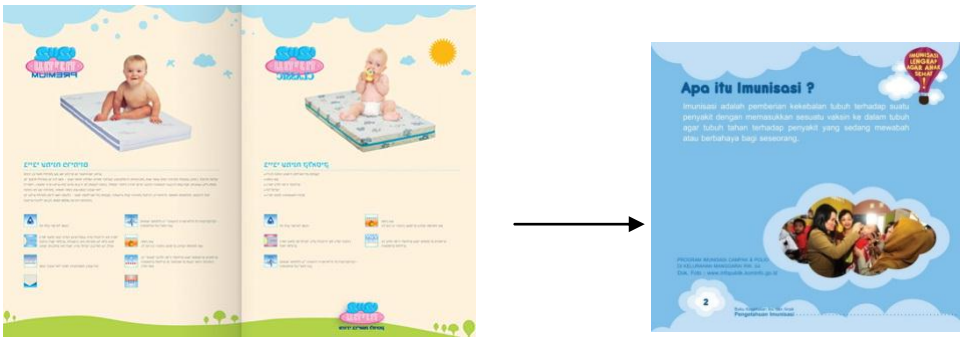


Gambar III.10 Desain logo kampanye

III.3. Konsep Visual Media

Konsep visual pada perancangan media informasi ini secara visual mengunakan campuran objek antara fotografi dengan ilustrasi. Dengan gaya visual yang elegant, simpel dan warna-warna yang di sukai dengan ibu-ibu atau warna yang cerah-cerah. Sederhana, dengan tujuan memberikan informasi kepada ibu-ibu atau orang tua dan masyarakat luas tentang pentingnya kesahatan anak.

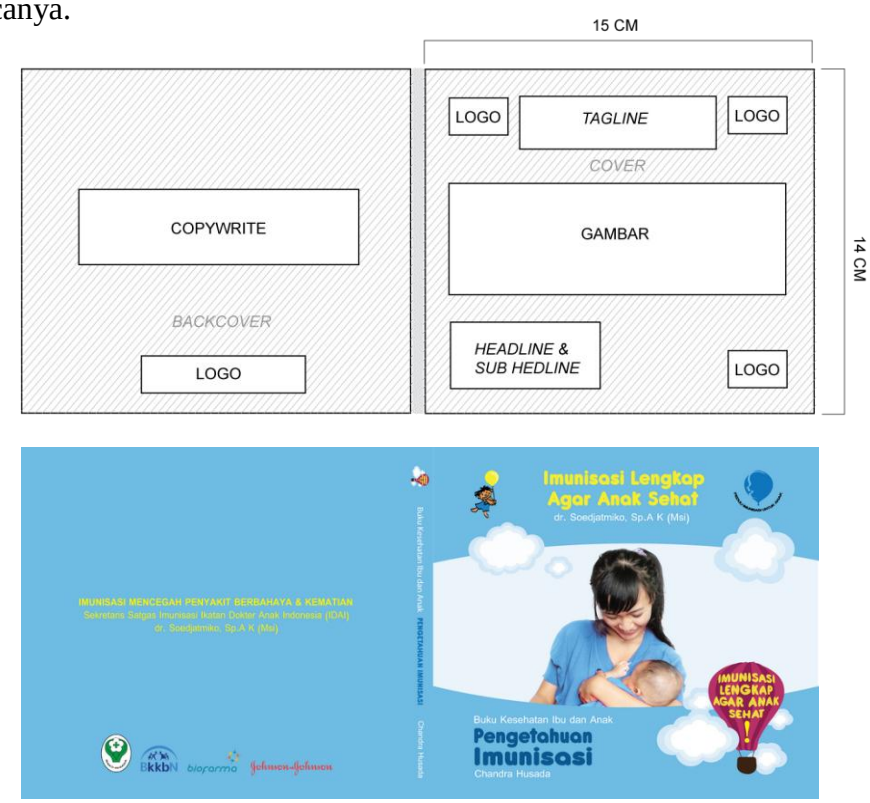




Gambar III.11 Konsep visual media buku pengetahuan imunisasi

III.3.1. Format Desain

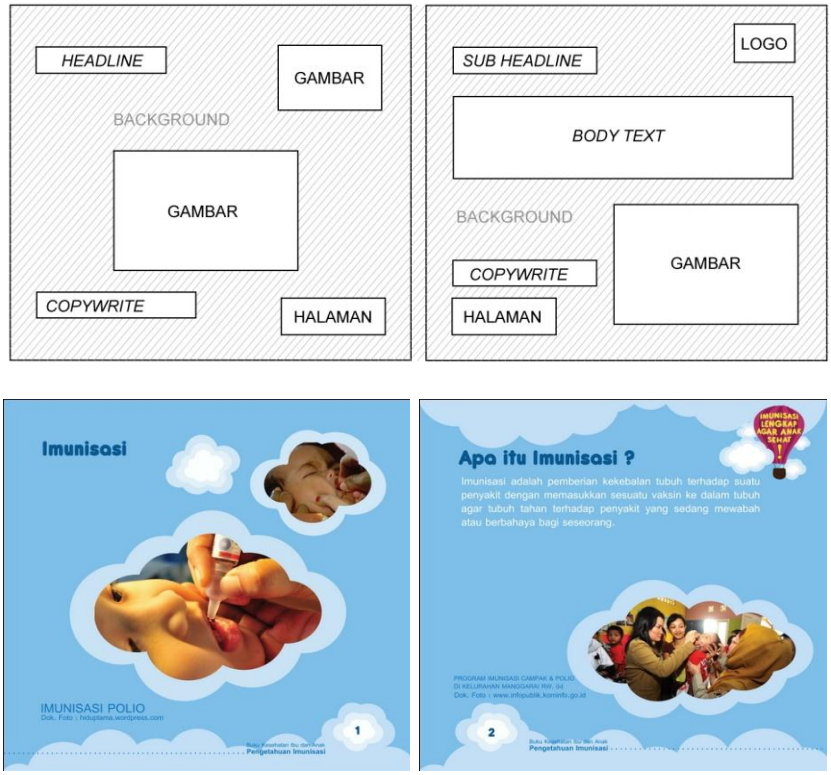
Format yang dipakai dalam media informasi ini umumnya berupa buku yang berbentuk *landscape* yang berukuran 15 cm x 14 cm karena bentuk seperti ini akan tampak lebih mudah bila disimpan dalam rak buku atau dalam tas, selain itu *layout* isi buku mengutamakan kenyamanan pada saat membaca, karena pada umumnya orang membaca dari arah kiri ke kanan, sehingga bentuk landscape dan arah baca secara *horizontal* akan lebih nyaman dan tidak terlalu lelah saat membacanya.



Gambar III.12 *Layout cover* buku pengetahuan imunisasi

III.3.2. Tata Letak *(layout)*

Perancangan tata letak atau layout yang menampilkan berupa gabungan dari suatu informasi, fotografi dan ilustrasi. Tampilan menjadikan buku lebih menarik dengan elemen visual yang ada. Semua elemen ini disusun sedemikian rupa sehingga akan menghasilkan suatu kesatuan komposisi yang baik dan nyaman untuk dilihat. Prinsip *layout* yang dipakai dalam media ini adalah "Proposi, Keseimbangan, Kontras fokus*, Unity, Continunity",* dengan menyesuaikan gaya desain yang digunakan. Ukuran atau format yang dipakai dalam membuat buku ini adalah ukuran kertas *art paper* 15cm x 14cm, membentuk *landscape* dengan tebal 32 halaman.

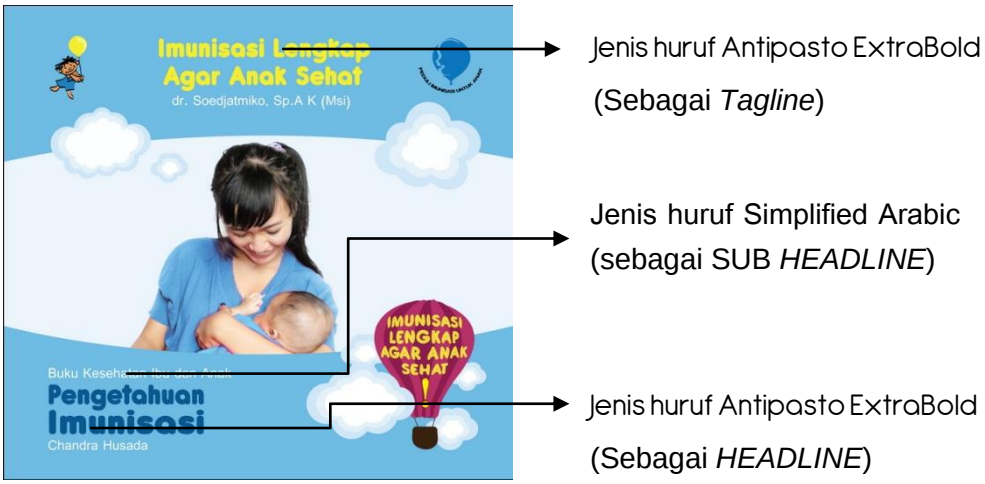


Gambar III.13 Konsep *layout* isi buku

III.3.3. Tipografi

Tipografi yang di pilih adalah jenis tipografi Antipasto ExtraBold, Simplified Arabic, **Arial Rounded MT Bold,** jenis huruf ini digunakan karena melihat dari targetnya adalah ibu-ibu melihat dari sifat perempuan yang pada dasarnya memiliki karakter kelembutan dan kasih sayang, sehingga jenis huruf ini

tepat untuk digunakan sesuai dengan sifat seorang perempuan dan juga karena adanya hubungan dengan anak-anak, sehingga karakter huruf menyesuaikan seperti yang ada dalam bentuk ilustrasi yang digunakan pada buku.



Gambar III.14 Tipografi dan penempatanya

- Antipasto

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ( ) - = / . , : " ? !

- **Simplified Arabic**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Za b c d e f g h I j k l

m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 () − = / . , : " **? !**

- **Arial Rounded MT Bold**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Za b c d e f g h I j k l
m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ( ) - = / . , : " ? !

III.3.4. Ilustrasi

Konsep ilustrasi menggunakan teknik vektor, elemen,ornamen-ornamen lengkungan akan didesain untuk menampilkan kesan kelembutan dan menyesuaikan dengan karakter perempuan dan anak-anak.



Gambar III.15 Beberapa referensi dan ilustrasi vektor yang dipakai dalam media

Sumber: www.*womansday*.com, www.*children*.webmd.com,

www.*superstock*.com,



Gambar III.16 Konsep elemen visual vektor yang dipakai dalam media

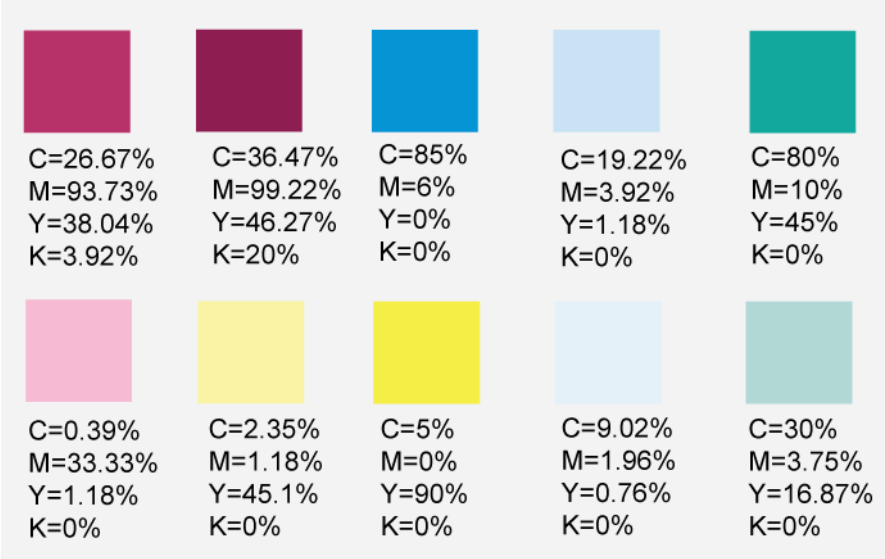
Sumber: www.gambargratis.com

III.3.5. Warna

Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi seseorang yang melihatnya, Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu memberikan respon secara psikologis, sehingga warna yang digunakan adalah warna yang sesuai dengan karakter ibu-ibu dan anak-anak sehingga warna yang dipilih adalah warna yang lembut atau warna pastel Warna-Warna yang diambil tidak lepas dari sifat dan karakter seorang perempuan, sehingga dipilih warna yang nilai kontrasnya tidak terlalu tinggi.



Gambar III.17 Warna yang dipakai dibeberapa media kampanye



Gambar III.18 Warna yang dipakai untuk media utama
dan salah satu media pendukung

Warna merah muda: Sifat kasih sayang dan kehangatan

Orange: memiliki sifat keseimbangan, energi dan kehangatan

Biru: memiliki kesan kepercayaan, keamanan, kebersihan,kelembagaan dan kepemerintahan

Hijau: kesehatan, sejuk dan damai

Kuning: sehat, gembira, muda, komunikatif dan optimis



Gambar III.19 Referensi warna untuk media utama dan pendukung
Sumber: www.*thetotalbabyshop*.com