BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Pendekatan Komunikasi

Untuk mempermudah pencapaian kampanye untuk menggugah masyarakat untuk ikut berperan aktif menggerakan desa siaga di Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan, maka strategi komunikasi yang digunakan adalah persuasi (ajakan) dengan media kampanye sosial informatif. Menurut Rogers dan Storey (1987) yang dikutip dalam buku "Manajemen Kampanye" Antar Venus, (2004, h. 7) menyatakan bahwa:

"kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu"

Kampanye desa siaga ini akan berisikan materi-materi yang mengandung pesan untuk mengubah pola pikir dan mengajak masyarakat Desa Gunung Kayo Bengkulu Selatan agar dapat ikut berperan serta untuk menjalankan program desa siaga sebagai fasilitas untuk meningkatkan taraf kesehatan mereka sendiri.

3.1.1 Strategi Komunikasi

Untuk menciptakan efek yang diharapkan, yaitu mengubah pola pikir dan mengajak masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan agar dapat ikut berperan serta untuk menjalankan program desa siaga. Dirasa perlu untuk mengadopsi salah satu model kampanye dari Antar Venus (2004, 24-25), ia menyebutkan bahwa ada 6 model kampanye yang dapat digunakan dalam berkampanye, salah satunya adalah The Diffusion of Innovation Model (Model Difusi Inovasi). Model kampanye ini berorientasi pada perubahan sosial, perubahan sosial yang diharapkan dapat berubah adalah sikap kurang peduli dan tidak aktif yang dilandasi oleh ketidaktahuan masyarakat akan

manfaat dari konsep desa siaga. Oleh karena itu teori kampanye ini dinilai dapat membantu kampanye desa siaga di Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan.

Terdapat empat tahapan dalam komunikasi kampanye dengan model difusi inovasi yang akan dilaksanakan, yaitu tahap:

1. *Information*

Pada tahap awal kampanye ini masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan diberikan informasi-informasi secara terus-menerus mengenai hal-hal mendasar mengenai konsep desa siaga, program kegiatan, siapa yang menggerakan, dan manfaatnya.

2. *Persuation*

Untuk tahap persuasi, bentuk kampanye akan mengarah pada ajakan-ajakan positif kepada masyarakat untuk ikut aktif dalam menggerakan program desa siaga.

3. *Decision, Adoption, Trial*

Dikarenakan konsep Desa Siaga memiliki kegiatan yang memerlukan pembelajaran khusus, maka dalam tahap ini bentuk kampanye akan mengarah pada alur pelatihan di lingkungan masyarakat di Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan.

4. *Confirmation*

Dalam tahap ini kampanye akan bersifat mengingatkan masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan akan informasi-informasi dan ajakan yang telah disampaikan. Tahap akhir dalam kampanye desa siaga ini juga berperan sebagai penentu keberhasilan kampanye pada masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan.

3.1.2 Strategi Sosialisasi

Dilihat dari karakteristik psikografi masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan, juga keadaan beberapa masyarakat yang buta aksara, dirasa perlu memakai teori persuasi dalam pelaksanaan kampanye ini. Diadopsi dari Antar Venus (2004, h.35-35) mengenai Teori Difusi Inovasi (Diffusion of Innovations), untuk mengajak masyarakat untuk ikut aktif dalam kegiatan desa siaga diperlukan *opinion leaders* dan kelompok sosial dalam masyarakat. *Opinion leaders* akan melibatkan orang-orang terpandang Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan. dan pemanfaatan beberapa kelompok sosial atau kelompok organisasi yang ada di desa ini. Kalangan ketua kelompok organisasi, guru dan pemuka agama akan dilibatkan sebagai *opinion leaders*, sementara kelompok organisasi seperti kelompok PKK, kelompok pendidikan, kelompok keagamaan menjadi target audiens komunikasi kampanye.

Langkah persuasi yang akan diadopsi adalah dengan menggunakan *two-step flow communication*, dengan langkah pertama transmisi pesan oleh *opinion leaders* secara langsung kepada masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan. Langkah kedua dengan validasi pesan oleh media-media komunikasi kampanye, seperti poster, spanduk, brosur dan pada jaringan sosial yang telah ditetapkan. Pemilihan media cetak sebagai validasi pesan, karena jika tertulis akan dianggap peraturan mutlak dari pemerintah, oleh karena itu dapat menjadi validasi pesan untuk membangun motivasi pada masyarakat di Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan untuk dapat ikut berperan aktif dalam melaksanakan kegiatan desa siaga.

3.1.3 Tujuan Komunikasi

Kampanye ini bertujuan untuk mengajak, membujuk, mempengaruhi, mengubah perilaku masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan agar dapat

mengetahui, mengenal dan ikut berpartisipasi terhadap kegiatan-kegiatan desa siaga yang selama ini belum berjalan dengan baik. Kemudian untuk membangun masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan yang sehat sejalan dengan program pemerintah untuk meningkatkan taraf kesehatan dengan potensi kemandirian kemasyarakatan.

3.1.4 Materi Pesan

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya dalam strategi komunikasi bahwa materi-materi pesan dalam kampanye ini akan mengalami eskalasi. Dimulai pada tahap *information, persuasion, decision, adoption, trial* sampai pada tahap *confirmation*. Materi-materi pesan dalam bentuk media tersebut akan berupa informasi mengenai konsep desa siaga, ajakan untuk ikut berpartisipasi, manfaat berjalannya desa siaga, sampai pada alur pelatihan untuk masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan.

3.1.4.1 Pesan Utama

Pesan utama yang akan disampaikan pada kampanye desa siaga pada masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan dalah informasi mengenai konsep desa siaga, program kegiatan, siapa yang menggerakan, dan manfaatnya untuk meningkatkan taraf kesehatan dengan potensi kemandirian kemasyarakatan Desa Gunung Kayo Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan.

3.1.4.2 *Studi Copywriting*

Dalam kampanye ini akan menggunakan bahasa daerah Bengkulu Selatan, yaitu Bahasa Serawai tetap dengan bantuan bahasa indonesia. Dengan pertimbangan target audience akan lebih mengerti pesan dari kampanye ini jika memakai bahasa ibu masyarakat Desa Gunung Kayo Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan.

Judul kampanye : *Desa Gunung Kayo Siaga Kesehatan !*

Slogan kampanye : *Ayo Kitau Dukung Desa Gunung Kayo Siaga Kesehatan !*

3.1.5 Target Audience

Setelah melakukan observasi pada 100 kepala keluarga dari 127 kepala keluarga, didapat target audience dengan kriteria :

1. Secara Demografis
   a. Segmentasi usia
      Primer : 30 tahun s/d 50 tahun
      Sekunder : 15 tahun s/d 30 tahun

   b. Segmentasi profesi
      Primer : Petani
      Sekunder : Buruh Tani dan generasi penerus petani.

   c. pendidikan
      Pra Sekolah : 205 orang
      SD : 78 orang
      SMP : 116 orang
      SMA : 67 orang

Dengan pertimbangan rata-rata usia produktif anggota Masyarakat di Desa Gunung Kayo Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan setelah observasi pada 100 kepala keluarga berusia 30 tahun ke atas. Sementara untuk target audience sekunder dengan jenjang 15 tahun ke atas juga dianggap seorang individu sudah dapat mencerna maksud dari kampanye sosialisasi Konsep Desa Siaga ini. Selain itu juga, jika ditanam sedari dini akan lebih mudah untuk keberlanjutan program ini pada masa mendatang.

3.2. Strategi Kreatif

Menciptakan kampanye berisikan materi-materi informatif dan persuasif melalui *opinion leader* yang sebelumnya telah dilatih untuk dapat menyampaikan materi kampanye pada target audience dan dibantu dengan bantuan media-media pendukung yang dikenakan atau terlibat langsung dengan target audience. Penggunaan media pendukung tersebut untuk menguatkan informasi yang disampaikan oleh *opinion leader* pada saat penyuluhan agar dapat membujuk dan menginformasikan kepada target audience untuk dapat berperan aktif mendukung kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh bidan dan para kadernya.

Dengan demikian media kampanye yang akan digunakan adalah figur-figur terpercaya di Desa Gunung Kayo Kecamatan Bunga Mas Kabupaten Bengkulu Selatan sebagai *opinion leader* dan beberapa media pendukung yang terlibat langsung dan dikenakan oleh target audience seperti, poster, spanduk, orang-orangan sawah, kalender, t-shirt, jam dinding, gelas, piring, topi, x-banner dan flyer.