BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Permasalahan yang ditemukan adalah masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang Skoliosis, sebagai solusi yang tepat dalam memecahkan masalah tersebut adalah membuat sebuah media informasi yang khusus mengenai Skoliosis yang efektif dan mudah dimengerti. Dalam perancangan media informasi ini, perlu adanya strategi perancangan yang tepat agar disampaikan kepada target diterima dengan baik dan efektif.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dianalisa, maka dalam perancangan media informasi akan menekankan kepada fakta-fakta yang erat hubungannya dengan Skoliosis. Dalam pendekatan komunikasi yang akan dilakukan, maka akan melalui dua cara yaitu pendekatan verbal dan pendekatan visual.

III.1.1.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan dengan menggunakan strategi bahasa yang tepat. Pendekatan komunikasi ini bedasarkan data dan sumber yang berhubungan dengan Skoliosis. Semua data yang didapat dirangkum menjadi informasi yang jelas agar mudah tersampaikan informasinya, serta memperkuat visual yang ditampilkan. Menggunakan bahasa yang erat dengan target yang terkesan santai namun dapat dimengerti seperti :

- Cukupkan nutrisi anak anda.
- Susu dapat memperkuat tulang belakang.
- Cari tahu tentang skoliosis.

III.1.1.2 Pendekatan Visual

Pendekatan visual dalam media informasi ini menerapkan visual yang sesuai dengan target sasaran yaitu kaum dewasa. Berupa ilustrasi gambar yang

sederhana sehingga mudah dimengerti. Pendekatan visual yang dilakukan adalah menggunakan visual yang sering muncul dan bekaitan dengan skoliosis.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan yaitu dengan bahasa yang sederhana, yang mudah untuk dimengerti oleh target sasaran, serta ajakan untuk mencegahnya.

III.1.3 Strategi Media

Dalam merancang strategi media Skoliosis akan dibagi menjadi 2 media, yaitu media utama dan media pendukung, Strategi media berupa beberapa aplikasi media *printing*. Media ini dipilih karena informasi yang disalurkan oleh media ini lebih cepat diterima dan langsung kepada target melalui strategi kreatif tersebut penyampaian pesan lebih efektif sehinga target sasaran dapat dimengerti. Adapun media yang akan dipakai kepada khalayak adalah :

a. Media utama

   Media yang langsung memberikan informasi seputar skoliosis yang lebih banyak berupa informasi umum, pesan, dan juga solusi. Beberapa media tersebut adalah :

   - Poster

     Media ini digunakan sebagai media yang dapat ditempatkan dikeramaian yang mencakup target secara luas dan tepat sasaran. Media ini ditempatkan di tempat yang mudah dijangkau dan dilihat.
   - *Leaflet*

     Dipilih untuk memberitahu informasi yang tepat, dengan isi informasi yang mudah dimengerti. Leaflet digunakan karena bisa memuat banyak informasi.

- *Sticker* lift penumpang

  Media yang digunakan untuk memberitahu informasi secara singkat dan dimengerti. Tujuan menggunakan sticker lift dikarenakan pada pusat perbelanjaan telah digunakan lift sebagai kemudahan untuk konsumen. Hal baik digunakan untuk menyampaikan informasi disaat para konsumen menunggu untuk sampai di lantai yang dituju.
- Iklan majalah

  majalah merupakan media yang menjangkau secara luas, majalah juga banyak dibaca oleh masyarakat sebagai tambahan informasi.

b. Media Pendukung

Media yang mendukung media utama. Dalam kampanye ini media pendukung bertugas sebagai media pengingat dari kampanye yang sedang dilakukan. Beberapa media tersebut adalah :

- *Web banner*

  Kemajuan teknologi yang pesat diikuti oleh perkembangan media iklan. *Trend* yang sedang menanjak sekarang adalah media online hali ini yang menyebabkan media ini dipilih.
- *Mouse pad*

  Media yang erat kaitannya dengan aktifitas sehari-hari. Dalam media ini di sisipkan kalimat yang mengingatkan akan skoliosis.
- Jam

  Berfungsi sebagai media pengingat yang berisi pesan agar selalu waspada terhadap skoliosis.
- *Ambient media* (sedotan)

  Digunakan karena media yang erat dengan target dan baik untuk mengingatkan akan bahaya skoliosis. Media ini ditempatkan di tempat istirahat untuk melepas dahaga dan lapar.

III.1.4 Strategi Distribusi

Jadwal penyebaran media informasi Skoliosis akan berlangsung selama 6 bulan yaitu berawal dari September 2012 hingga Desember 2012.

Tahapan distribusi kampanye ini adalah sebagai berikut :

Media	Sept	Okt	Nov	Des
Tahap 1 : Informasi + Daya tarik				
Poster				
Iklan majalah				
Sticker lift penumpang				
Leaflet				
Web banner				
Tahap 2 : Pengingat				
Mouse pad				
Jam				
Ambient media (sedotan)				

Tabel 3.1 Strategi Distribusi

Lokasi Penyebaran :

- Pusat Pembelanjaan

  Sticker lift penumpang, Leaflet
- Kantor

  Poster, *Mouse pad*, Jam dinding, Leaflet
- Ruang Istirahat

  Poster, *Leaflet*

- Rumah Makan
  Sedotan

Cara penyebaran media :

- Poster : ditempel di lokasi yang telah ditentukan.
- *Sticker* lift penumpang : ditempel di lokasi yang telah ditentukan.
- *Leaflet* : diberikan langsung kepada target.
- *Mouse pad* : diberikan ke kantor-kantor melalui *partner* kampanye
- Jam dinding : diberikan ke kantor-kantor melalui *partner* kampanye
- Sedotan : diberikan saat target sedang makan / minum di tempat yang telah ditentukan

III.2 Konsep Visual

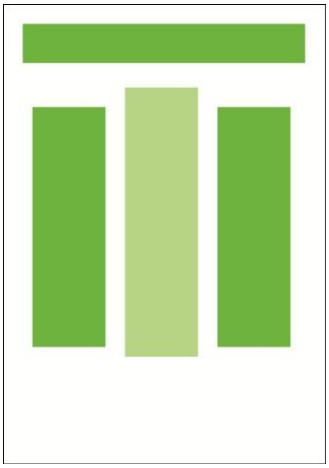
Konsep visual dari perancangan media informasi Skoliosis, adalah menampilkan visualisasi secara sederhana tanpa mengesampingkan fakta informasinya. Penyampaian secara informatif dengan menggunakan perpaduan ilustrasi dan tipografi. Selain itu didukung dengan gambar yang sangat dekat hubungannya dengan Skoliosis.

III.2.1 Format Desain

Pada kampanye ini format desain yang digunakan yaitu format desain yang sederhana yang menjadikan gambar sebagai inti pesan. Format digunakan kebanyakan mempunyai format *portrait* (berdiri tegak) dan sebagai *landscape* (mendatar) sesuai dengan kebutuhan media yang digunakan.

III.2.2 Tata Letak (*layout)*

Tampilan layout yang digunakan yaitu layout simetris yang sederhana. Layout seperti ini dibuat dengan tujuan agar visual utama yang ingin disampaikan dapat menjadi titik lihat utama. Sehingga dapat membantu penyampaian pesan.





Gambar 3.1 Layout

III.2.3 Tipografi

Jenis *Font* yang digunakan dalam visual media promosi ini adalah jenis huruf yang sesuai dengan konsep visual dan unsur-unsur keterbacaan, alternatif huruf yang digunakan adalah sebagai berikut .

Perspective Sans
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

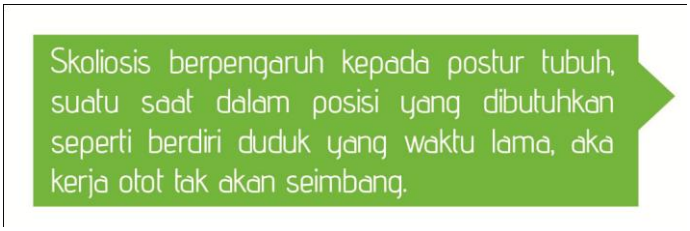
Jenis huruf dari PERSPECTIVE SANS adalah berjenis sans serif. Huruf ini dipilih karena menimbulkan kesan serius,kokoh dan penting. Penggunaan huruf ini tidak untuk *bodycopy*, tetapi hanya untuk *headline* atau pesan yang akan disampaikan.

KITA BISA
CEGAH SKOLIOSIS

Gambar 3.3 Aplikasi *font* sebagai *headline*



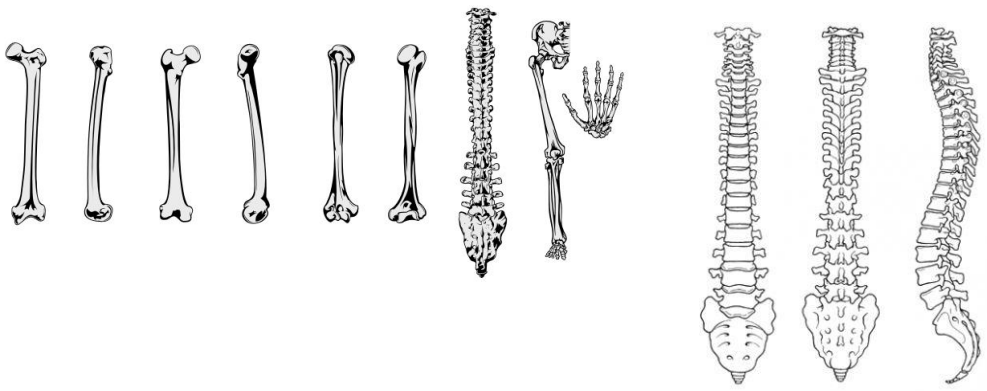
Advent merupakan huruf Sans-Serif yang cocok digunakan untuk *bodycopy*. Hal ini dikarenakan bentuk huruf tersebut yang tipis dan mempunyai karakter yang santai namun cocok untuk menyampaikan pesan yang serius. Huruf ini diterapkan untuk menulis *bodycopy* yang menampilkan banyak tulisan.



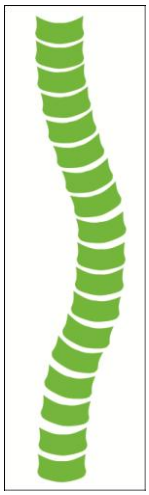
Gambar 3.3 Aplikasi *font* pada *bodycopy*

III.2.4 Ilustrasi

Visual yang digunakan mengarah kepada bentuk tulang belakang yang sudah Skoliosis. Karena gambar yang digambarkan cukup untuk mewakili bentuk dari skoliosis.



Gambar 3.4 Studi ilustrasi

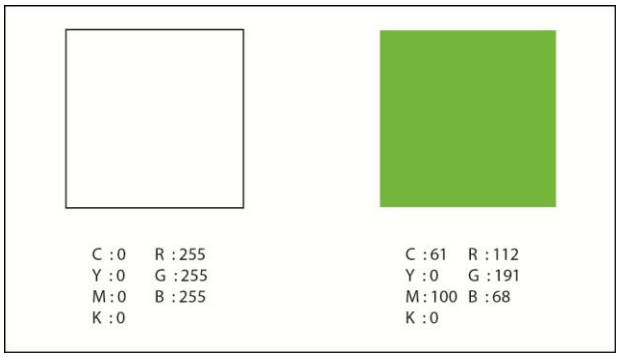


Gambar 3.3 Ilustrasi



Gambar 3.4 Contoh aplikasi ilustrasi pada media

III.2.5 Warna



Gambar 3.5 Warna

Mode warna *RGB* digunakan pada aplikasi di layar monitor atau media digital serta *mode* warna *CMYK* digunakan pada aplikasi untuk media cetak.

- Pemilihan warna putih digunakan karena mendekatkan kepada warna tulang membuat kesan Skoliosis lebih kuat.
- Warna hijau dipilih karena didekatkan kepada warna yang sehat.



Gambar 3.6 Contoh aplikasi warna pada media