BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dibuat dalam kampanye tentang manfaat buah kiwi untuk kesehatan tubuh adalah merancang sebuah media kampanye yang informatif mengenai manfaat dan nutrisi yang terkandung dalam buah kiwi agar pengetahuan masyarakat akan buah kiwi bertambah.

3.1.1. Pendekatan Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dalam konteks hubungan sosial. Agar informasi yang akan disampaikan melalui media kampanye ini dapat mudah dicerna dan dimengerti oleh target sasaran, maka strategi yang akan dilakukan adalah membuat target sasaran atau audience melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media kampanye dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat dan juga visualisasi yang menarik.

3.1.1.1. Tema Dasar

Tema dari perancangan media kampanye ini adalah “Hidup Sehat Dengan Buah Kiwi”. Tema ini

diangkat agar masyarakat lebih mengenal buah kiwi dan memahami manfaat buah kiwi untuk kesehatan tubuh.

3.1.1.2. Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan media kampanye ini adalah untuk mempengaruhi target sasaran agar mereka dapat menjadi mengerti dan lebih mengenal lagi akan begitu pentingnya manfaat buah kiwi untuk kesehatan tubuh.

3.1.1.3. Materi Pesan

Adapun materi yang akan disampaikan adalah :

a. Untuk mengkampanyekan sekaligus memberikan informasi kepada masyarakat mengenai manfaat buah kiwi untuk kesehatan.

b. Untuk menambah wawasan masyarakat akan pentingnya hidup sehat.

3.1.1.4. Target Sasaran

a. Demografis

Target : masyarakat

Umur : 17 – 50 tahun

Status : menengah ke atas

Gender : laki / perempuan

b. Psikografis

Masyarakat yang sudah memahami dan memiliki tanggung jawab serta peduli akan kesehatannya.

a. Geografis

Masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan, khususnya kota Bandung.

3.1.2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah ide yang dikeluarkan untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan, sangat erat kaitannya dengan konsep visual yang akan dibangun dalam perancangan media kampanye ini. Dalam merancang media kampanye tentang manfaat buah kiwi untuk kesehatan tubuh ini, maka dibuatlah strategi kreatif untuk menunjang perancangan, antara lain :

a. Pembuatan Logo Kampanye

Pembuatan logo kampanye merupakan hal yang sangat penting karena logo kampanye ini merupakan penggambaran identitas kampanye yang akan disampaikan sesuai tema yang sudah direncanakan.

b. Pembuatan Tagline Logo Kampanye

Tagline dari pada logo kampanye ini adalah “Kiwi Buahku”. Pembuatan tagline logo kampanye ini merupakan hal untuk menunjang logo kampanye.

3.1.3. Strategi Media

Pemilihan media bertujuan agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerimanya. Pemilihan media yang tepat sangat berpengaruh dari analisa terhadap target sasaran, karena kebutuhan terhadap media ini diharapkan menjadi solusi yang tepat untuk memecahkan masalah yang selama ini ada.

3.1.3.1. Media Utama

Poster adalah media utama yang dipilih sebagai media kampanye untuk manfaat buah kiwi untuk kesehatan tubuh. Penggunakan poster sebagai media utama dikarenakan poster adalah salah satu media yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat khususnya masyarakat yang berada di daerah perkotaan yang padat.

3.1.3.2. Media Pendukung

Media pendukung merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama agar penyampaian dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung. Media pendukungnya adalah :

a. Baliho

b. Spanduk

c. Umbul-Umbul

d. Backdrop

e. X-Banner

f. Iklan Koran

g. Iklan Majalah

h. Flyer

3.1.3.3. Media Gimmick

Media ini digunakan karena biayanya lebih rendah serta media ini langsung ke target sasaran. Adapun media gimmick yang digunakan pada kampanye ini adalah :

a. Baju

b. Note Book

c. Pin

d. Stiker

e. Bendera

3.1.4. Strategi Penyebaran Media

Adapun tempat-tempat penyebaran media kampanye, antara lain :

a. Rumah Sakit

b. Apotek

c. Daerah Perkantoran

d. Koran Kompas, Pikiran Rakyat, dan Tribun Jabar

e. Majalah Tempo, Femina, dan Hai

f. Persimpangan Jalan Raya

g. Tepi Jalan Raya

3.1.5. Jadwal Penyebaran Media

Jadwal penyebaran media dilakukan dalam kurun waktu selama 5 bulan, terhitung dari bulan Agustus sampai bulan Desember. Alasan penyebaran media kampanye ini untuk

memperingati hari Kesehatan Nasional yang dicanangkan oleh pemerintah pada tanggal 12 November.

Media	Informasi	Persuasi		Pengingat	
	Agus	Sep	Okt	Nov	Des
Poster					
Baliho					
Spanduk					
Umbul-Umbul					
Backdrop					
X-Banner					
Iklan Koran					
Iklan Majalah					
Flyer					
Baju					
Note Book					
Pin					
Stiker					
Bendera					

Tabel 3.1 Jadwal Penyebaran Media

3.2. Konsep Visual

Konsep visual merupakan suatu konsep yang berawal dari bahasa verbal yang diolah menjadi bahasa visual. Di dalam konsep visual terdapat beberapa unsur, seperti kreativitas, estetika, efisiensi, komunikatif dan lain-lain agar dapat diterima oleh target sasaran. Dalam mengolah visual dibutuhkan format desain, komposisi layout, tipografi,

warna dan illustrasi agar muncul visual yang kuat dan pesan yang disampaikan mudah diterima oleh target sasaran.

3.2.1. Format Desain

Format desain yang digunakan dalam media kampanye ini berbentuk potrait dan landscape, karena format seperti ini lebih mempunyai banyak ruang untuk informasi, sehingga informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh target sasaran.

3.2.2. Layout

Penataan elemen-elemen desain grafis yang muncul dalam visual kampanye ini akan dikomposisikan menjadi kesatuan, sehingga dapat terlihat kesan yang bersih dan modern, tetapi juga mempertimbangkan sisi arah baca. Gambar berada di atas, dan disesuaikan dengan media aplikasi. Sedangkan identitas kampanye diletakkan di atas dan sponsor pendukung selalu di tempatkan paling bawah pada media. Kemudian tagline di tempatkan di tengah bawah pada identitas kampanye.

3.2.3. Tipografi

Jenis tipografi (huruf) yang digunakan adalah jenis huruf yang sesuai dengan konsep dari kampanye ini. Huruf-huruf yang digunakan baik pada tagline, headline text maupun body text tetap mengutamakan unsur-unsur keterbacaan, sehingga informasi

yang disampaikan dapat diterima dengan jelas. Alternatif huruf yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Tagline

Daisy Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

b. Headline dan Body Text

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

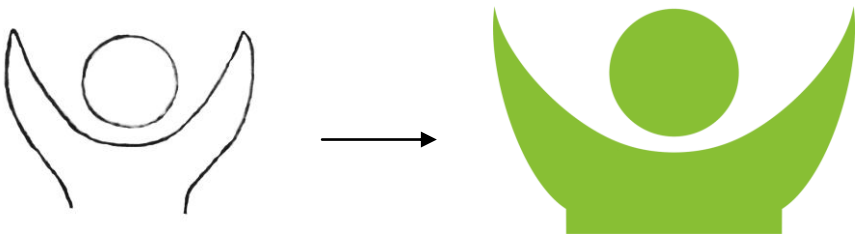
3.2.4. Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan sesuai dengan strategi kreatif dan pendekatan kreatif yang dilakukan yaitu pembuatan logo atau identitas kampanye. Berikut pembuatan logonya :

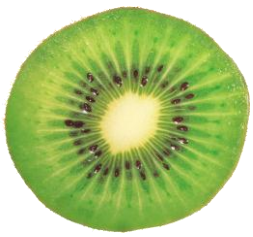
Pembuatan Orang



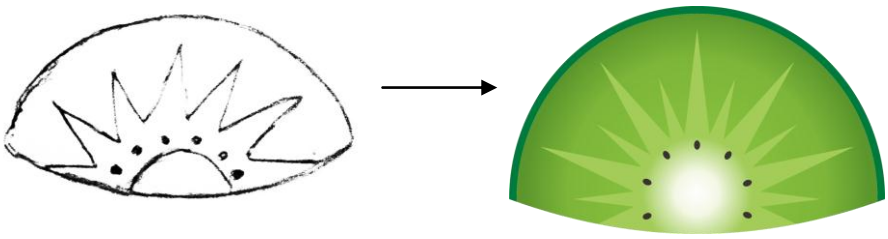
Sumber : http://www.skillstorm.com



Pembuatan Buah Kiwi



Sumber : http://www.zesprikiwi.com



Maka didapatlah sebuah logo kampanye berikut :



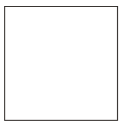
Logo kampanye ini menjelaskan tentang karakter manusia yang semangat dengan kesehatan yang dimilikinya setelah mengkonsumsi buah kiwi.

3.2.5. Warna

Warna paling dominan yang digunakan pada perancangan media kampanye mengenai manfaat buah kiwi untuk kesehatan tubuh adalah warna putih, dan hijau. Berikut penjelasan makna dari warna yang digunakan :

a. Putih

Warna ini menunjukkan kesan bersih, sehat, memberikan perlindungan, ketentraman, dan kenyamanan. Warna ini sering digunakan pada bidang kedokteran dan iklan yang berkesan sehat.



C : 0
M : 0
Y : 0
K : 0

R : 255
G : 255
B : 255

b. Hijau

Warna ini memberikan kesan segar, aman, melindungi, dan menyembuhkan.



C : 82
M : 33
Y : 99
K : 3

R : 40
G : 119
B : 57



C : 28
M : 2
Y : 80
K : 0

R : 163
G : 205
B : 88



C : 62
M : 14
Y : 98
K : 0

R : 86
G : 156
B : 57

C : 15
M : 2
Y : 39
K : 0

R : 200
G : 223
B : 161



C : 39
M : 3
Y : 96
K : 0

R : 136
G : 191
B : 52