# BAB IV

# STRATEGI PERANCANGAN

## 4.1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi digunakan dengan tujuan agar pesan yang ingin disampaikan kepada target audiens dapat diterima, dipahami dan dimengerti. Dalam pencampaian tujuan dari proses komunikasi tersebut diperlukan strategi penyampaian komunikasi, diantaranya dengan menggunakan informasi dengan persuasi khusus yang bersifat kampanye sosial. Dalam pencapaian proses informasi ini menggunakan media informasi berbasis cetak dengan menggunakan media utama buku yang berisi gambaran ilustrasi yang terdiri dari foto dan tulisan.

## 4.2. Strategi Kreatif

Karena adanya materi pesan yang dianggap paling penting yang perlu disampaikan kepada masyarakat, yaitu terdiri dari :

1. Bahaya penularan virus toksoplasma pada kucing terhadap manusia yang dapat menyebabkan keguguran kandungan.
2. Binatang pembawa (vektor) virus toksoplasma.
3. Informasi cara memelihara kucing agar tetap aman dari virus tokso.

Maka dari itu, agar masyarakat tahu apa yang seharusnya dilakukan dan yang tidak seharusnya dilakukan, maka strategi kreatif pada media informasi ini menggunakan foto yang menggambarkan hubungan, perilaku dan kasih sayang antara kucing dan manusia

sebagai gambaran yang bisa dijadikan contoh oleh kelompok sasaran agar kucing bisa tetap dapat dijadikan binatang peliharaan yang aman bebas dari virus tokso.

Untuk cara penyampaian, kata-kata yg digunakan tidak terlalu formal agar target audience terutama kaum perempuan yang berasal dari tingkat atas hingga menengah dapat lebih mudah mengerti dan memahami informasi yang disampaikan. Maka dari itu diharapkan dengan menggunakan kata-kata yang tidak terlalu formal ini akan lebih memudahkan target audience untuk menangkap maksud dan tujuan yang disampaikan dalam media informasi tersebut.

## 4.3. Strategi Media

Dalam pemilihan strategi media untuk penyampaian pesan kepada target audience dapat diterima dengan mudah, maka pemilihan media informasi ini harus tepat guna, tepat sasaran dan efektif. Maka media utama dan media-media pendukung komunikasi alternatif yang dapat digunakan untuk melakukan informasi mengenai bahaya virus tokso pada manusia yaitu:

### 4.3.1. Pemilihan Media

#### 4.3.1.1. Media Utama

**-Buku** : Media ini dipilih sebagai media utama karena buku ini dapat memuat banyak informasi baik gambar maupun tulisan. Selain itu buku juga mempunyai ketahanan fisik sendiri dibandingkan media lainnya. Buku dapat disimpan dalam

jangka waktu yang cukup lama dan dapat digunakan, dibaca kembali sewaktu-waktu dibutuhkan. Buku ini juga dapat dibaca oleh siapa saja, terutama target sasaran. Isi dari buku ini menjelaskan secara detail tentang informasi virus tokso pada kucing terhadap manusia disertai dengan gambar, mulai dari definisi tentang virus tokso, cara penularan terhadap kucing disertai dengan skema, dampak negatif terhadap manusia dan cara pencegahannya agar kelompok sasaran kampanye sosial ini tahu apa yang seharusnya mereka lakukan.

Buku ini di desain dengan bentuk yang sederhana dan praktis agar memudahkan orang untuk membaca dan membawanya. Desain cover terdiri dari ilustrasi foto dan judul buku. Tipografi untuk cover menggunakan font yang tidak terlalu formal, karena buku ini diharapkan tidak hanya dibaca oleh target sasaran dalam komunitas keluarga saja, tetapi tidak menutup kemungkinan anak-anak pun dapat membaca buku ini. Selain itu juga menggunakan font dengan tingkat keterbacaan yang cukup, karena buku ini untuk dibaca dari jarak dekat dan bersifat minimalis dengan ukuran 8 cm x 8 cm. Warna yang digunakan adalah warna-warna cerah agar dapat menarik perhatian dan sesuai target sasaran, karena buku ini tidak hanya ditujukan untuk kaum perempuan saja.

Buku ini akan diberikan secara cuma-cuma kepada target sasaran, melalui toko hewan, kebun binatang dan supermarket untuk setiap konsumen yang datang. Juga toko buku untuk setiap konsumen yang membeli buku dan dokter hewan untuk setiap pemilik pasien kucing.

Diharapkan dengan cara ini media informasi akan cepat tersebar luas dan merata mulai dari kalangan menengah hingga menengah ke atas.






Gambar 1.2

Buku

- **Brosur** : Media ini sangat praktis dan dapat menampung cukup banyak informasi didalamnya. Isi dari brosur ini yaitu menjelaskan tentang bahaya virus tokso pada manusia dan cara pencegahannya secara singkat dan jelas. Brosur berukuran A5 yang dilipat menjadi dua bagian ini didesain serupa dengan media lainnya, brosur ini di bagikan di kasir toko buku, supermarket, pengunjung kebun binatang, toko hewan, dokter hewan dan depan mall.

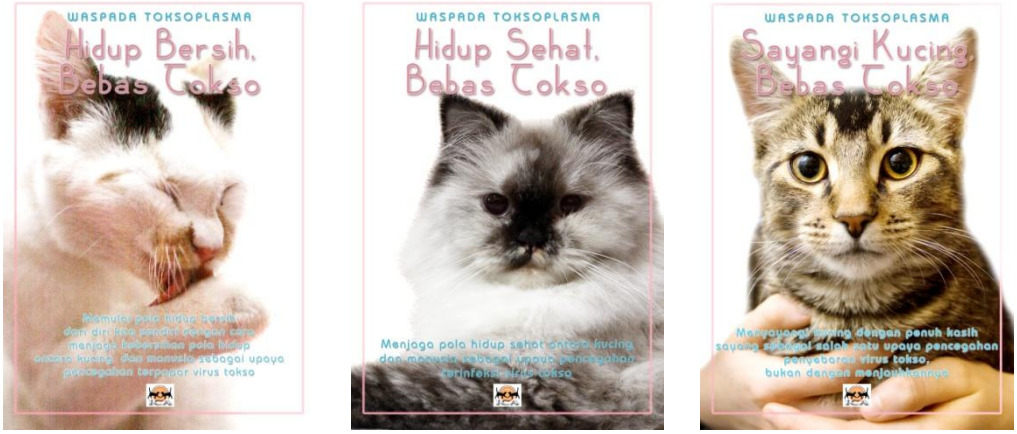
  Tipografi pada brosur ini menggunakan font dan tipografi yang mempunyai tingkat keterbacaan cukup, karena hanya untuk dilihat dari jarak dekat. Juga didesain dengan menarik untuk menarik perhatian masyarakat khususnya target sasaran untuk membaca informasi didalamnya.




Gambar 1.3

Brosur

- **Poster** : Media yang memiliki jangkauan sasaran banyak dan luas. Berukuran A2 yang juga di desain serupa dengan media lainnya menggunakan ilustrasi foto juga font dan tipografi yang mempunyai tingkat keterbacaan cukup tinggi, karena poster ini akan di tempel di sepanjang pinggir jalan yang ramai dilalui kendaraan dan pejalan kaki agar pengendara yang lewat akan dapat melihat dengan mudah. Juga di tempel di dalam ruang tunggu dokter hewan.




Gambar 1.5

Poster

**4. Media Pendukung**

- **Spanduk** : Media yang dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama, selain itu dapat dilihat dari jarak dekat maupun jauh. Berukuran 400cm x 60 cm di desain dengan warna yang cerah, menggunakan ilustrasi foto, juga menggunakan font dan tipografi yang mempunyai tingkat keterbacaan tinggi, sehingga dapat terlihat dari kejauhan dan cukup menarik perhatian orang untuk melihat dan membacanya, tidak mengandung banyak tulisan, hanya menuliskan inti informasinya saja. Spanduk ini diletakkan dijalan yang ramai, pusat kota khususnya di depan tempat praktek dokter hewan.




Gambar 1.4.

Spanduk

- **X – Banner** : Berukuran 160 cm x 60 cm di desain dengan menggunakan filustrasi foto juga font dan tipografi yang mempunyai tingkat keterbacaan cukup karena untuk bisa dilihat dari jarak yang tidak terlalu dekat. X-banner ini diletakkan di toko buku, toko hewan, dokter hewan dan pintu masuk kebun binatang.




Gambar 1.6

X - Banner

- **Display Brosur** : Fungsi display ini adalah sebagai tempat untuk meletakan brosur di meja kasir, agar brosur tersebut tidak berantakan dan terlihat lebih menarik, agar orang tertarik untuk mengambil dan membaca informasi apa yang ada didalamnya.




Gambar 1.7

Display Brosur

- **T-Shirt** : Kaos ini digunakan oleh panitia yang membagikan media informasi ini. Berisikan tagline juga ilustrasi foto dan kata-kata positif yang dapat dibaca orang dari belakang.

- **Topi** : Topi ini digunakan berseragam dengan kaos oleh panitia yang membagikan informasi ini. Berisikan tagline.

- **Gimmick** : Diantaranya terdiri dari mug, pin dan stiker. Gimmick ini berisikan informasi yang perlu disampaikan. Gimmick ini dibagikan secara cuma-cuma kepada pejalan kaki, pengunjung mall, toko buku dan kebun binatang.

  Mug : Mug ini berisikan kata-kata positif untuk selalu melakukan pola hidup bersih agar bebas dari tokso. Mug bisa digunakan oleh siapa saja dan dapat selalu mengingatkan penggunanya ketika mug tersebut sedang dipakai.

  Pin : Pin adalah media yang paling sederhana dan mudah dilihat karena bisa di pasang dimana saja. Pin ini berisikan kata-kata positif dan gambaran ilustrasi berupa foto.

Stiker : Stiker adalah media yang sederhana dan dapat ditempel dimanapun. Berisikan kata-kata positif dan gambar yang menarik untuk selalu mengingatkan orang yang melihatnya.

- **Souvenir :** Diantaranya terdiri dari serok untuk membuang kotoran kucing, tempat kotoran kucing dan tempat pakan kucing. Souvenir ini dijual di toko hewan dan supermarket.

  Serok : Serok ini berisikan tagline untuk mengingatkan penggunanya agar tetap menjaga pola hidup bersih.

  Tempat kotoran kucing : Media ini berisikan tagline untuk mengingatkan para pemilik kucing agar tetap menjaga kebersihan tempat membuang kotoran kucing ini agar terhindar dari virus tokso.

  Tempat pakan : Media ini berisikan tagline untuk mengingatkan pemiliknya agar kucing selalu menjaga pola hidup sehat dengan memberi makanan yang sehat agar terhindar dari virus tokso.

### 4.3.2. Pertimbangan Dasar Distribusi

Berdasarkan media yang telah di tetapkan, maka harus mempertimbangkan strategi distribusinya agar mempermudah penyebaran pesan informasi ini. Dalam hal ini harus dapat memanfaatkan kesempatan-kesempatan yang dapat menjadi jalan dalam penyebaran pesan informasi ini.

### 4.3.3. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Yang menjadi pertimbangan dasar dalam pembagian media ini yaitu :

1. Secara Geografis/Wilayah

   Penyebaran media-media informasi ini akan di sebar disekitar daerah Bandung dan sekitarnya, pusat kota hingga pinggiran kota dan pelosok agar penyebaran informasi ini dapat tersebar dengan luas dan tepat sasaran.

2. Lokasi Penyebaran Media

   Lokasi penyebaran media informasi ini yaitu di kasir toko buku, supermarket dan di depan mall pusat kota karena tempat ini banyak didatangi orang-orang. Juga di toko hewan, dokter hewan dan kebun binatang agar informasi yang disampaikan tepat tujuan, tepat sasaran dan efektif.

### 4.3.4. Strategi Distribusi

Strategi distribusi bertujuan untuk menyebarkan media informasi agar sampai kepada masyarakat sehingga target sasaran dapat menangkap isi pesan yang disampaikan dalam informasi ini.

Dalam strategi distribusi ini media utama buku dibagikan dikasir supermarket, toko buku, toko hewan dan dokter hewan. Hal ini dikarenakan tempat tersebut adalah tempat yang selalu banyak dikunjungi orang, diharapkan dengan menggunakan strategi ini informasi yang disampaikan akan tepat sasaran, cepat tersebar dimasyarakat khususnya tingkat menengah dan menengah ke atas. Strategi selanjutnya media utama ini juga dibagikan di pintu masuk kebun binatang, diharapkan dengan strategi ini informasi yang ingin disampaikan akan cepat tersebar kepada khususnya masyarakat tingkat menengah kebawah.

Dalam pendistribusian media informasi ini bekerjasama dengan lembaga *Indonesian Cat Association* daerah Bandung dan sekitarnya. Dilakukan secara terkoordinasi dibantu juga oleh tempat-tempat yang turut mendukung kampanye sosial ini.

### 4.3.5. Pertimbangan Dasar Jadwal Penyebaran Media

Berdasarkan Hari Binatang Sedunia tangal 4 Oktober, maka jadwal penyebaran media ini dilakukan pada satu bulan sebelumnya, yaitu bulan September.

## 4.5. Konsep Visual

Dalam konsep visual ini memaparkan pesan-pesan informasi yang akan ditampilkan untuk disampaikan kepada target sasaran secara konseptual. Agar masyarakat mengerti maksud dan tujuan yang disampaikan.

### 4.5.1. Lay Out dan Tipografi

Pada perancangan lay out disesuaikan dengan bidangnya, perancangan lay out harus memperhatikan komposisi dan keseimbangan, juga di butuhkan ketetapan pada setiap media dan varian visual agar memperlihatkan kesatuan dari informasi ini.

Dalam perancangan lay out mengkomposisikan headline, tagline, bodytext dan fotografi yang disusun sedemikian rupa sehingga menghasilkan keselarasan. Penulisan antara headline, dan tagline di buat dengan ukuran font, warna dan ketebalan yang berbeda untuk memberikan penekanan terhadap kalimat atau kata-kata yang dianggap penting juga untuk menghindari kesan monoton. Ukuran font juga dipertimbangkan tingkat keterbacaannya, agar dapat dilihat dari jarak jauh.

### 4.5.2. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan media informasi ini menggunakan konsep fotografi dan tipografi. Paduan antara fotografi dan tipografi akan menciptakan keselarasan dan dapat memunculkan kesan yang diinginkan sehingga dapat menarik perhatian target sasaran. Ilustrasi yang akan digambarkan adalah kolerasi dengan memunculkan adanya suatu kolerasi gambar dan judul.

### 4.5.4. Warna

Warna-warna yang digunakan dalam kampanye ini adalah warna-warna yang cerah agar dapat menarik perhatian masyarakat untuk membacanya. Antara lain : Merah muda, biru muda dan putih. Warna-warna tersebut akan saling berkaitan satu dengan yang lain sehingga akan membentuk sebuah keselarasan.

Warna tersebut sengaja dipilih karena disesuaikan dengan target sasaran yaitu komunitas keluarga, dimana terdapat laki-laki dan perempuan sebagai target khusus. Warna putih dipilih sebagai kontras warna terhadap merah muda dan biru muda.