BAB III

PERANCANGAN KAMPANYE BANJIR DAERAH ALIRAN SUNGAI DI BALE ENDAH

3.1 Strategi Perancangan

Pada proses perancangan sebuah desain diperlukan perencanaan secara matang pada konsep yang akan digunakan. Konsep yang digunakan tentunya harus berkaitan dengan target *Audience* yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam mewujudkan konsep pada proses perancangan desain, diperlukan suatu strategi perancangan.

3.1.1 Strategi Komunikasi

Dalam proses perancangan kampanye banjir daerah aliran sungai di Kecamatan Baleendah, diperlukan strategi komunikasi, agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima tepat sasaran. Apabila penyampaian kampanye dapat diterima dan dipahami secara baik maka tujuan kampanye yaitu mengubah perilaku sasaran akan terwujud. Bentuk penyampaian komunikasi yang baik idealnya yaitu komunikasi yang mudah dipahami target sasaran. Berikut ini merupakan strategi komunikasi yang digunakan:

3.1.1.1 Tujuan Komunikasi

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan terencana. Kampanye juga bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu yang ditujukan pada target sasaran yang telah ditentukan. Tujuan dalam kampanye banjir daerah aliran sungai ini, yaitu bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan sekitar dan daerah aliran sungai sehingga dapat mengantisipasi terjadi banjir DAS ketika musim penghujan tiba.

3.1.1.2 Materi Pesan

Pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye ini yaitu:

- Pentingnya menumbuhkan disiplin dan kerjasama di masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan sekitar.
- Bahaya yang timbul akibat mendirikan bangunan di daerah aliran sungai.
- Perawatan sistem saluran air dan kawasan daerah aliran sungai merupakan tanggung jawab bersama.
- Tidak membuang sampah dan limbah ke Daerah Aliran Sungai.

3.1.2 Pendekatan *Visual*

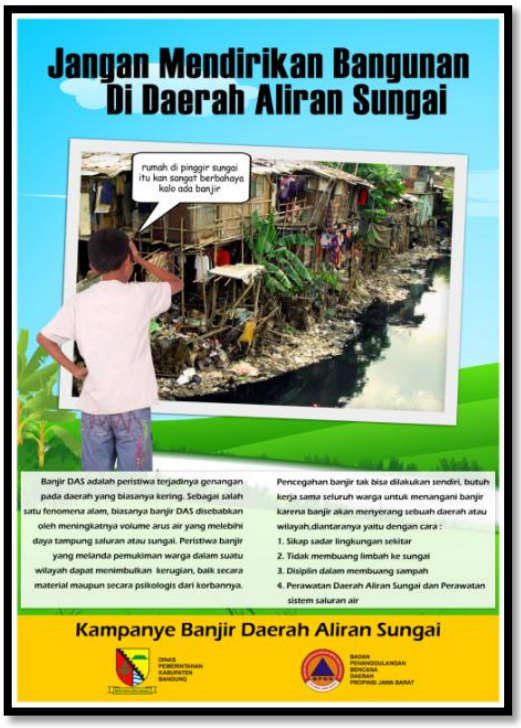
Dalam proses perancangan kampanye banjir daerah aliran sungai di Kecamatan Bale Endah, perancang menggunakan pendekatan *visual* dengan gaya fotografi. Isi pesan yang disampaikan berupa ajakan dan himbauan kepada masyarakat. Penyajian *visual* dengan konsep yang menampilkan gambar berupa kondisi secara nyata yang terjadi di lingkungan masyarakat pada saat ini. Alasan dari perancangan konsep tersebut yaitu disesuaikan dengan target sasaran dari kampanye, yaitu warga masyarakat selaku target sasaran kampanye yang membutuhkan informasi dan solusi tentang kondisi saat ini. Hal tersebut terbukti bahwa sampai dengan saat ini masih banyak warga masyarakat yang belum peduli dengan kebersihan lingkungan sekitar dan daerah aliran sungai.

3.1.3 Pendekatan *Verbal*

Dalam menyampaikan pesan dalam kampanye banjir daerah aliran sungai, bahasa yang digunakan yaitu bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Karena warga yang menetap di kawasan Bale Endah terdiri dari masyarakat yang berasal dari berbagai daerah dari dalam atau luar jawa. Sehingga pemilihan penggunaan bahasa Indonesia digunakan untuk menyampaikan pesan diharapkan lebih efektif dan dapat mudah dimengerti oleh target sasaran kampanye.

3.1.4 Strategi Kreatif

Suatu kegiatan kampanye akan dinyatakan tepat sasaran, apabila isi pesan dari kampanye tersebut dapat dipahami oleh target kampanye. Oleh sebab itu diperlukan suatu strategi kreatif dalam perancangan *visual*, agar penyampaian isi pesan dari kampanye dapat dipahami dengan mudah. Dalam kampanye mengenai banjir daerah aliran sungai ini, strategi kreatif yang akan digunakan yaitu dengan menampilkan *visual* berupa foto atau *potrait* yang menggambarkan kondisi nyata yang terjadi pada saat ini. Strategi kreatif yaitu menggunakan penokohan yang diperankan seorang anak laki-laki yang memiliki sifat peduli terhadap lingkungan di sekitarnya. Berikut ini contoh poster kampanye banjir :



Gambar 3.1 Poster Kampanye Banjir

3.1.5 **Strategi Media**

Media kampanye merupakan suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada *target Audience*. Dalam kampanye ini pesan disampaikan kepada masyarakat di wilayah Kecamatan Bale Endah sebagai target *Audience* menggunakan dua jenis media yaitu diantaranya *above the line* dan *below the line.*

- Media *Above The Line*

  Yaitu media penyampaian pesan yang mempunyai jangkauan luas dan memiliki jaringan.

  Poster

  Menurut Ensiklopedia Encarta dalam Adi Kusrianto (2007: 338) Poster merupakan iklan ataupun pengumuman yang diproduksi secara masal. Poster pada umumnya dibuat dengan ukuran besar untuk dipasang pada suatu permukaan. Sebuah poster biasanya berisi gambar ilustrasi dengan warna-warna Indah dan beberapa teks. Sebuah poster biasanya berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk. Poster kampanye merupakan suatu jenis poster yang tidak bersifat komersial, atau tidak diperdagangkan. Poster dapat ditempel pada tempat-tempat yang banyak dilalui orang. Sehingga penyebaran bersifat luas. Oleh karena itu poster

dipilih sebagai media utama dalam kampanye banjir daerah aliran sungai, sehingga dapat mencapai pembaca dalam jumlah besar dan tersebar luas dibeberapa tempat secara bersamaan.



Gambar 3.2 Poster 1



Gambar 3.3 Poster 2



Gambar 3.4 Poster 3

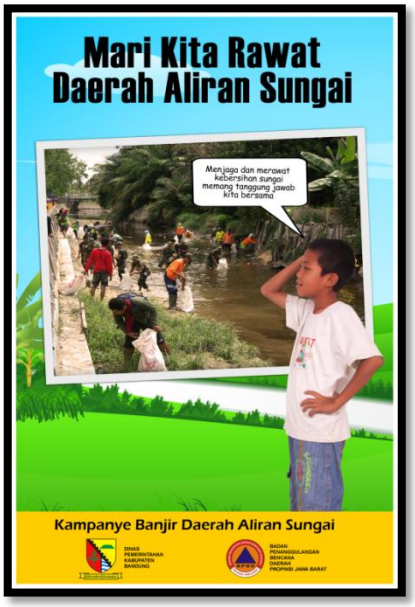


Gambar 3.5 Poster 4

Billboard

Billboard adalah media massa yang bersifat menyampaikan pesan secara serempak dan cepat. Serta mampu mencapai pembaca dalam jumlah banyak. Penggunaan media ini diharapkan dapat menyampaikan pesan kampanye secara

lebih cepat, dan mudah diingat. Karena penempatan billboard biasanya berada di tempat keramaian yang banyak dilalui oleh kendaraan. Sehingga secara otomatis target yang melalui *billboard* ini dapat melihat iklan kampanye.



Gambar 3.6 *Billboard*

Spanduk

Spanduk adalah sebuah media yang banyak digunakan untuk menginformasikan segala sesuatu dengan jangkauan luas.



Gambar 3.7 Spanduk

X-Banner

Standing Banner atau sebagian orang menyebutnya dengan *X-Banner*, merupakan sebuah media pajangan yang lazim diberbagai tempat seperti toko, perkantoran dan sekolah.



Gambar 3.8 X-Banner

- Media *Below The Line*

  Yaitu media penyampai pesan yang lebih khusus. Karena pesan ditujukan langsung kepada sasaran.

  Flyer

  Merupakan suatu media cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk secara lebih merinci dibandingkan dengan poster maupun *billboard*. *Flyer*

diberikan langsung kepada target *Audience*, diselipkan dipagar, dilempar ke halaman rumah, diselipkan diantara surat kabar, ditempel di dinding atau tiang. Tujuannya untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai pentingnya kebersihan lingkungan dan pencegahan terjadinya banjir daerah aliran sungai.



Gambar 3.9 *Flyer*

Sticker

Merupakan bahan promosi yang bersifat fleksibel. Bisa ditempel dimana saja. Jika *sticker* ini ditempelkan di bagian rumah maupun perkantoran maka secara tidak langsung memberitahukan informasi mengenai pentingnya kebersihan lingkungan dan pencegahan terjadinya banjir daerah aliran sungai.



Gambar 3.10 *Sticker*

Kalender

Kalender adalah sistem penentu waktu yang memiliki arti sangat penting dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Sebagaimana pada masyarakat petani, kalender diperlukan sebagai penentu waktu bercocok tanam, berdasarkan tanda-tanda alam, seperti posisi bintang di langit; masyarakat modern memerlukan kalender sebagai alat bantu yang penting dalam kehidupannya, seperti tanggal perayaan ulang tahun, jadwal libur dan bekerja, atau waktu membayar tagihan-tagihan. Maka secara tidak langsung informasi mengenai pentingnya kebersihan lingkungan dan pencegahan terjadinya banjir daerah aliran sungai lebih sering terlihat.



Gambar 3.11 *Sticker*

Jam Dinding

Jam dinding adalah sebuah media informasi waktu yang difungsikan secara letak, atau biasanya diposisikan pada dinding juga pajangan atau sebagai hiasan di dalam ruangan.



Gambar 3.12 Jam Dinding

T-Shirt

T-Shirt merupakan media kampanye yang akan dibagikan dan digunakan oleh peserta kampanye pada acara kegiatan kampanye.



Gambar 3.13 *T-Shirt*

Mug

Mug adalah salah satu media promosi kampanye yang biasa digunakan dalam aktivitas sehari-hari seperti di rumah dan kantor yang berfungsi sebagai media pengingat dari kampanye.



Gambar 3.14 Mug

Pin

Pin adalah merupakan aksesoris yang dapat digunakan pada pakaian, tas dan media lainnya yang berfungsi sebagai media pengingat dari kampanye.



Gambar 3.15 Pin

Buku

Buku catatan sebagai media pengingat dari kampanye juga berfungsi untuk mencatat data atau informasi.



Gambar 3.16 Buku

Topi

Topi merupakan media kampanye yang akan dibagikan dan digunakan oleh peserta kampanye pada acara kegiatan kampanye.



Gambar 3.17 Topi

3.1.6 Strategi distribusi

Setelah perancangan kampanye selesai maka selanjutnya, hal yang akan dilakukan yaitu pendistribusian iklan kampanye. Berkaitan dengan tema dari kampanye yaitu banjir daerah aliran sungai, dengan media utama berupa poster. Pendistribusian poster itu akan disebarkan di beberapa tempat yang tidak jauh dengan target. Diantaranya di lingkungan sekolah, lingkungan kampus, lingkungan kerja. Untuk media pendukung seperti billboard akan ditempatkan di pusat-pusat kegiatan target. Misalnya pasar kota sebagai pusat kegiatan dan aktivitas target. Untuk media pendukung seperti stiker dan *gimmick* akan diberikan melalui sosialisasi berbentuk penyuluhan dan kerja bakti yang digelar kantor kelurahan dan lingkungan kerja.

Tabel 3.1 Tabel Distribusi Kampanye

Media / Bulan	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
Poster	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Billboard	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Spanduk			✕	✕	✕	✕
X-Banner	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Flyer	✕	✕				
Sticker					✕	
Kalender	✕					
Jam Dinding		✕				
T-Shirt			✕			
Mug					✕	
Pin				✕		
Buku Catatan	✕					
Topi			✕			

3.2 Konsep *Visual*

Dalam perancangan sebuah desain yang ideal, adalah desain tersebut telah mempunyai konsep yang matang dan terencana, sehingga *Visual* yang tercipta menarik dan sesuai dengan target kampanye. Suatu rancangan *Visual* terdiri dari format desain, tata letak, tipografi, ilustrasi, dan warna.

3.2.1 Format desain

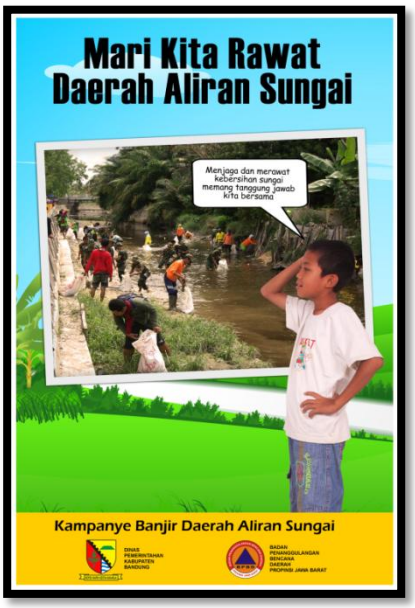
Media poster sebagai media utama dalam perancangan kampanye ini, maka bentuk desain yang akan digunakan menggunakan format *potrait*. Dipilih format *potrait* supaya jarak baca menjadi lebih pendek. Sehingga mata tidak mudah lelah saat membaca informasi yang akan disampaikan.



Gambar 3.18 Poster *Potrait*

3.2.2 Tata Letak Desain

Menurut Surianto Rustan (2010:76) Layout atau tata letak desain adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Maka dalam perancangan desain dari kampanye banjir daerah aliran sungai ini, lebih menonjolkan *visual*, sedangkan teks berfungsi untuk mempertegas dari desain *visual* tersebut.



Gambar 3.19 Tata Letak Poster

3.2.3 Huruf

Untuk membuat desain yang indah dan berkomunikasi, tipografi tidak dapat dipisahkan dari elemen desain. Dalam membuat

perencanaan suatu karya desain, keberadaan elemen tipografi sudah harus selalu diperhitungkan karena dapat mempengaruhi susunan nilai dan keseimbangan pada karya desain tersebut.

Rangkaian huruf dalam sebuah kalimat bukan saja suatu makna yang mengacu pada suatu gagasan, tetapi juga mempu memberikan kesan secara *Visual*. Sehingga pemilihan huruf harus sesuai dengan kesan yang ingin disampaikan. Konsep dalam desainnya tidak terlalu formal, supaya pesan yang ingin disampaikan dapat mudah dipahami. Maka tipografi yang digunakan yaitu font jenis san serif, yaitu jenis huruf tanpa kaki. Pemilihan huruf menggunakan jenis huruf *Haettenschweiler*, Comic Sans MS dan Erase Demi ITC.



Gambar 3.20 Huruf *Haettenschweiler*

Sedangkan untuk *elemen Deck*, yaitu elemen yang menjelaskan gambaran singkat tentang topik yang dibicarakan, penulis

menggunakan jenis huruf yang mudah dibaca. Font yang digunakan yaitu:

abcdefghijklmopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,!@#$%^&*(_+-



Gambar 3.21 Huruf *Erase Demi ITC*

Comic Sans MS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890



Gambar 3.22 Huruf *Comic San MS*

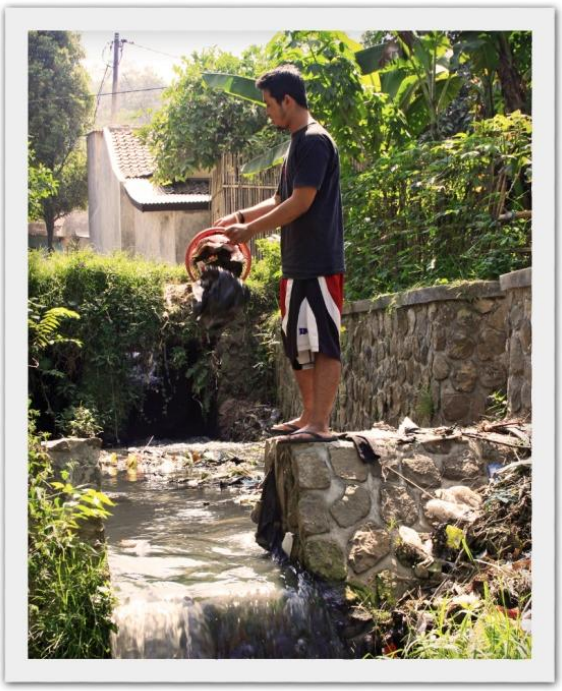
3.2.4 Ilustrasi

Tampilan ilustrasi yang akan disampaikan, yaitu menggunakan ilustrasi yang nyata, seperti pelanggaran dalam membuang sampah, aliran sungai yang dipenuhi limbah dan sampah,

bangunan yang berada di wilayah aliran sungai dan kegiatan kerja bakti masyarakat. *Visual* berupa fotografi tersebut menampilkan kesan kondisi sebenarnya pada potret kehidupan masyarakat.



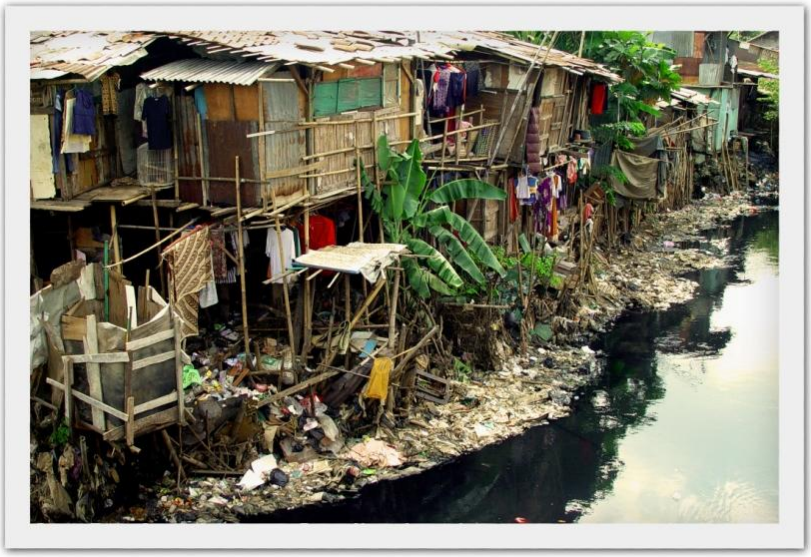
Gambar 3.23 Kerja Bakti Membersihkan Sungai



Gambar 3.24 Membuang Sampah



Gambar 3.25 Berenang Diantara Sampah



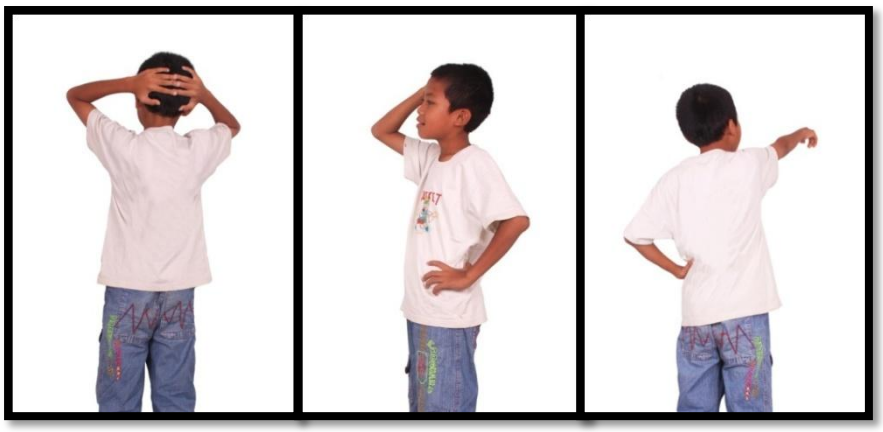
Gambar 3.26 Rumah Pinggir Sungai

Pada bagian *background* menggunakan *Visualisasi* dari sungai Citarum dengan *Visual* gaya *vector.* Gaya *Visualisasi* mengilustrasikan imajinasi dan harapan dari anak-anak yang menginginkan daerah aliran sungai Citarum menjadi sungai yang bersih.



Gambar 3.27 *Background* Poster

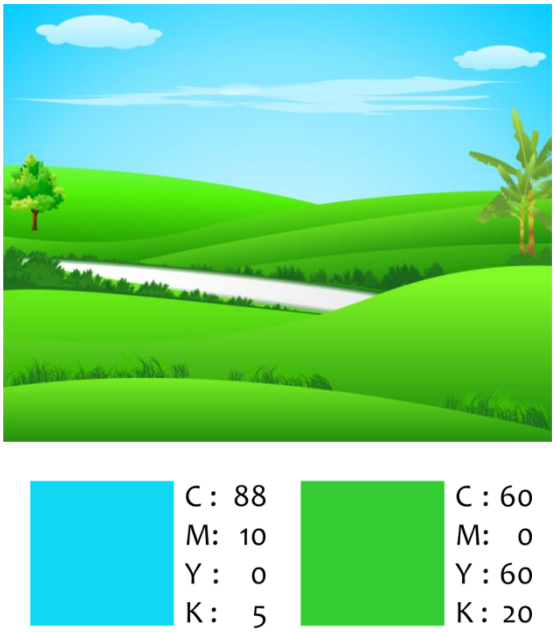
Penokohan seorang anak laki-laki ditampilkan dengan karakter anak yang peduli terhadap lingkungan sekitarnya. Alasan pemilihan Penokohan seorang anak laki-laki yaitu pada umumnya anak-anak masih polos, jujur dan bicara apa adanya. Hal tersebut diharapkan agar menampilkan kesan kepada orang dewasa bahwa seorang anak kecil pun sudah memiliki sikap peduli terhadap lingkungan disekitarnya.



Gambar 3.28 Model Poster

3.2.5 Warna

Pemilihan warna pada perancangan desain media kampanye yaitu lebih terkesan himbauan dan peringatan, maka warna yang dipilih diantaranya adalah warna-warna yang menarik perhatian. Warna tersebut didominasi oleh:



Gambar 3.29 Dominasi Warna