BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

1.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan disimpulkan dari pemecahan masalah, yaitu dengan melihat dan mengurutkan dari perilaku target sasaran.

3.1.1 Kata Kunci

Pembuatan kata kunci merupakan hal yang sangat penting karena kata kunci tersebut merupakan penggambaran pesan yang akan disampaikan sesuai tema yang sudah direncanakan. Kata kunci yang akan digunakan sebagai arahan yaitu :

" Stop osteoporosis, cegah mulai sekarang !!! "

- Stop osteoporosis yaitu ajakan untuk melakukan tindakan yang dapat mengurangi dampak yang lebih parah terhadap penyakit osteoporosis.
- Cegah mulai sekarang yaitu ajakan untuk melakukan tindakan pencegahan secepat dan sedini mungkin ketika kita sudah mengetahui hal – hal yang dapat mencegah osteoporosis.

1.2 Pendekatan Komunikasi

Berdasarkan data penelitian yang telah dianalisa, maka dalam perancangan akan dilakukan pendekatan komunikasi dengan mengungkapkan fakta – fakta yang erat hubungannya dengan penyakit osteoporosis. Serta menggunakan hal-hal yang berhubungan dekat dengan osteoporosis. Dalam pendekatan komunikasi yang akan dilakukan, maka digunakan pendekatan melalui dua cara pendekatan yaitu pendekatan verbal dan pendekatan visual. Berikut penjelasan mengenai pendekatan verbal dan visual :

3.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan dengan cara menggunakan strategi bahasa yang tepat. Strategi bahasa yang digunakan yaitu bahasa verbal yang sering digunakan atau yang sering muncul dalam osteoporosis. Sehingga strategi bahasa tersebut dapat membantu memperkuat visual yang ditampilkan.

3.2.2 Pendekatan Visual

Pendekatan visual dilakukan dengan cara menerapkan visual yang sesuai dengan target sasaran yaitu kaum dewasa. Selain itu gaya visual yang diterapkan yaitu gaya metafora (mengungkapkan ungkapan secara langsung berupa perbandingan analogis dengan cara menggantikan objek) yang dapat mewakili gaya kaum dewasa yaitu tampilan visual yang sederhana namun tepat sasaran. Pendekatan visual yang dilakukan yaitu menggunakan visual yang sering muncul pada masalah osteoporosis.

3.2.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah ide yang digunakan sebagai cara untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan. Dalam merancang media informasi tentang pencegahan osteoporosis pada usia dewasa, maka akan menggunakan tampilan yang menarik perhatian target sasaran.

3.2.4 Strategi Media

Setelah selesai merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif maka yang harus dilakukan adalah

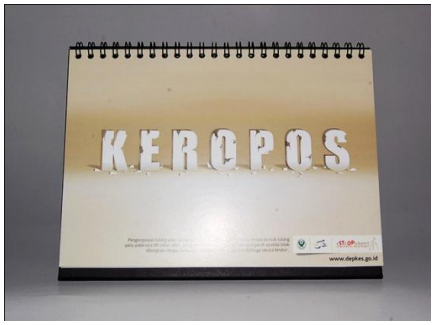
merancang strategi media informasi yang baik, karena dalam menyampaikan suatu pesan kepada khalayak dibutuhkan sebuah media, pemilihan media ini bertujuan agar pesan dapat diterima dengan baik oleh target sasaran yang dituju. Media yang dipilih yaitu media cetak. Media cetak yang digunakan yaitu media yang sangat dekat dengan target sasaran dan selalu ada di kehidupan sehari – hari.

Perancangan media kampanye pencegahan osteoporosis dibagi menjadi 2 kategori yaitu media utama dan media pendukung. Adapun pemilihan media promosi yang akan di distribusikan pada khalayak adalah:

3.2.4.1. Media Utama

Media utama yang akan digunakan hanya dipilih satu media yang tepat yaitu :

- Media Kalender Duduk



Gambar 3.1 Kalender

Media ini dipilih karena target sasaran yang dituju yaitu karyawan perkantoran baik itu swasta maupun pemerintahan. Media ini sangat tepat sasaran karena media ini sangat dekat dengan terget sasaran. Media ini sering ditemukan dan dapat diletakan di meja kerja target sasaran. Dengan ini pesan yang ingin disampaikan langsung tepat sasaran dan dapat dilihat dan mengingatkan setiap hari.

3.2.4.2 Media Pendukung

Media lain yang dapat menunjang media utama yang juga dapat membantu penyampaian pesan yaitu media pendukung. Media pendukung dipilih untuk membantu penyebaran media dan di terapkan dalam beberapa media yang tepat seperti :

- Brosur

  Brosur dipilih sebagai media pendukung karena berfungsi sebagai media yang dapat menyampaikan informasi secara tepat dengan isi informasi yang banyak dan informatif.

- Brosur Berlipat

  Media ini merupakan media unik yang berisikan informasi yang banyak namun dapat menghibur karena lipatan yang banyak. Target sasaran diajak untuk memahami pesan kampanye sambil bermain – main dengan lipatan brosur.

- Poster

  Poster digunakan sabegai media yang dapat ditempatkan ditempat keramaian yang dapat mencakup target secara luas dan tepat sasaran. Media ini akan ditempatkan di tempat yang mudah dijangkau dan mudah terlihat.

- Koran

  Koran termasuk media yang dapat menjagkau target secara banyak dan luas. Hal ini dikarenakan jangkauannya yang luas. Koran merupakan media yang banyak dibaca oleh karyawan dan pegawai kantoran. Dengan ini media koran dapat berguna untuk menjangkau terget sasaran.

- Majalah

  Majalah merupakan media yang dapat menjangkau target secara luas. Oleh karena itu majalah juga digunakan untuk menyampaikan pesan.

- Web Banner

  Kemajuan tekhnologi yang sangat pesat diikuti dengan perkembangan media iklan. Hal ini yang menyebabkan media web banner dipilih menjadi salah satu media penunjang media utama. Selain itu trend online yang sedang ramai sekarang ini membuat media ini menjadi media yang tepat untuk menyampaikan pesan kampanye.

- Baliho

  Baliho dipilih sebagai media yang berfungsi menyampaikan pesan ketika target sedang berada di jalan baik menuju dan pulang dari kantor.

- Stiker

  Stiker akan diletakan pada alat transportasi umum seperti angkutan kota, bus dan saran lainnya. Stiker dipilih untuk menyampaikan pesan singkat namun informatif dan tepat sasaran.

3.2.4.3 Gimmick

Media gimmick digunakan sebagai media pengingat untuk pesan yang akan disampaikan media tersebut antara lain :

- Jam Dinding

  Media ini dipilih sebagai media pengingat yang berfungsi untuk mengingatkan bahwa waktu terus berjalan dan tindakan pencegahan osteoporosis harus dilakukan secepat dan sedini mungkin.

- Mug

  Mug dipilih karena mug merupakn media yang sering digunakan sehari – hari. Selain itu mug juga sering digunakan dikantor. Maka pada mug ditempelkan pesan

yang dapat mengingatkan untuk terus melengkapi nutrisi bagi tulang.

3.2.4.4 Ambient Media

Ambient media yaitu memanfaatkan media – media yang ada disekitar target sasaran, media tersebut yaitu :

- *Keyboard* Komputer

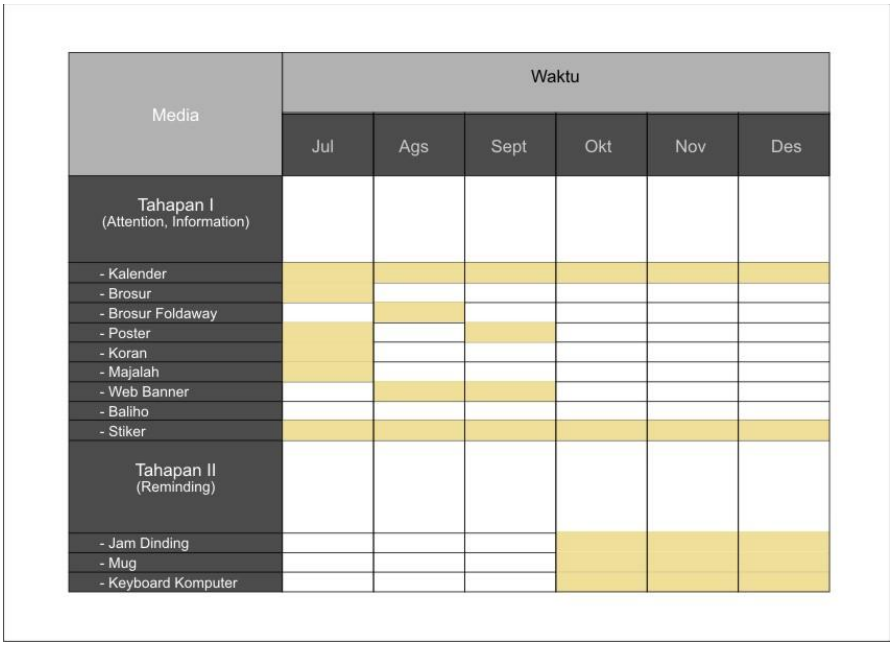
  Keyboard komputer merupakan alat yang sangat dekat dengan target sasaran. Karena *keyboard* komputer merupak alat sering terlihat di meja kerja.

3.2.5 Strategi Distribusi

Media – media yang sudah dipilih akan di distribusikan dan di tempatkan di tempat – tempat yang tepat sasaran. Dengan ini media akan disebarkan sesuai jadwal yang telah dibuat dan direncanakan.

Jadwal Penyebaran Media

Jadwal penyebaran media akan berlangsung selama 6 bulan yaitu berawal dari bulan Juli 2011 sampai bulan Desember 2011.



Gambar 3.2 Jadwal Penyebaran Media

3.2.6. Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan dalam kampanye ini menggunakan teknik fotografi, tipografi dan rekayasa gambar. Selain itu visual tersebut didukung oleh *headline* dan *bodycopy*. Visual yang akan disampaikan menggunakan gambar yang sangat dekat hubungannya dengan osteoporosis. Selain itu warna yang digunakan juga menggunakan warna yang menyerupai warna tulang dan dapat menimbulkan kesan dramatis. Sehingga target dapat merasakan kesan yang dalam dan mudah untuk diingat ketika melihat pesan yang disampaikan.

3.2.6.1. Format Desain

Pada kampanye ini format desain yang digunakan yaitu format desain yang sederhana yang menjadikan gambar sebagai inti pesan. Kemudian gambar tersebut di kombinasikan bersama dengan elemen – elemen estetis yang membuat gambar utama menjadi enak untuk dilihat. Format yang digunakan kebanyakan mempunyai format *portrait* (berdiri tegak) dan sebagian *landscape* (mendatar) sesuai kebutuhan penempatan media yang digunakan.

3.2.6.2. 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 3.3 Desain layout

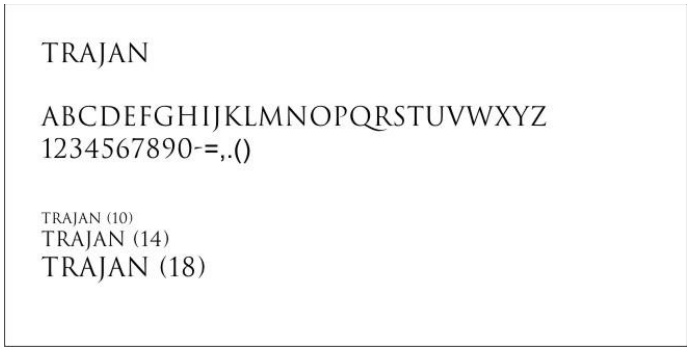
3.2.6.3. Tipografi

Dalam penyampain pesan huruf sangat berpengaruh untuk menampilkan kesan tertentu. Untuk pemilihannya huruf harus dilihat dari faktor keterbacaan, komunikatif, informatif, penekanan serta sesuai dengan target sasaran.

Pemilihan huruf yang tepat dapat membantu pesan agar mudah dibaca dan diingat. Ada dua jenis huruf yang dipakai dalam perancangan media kampanye ini. Huruf tersebut antara lain yaitu :

- Trajan

  Jenis huruf trajan merupakn huruf serif. Huruf serif dapat menimbulkan kesan serius dan penting. Huruf serif juga dapat membuat alur baca karena terdapat kaki pada huruf ini. Penggunaan huruf ini tidak untuk *bodycopy*, tetapi hanya untuk *headline* atau pesan utama yang ingin disampaikan.



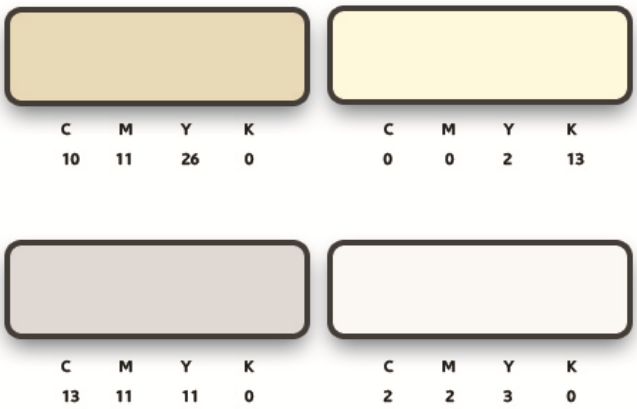
- Corisande Light

  Corisande Light merupakan huruf san serif yang cocok digunakan untuk *bodycopy*. Hal ini dikarenakan bentuk huruf corisande light yang tipis dan mempunyai karakter yang santai namun cocok untuk menyampaikan pesan yang serius. Corisande Light diterapkan untuk menulis *bodycopy* yang menampilkan banyak tulisan.



3.2.6.4. Warna

Warna merupakan salah satu elemen desain yang mempunyai karakteristik yang berbeda. Warna akan berperan dengan baik apabila ditempatkan dan dipadukan dengan warna lain yang cocok sehingga menghasilkan kesatuan yang harmonis. Dalam perancangan media kampanye ini menggunakan beberapa warna, antara lain :



Gambar 3.4 Warna Yang Digunakan

- Kuning

  Warna kuning yang digunakan lebih kepada pendekatan kepada warna tulang. Hal ini bertujuan agar warna yang ditimbulkan membuat kesan yang dekat dengan osteoporosis.

- Coklat

  Warna ini digunakan untuk menampilkan kesan dramatis. Agar kesan dalam dapat muncul setelah warna ini digunakan.

- Putih

Warna putih merupakan warna yang dekat hubungannya dengan kebersihan dan kesehatan. Oleh karena warna ini digunakan, karena kampanye ini berhubungan dengan kesehatan. Selain itu warna putih juga merupakan bagian dari warna tulang.