# BAB III

# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

## 3.1 Strategi Komunikasi.

Konsep jenis kegiatan kampanye yang digunakan yaitu Ideologically or cause oriented campaigns, adalah jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Menurut istilah Kotler disebut *social change campaigns*, yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik terkait (Venus, 2004,11).

Dalam perancangan kampanye mengenali makanan berformalin adalah bersifat persuasif, dimaksudkan untuk mempengaruhi sasaran melalui pendekatan secara mendalam terlebih dahulu fungsinya untuk memaksimalkan kampanye, strategi kampanye mempunyai peranan penting agar pesan dan kesan yang menjadi informasi dapat disampaikan kepada sasaran dapat diterima dan dimengerti dengan baik serta memiliki kesan yang dapat mengubah prilaku masyarakat yang melihatnya.

Strategi yang dilakukan adalah sebagai berikut ini :

- Menginformasikan tentang ciri-ciri dari makanan berformalin.
- Informasi berupa ajakan kepada masyarakat agar lebih teliti sebelum membeli makanan.

### 3.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam kampanye ini yaitu:

1. Memberikan pengetahuan mengenai makanan yang mengandung formalin secara visual.
2. Memberikan informasi tentang kesehatan jangka panjang apabila mengkonsumsi formalin.

### 3.1.2 Tema Dasar Komunikasi

Mengingatkan masyarakat di kota Bandung akan pentingnya mengkonsumsi makanan yang bebas dari formalin demi kesehatan jangka panjang.

### 3.1.3 Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan media kampanye ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dari kegiatan kampanye. Adapun materi yang akan disampaikan adalah:

”Memberikan informasi tentang ciri dari makanan berformalin sehingga masyarakat dapat memilih dahulu sebelum membeli”

### 3.1.4 Strategi kreatif

Strategi kreatif pengemasan media kampanye dalam mengenali makanan berformalin, disampaikan berupa poster yang mengandung visual yang telah diolah dan tifografi yang sesuai. Agar kampanye ini berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang

diharapkan maka kampanye ini harus dilakukan dengan seefektif mungkin. Hal ini perlu dilakukan untuk menarik target audiens agar bisa terpengaruh oleh kampanye ini.

- Pembuatan *Tag Line* Visual

  Konsep strategi kreatif dalam pembuatan *tag line* visual yaitu "Awas Bahaya Formalin" sebagai *tag line* kampanye dalam mengenali makanan berformalin. Kata awas diambil karena awas merupakan tingkatan paling berbahaya sehingga masyarakat akan lebih waspada.

- Perancangan gagasan visual

  Pencarian gagasan visual berawal dari pesan yang akan disampaikan melalui kampanye ini yaitu: "Memberikan pemahaman tentang ciri-ciri makanan berformalin" dengan cara dicium, ditekan dan dilihat. Gambaran yang ingin disampaikan dari gagasan visual kampanye ini adalah agar memunculkan efek psikologis sewaktu melihat visualisasi maupun bahasanya dan memotivasi target audiens untuk lebih berhati-hati dan mengenali dengan baik ciri dari makanan berformalin.

- Materi Visual

  Materi visual berawal dari *tag line* yang akan disampaikan melalui kampanye ini yaitu "awas bahaya formalin", dimana agar dapat

mengubah kebiasaan dengan cara memilih makanan-makanan yang tidak mengandung formalin sehingga aman untuk dikonsumsi.

### 3.1.5 Strategi Media

Strategi media yang diterapkan mengacu pada konsep dan strategi kampanye yang dipakai dalam perancangan ini. Konsep ini menekankan bahwa kekuatan media terletak pada pemilihan media sehingga akan menciptakan suatu respon dari sasarannya.

Dan dengan pengulangan pesan walau dengan nada pesan dan bentuk yang berbeda-beda namun tepat memiliki sebuah kesatuan maksud dari pesan yakni dengan cara memberikan informasi tentang ciri dari makanan berformalin.

### 3.1.6 Pemilihann Media

Didasarkan dari permasalahan yang dihadapi, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Media yang digunakan terbagi pada dua yaitu media primer dan media sekunder serta bagaimana mekanisme dan penempatan media-media tersebut dalam masyarakat.

### 3.1.6. 1 Media Primer

#### Poster

Poster merupakan media yang cukup efektif untuk menyampaikan pesan kampanye mengenali makanan berformalin. Poster adalah media dua dimensi, dengan format satu halaman yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan dapat digunakan untuk mempromosikan orang, sebab, tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi. Karena poster mampu menciptakan kesan tersendiri dan dapat memberikan pengaruh pada yang melihatnya melalui pesan visual yang menarik dan pesan verbal yang lugas sehingga mampu menyampaikan pesan melalui informasi yang dimuat pada poster tersebut. Poster juga bertujuan untuk menarik perhatian target audience, maka poster-poster kampanye ini dipasang di tempat-tempat strategis untuk memudahkan masyarakat melihat.

#### Brosur

Media ini digunakna karena di dalamya terdapat informasi-informasi mengenai makanan berformalin. Dengan tujuan agar masyarakat lebih bisa memilih makanan yang aman untuk dikonsumsi.

Spanduk

Media ini dapat memberikan pesan yang lebih lugas dan jelas dengan mengutamakan informasi sehingga target dapat langsung mengerti pada pesan yang disampaikan.

3.1.6.2 Media sekunder

Media Gimmick

Media ini digunakan karena biaya yeng lebih rendah serta media ini langsung ke target audiens. Diaplikasikan melalui media-media yang memiliki kegunaan seperti t-shirt, kantong belanja.

### 3.1.6.7 Penyebaran Media Kampanye Mengenali Makanan Berformalin

Sebuah penyebaran akan berjalan dengan lancar apabila segala sesuatunya terkoordinir dengan baik. Oleh karena itu dibutuhkan susunan acara yang perlu direncanakan. Berikut adalah tabel dari susunan acara dan pembagian waktu penyebaran media kampanye mengenali makanan berformalin, yang akan dibuat untuk penyebaran selama 5 bulan pada awal tahun yaitu lima bulan pada bulan Januari 2011 sampai bulan Mei 2011.

| Media | Bulan | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Poster 1 | | | | | |
| Poster 2 | | | | | |
| Poster 3 | | | | | |
| Spanduk | | | | | |
| Gimmick | | | | | |
| Pesan | Mengingatkan agar konsumen lebih memilih makanan yang bebas formalin | | | | |

Tabel: 2

| Jadwal Penyebaran Media | Media | Tempat Penyebaran Media |
|---|---|---|
| 5 Bulan Penuh | Poster 1 | Pasar dan sekitar pasar |
| 3 Bulan<br>Minggu ke 1,3,5 | Poster 2 | Pasar dan sekitar pasar |
| 2 Bulan<br>Minggu ke 2,4 | Poster 3 | Pasar dan sekitar pasar |
| 5 Bulan Penuh | Spanduk | Di pinggiran jalan raya, wilayah-wilayah pasar |
| Minggu ke Empat | Gimmick | Di Setiap pintu masuk pasar |

Tabel: 3

## 3.2. Konsep Visual Perancangan Kampanye Mengenali Makanan Berforrnalin

### 3.2.1 Format Desaln

Format desain yang digunakan bersifat asimetris, dimana letak unsur-unsur visual berbeda-beda. Baik gambar, ataupun letaknya berubah sesuai komposisi yang digunakan pada setiap media.

### 3.2.2 Lay Out

Lay out yang dlgunakan pada setiap media kampanye yaitu *landscape* dan *portrait.* Unsur-unsur pendukung kampanye seperti sponsor atau lembaga yang mendukung di tempatkan di kanan bawah.

### 3.2.3 Tipografi

Poster yang divisualkan dan tagline “Awas Bahaya Formalin", serta jenis huruf yang digunakan untuk poster ini menggunakan huruf Arial Black yang mempunyai karakter huruf tegas sederhana mudah terbaca dan memberi kesan serius akan tetapi santai.

Dilihat dari permasalahan Ini maka penulis menarik kesimpulan akan menggunakan jenis huruf yang bersifat tegas, mudah terbaca akan tetapi memberi kesan santai berikut bentuk jenis huruf yang dipilih yaitu;

Arial Black

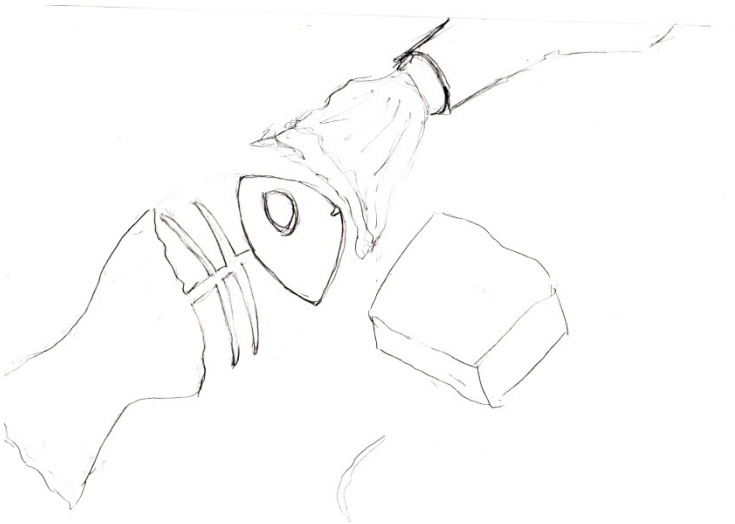
ABCDEFGHI JKLMNOPQRSTUVWXYZ

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % & * ( ) _ + { } : ” < > ?

### 3.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi digunakan untuk memperjelas dan mempertegas dari pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan media kampanye mengenali makanan berformalin, namun ilustrasi juga dapat dipakai sebagai daya tarik visual. Ilustrasi yang digunakan merupakan olahan dari fotografi untuk background maupun visualnya. Berikut contoh image yang akan digunakan dalam sebuah ilustrasi:



Gambar : 1. Sketsa

### 3.3.5 Warna

Warna memiliki daya tarik yang kuat dan menciptakan makna tersendiri. Warna juga dapat mengurangi rasa bosan, ataupun membangkitkan semangat pada objek. Dengan mempertimbangkan keharmonisan warna-warna yang digunakan, adapun warna-warna yang digunakan dalam perancangan media kampanye mengenali makanan berformalin ini adalah:



C: 0 M:0 Y:100 K: 0



C:0 M:60 Y:60 K:0

Kuning

Warna kuning memiliki banyak sekali makna yaitu tegas, hati-hati. warna ini diambil karena warna tersebut dominan dengan karakter target audiens.

Coklat

Warna coklat memiliki banyak sekali makna yaitu tenang, menyehatkan.

### 3.2.6. Konsep Logo

Mengambil bentuk cairan dan orang sehat agar tidak jauh dari konsep permasalahan tentang mengenali makanan berformalin. Sedangkan pada warna menggunakan dua hijau, dan abu-abu. Untuk jenis huruf pada logo kampanye menggunakan jenis huruf Arial black, jenis huruf tersebut memiliki karakteristik yang tegas, elegan dan mudah terbaca.

Berikut jenis huruf yang dipilih:

Arial Black

ABCDEFGHI JKLMNOPQRSTUVWXYZ

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % & * ( ) _ + { } : ” < > ?




Gambar : 2. Logo Kampanye