BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

Berikut ini akan dijelaskan mengenai strategi perancangan dan konsep visual sebagai landasan dalam membuat kampanye pencegahan Diabetes Mellitus melalui perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat dalam kampanye pencegahan Diabetes Mellitus melalui perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran ini dibuat dengan merubah tangga tersebut secara keseluruhan beserta dengan dinding-dinding tangga yang menggunakan warna cerah agar dapat menarik perhatian yang ditambah dengan beberapa testimoni dari penderita Diabetes Mellitus yang dipasang didinding sepanjang tangga.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang akan dilakukan menggunakan dua cara yaitu dengan pendekatan komunikasi secara visual, pendekatan visual yang dimaksud adalah menggunakan gambar-gambar nyata yang bersumber dari pengalaman. Pada pendekatan verbal akan di gunakan bahasa yang sopan dan bersifat menyanjung dan menghormati, agar penyampaian pesan dapat dengan mudah dimengerti dengan baik dan agar setiap orang yang melewati tangga tersebut merasa senang dengan kata-kata sanjungan yang terdapat disetiap anak tangga.

III.1.2 Strategi Kreatif

Dilihat dari berbagai jenis kampanye yang ada serta target audiens yang dituju maka strategi kreatif yang akan digunakan dalam melakukan kampanye ini adalah dengan menggunakan perancangan desain grafis tangga-tangga perkantoran. Pada penggunaan perancangan desain grafis tangga-tangga perkantoran ini dilakukan agar

dapat merubah perilaku masyarakat terutama diwilayah perkantoran yang pada umumnya malas untuk menaiki tangga karena disinyalir bahwa tangga tersebut dinilai sangat membosankan yang diperkuat dengan keberadaan lift yang berdampingan dengan tangga tersebut.

III.1.2.1 Gagasan Visual

Gagasan visual yang ditampilkan dalam kampanye pencegahan Diabetes Mellitus melalui perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran ini yaitu ingin memberikan kesan mewah dan menjadi pusat perhatian setiap orang yang melihatnya, kesan tersebut akan ditampilkan dengan penggunaan warna dan tipografi yang sederhana, penggunaan tipografi, *layout* dan warna yang cerah tersebut digunakan agar masih tetap bisa terlihat walaupun dari jarak yang cukup jauh.

- Warna yang digunakan adalah warna warna cerah agar dapat menjadi pusat perhatian.



Gambar III.1 Warna dasar yang digunakan dalam kampanye



Gambar III.2 Aplikasi warna pada media

III.2 Konsep Visual

Konsep visual dari kampanye pencegahan Diabetes Mellitus melalui perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran ini menggunakan konsep *modern* dan mewah yang dipadukan dengan penggunaan warna yang cerah agar dapat menarik perhatian setiap orang yang berada diarea perkantoran tersebut, dan sekaligus agar membuat orang merasa penasaran dengan keberadaan tangga tersebut.



Gambar III.3 Konsep visual

III.2.1 Judul Kampanye

Judul yang digunakan pada kampanye ini didesain dengan memainkan penggunaan huruf dan logo yang digabungkan menjadi satu kesatuan yang menjadi sebuah identitas dari kampanye pencegahan Diabetes Mellitus tersebut, penggabungan huruf dan gambar ini ditujukan kepada masyarakat yang berada dilingkungan perkantoran agar tidak terlalu membosankan dan membuat masyarakat merasa penasaran. Judul yang digunakan dalam kampanye ini adalah Diabetes Mellitus *Prevention* (DMP), yang menekankan kepada pencegahan Diabetes Mellitus yang dilakukan salahsatunya dengan berolahraga yang sederhana.



Gamabar III.4 Penggunaan judul pada kampanye

III.2.2 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam kampanye ini menggunakan sans serif dan menggunakan *font gotham* dan *segoe print*, *font gotham* mempunyai karakter yang bersih, kokoh, elegan dan simpel yang memungkinkan memiliki tingkat keterbacaan yang mudah dipahami. Penggunaan *font segoe print* juga sangat mendukung dalam pelaksanaan kampanye pencegahan Diabetes Mellitus ini, karena penggunaan *font* ini berkesan santai dan tidak terkesan serius, *font segoe print* ini digunakan pada media pendukung.



Gamabar III.5 Tipografi yang digunakan dalam kampanye



Gamabar III.6 Penerapan *font gotham* yang dipasang pada setiap anak tangga

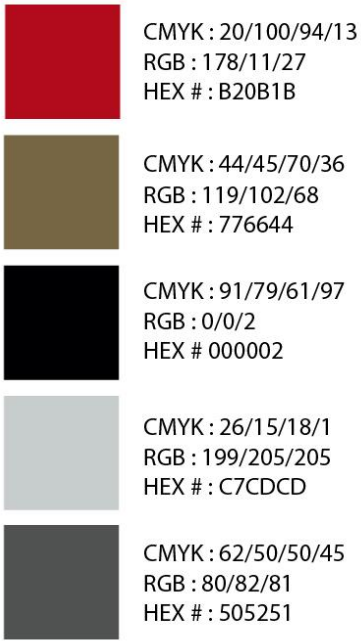


Gambar III.7 Penerapan *font segoe print* pada media pendukung

III.2.3 Warna

Warna yang digunakan dalam kampanye pencegahan Diabetes Mellitus melalui perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran ini menggunakan warna-warna yang cerah yang lebih ditujukan agar dapat menjadi pusat perhatian dan menampilkan kesan mewah pada kampanye ini yang ditujukan agar keberadaan tangga tersebut tidak terlihat membosankan dan agar dapat menarik perhatian semua

masyarakat yang berada didalam kantor tersebut agar menumbuhkan keinginan untuk menaiki tangga tersebut.



Gambar III.8 Warna dan kode warna yang digunakan dalam kampanye

Warna Merah : Merah melambangkan kekuatan, kemauan, aktif, agresif dan mampu meningkatkan semangat. Warna merah termasuk warna yang hangat, mampu menarik perhatian.

Warna Coklat : Merupakan warna netral yang natural, hangat, membumi dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberi kesan anggun dan elegan. Dapat memberi keyakinan dan rasa aman, warna yang akrab dan menenangkan, bisa mendorong komitmen.

Warna Hitam : Warna hitam melambangkan keanggunan, kemakmuran, dan kecanggihan.

Warna Abu-abu : warna abu-abu melambangkan intelek, masa depan, kesederhanaan, kesedihan, warna abu-abu adalah warna yang paling mudah untuk dilihat oleh mata.

III.2.4 Format Desain

Format desain dalam kampanye pencegahan Diabetes Mellitus melalui perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran ini menggunakan format desain berupa *manual book* yang dibuat agar identitas kampanye yang akan dilaksanakan dapat lebih mudah untuk diingat dan dikenali oleh masyarakat terutama masyarakat diarea perkantoran.

III.2.5 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak yang akan digunakan pada kampanye ini merupakan ketentuan mengenai penyusunan berbagai elemen dalam satu komposisi *layout* yang mengandung unsur grafis seperti warna, teks, garis, gambar dan sebagainya, *layout* yang akan digunakan dalam kampanye pencegahan Diabetes Mellitus melalui perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran ini menampilkan kesan *modern*, simpel agar tidak terkesan terlalu ramai.



Gambar III.9 *Layout* Media

III.2.6 Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang akan digunakan dalam perancangan kampanye ini menggunakan perpaduan antara foto, *vector,* dan tulisan yang bertujuan agar target audiens yang dituju ketika melihat perpaduan tersebut dapat langsung merasakan apa yang sedang digambarkan oleh foto, *vector,* dan tulisan tersebut yang akan semakin memperkuat pencitraan terhadap kampanye yang dilakukan.



Gambar III.10 Ilustrasi foto dan *vector*

III.3 Strategi Media

Strategi media utama yang akan digunakan dalam penyampaian pesan dari kampanye ini yang langsung berhubungan dengan masyarkat diwilayah perkantoran dan media yang digunakan akan memungkinkan masyarakat dapat langsung berinteraksi dengan media tersebut. Media yang akan digunakan antara lain :

a. Media Utama

1. Perancangan Desain Grafis PadaTangga-Tangga Perkantoran

Media ini menggunakan perancangan desain grafis tangga-tangga perkantoran karena penggunaan perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran ini masih sangat sedikit dilakukan dalam kampanye dengan merubah sebagian besar area kantor yang akan dituju dengan menggunakan kesan *modern*, *elegan*, dan warna-warna yang cerah agar setiap orang yang melihatnya ikut tertarik untuk menaiki tangga tersebut yang ditambah dengan beberapa kata-kata sapaan, sanjungan yang membuat setiap orang akan senang dengan kata-kata tersebut.



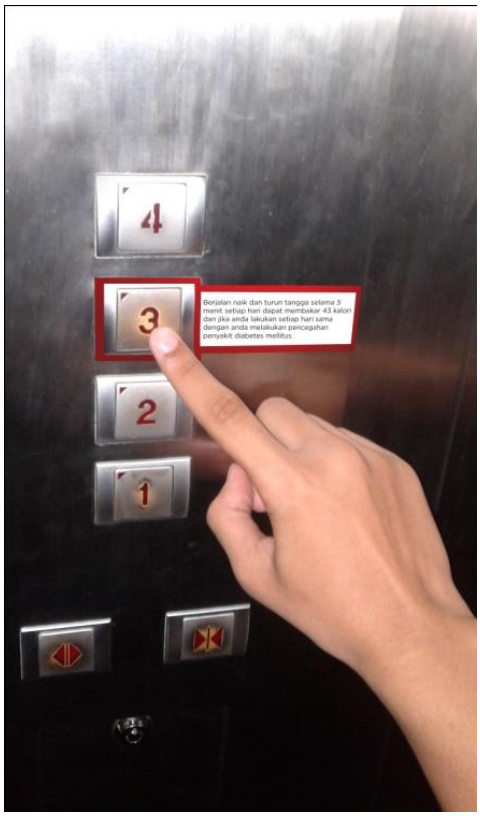
Gambar III.11 *Preview* ruangan

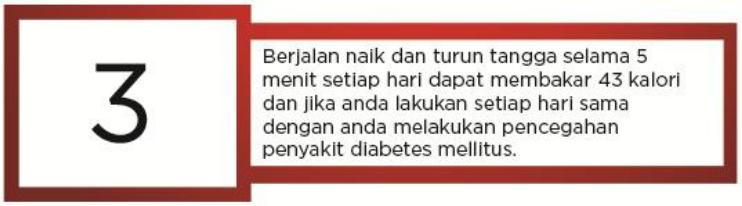
b. Media Pendukung

Media yang akan digunakan sebagai media penunjang dalam kampanye pencegahan Diabetes Mellitus melalui perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran ini adalah :

1. *Ambient* media didalam lift

Dalam pelaksanaannya media pendukung digunakan *ambient* media didalam lift yang berbentuk stiker dof yang terdapat pada tombol-tombol angka di lift, dimana *ambient* tersebut langsung berinteraksi dengan orang yang akan menaiki dan memencet tombol lift tersebut. Pada bagian *ambient* media tersebut disisipkan beberapa kata tentang ajakan untuk lebih memilih tangga dibandingkan dengan naik lift, ajakan tersebut berisi tentang manfaat yang akan terjadi bila itu dilakukan secara rutin sekaligus sebagai pencegahan Diabetes Mellitus secara sederhana dan dapat dilakukan setiap harinya.





Gambar III.12 *Ambient* media didalam lift

2. *Notes* lemari Es

Dalam pelaksanaannya media ini sangat sederhana, tetapi mempunyai arti yang sangat penting terutama ketika kita akan mengawali hari sebelum kita akan melakukan aktifitas terutama dikalangan kantoran, *notes* sederhana ini akan selalu ada setiap hari pada tempat yang strategis untuk mengingatkan tentang pencegahan penyakit Diabetes Mellitus yaitu berupa tulisan sederhana yang berisi " Cegah penyakitnya, sehat selamanya". Dengan keberadaan *notes* ini orang akan diingatkan tentang hidup sehat tanpa penyakit Diabetes setiap kali mereka melihatnya.



Gambar III.13 *Notes* lemari es

3. Brosur

Dalam pelaksanaannya media brosur ini dijadikan media pendukung yang berisi tentang informasi dari Diabetes Mellitus mulai dari pengenalan tentang penyakit Diabetes Mellitus, penyebab Diabetes Mellitus , gejala awal seseorang terkena Diabetes Mellitus. Dalam penyebaranya, media brosur ini disimpan dibagian paling atas pada bagian anak tangga, agar setiap orang yang menaiki tangga tersebut dapat mengambil, membaca dan memahami tentang isi pesan yang disampaikan, bentuk yang digunakan dalam brousr juga mengikuti identitas logo dari kampanye tersebut agar brousr tersebut tidak terlalu membosankan sepeti brosur-brousr pada umumnya, dan agar setiap orang yang melihat brosur tersebut tertarik dengan bentuk brosur yang telah disediakan.

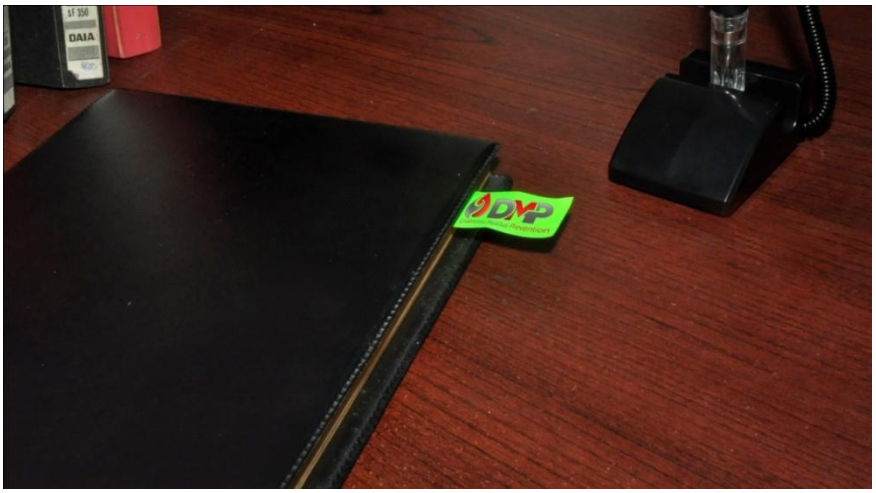


Gambar III.14 Brosur

4. *Notes* diagenda

Dalam pelaksanaannya *notes* ini akan digunakan diagenda sebagai pengingat kembali, dipilihnya media *notes* ini walaupun mempunyai bentuk yang kecil tetapi

akan sangat diingat karena peletakanya yang strategis yang memungkinkan untuk orang dapat mengingatnya karena unik dan aneh, untuk membatasi atau menandai sebuah buku atau agenda cara yang paling mudah adalah dengan menggunakan *notes* ini, didalam *notes* tersebut sudah terdapat logo pencegahan diabetse mellitus sebagai pengingat kembali. Pada penggunaan *notes* ini juga menggunakan beberapa warna yang cerah agar setiap orang dapat memilih warna yang di inginkan, penggunaan warna yang cerah ini juga ditujukan agar dapat menarik perhatian dengan warna yang kontras akan menarik perhatian siapapun yang melihatnya.



Gambar III.15 *Notes* di agenda



Gambar III.16 Pilihan warna *notes*

5. Stiker *balpoint pad*

Dalam pelaksanaannya media stiker ini disimpan di *balpoint pad* yang menegaskan pengulangan tentang pencegahan penyakit Diabetes Mellitus, sama halnya seperti *notes* dilemari es, tanpa disadari ketika kita akan menulis dan membutuhkan *balpoint* tersebut kita akan melihat isi pesan yang disampaikan yang terdapat didalam stiker yang diletakan pada *balpoint* yang akan dengan mudah untuk di ingat karena peletakan yang sangat strategis dan tanpa diduga.



Gambar III.17 Stiker *balpoint pad*

6. Poster

Dalam pelaksanaannya media poster ini disimpan dalam beberapa ruangan kantor yang menegaskan penyebab lain dari Diabetes Mellitus, penyimpanan media poster ini bertujuan agar setiap orang yang melihatnya berfikir kembali untuk memakan makanan yang mereka konsumsi setiap harinya yang jika dimakan secara terus menerus akan menimbulkan sebuah penyakit yang disebkan oleh makanan

tersebut dan salahsatunya adalah penyakit Diabetes Mellitus. Penggunaan visual yang sederhana dan penggunaan kata-kata yang sederhana akan membuat orang yang melihatnya akan merasa penasaran dan ingin mengetahui pesan yang disampaikan oleh poster tersebut.



Gambar III.18 Poster

III.4 Strategi Distribusi

Media utama yang dilakukan pada kampanye ini adalah perancangan desain grafis pada tangga-tangga perkantoran yang bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Bandung. Penyebaran dilakukan dibeberapa kantor di Kota Bandung baik negeri maupun swasta. Penyebaran media akan dilakukan dengan cara memeberikan arahan terlebih dahulu kepada petinggi kantor tersebut tentang bahaya dan resiko yang ditimbulkan dari penyakit Diabetes Mellitus tersebut dan cara pencegahan yang tepat untuk dilakukan dikantor, memberikan arahan tentang peletakan media yang akan digunakan sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan.