BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Berdasarkan analisa dan solusi yang sudah dijelaskan sebelumnya dimana kampanye sosial gerakan menyayangi hewan sebagai solusi paling ideal. Maka dari itu diperlukan strategi perancangan yang tepat agar pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat mudah dipahami, efektif dan efisien. Strategi perancangan yang baik adalah yang sesuai dengan tujuan awal yang diharapkan.

Strategi perancangan yang akan dilakukan adalah dengan membuat suatu kegiatan kampanye sosial yang bersifat menggugah, mengingatkan, mengajak serta menginformasikan kepada masyarakat tentang bagaimana cara memperlakukan hewan dengan baik dan sebab yang terjadi jika memperlakukan hewan dengan tidak baik atau dengan kata lain melakukan tindak kekerasan terhadap hewan. Strategi perancangan yang dimaksud diantaranya:

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi akan dapat diterima dengan efektif jika komunikasi tersebut memenuhi 5 syarat hukum komunikasi yang efektif. Kelima hukum tersebut adalah:

1. *Respect*

Dimana sikap menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. Karena pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. ika kita membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerjasama yang menghasilkan sinergi yang akan meningkatkan efektifitas kerja.

2. *Empathy*

Empati adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap empati adalah kemampuan kita untuk mendengarkan atau mengerti terlebih dulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain.

jadi sebelum kita membangun komunikasi atau mengirimkan pesan, kita perlu mengerti dan memahami dengan empati calon penerima pesan kita. Sehingga nantinya pesan kita akan dapat tersampaikan tanpa ada halangan psikologis atau penolakan dari penerima.

3. Audible

Makna dari kata *Audible* itu sendiri adalah dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Jika empati berarti kita harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka audible berarti pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. Hukum ini mengatakan bahwa pesan harus disampaikan melalui media atau delivery chanel sedemikian hingga dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan.

4. Clarity

Clarity dapat diartikan keterbukaan dan transparansi. Dalam berkomunikasi kita perlu mengembangkan sikap terbuka (tidak ada yang ditutupi atau disembunyikan), sehingga dapat menimbulkan rasa percaya (trust) dari penerima pesan.

5. Humble

Hukum kelima dalam membangun komunikasi yang efektif adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama yaitu untuk membangun rasa menghargai orang lain.

Itulah kelima hukum yang harus dipenuhi agar komunikasi dapat tersampaikan kepada audiens secara efektif dan efisien. Dalam kampanye sosial anti kekerasan terhadap hewan ini juga akan menggunakan dua macam pendekatan komunikasi, pendekatan komunikasi visual dan pendekatan komunikasi verbal.

III.1.1.1 Pendekatan Komunikasi Visual

Menurut Michael Kroeger, Komunikasi Visual adalah latihan teori dan konsep-konsep melalui istilah-istilah visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis, dan penjajaran (*juxtaposition*). Sementara menurut Ana Yuliastanti, Komunikasi visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi

visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial atau komersial dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada individu atau kelompok lainnya.

Dalam kampanye sosial anti kekerasan terhadap hewan ini, pendekatan visual mengarah ke penggabungan antara huruf dan gambar. Dengan memilih karakter hewan yang menjadi korban tindak kekerasan menggunakan teknik vector yang digabungkan dengan unsur tipografi untuk memperjelas makna kampanye ini.

III.1.1.2 Pendekatan Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan baik itu secara lisan maupun tertulis yang berperan penting dalam sebuah media komunikasi, agar komunikasi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas. Sesuai dengan sifat kampanye yaitu bersifat mengajak atau persuasif, setiap kata yang akan digunakan dalam program kampanye ini juga harus menggunakan kata yang mempersuasi, singkat, padat, jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Kampanye anti kekerasan terhadap hewan ini menggunakan slogan : " Sayangi Hewan (*Care Animal*)". Kedua kata tersebut sudah cukup buat mempengaruhi audiens agar menyayangi hewan disekitar mereka.

III.1.2 Strategi Kreatif

Agar pesan dapat diterima dengan jelas oleh audiens, diperlukan strategi yang unik serta kreatif. Strategi kreatif dapat berupa elemen visual atau tulisan. Sebuah kampanye sosial biasanya identik dengan tanda pengenal sebagai identitas dari kampanye tersebut. Tanda pengenal yang dimaksud dapat berupa logo. Nantinya logo tersebut dapat diaplikasikan kedalam berbagai media penunjang kampanye tersebut .

III.1.3 Strategi Media

Seperti yang telah dibahas sebelumnya perancangan kampanye sosial anti kekerasan terhadap hewan ini menggunakan berbagai media untuk menunjang kampanye. Media yang di maksud antara lain, kaos, gelas atau mug, poster, jam

dinding, tumbler, tong sampah, eco bag, buku dan video kampanye sebagai media utamanya.

1. Poster

Poster menjadi elemen yang penting dalam membantu tersebarnya informasi. Didalam poster itu sendiri informasi yang disampaikan harus singkat, padat, mudah dipahami serta mengajak. Hal tersebut sesuai dengan pengertian poster yaitu sebuah karya desain grafis yang mempunyai komposisi visual penggabungan ilustrasi dan elemen tipografi yang berisi tentang informasi yang bersifat persuasif. Dalam mendesain poster juga diperlukan prinsip-prinsip dasar agar poster terlihat menarik dan enak dilihat si target. Prinsip-prinsip dasar tersebut diantaranya:

a. Keseimbangan (*Balancing*)

Keseimbangan merupakan prinsip dalam komposisi untuk menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa.

b. Alur baca (*Movement*)

Alur baca diatur secara sistematis untuk mengarahkan “mata pembaca” dalam menelusuri informasi, dari satu bagian ke bagian yang lain.

c. Penekanan (*Emphasis*)

Penekanan bisa dicapai dengan membuat judul atau illustrasi yang jauh lebih menonjol dari elemen desain lainnya berdasarkan urutan prioritas.

d. Irama (*Rhytm*)

Irama adalah pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis. Pengulangan tersebut bisa membentuk urutan gerakan, pola/pattern tertentu.

e. Kesatuan (*Unity*)

Beberapa bagian dalam poster harus digabung atau dipisah sedemikain rupa menjadi kelompok-kelompok informasi.

2. Gelas / Mug

Gelas/Mug merupakan benda yang sering kali digunakan dan mudah sekali ditemukan. Dengan media ini diharapkan kampanye akan langsung tersampaikan

ke masyarakat karena pada saat menggunakan media ini masyarakat otomatis akan melihat tampilan yang terdapat dalam media.

3. T-Shirt

T-shirt menjadi salah satu media pendukung sebuah kampanye, hampir semua hal yang berhubungan dengan kampanye tidak pernah lepas dari media yang satu ini. Dan seperti halnya gelas/mug, media ini mudah di dapat dan berinteraksi langsung dengan masyarakat.

4. Tumbler

Sama seperti gelas/mug, Tumbler juga media yang mudah dijumpai. Hanya saja tumbler tidak digunakan sesering gelas/mug, hanya masyarakat tertentu saja yang menggunakannya.

5. Video

Pada saat ini perkembangan teknologi semakin canggih, hal ini memungkinkan penggunaan media jenis video menjadi media kampanye paling tepat selain poster. Apalagi hampir semua masyarakat pada saat ini dapat dengan mudah mengakses video melalui youtube via internet.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Design

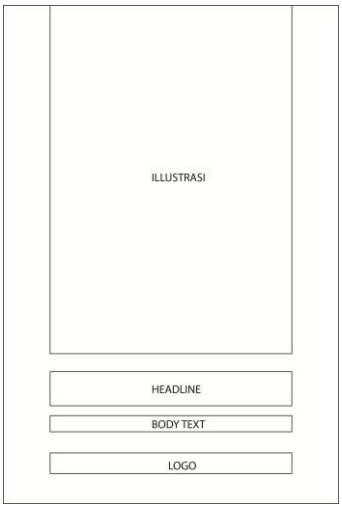
Format design yang akan digunakan hampir keseluruhan menggunakan format grafis dalam bentuk vektor. Grafis Vektor adalah objek gambar yang dibentuk melalui kombinasi titik – titik dan garis dengan menggunakan suatu rumusan matematika tertentu. Format vektor dipilih karena format ini lebih mudah untuk dieksplorasi, objek gambar lebih efisien dan tidak akan pecah biarpun objek gambar itu di kecilkan atau pada saat dibesarkan. Disamping itu, format grafis vektor dapat menghasilkan tampilan visual yang unik dan menarik tetapi tidak melenceng dari tujuan utama kampanye.



Gambar III.1 Contoh desain poster dengan format vektor.
Sumber : http://static8.depositphotos.com/1017503/ (diakses juli 2015)

III.2.2 Tata Letak / Layout

Dalam sebuah karya desain, salah satu yang perlu diperhatikan adalah tata letak / layout. Pada hakikatnya, layout memiliki 5 prinsip utama yaitu urutan, penekanan, keseimbangan, kesatuan dan konsistensi. Layout akan menentukan arah baca serta kenyamanan untuk mempermudah target audiens memahami isi dari karya desain tersebut.



Gambar III.2 Format Layout poster
Sumber : Dokumen pribadi

III.2.3 Tipografi

Pada saat ini Tipografi tidak hanya sekedar sebagai unsur bacaan, tetapi juga memiliki unsur seni yang luar biasa. Seperti halnya ilustrasi, huruf juga memiliki rasa seolah-olah huruf itu bernyawa sehingga akan menuntun target merasakan apa yang sedang huruf itu bicarakan.

Dalam kampanye sosial anti kekerasan terhadap hewan ini jenis huruf yang digunakan adalah krungthep, HelveNueThin, Helvetica Neue, dan PT Mono. Pemilihan font ini dikarenakan font tersebut memiliki karakteristik yang tegas, kuat serta memiliki tingkat keterbacaan yang jelas.

Font Krungthep dilihat dari bentuk dan proporsional hurufnya, font ini terlihat kokoh dan keras karena tampilannya yang tebal serta terlihat lebih modern. Sedangkan font HelvenueThin dan Helvetica Neue merupakan masih satu *family* font ini meskipun terlihat tipis akan tetapi memiliki tingkat ketebacaan yang *contrast.* Sementara itu font PT Mono jika dilihat dari bentuknya merupakan font yang tegas tapi dalam bentuk yang tipis. Semua font tersebut dapat mengkomunikasikan pesan, ajakan serta bujukan sesuai tujuan kampanye sosial ini.

Krungthep

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

HelveNueThin

ABCD**EFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Helvetica Neue

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

PT Mono

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi biasanya berfungsi sebagai visualisasi atau gambaran dari kejadian yang ada. Ilustrasi dan tipografi sangat erat hubungannya, karena diantara keduanya berfungsi sebegai penjelas dari suatu karya seni.

Menurut Wojirsch, ilustrasi merupakan gambaran pesan yang tak terbaca yang dapat menguraikan cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Sehingga dapat menielaskan makna yang terkandung didalam pesan tersembunyi (1995).

Dengan kata lain ilustrasi merupakan gambar atau bentuk visual lainnya yang digunakan sebagai pendukung, memperjelas, mengurai pesan suatu cerita atau tulisan.



Gambar III.3 Contoh Illustrasi
Sumber : http://i.istockimg.com/file_thumbview_approve/3377258 (diakses Juli 2015)

Dalam Kampanye sosial anti kekerasan terhadap hewan ini, ada beberapa objek gambar yang ditampilkan sebagai pendukung media. Diantaranya dalam media Video motion grafik terdapat objek siluet tangan, jejak kaki hewan, darah, logo kampanye serta beberapa symbol lainnya. Dalam video tersebut siluet tangan dapat diartikan pencegahan, menghimbau kepada *audiens* untuk berhenti melakukan tindakan kekerasan terhadap hewan, sedangkan jejak kaki hewan, darah serta elemen pendukung lainnya lebih menceritakan tentang keadaan yang terjadi dilapangan.

Sedangkan ilustrasi dalam poster menggunakan objek kaki seekor gajah. Sebagaimana yang telah dibahas dalam pembahasan sebelumnya, gajah merupakan salah satu korban tindak kekerasan yang dilakukan manusia. Tindak kekerasan terhadap hewan ini tergolong parah. Selain dimutilasi gajah diambil batok kepala serta gadingnya. Berdasarkan alasan tersebut, gajah menjadi pertimbangan untuk dimunculkan dalam upaya kampanye sosial anti kekerasan terhadap hewan ini.

Dalam media aplikasi lainnya, terdapat pula ilustrasi harimau, anjing seeta monyet semuanya merupakan hewan – hewan yang banyak mengalami tindak kekerasan.

III.2.5 Warna

Menurut Albert H. Munsell, warna merupakan elemen penting dalam semua lingkup disiplin seni rupa, bahkan secara umum warna merupakan bagian penting dari segala aspek kehidupan manusia.

Dengan adanya warna, kita semua dapat melihat benda yang berada disekitar kita. Didalam sebuah karya desain, pemilihan komposisi warna yang tepat akan membuat karya tersebut enak dipandang dan tentunya menarik minat audiens untuk melihatnya



Gambar III.4 Pallet Warna
Sumber : dokumen pribadi

Dalam perancangan kampanye sosial anti kekerasan terhadap hewan ini warna utama yang digunakan adalah warna coklat, warna coklat dipilih karena warna coklat merupakan warna netral yang memberikan kesan nyaman, keyakinan dan kenyamanan. Dengan penjelasan teori warna diatas, sehingga warna coklat ini sesuai dengan tujuan utama dari kampanye sosial ini, yaitu memberikan kenyamanan, dan keamanan terhadap semua jenis hewan yang hidup di bumi ini.