BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL KAMPANYE PEDULI PENDERITA ALZHEIMER

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dan diuraikan dari pemecahan masalah kampanye penyakit alzheimer yaitu : Membuat media kampanye yang bersifat mengingatkan dan mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap penderitat alzheimer.

3.2 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 pelaksanaannya, kampanye menggunakan sistem komunikasi massa guna menyampaikan pesan. Komunikasi massa dapat diartikan pesan yang dikomunikasikan melalui media pada jumlah besar orang. Komunikasi massa didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau

elektronis sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 1996:189).

Permasalahan penderita alzheimer selalu diacuhkan orang-orang yang berada dilingkungannya hal itu disebabkan oleh sikap dari penderta alzheimer yang selalu berubah-ubah terhadap orang yang berada di sekitarnya selalu dimarahi tanpa alasan sehingga menyebabkan orang itu menjadi takut terhadap perilaku si penderita. Hal tersebut menjadi perancangan kampanye (komunikasi) disusun agar tepat baik materi, cara penyampaian, dan efektif pada target audience.

Strategi yang dilakukan yaitu:

- Menginformasikan dan mengingatkan para masyarakat agar lebih berkomunikasi lagi dengan penderita alzheimer yang sebenarnya lebih membutuhkan orang-orang yang berada disekitarnya.
- Menginformasikan betapa pentingnya informasi penyakit alzheimer agar masyarakat di Indonesia lebih mempedulikan permasalahan-permasalahan yang dialami penderita alzheimer.
- Menggunakan bahasa visual pengingat dan ajakan.

3.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan kampanye sebagai media informasi, tujuan komunikasi sangatlah penting agar media kampanye yang disampaikan bisa tepat pada target audiens yang ditujukan.

Adapun tujuannya adalah sebagai berikut:

- Perancangan media kampanye ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas tentang penyakit alzheimer dan juga ciri-ciri dari si pederita
- Menumbuhkan rasa peduli, betapa bahwa penderita alzheimer itu membutuhkan bantuan dan juga bukan untuk ditinggalkan.

3.2.2 Tema Dasar komunikasi

Mengingatkan para masyarakat agar lebih peduli terhadap para penderita alzheimer dan juga memahami karakter dari si penderita.

3.2.3 Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan media kampanye ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dari kegiatan kampanye. Adapun materi yang akan disampaikan adalah: “Perhatian dan kasih sayang berarti banyak bagi penderita Alzheimer”.

3.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif pengemasan media kampanye sosial Penyakit alzheimer, disampaikan berupa media cetak poster yang dikemas dengan menggabungkan unsur ilustrasi fotografi, dan tifografi yang sesuai. Agar kampanye ini berjalan dengan lancar, dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Maka kampanye

dilakukan dengan seefektif dan sekreatif mungkin. Hal ini agar target audiens yang ditujukan bisa terpengaruh oleh kampanye yang penulis lakukan.

1. Pembuatan *Tag line* Visual

Konsep strategi kreatif dalam pembuatan *tag line* visual didasarkan dari hasil penelitian dilapangan yaitu sifat dan ciri khas dari penderita alzheimer yang selalu menyendiri dan tidak dapat melakukan apa-apa dan sangat bergantung pada orang lain. maka *tag line* nya yaitu*"Jangan biarkan mereka sendirian,* sebagai *tag line* visual Kampanye sosial penyakit alzheimer. Yang mempunyai artian sebagai berikut :

Setiap penderita alzheimer membutuhkan perhatian yang lebih, meskipun mereka tidak butuh bantuan dari orang lain, tetapi mereka pada umumnya masih bisa diajak untuk berbicara meskipun sangat sulit untuk mereka ungkapkan.

2. Pencarian Gagasan Visual

Pencarian gagasan visual berawal dari pesan yang akan disampaikan melalui kampanye ini yaitu: *"jangan biarkan mereka sendirian",* secara berkesinambungan dapat membantu penderita alzheimer untuk lebih diberikan perhatian yang lebih dari orang lain.

Lalu mencari apa yang harus disampaikan yaitu dengan cara pendekatan psikologis. Gambaran yang ingin ditampilkan dari gagasan visual kampanye ini adalah agar memunculkan psikologis sewaktu melihat visual maupun bahasanya dan memotivasi target audience untuk lebih teringat pada penderitaan yang diderita oleh pengidap penyakit alzheimer.

3. Materi Visual

Materi visual berawal dari tag-line yang akan disampaikan melalui kampanye ini yaitu : dimana para penderita alzheimer itu membutuhkan bantuan dari banyak orang bukan hanya orang terdekat saja tetapi juga seluruh kalangan masyarakat

3.4 Strategi Visual

Strategi visual yang ditampilkan dalam perancangan media kampanye "*Jangan Biarkan Mereka Sendirian",* menggunakan visual penjelasan, ajakan dengan kata penegasan yang efektif dan semenarik mungkin. Agar target yang dituju mengenai sasarannya.

3.5 Pendekatan Visual

a. Ilustrasi

Jenis ilustrasi yang digunakan dalam perancangan media kampanye ini adalah foto seorang penderita alzheimer yang merupakan salah satu ciri dan sifat penderita alzheimer yang cenderung tidak aktif lagi dan mulai kehilangan minat untuk melakukan sesuatu yang disukainya.



(Gambar 3.1. konsep visual)

a. Warna

Jenis warna yang digunakan pada perancangan media kampanye ini adalah menggunakan warna-warna primer dan menarik. Sehingga pembaca atau khalayak target yang melihat menjadi tertarik.



Gambar 3.2 Konsep Warna

b. Tipografi

Jenis huruf yang akan digunakan pada perancangan media kampanye ini adalah menggunakan jenis huruf Impact dan futura gothic yang mempunyai

karakter huruf tegas, mudah terbaca dan memberi kesan serius akan tetapi santai dan modern.



Gambar 3.3 Konsep tipografi

3.6 Kata Kunci

- **Berbagi cerita,** suatu sikap bersosialisai dan bertukar pikiran
- **Peduli terhadap sesama**
- **Dekati,** suatu sikap yang timbul dari dalam diri untuk lebih mengenal
- **Perhatian**, suatu prilaku melihat sesuatu secara berlebihan

3.7 Strategi Media

Setelah merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif maka selanjutnya tinggal memikirkan bagaimana merancang strategi media komunikasi karena dalam menyapaikan suatu pesan ke khalayak dibutuhkan sebuah media, pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang disampaikan bisa dirasakan oleh target sasaran atau khalayak.

Gambaran yang ingin ditampilkan dari gagasan visual perancangan media kampanye ini adalah berupa poster karena media ini lebih efektif untuk seluruh usia, dan media ini akan dibuat sekreatif mungkin agar media ini dapat memunculkan peringatan psikologis sewaktu melihat visual maupun bahasanya dan memotivasi target sasaran agar dapat menyentuh hati si penglihat untuk dapat lebih peduli terhadap para penderita penyakit alzheimer yang membutuhkan banyak perhatian dari masyarakat di sekitarnya.

Teori penggunaan media untuk kegiatan kampanye ini yaitu media primer dan media sekunder. Sebenarnya media primer adalah media yang memimpin atau diutamakan dalam sebuah kampanye iklan, sedangkan media sekunder adalah media-media yang bersifat menunjang atau melengkapi. Pemilihan media primer dan sekunder sangat tergantung dengan sifat kampanye yang akan diiklankan.

3.7.1 Pemilihan Media

Didasarkan pada permasalahan yang dihadapi, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Media yang digunakan terbagi pada dua jenis yaitu media primer dan media sekunder, untuk media primer yaitu :

- Media cetak : poster sebagai media primer atau utama yang menginformasikan tentang mengajak masyarakat untuk peduli lebih memberikan luang waktunya untuk memberikan perhatian terhadap penderita penyakit alzheimer. ditempelkan ditempat papan pengumuman dirumah sakit, puskesmas maupun tempat praktek dokter.

Sedangkan yang termasuk pemakaian media sekunder yaitu :

- Media Cetak : flyer, brosur, banner dan iklan surat kabar.
- Media Gimmick : Media ini digunakan karena biayanya lebih rendah serta media ini langsung ke target sasaran. Diaplikasikan melalui media-media yang memiliki kegunaan seperti, t-shirt, mug, pin, stiker,

3.7.2 Pertimbangan Dasar Pemilihan Media

Berdasarkan target sasaran yang berdomisili dan masyarakat yang berada di pemukiman komplek di Kota Bandung maka penyebaran media didasarkan pada waktu hari raya kemerdekaan nasional, masa liburan kependidikan ataupun hari raya tahun baru. Karena pada waktu-waktu tersebut hampir semua penghuni pemukiman komplek sedang dalam hari libur bersama dan penyebaran menjadi berjalan efektif, dan dalam pemilihan medianya langsung berhubungan dengan target sasaran.

3.7.3 Tahap-tahap Perencanaan

Dalam perencanaan perancangan media kampanye sosial, dibutuhkan beberapa tahapan dalam pembuatan event tersebut.

Tujuan	Sasaran	Media
Pembentukan Panitia	MAHASISWA, PELAJAR	kaos
Pendekatan	Masyarakat	Poster, flyer, x-banner, brosur, stiker, pin, kaos.

Gambar 3.3. skema rencana pra event

- **Pra Event perancangan media kampanye Penyakit Alzheimer**

Supaya acara tersebut berjalan dengan lancar, maka dibutuhkan persiapan yang cukup serius dan matang agar segala sesuatunya berjalan dengan lancar dan maksimal. Maka dari itu telah direncanakan media apa saja yang akan digunakan dalam pembuatan event tersebut.

3.7.4 Acara Penyebaran Media Kampanye Peduli Penderita Alzheimer

Sebuah acara 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 Peduli penderita Penyakit Alzheimer yang akan di buat untuk penyebaran selama lima bulan sebelum akhir tahun 2012 bulan Agustus - Desember 2012.

MEDIA	BULAN				
	1	2	3	4	5
Poster					
Flyer					
x-banner					
pin					
Kaos					
stiker					

Gambar 3.4. skema media acara

Jadwal Penyebaran Media	Media	Tempat Penyebaran Media
5 Bulan Penuh	Poster	Gedung serba guna (aula), rumah sakit,dan puskesmas
1 Bulan Minggu ke 1,2	Flyer	Gedung serba guna (aula), di rumah sakit tempat praktek kedokteran,puskesmas. Di sekitar komplek.
5 Bulan Penuh	Billboard	Di pinggiran jalan raya gerbang komplek.
5 Bulan Penuh	x-banner	Di pinggiran jalan raya, wilayah pemukiman komplek, dan gedung serba guna (aula).
1 Bulan Penuh	stiker	Di pinggiran jalan raya dan wilayah-wilayah pemukiman komplek.
1 Bulan Penuh	pin	Di pinggiran jalan raya dan wilayah-wilayah komplek dirumah sakit.

Gambar 3.5. skema penempatan media

3.8 Konsep Perancangan Media Kampanye Peduli Penderita Alzheimer

3.8.1 Format Desain

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

3.8.2 Layout

Lay out yang digunakan pada setiap media kampanye yaitu landscape dan potrait. Unsur-unsur pendukung kampanye seperti logo sponsor atau lembaga yang mendukung di tempatkan di bawah disejajarkan dengan pesan teks yang memberikan penjelasan secara rinci.

3.8.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk media kampanye ini menggunakan huruf Impact yang mempunyai karakter huruf tegas mudah terbaca dan memberi kesan serius akan tetapi santai dan modern.

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



3.8.4 Illustrasi

Ilustrasi digunakan untuk memperjelas dan mempertegas dari pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan media kampanye penyakit alzheimer, serta ilustrasi juga dapat dipakai sebagai daya tarik visual. Ilustrasi yang digunakan merupakan olahan dari fotografi untuk background maupun visualnya.

3.8.5 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 penyakit alzheimer ini adalah :

- **Kuning**

Umumnya warna kuning menunjukan pengingat dan menarik perhatian.

- **Hijau**

Memberikan kesan kesejukkan, ketentraman, kedamaian, menimbulkan rasa empati terhadap orang lain.

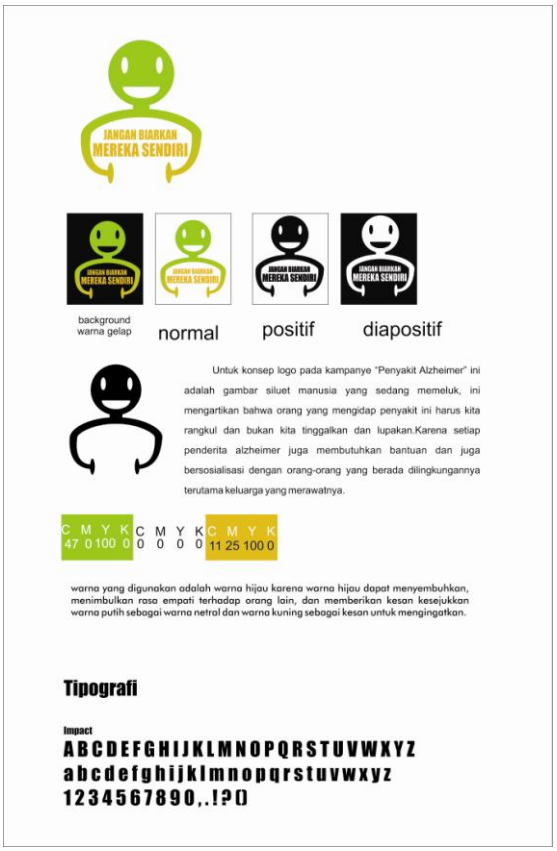
- **Putih**

Warna putih yang berarti netral.

3.8.6 Konsep Logo

Untuk konsep logo pada kampanye “Peduli Penderita Penyakit Alzheimer” ini adalah gambar siluet manusia yang sedang memeluk, ini mengartikan bahwa orang yang mengidap penyakit ini harus kita rangkul dan bukan kita tinggalkan dan lupakan.

Karena setiap penderita alzheimer juga membutuhkan bantuan dan juga bersosialisasi dengan orang-orang yang berada dilingkungannya terutama keluarga yang merawatnya.



(Gambar 3.6. Konsep Logo)