BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

3.1.1 Pendekatan Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Dalam komunikasi visual sering mengkombinasikan antara seni, lambang, gambar, font, desain grafis, ilustrasi, dan warna.

Strategi komunikasi visual akan menggunakan pendekatan komunikasi dengan menampilkan gaya remaja yang informatif, inovatif, persuasif, dan gaya remaja yang gaul. Seiring perubahan remaja yang semakin modern dan lebih kreatif, maka media informasi ini akan dibuat seefisien mungkin dan mudah di terima oleh target audiens.

3.1.2 Pendekatan Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang di sampaikan berupa tulisan yang memiliki peranan penting dalam sebuah media komunikasi, agar informasi yang di sampaikan dapat di pahami dengan baik.

Gaya bahasa yang akan digunakan dalam penyampaian informasi ini, merupakan gaya bahasa yang di sesuaikan dengan karakter remaja pada saat ini, dengan gaya bahasa yang tegas namun santai dan tetap bernuansa gaul. Agar remaja mampu menyerap informasi dengan baik.

3.1.3 Strategi Kreatif

- **Tahap Awal**

  Pada tahap ini, pendekatan kreatif yang dilakukan oleh penulis dalam kampanye ini adalah dengan cara mengemas pesan melalui bentuk visual dan teks untuk menarik perhatian audiens.

- **Tahap Informasi**

  Selanjutnya memberikan informasi tentang bahaya seks bebas melalui penyuluhan yang bekerja sama dengan pihak sekolah di kota Bandung, dan Dinas Kesehatan Kota Bandung. Untuk selanjutnya diadakan penyuluhan-penyuluhan kepada setiap sekolahan.

- **Tahap akhir**

  Pada tahap terakhir dilakukan sebuah acara lomba kesehatan dan kreatifitas guna untuk meningkatkan daya berfikir remaja yang sehat dan mampu mengurangi angka seks bebas.

3.1.4 Strategi Media

Pendekatan yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara mengemas materi pesan kedalam media dengan mensosialisasikan pesan dan mengaplikasikannya pada media pendukung. Adapun media yang digunakan dalam kampanye ini antara lain:

1. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah poster. Dikarenakan poster memiliki jangkauan sasaran lebih banyak dan tingkat keterlihatan dan keterbacaan yang tinggi. Poster yang ditampilkan adalah, poster dengan gaya remaja yang lebih kreatif dan gaul.



Gambar III.1 Rancangan Media Utama

2. Media Pendukung

Media pendukung untuk membantu menyampaikan pesan dalam tahapan kampanye ini meliputi media pendukung berupa cetak dan *gimmick*. Yang disesuaikan dengan ruang lingkup dari target audience kampanye. Meliputi:

- **Pin**

  Guna untuk melengkapi penyampaian *tagline* melalui media pin, yang sering di gunakan di pakaian ataupun tas.



Gambar III.2 Rancangan Pin

- **Stiker**

  Stiker sebagai media yang mudah di tempel di mana saja seperti kendaraan kaca lemari dan benda lainnya, melalui stiker lebih memudahkan untuk menyamnpaikan pesan *tagline.*



Gambar III.3 Rancangan Stiker

- **Gelang**

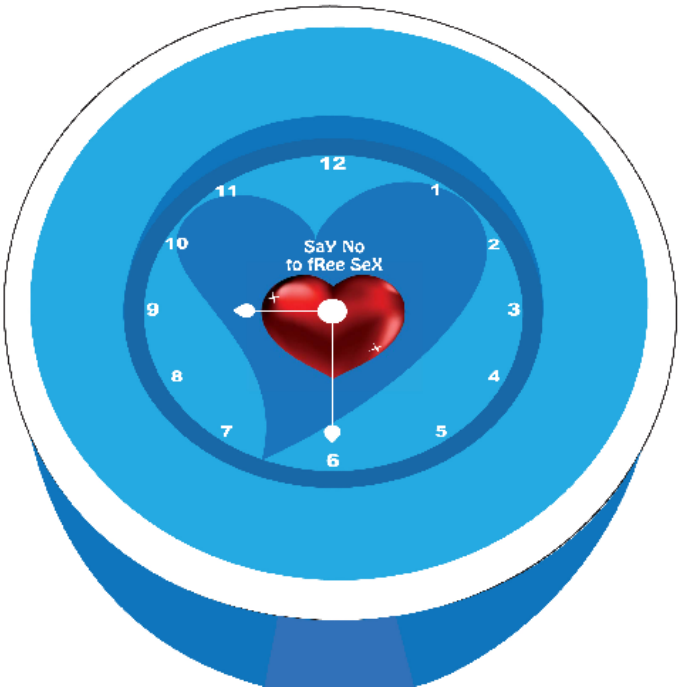
  Gelang merupakan aksesoris yang sering di gunakan oleh remaja khususnya kota Bandung.



Gambar III.4 Rancangan Gelang

- **Jam Weker**

  Jam beker biasa di gunakan oleh remaja sebagai pengingat waktu di area kamar. Hal ini dapat membantu dalam penyampaian pesan *tagline* yang ada di dalam jam.



Gambar III.5 Rancangan Jam Weker

- ***T-Shirt***

  T-Shirt merupakan kebutuhan primer. Yang di gunakan hampir setiap hari khususnya oleh remaja.



Gambar III.6 Rancangan *T-Shirt*

- ***X-Banner***

  X-Banner adalah salah satu media pendukung yang dibuat sebagai media kampanye yang akan ditempatkan di setiap acara bahaya seks bebas.



Gambar III.7 Rancangan *X-Banner*

3.1.5 Strategi Distribusi

Pada tahap pertama poster akan di tempel di tempat - tempat strategis yang memungkinkan terlihat oleh target audiens seperti taman kota, area sekolah, tempat nongkrong dan lainnya.

Tahap kedua akan dilakukan penyebaran media pendukung stiker, pin, gelang guna untuk menarik perhatian target audiens terhadap kampanye yang akan di sampaikan.

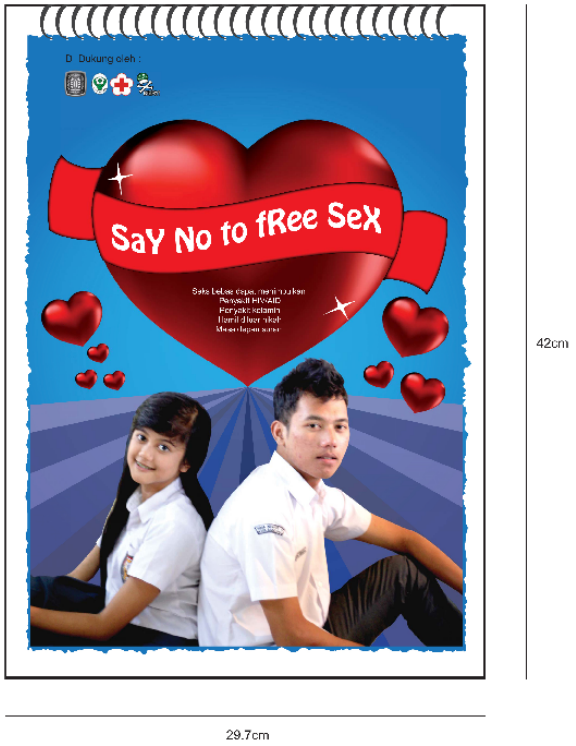
Berikut tabel penyebaran media periode 4 Maret – 20 Agustus 2012 :

MEDIA	WAKTU	TEMPAT
Poster	4 Maret – 4 Mei 2012	Sekolahan
Baju	sosialisasi	sekolahan
Jam	sosialisasi	sekolahan
Stiker	sosialisasi	sekolahan
Gelang	sosialisasi	sekolahan
Pin	sosialisasi	sekolahan
X-Banner	Sosialisasi	sekolahan

3.2 Konsep Visual

3.2.1 Format Desain

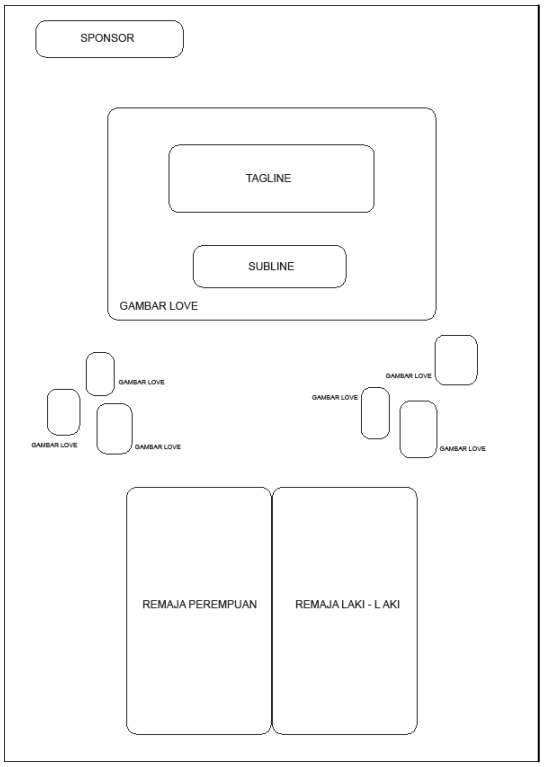
Format yang digunakan pada media poster tahap informasi ini adalah portrait. Ukuran yang digunakan memakai ukuran A3 (29.7 cm x 42 cm). Pertimbangan memakai ukuran ini adalah bagaimana poster bisa mudah terlihat oleh target audiens, sehingga pesannya dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar III.8 Format Media Utama Poster

3.2.1 *Layout*

Visual dari kampanye ini menggunakan gaya remaja yang ceria, gaul, kreatif, dan inovatif. Dengan pertimbangan pada keterlihatan yang jelas serta mempertimbangkan pada daya ingat dari target audiens. Objek visual yang digunakan dalam kampanye ini adalah bentuk hati yang dapat mewakili kehidupan percintaan remaja.



Gambar III.9 Rancangan Layout

3.2.2 Warna

Konsep warna biru dipilih dari seragam sekolah SMA yang identik dengan warna biru. Dan menimbulkan kesan yang ceria. Warna merah merupakan warna yang di ambil sesuai dengan gambar hati yang memiliki warna merah.

Contoh Warna :

C : 15 Y : 90

M :100 K : 10

C : 0 Y : 100

M :100 K : 0

C : 85 Y : 0

M :50 K : 0



C : 70 Y : 0

M :15 K : 0



3.2.3 *Tagline*

Tagline berfungsi sebagai salah satu alat berkomunikasi dan material kreatif dalam mengkomunikasikan tujuan dari kampanye. *Tagline* dari kampanye ini adalah "**Say No To Free Sex**". Konsep dari *tagline* ini adalah selain membuat *tagline* yang mudah diingat, serta mengandung unsur persuasif dan menyadari bahwa keindahan hidup adalah apabila remaja dalam keadaan positif. Karena itu, menjaga diri agar tetap positif adalah sebuah prioritas. Dengan langkah awal kesadaran untuk berpola pikir positif, yang sebenarnya tidak sulit.

3.2.4 Font

Pemilihan huruf untuk media informasi ini adalah jenis huruf Hobo Standar Medium. Dengan tujuan keterbacaan dan tingkat daya ingat serta pemilihan huruf yang khas remaja yang gaul dan kreatif.

Contoh :

ABCDEFGHIJ

KLMNOPQRST

UVWXYZ

abcdefghij

klmnopqrat

uvwxyz

1234567890

!?#%$&()

48 poin "SaY No to fRee SeX"

20 poin "SaY No to fRee SeX"

12 poin "SaY No to fRee SeX"

Font ukuran 48point digunakan di media utama dan *X-banner* sebagai *tagline.* Dan font ukuran 20point di gunakan di media pendukung *T-shirt.* Sedangkan font ukuran 12point di gunakan di media pendukung seperti pin, stiker, jam weker, dan stiker.