BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Untuk menyadarkan masyarakat khususnya orang tua anak pentingnya pengaruh penggunaan media sempoa aritmatika terhadap hasil belajar anak dibutuhkan suatu perancangan yang mampu menyampaikan informasi atau pesan yang yang dapat mudah dimengerti oleh komunikan. Strategi perancangan yang akan dilakukan dari perancangan media informasi mengenai Kampanye sosial mengenai pengaruh penggunaan media sempoa terhadap hasil belajar anak yaitu merancang atau membuat suatu media informasi yang bertujuan untuk menarik perhatian para orang tua anak agar dapat mengetahui informasi-informasi penting mengenai pengaruh penggunaan medaia sempoa untuk anak.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Keberhasilan suatu komunikasi ditentukan oleh bagaimana caranya agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik kepada penerima pesan (komunikan). Untuk itu diperlukan suatu strategi khusus dalam menganalisa setiap permasalahan agar menjadi suatu informasi yang dapat dimengerti oleh komunikan. Untuk itu maka "Kampanye sosial tentang meningkatkan minat terhadap sempoa aritmatika" menggunakan dua pendekatan komunikasi yaitu pendekatan komunikasi visual dan pendekatan komunikasi verbal.

- Pendekatan Verbal

  Bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau informasi dalam kampanye ini mengunakan bahasa Inggris sederhana seperti yang dilakukan pada *tagline* dari kampenye ini "*Think Smart With Abacus*" yang artinya berfikir cerdas dengan sempoa. Hal ini dilakukan agar target khalayak mudah memahami pesan yang disampaikan dalam kampanye ini.

- Pendekatan Visual

  Visual yang dilakukan dalam kampanye ini mengunakan visual bergaya vektor secara visual yang akan didesain adalah dengan sebuah ilustrasi sebuah lampu yang melambangkan berfikir cerdas dimana di dalam lampu tersebut terdapat angka – angka dan simbol dari penjumblahan, pengurangan, perkalian dan pembagian, pada bagian bawah lampu di beri ilutrsai dasi yang mewakili identitas anak sekolah dasar. Selain visual yang digunakan adalah sebuah ilustrasi, ada juga *headline* yang berupa teks untuk melengkapi ilustrasi yang ditampilkan

III.1.3 Strategi kreatif

Banyaknya media informasi mengenai pengaruh penggunaan media sempoa terhadap hasil belajar anak nampaknya belum cukup untuk masyarakat khususnya para orangtua anak. Oleh karena itu, dalam perancangan kampanye sosial, tujuan komunikasi sangatlah penting agar media kampanye yang disampaikan bisa tepat pada khalayak sasaran yang ditujukan, adapun pendekatan komunikasi yang digunakan untuk kampanye menarik minat terhadap sempoa ini yaitu bersifat *persuasif* dengan cara mengajak atau menghimbau orangtua untuk meningkatkan minat terhadap sempoa aritmatika dan memperkenalkan sempoa kepada anaknya dengan mengenalkan manfaat dari sempoa aritmatika itu sendiri, salah satu manfaat dari menggunakan sempoa yaitu dapat mengoptimalkan fongsi kerja otak, melatih daya imajinasi dan kreativtas dan dapat meningkatkan kecepatan, ketepatan dan ketelitian.

III.1.4 Strategi Media

Strategi media adalah sebagai sarana untuk menyampaikan pesan teradap target audien, hal ini menjadi penting karena berkaitan dengan pengaplikasian karya untuk menyampaikan pesan yang ada kepada target audien yang dituju.

Pemilihan Media

Media dipilih untuk menyampaikan pesan terhadap target audien secara informatif dan persuasif, yang bertujuan untuk memudahkan penyampaian pesan kepada target khalayak.

- Media Utama
  a. Poster
- Media Pendukung
  b. Flyer
  c. Brosur
  d. Spanduk
  e. X-Banner
- *Merchandise*
  f. Pin
  g. Stiker
  h. Pembatas Buku

III.1.5 Strategi Distribusi

Strategi distribusi digunakan agar media kampanye dapat dijangkau oleh target audien sehingga target audien menangkap isi dari pesan kampanye.

Media informasi akan ditempatkan di sekolah – sekolah Dasar yang berada di Kota Bandung.

Tabel III.1 Jadwal Pendistribusian Kampanye

Tahap / Bulan	Juli				Agustus			
	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
Persuasive								
Reminding								

Pada kampanye ini dilakukan dengan 2 tahap yaitu:

- Tahap *persuasive*
  a. Poster
  b. *Flyer*
  c. Brosur

d. Spanduk
e. *X – Banner*

- Tahap *reminding*
  a. Poster
  b. Pin
  c. Stiker
  d. Pembatas buku

Pada tahap *persuasive* menginformasikan tentang ajakan untuk menarik minat masyarakat terhadap sempoa aritmatika yang dilakukan selama 4 minggu, hal ini dilakukan karena pada tahap ini semua media berisi tentang informasi yang mengajak minat masyarakat terhadap sempoa aritmatika.

Pada tahap *reminder* yaitu kampanye ini akan kembali menginformasikan tentang manfaat dari penggunaan media sempoa aritmatika dan serta ajakan untuk menarik minat masyarakat terhadap sempoa aritmatika dengan cara memberikan beberapa *merchandise* kepada target khalayak.

III.2 Konsep Visual

Konsep yang dipakai lebih memilih kepada konsep yang menggunakan visual illustrasi, hal ini dilakukan karena cocok untuk memberikan informasi terhadap target khalayak.



Gambar III.1 Poster a dan Poster b

Poster A

Konsep Verbal

Bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau informasi dalam kampanye ini mengunakan bahasa Inggris sederhana seperti yang dilakukan pada *tagline* dari kampenye ini " *Think Smart With Abacus* " yang artinya berfikir cerdas dengan sempoa. Hal ini dilakukan agar target khalayak mudah memahami pesan yang disampaikan dalam kampanye ini.

Konsep Visual

- Secara visual yang akan didesain adalah dengan mengilustrasi sebuah lampu dimana lampu tersebut melambangkan berfikir cerdas.
- Simbol petir yang terdapat disamping lampu melambangkan cepat.
- Di dalam lampu tersebut terdapat angka – angka dan simbol dari penjumblahan, pengurangan, perkalian dan pembagian yang merupakan simbol dari pelajaran matematika dasar dan menambahkan ilustrasi dari sebuah sempoa aritmatika
- Pada bagian bawah lampu di beri ilutrsai dasi berwarna merah yang mewakili identitas anak sekolah dasar.

Poster B

Konsep Verbal

Konsep verbal pada poster B ini sama dengan Konsep verbal pada poster A yaitu menggunakan bahasa Inggris sederhana seperti yang tertera pada *tagline* dari kampanye ini yaitu " *Think Smart With Abacus* " yang artinya berfikir cerdas dengan sempoa. Hal ini dilakukan agar target khalayak mudah memahami pesan yang disampaikan dalam kampanye ini.

Konsep Visual

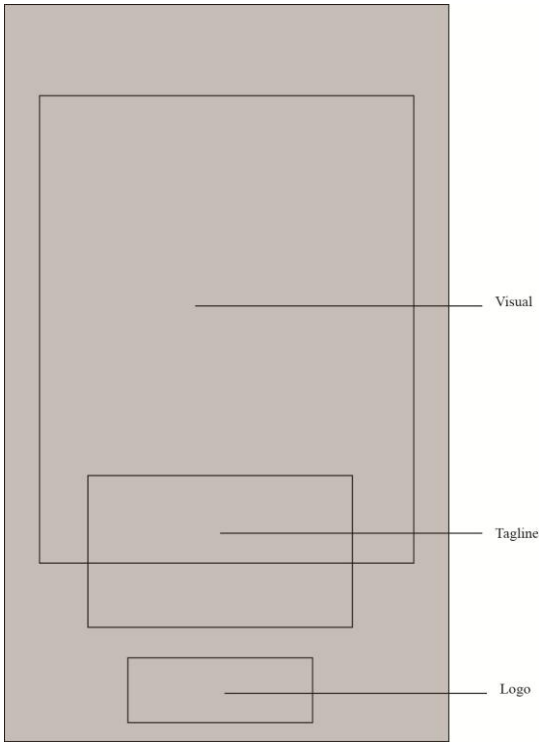
- Karena kepala tempatnya berfikir maka dibuatlah ilustrasi kepala tampak belakang dan ilustrasi itu pun mewakili identitas anak sekolah dasar.
- Di bagian tengah kepala diberi ilutrasi lampu seperti yang terdapat pada poster A maksudnya agar anak dapat memainkan daya imajinasinya di dalam kepala.
- Di bagian pundak diberi ilustrasi sempoa untuk memperjelaskan salah satu manfaat dari penggunaan sempoa yaitu anak dapat meningkatkan daya imajinasi

III.2.1 Format Desain

Format desain yang dipakai dalam kampanye ini dibuat sederhana dan lebih memfokuskan kepada inti pesan yang akan disampaikan dengan tulisan dan didukung oleh elemen visual yang mempertegas penyampaian pesan. Format desain pada media menyesuaikan dengan kebutuhan dari media yang akan digunakan.

III.2.2 Tata Letak (*Layout)*

Penggunaan tata letak yang ditampilak adalah gabungan – gabungan dari beberapa pesan kampanye berupa illustrasi, elemen elemen visual. Seluruh elemen visual ini akan disatukan sedemikian rupa hingga akan menghasilkan suatu komposisi yang baik. *Layout* yang digunakan pada kampanye ini secara umum adalah *portrait* dan *landscape* yang disesuaikan oleh kebutuhan media kampanye.



Gambar III.2 Sketsa *layout*

III.2.3 Tipografi

Pemilihan *font* pada kampanye pengaruh penggunaan media sempoa terhadap kreativitas dan hasil belajar anak ini menggunakan 2 macam jenis *font* yaitu *Splurge* dan *Arial.*

- Arial

Huruf ini adalah salah satu huruf san serif yaitu huruf yang tidak memiliki kaki. Jenis huruf ini dipakai pada informasi karena sifatnya yang muda untuk dibaca, oleh karena itu huruf ini digunakan agar informasi yang ditampilakan akan dengan mudah untuk ditangkap.



Gambar III.3 Font Arial

- Splurge

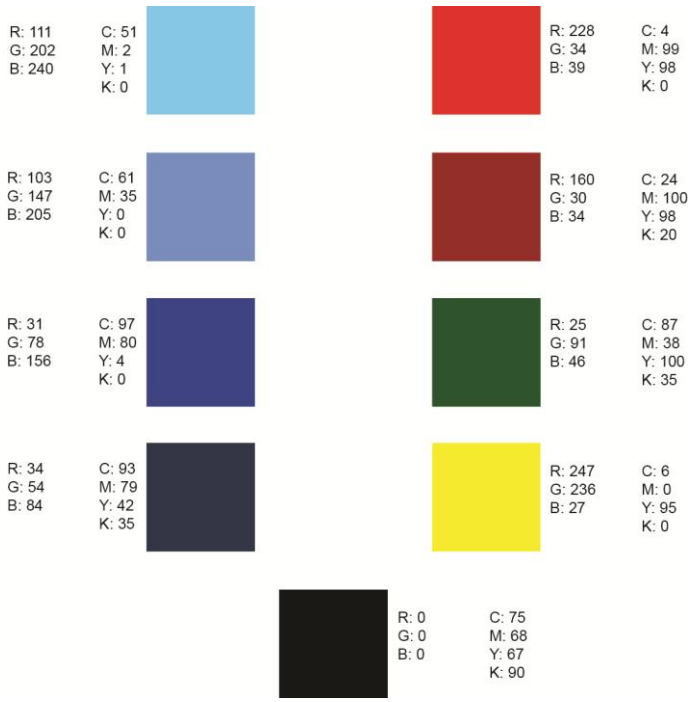
Splurge adalah jenis huruf yang digunakan pada *tagline*. Jenis huruf ini dipilih untuk memudahkan penyampaian informasi yang ada pada media dan bersifat mengajak.



Gambar III.4 Font Splurg

III.2.4 Warna

Setiap warna memiliki arti dan karakteristik yang berbeda beda. Warna disini befungsi sebagai mempertegas dan memperkuat penyampaian pesan dari sebua karya desain. Dalam kampanye ini mengunakan warna – warna seperti:



Gambar III.5 Warna