BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL KAMPANYE SOSIAL

3.1 SETRATEGI PERANCANGAN

Konsep jenis kegiatan kampanye yang digunakan yaitu kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan berdimensi terhadap perubahan sosial. Menurut istilah Kotler disebut sebagai *social change campaigns,* yakni kampanye yang ditujukan untuk menangangi masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan priaku public terkait (Venus, 2004, hal. 11).

Dalam hal ini yaitu kampanye sosial mengenai menjaga kesehatan lambung bagi remaja adalah bersifat persuasif, yang berarti kampanye dimaksudkan untuk mempengaruhi sasaran melalui pendekatan secara mendalam terlebih dahulu, fungsinya untuk memaksimalkan kampanye. Strategi kampanye mempunyai peranan penting yang bertujuan agar pesan dan kesan yang menjadi informasi dapat disampaikan kepada sasaran dan diterima dengan baik serta memiliki kesan yang dapat mengubah perilaku masyarakat yang melihatnya.

Kampanya yang akan dilakukan harus menghasilkan atau paling tidak dapat menjadi perujutan nyata dalam kehidupa masyrakat. Oleh Karena itu, dalam pelaksanaan kampanye dibutuhkan strategi yang baik agar tidak menjadi hal yang sia-sia. Dalam laporan ini akan dijelaskan 4 hal yang menjadi strategi dalam pelaksanaan kampanye sosial mengenai menjaga kesehatan lambug pada remaja. Yaitu, pendekatan komunikasi, strategi kreatif, strategi media, dan strategi distribusi.

3.1.1 PENDEKATAN KOMUNIKASI

Pendekatan komunikasi dibagi menjadi 2 hal yaitu pendekatan komunikasi secara visual dan secara verbal. Masing-masing dari pendekatan komunikasi tersebut akan sangat mempengaruhi dalam tercapainya informai yang akan disampaikan dalam kampenye sosial.

- **Pendakatan Visual**

Pendekatan secara visual (gambar) dalam perancangan kampanye sosial ini mengunakan visual yang berkarakter, sederhana namun tetap informatif. Visual seperti ini akan memudahkan masyarakat memahami isi dari pesan yang disampaikan dan selain itu visual akan mudah di ingat agar masyarakat dapat menjadikannya sebagai pola pikir dalam kehidupannya sehari-hari.

Visual akan menggunakan tekhnik penggabungan antara fotografi dan illustrasi. Pada visual juga akan menggunakan objek-objek yang berhubungan dengan lambung serta penggambaran tentang hal-hal yang menyebabkan terjadinya gangguan pada lambung.

- **Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal pada kampanye difungsikan untuk memperkuat infomasi yang ingin disampaikan pada visual. Menyesuaikan dengan target dari kampanye sosial ini yaitu remaja, maka bahasa yang akan digunakan adalah bahasa Indonesia non-formal atau bahasa sehari-hari yang sering digunakan dalam lingkungan pergaulan remaja. Dengan tujuan agar informasi atau pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan mudah.

Kampanye lambung sehat akan menggukan selogan pada logo yaitu “lambung sehat, selalu dan selamanya”. Selogan ini dimaksudkan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat untuk selalu menjaga kesehatan lambungnya, agar dapat melakukan aktifitas dengan baik dan dapat menikmati hidup selamanya tanpa pernah merasakan sakit lambung. Pada kampanye ini juga akan menggunakan beberapa headline yang bersifat persuasif, yang bertujuan untuk memberitahukan masyarakat tentang hal yang harus dilakakukan untuk menjaga agar lambung tetap sehat. seperti, kamu jangan telat makan, hindari minuman beralkohol demi kesehatan lambungmu, pilih makanan yang higienis, lambung bukan tempat sampah, dan lain sebagainya.

3.1.2 STRATEGI KREATIF

Agar segala informasi yang ingin disampaikan kepada audiens dapat tersampaikan dengan baik maka kampanye harus sebisa mungkin, mudah di pahami dan menyenangkan untuk di ikuti serta dapat menambah wawasan atau pengetahuan bagi audiens.

Oleh karena itu strategi yang di gunakan dalam kampanye sosial mengenai menjaga kesehatan lambung ini adalah dengan menggunakan objek atau bahasa yang dekat dengan kehidupan remaja sehari-hari. Dengan begitu komunikasi akan lebih mengena dan audiens dapat dengan mudah mengerti tentang apa yang diinformasikan.

Hal ini perlu dilakukan karena jika informasi yang diberikan tidak efktif atau tidak tersampaikan secara benar, maka kampanye yang lakukan secara langsung telah gagal dan tidak bermanfaat dan hal itu harus dihindari dengan strategi kampanye yang baik dan kreatif.

Contoh lain dari strategi yang akan dilakukan pada kampanye ini adalah seperti mengadakan event lomba masak sehat. Event seperti ini dimaksudkan untuk menyampaikan tentang pentingnya mengkonsumsi makanan sehat demi menjaga kesehatan lambung. Selain itu dalam event ini juga akan lebih banyak informasi tentang apa saja yang harus dilakukan demi mendapatkan lambung yang sehat dan juga menginformaskan tentang akiba apabila event seperti ini dipilih karena kegiatan akan langsung berinteraksi dengan masyarakat, hal itu jelas akan lebih mempermudah penyampaian informasi.

3.1.3 STRATEGI MEDIA

Media adalah alat penghubung, perantara dan sasaran serta saluran alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat secara umum dengan perencanaan dan sistematik serta berharap mendapatkan tanggapan dari penerima pesan, dan tentunya di butuhkan tanggapan atau respon yang baik dari target audiens.

Maka dari itu dibutuhkan perancangan media kampanye yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkannya atau media yang memang mudah dijangkau oleh masyarakat, bentuk dari sebuah media informasi harus

efektif, mudah dijangkau dan sesuai dengan kebiasaan dan kegiatan target audiens, lalu jadwal penyebaran media kampanya harus tepat waktu sesuai dengan kebutuhan.

Media pada kampanye menjaga kesehatan lambung ini dibagi menjadi dua bagian yaitu media premier dan media sekunder. Media primer dipelih oleh kerana ke-efektifitasannya dalam menyampaiakan informasi dan sifatnya yang dapat di tempatkan dimana saja agar mudah terjangkau oleh audiens, sedangkan media sekunder diperuntukan sebagai media pendukung bagi kampanye.

- **MEDIA PRIMER**

  Media primer adalah media utama yang akan digunakan dalam proses kampanye sosial. Media ini adalah media yang memiliki peranan sangat penting bagi tercapainya suatu komunikasi. Oleh karena itu media harus dibuat sebaik mungkin untuk mendapatkan respon atau perhatian dari masyarakat, atau paling tidak tertarik untuk mengetahui informasi apa yang disampaikan pada media tersebut.

  Kampanye mengenai menjaga kesehatan lambung pada remaja ini menggunakan tiga jenis media cetak sesuai dengan kelebihannya masing-masing. Berikut adalah penjelasan tentang media-media yang akan digunakan pada kampanye.

1. Billboard

   Billboard adalah papan iklan luar ruangan berukuran rasasa. Biasanya diletakan ditempa tinggi supaya biasa dilihat dandibaca dari jarak jauh, atau pada lokasi yang dilewati lalu lintas dalam jumlah banyak (Adi Kusrianto, h.113)

   Dipilihnya billboard sebagai salah satu media kampanye dikarenakan efektifitas dari billboard itu sendiri yang mampu mencuri perhatian dari masyrakat umum. Namun penempetan dari billboard juga memiliki pengaruh besar terhadap ekektifitasnya. Oleh karena billboard akan di pasang di pusat kota yang ramai

penduduk agar semangkin banyak masyarakat mendapatkan informasi dari kampanye ini.

2. Poster

   Poster adalah media gambar yang memiliki sifat persuasif tinggi karena menampikan sesuatu persoalan (tema) yang menimbulkan perasaan yang kuat terhadap publik. Tujuan poster adalah mendorong adanya tanggapan (respons) dari publik (Raymond H. Simamora, 2009, h. 70)

   Poster yang umumnya di cetak secara banyak dan juga ukurannya yang tidak besar, menjadikan poster mudah untuk ditaruh dimana saja. Hal itu, jelas akan mempermudah penyampaian informasi ke pada masyarakat. Namun dalam hal ini desain pada poster juga harus di buat semenarik mungkin agar masyarakat mau memperhatikan poster tersebut.

3. Brosur

   Brosur menjadi media kampanye karena dapat memberikan informasi lebih detail dibandingkan dengan Billboard atau pun poster. Dalam brosur yang nanti akan digunakan, terdapat informasi tentang penyebab dan akibat dari penyakit lambung itu sendiri. Selain itu brosur juga mudah untuk di bawa.

- **MEDIA SKUNDER**

Media skunder adalah media pendukung yang akan melengkapai kelangsungan kampanya. Hal ini bertujuan agar kampanya memiliki banyak variasi dalam menyampaikan informasi. Dengan adanya media pendukung tersebut masyarakat akan lebih tertarik untuk mengetahui kampanye yang sedang berlangsung. Berikut adalah media pendukung yang akan di gunakan dalam kampanye.

1. Stiker

   Stiker adalah suatu display berukuran kecil yang dibuat pada plastik atau kertas dengan beriksikan gambar-gambar atau tulisan yang telah disesuaikan oleh fungusi dan tujuan stiker. Stiker pada

kampanye berisi tentang ajakan agar masyarakat untuk tidak telat makan, yang berarti ajakan agar masyarakat untuk mekan pada waktunya.

2. Jam Dinding

   Sebagai media pendukung, kampanye jam dinding akan di desain dengan tagline kampanye dan informasi tentang waktu makan yang baik bagi kesehatan lambung. Hal ini akan mengigatkan masyarakat tentang jam berapa saja seharusnya masyarak untuk mengisi lambungnya dengan makanan yang dibutuhkan tubuh seseorang.

3. Mug

   Mug menjadi salah satu media pendukung pada kampanye menjaga kesehatan lambung ini, dikarenakan mug adalah salah satu benda yang fungsional dan di butuhkan dalam rumat tangga. Pada mug akan di terdapat informasi atau ajakan untuk tidak sering meminum-minuman yang ber-kafein dan ber-alkohol, karena dapat mempengaruhi kesehatan lambung.

4. T-shirt

   T-shirt kampanye mengenai menjaga kesehatan lambung akan di desain dengan grafis yang baik agar masyarakat mau menggunakannya, sehingga kampanye dapat terlaksana dengan baik.

5. Kalender

   Kalender akan dibagikan pada saat event berlangsung, pada kalander akan digunakan objek-objek yang menjadi identitas dari kampanye.

3.1.4 STRATEGI DISTRIBUSI

Kampanye akan dilaksanakan dengan melakukan strategi distrbusi yaitu penjadawalan tentang segala yang akan dilakukan dalam tercapainya kampanye yang efektif. Dalam hal ini kempanye akan dilaksanakan dengan

rentang waktu lima bulan. Berikut adalah tabel penjadwalan tentang apa yang akan dilakukan selama masa kampanye berlangsung.

MEDIA	BULAN																			
	Bulan I				Bulan II				Bulan III				Bulan IV				Bulan V			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Billboard																				
Poster Kampanye																				
Poster Event																				
Event																				
Brosur																				
Gimmick																				

Tabel 3.1 Jadwal pendistribusian media kampanye.

Selama berlangsungnya kegiatan kampanye sosial, billboard akan mulai di gunakan dari awal kampanye. Dipilihnya billboard sebagai media awal kampanye karena dilihat dari bentuk media billboard yang besar dan dapat di letakan pada area yang ramai penduduk, maka masyarakat dapat secara langsung melihat dengan jelas isi dari informasi yang ingin di sampaikan dalam masa kampanye tersebut.

Poster yang juga menjadi media informasi dalam kampanye sosial ini di desain untuk dua fungsi yang berbeda. Yang pertama adalah poster mengenai kampanye sosial menjaga kesehatan lambung, poster ini akan mulai di distribusikan pada minggu pertama di bulan ke dua dalam masa kampanye sosial. Dan poster yang bertujuan untuk menginformasikan tentang event yang akan diselenggarakan demi mendukung berjalannya kampanye, poster ini mulai di distribusikan kepada masyarakat pada minggu pertama bulan ke tiga.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya kampanye akan di dukung dengan kegiatan atau event yang bertujuan agar informasi yang ingin disampikan dapat lebih dipahami oleh masyarakat yang dalam hal ini adalah sebagai target audience dari kampanye sosial. Event akan dilaksanakan dua kali yaitu pada minggu pertama di bulan ke empat dan minggu pertama di bulan ke lima. Pada event pertama akan di adakan acara lomba masak sehat dan juga talkshow oleh ahli kesehatan pencernaan, dan event yang kedua akan di adakan acara festival sarapan sehat. Pada pelaksanaan event juga akan

dibagikan gimmick yang di fungsikan sebagai pengingat tentang segala informasi dan tujuan dari di selenggarakannya event tersebut.

Dalam menyampaikan informasi yang lebih menditail kampenya juga menggunakan brosur sebagai media komunikasi, berbeda dengan billboard dan poster yang memiliki keterbatasan untuk mengkomunikasikan banyak hal. Brosur akan berisi tentang segala macam penyakit lambung dan hal-hal yang dapat mencegah penyakit lambung tersebut. Brosur di bagikan pada minggu pertama bulan ketiga.

Pelaksanaan kampanye akan di dukung atau disponsori oleh perusahaan-perusahaan yang memiliki dana yang cukup untuk menjalankankan segala kegiatan kampanye. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi masalah atau kendala dana dalam pelaksanaan kampanye sosial. Sealin itu, dengan adanya dana yang besar kampanya bisa diselenggarakan dengan maksimal.

3.2 KONSEP VISUAL

Konsep visual merupakan suatu konsep yang berawal dari bahasa verbal yang diolah menjadi bahasa visual, dalam konsep visual terdapat beberapa unsur, seperti kreatifitas, estetika, efisiensi, komunikatif dan hal lain sebagainya agar dapat dimengerti oleh taget audiens. Dalam mengelolah visual diubutuhkan komposisi layout, tipografi, warna dan ilutrasi agar muncul visual yng kuat dan pesan yang disampaikan mudah di teriman oleh masyarakat sebagai target audien.

Yang menjadi inti dari permasalahan kampanye ini adalah bagaimana cara menjaga agar lambung tetap sehat dan memfokuskan solusi yang juga menjadi salah satu cara agar lambung tetap sehat. Sedangkan usia dewasa muda (remaja) menjadi target audien, hal ini disebabkan karena pada umunya masyarakat dewasa muda memiiliki pola hidup yang tidak teratur dengan bebagai macam alasan dan mendapatkan banyak tekanan seiring pencarian jati dirinya. Oleh sebab itu visualisasi akan disesuaiak dengan pola atau gaya pikir remaja, agar komunikasi lebih efektif

3.2.1 FORMAT DESAIN

Format desain disesuaikan dengan media yang di gunakan. Seperti media poster yang berukuran A3, dengan menggabungkan antara fotografi dan ilustrasi sederhana untuk mengkomunikasikan hal-hal yang berkaitan dengan menjaga kesehatan lambung. Pada format desain akan ada key-visual salah satunya adalah logo kampanye.

Berikut adalah visual logo yang akan digunakan sebagai media kampanye:

1. Logo kampanye



Gambar 3.1 Logo kampanye tanpa menggunakan background



Gambar 3.2 Logo kampanye dengan menggunakan background

Visual dari logo kampanye di buat sesederhana mungkin agar masyarakat dapat dengan mudah mengingat logo tersebut. Logo kampanye di desain dengan warna-warna yang kontras yaitu, merah muda, kuning dan hijau. Masing-masing warna memiliki arti yang berbeda namun tetap untuk tujuan yang sama yaitu menguatkan identitas dari kampanye menjaga kesehatan lambung.

Tjiptadinata Effendi (2007) menyebutkan bahwa warna hijau adalah warna natural yang menyatu dengan alam semesta, yang bersifat menyejukan, meneduhkan serta memiliki daya sembuh yang luar biasa,

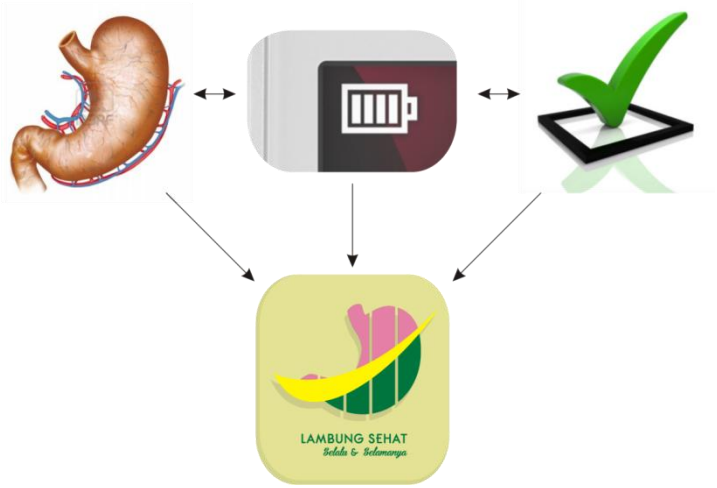
baik fisik maupun psikis (h.67). sementara warna kuning digunakan untuk melambangkan energi dan warna merah muda adalah kasih sayang.

Penggabungan warna tersebut di maksudkan untuk mengkomunikasikan bahwasanya energi yang dibutuhkan oleh tubuh di olah melalui lambung, itulah sebabnya sesorang harus lebih perduli dengan lambung dan lebih menyayanginya dengan memperhatikan kesehatan lambung tersebut.

Bentuk logo terinsfirasi dari beberapa hal, sperti lambung, visualisasi baterai pada *handphone*, dan tanda *checklist*. Sama seperti warna, bentuk logo juga di rancang agar memberi identitas pada kampanye, sehingga masyarakat mudah mengenali logo tersebut.

Pada visualisasinya lambung di rancang sebagai baterai atau logo baterai yang biasa kita temukan di handphone pada umumnya, maksudnya untuk mengibaratkan lambung sebagai baterai bagi manusia, yang apa bila baterai kosong harus di isi kembali dengan cara yang benar agar tidak merusak baterai atau dalam konteks manusia yaitu lambung.

Visualisai checklist di desain untuk memberikan kesan lambung baik atau sehat. Seperti yang telah dijelaskan tentang warna yang digunakan pada logo, seseorang harus lebih perduli terhadap lambung dan lebih menyayanginya dengan memeperhatikan kesehatan lambung. Oleh karena itu seseorang dapat terhindar dari penyakit lambung.



Gambar 3.3 Proses konsep pemikiran logo

1. Tagline



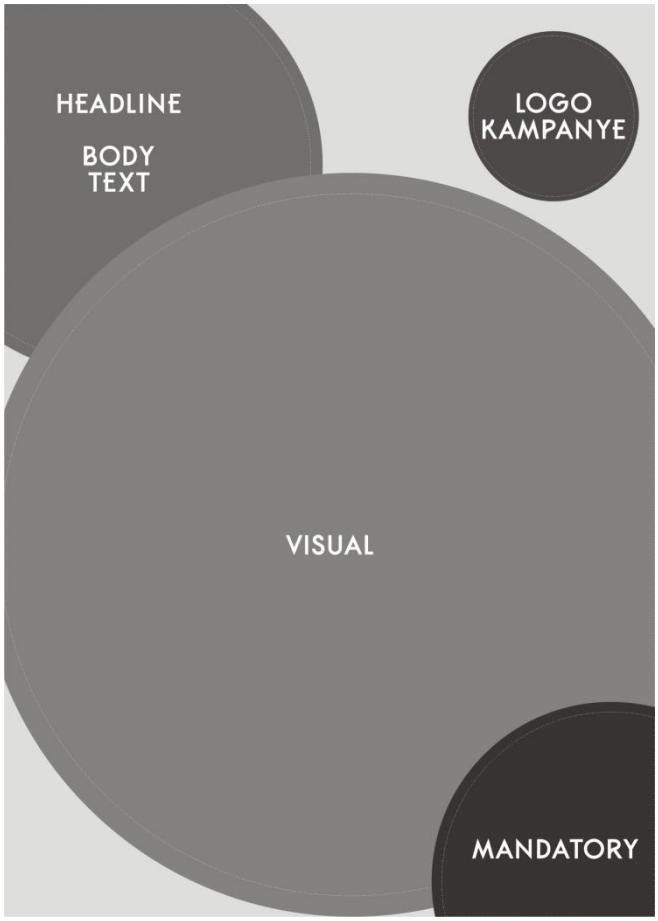
Gambar 3.4 Tagline kampanye

Kampanye menggunakan tagline “Lambung sehat, selalu dan selamanya”. Selain mudah untuk di ucapkan, kalimat seperti “selalu dan selamanya” adalah kalimat yang tidak jarang digunakan oleh masyarakat, sehingga membuat masyarakat lebih mudah untuk memahami dan mengingat kalimat tersebut.

“Lambung sehat, selalu dan selamanyas” digunakan untuk menginformasikan bahwasanya, dalam menjalani aktifitas sehari-hari akan lebih baik jika kondisi lambung sehat. Karena umumnya sakit lambung datang secara tidak terduga, dan akan sangat menggangu rutinitas atau pekerjaan seseorang apabila penyakit lambung kambuh disaat seseorang harus melakukan sesuatu hal yang penting.

3.2.2 TATA LETAK (LAYOUT)

Menurut Surianto Rustan, didaerah yang menggunakan tulisan latin umumnya orang membaca dari kiri ke kanan atau dari atas ke bawah. Selain itu arah gerak mata juga dipengaruhi oleh warna, ukuran, style, font dan lai-lain. Kebaisan lainnya yaitu membaca sesuai dengan urutan tertentu. Kebiasaan lainnya yaitumembaca sesuai dengan urutan tertentu. Tata letak yang akan digunakan yaitu dengan menempatkan visualisasi di tengan sebagai titik focus. Dan pesan yang akan disampaikan terletak dibawahnya. Target akan membaca dari kiri ke kanan kemudian menyamping ke bawah dan pada bagian bawak membaca kemabali dari kiri ke kanan.



Gambar 3.5 Layout media kampanye

3.2.3 TIPOGRAFI

Selain menggunakan visual, pada media kampanye juga membutuhkan teks sebagai pendukung tecapaikanya komunikasi. Hal itu dilakukan karena dikhawatirkan apabila media kampanye hanya menggunakan visual saja, akan adanya salah persepsi oleh target audien.

Teks pada media informasi harus jelas agar mudah dibaca oleh target audien. Pada kampanye mengenai menjaga kesehatan lambung desainer menggunakan 2 jenis typografi, untuk teks bertulisan “Lambung sehat” pada tagline menggunakan huruf berjenis *Belgrad.* Dipilihnya jenis huruf ini dikarenakan bentuk dari huruf yang memiliki karakter, namun tetap mudah untuk dibaca. Lalu pada teks pendukung seperti “selalu dan selamanya munggunakan huruf jenis *Bira personal use only.* Jenis tulisan dari huruf ini

ialah tulisan sambung. Ini dapat digunakan untuk mengkomunikasikan bahwa dalam menjaga kesehatan lambung, harus dilakukan secara berkesinambungan atau secara terus menerus.

- *Belgrad*



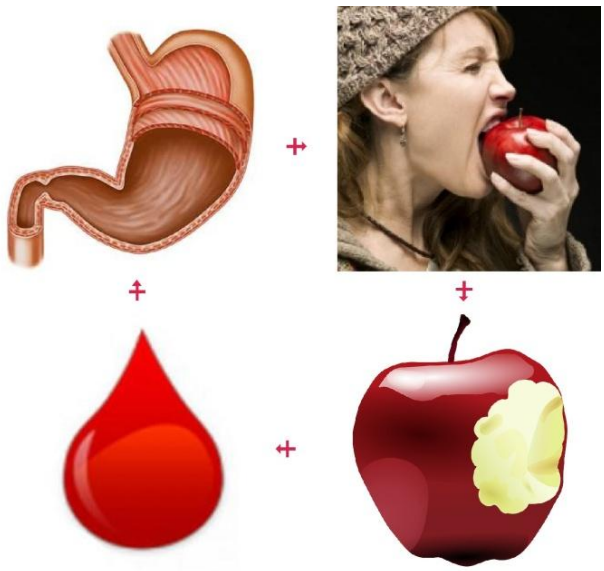
Gambar 3.6 Jenis font I

- *Bira personal use only*



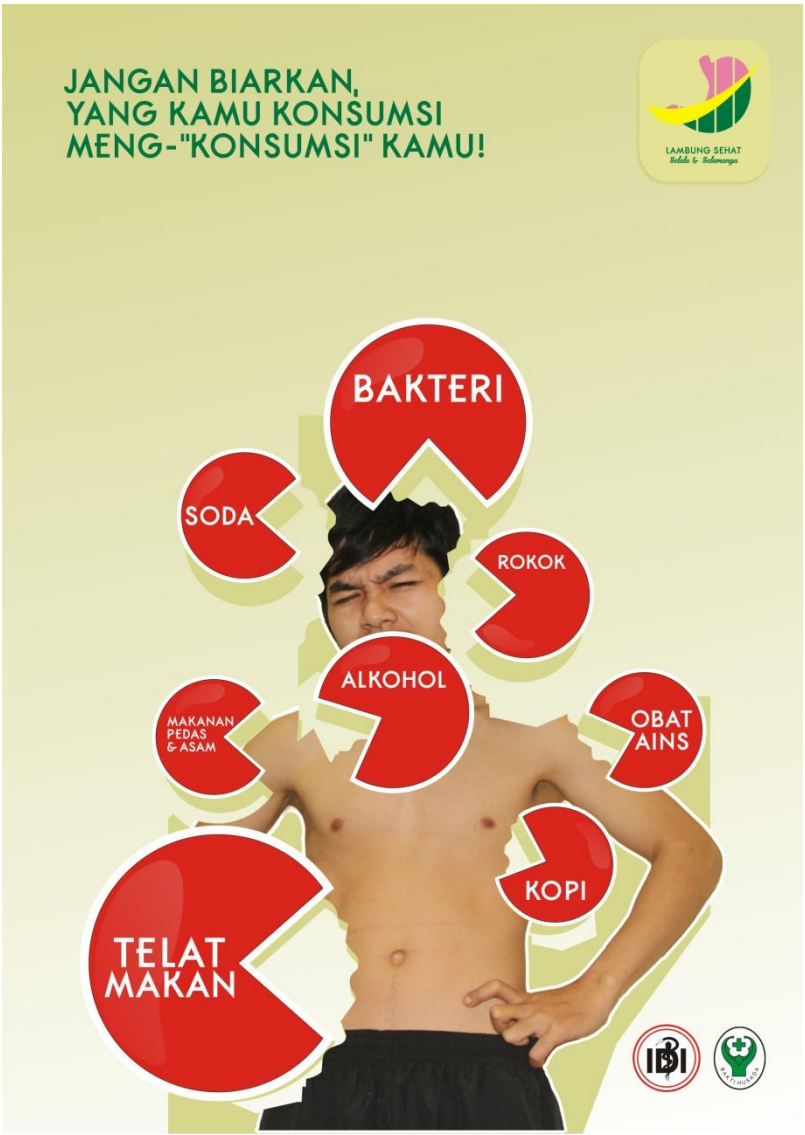
Gambar 3.7 Jenis font II

3.2.4 ILUSTRASI



Gambar 3.8. Ilustrasi visual kampanye

Pada ilustrasi visual berikut ini terdapat objek tubuh manusia yang pada bagian perutnya memiliki bekas gigitan atau terpotong oleh gigitan. Hal ini dimaksudkan untuk mengkomunikasikan, beberpa hal yang dapat merusak kesehatan lambung. Pada poster ini desainer tidak menggunakan lambung sebagai objek, melainkan manusi. Hal ini untuk menggambarkan rasa sakit yang di timbulkan dari gangguan lambung tidak hanya di daerah lambung saja. Visual yang mengkomunikasikan tentang apa saja yang dapat merusak lambung, di desain dengan referensi karakter game "pac-man" yang dimana karakternya adalah pemakan. Di pilihnya karakter tersebut untuk lebih menguatkan kesan terhadap bentuk gigitan yang ada pada objek manusia.



Gambar 3.9 Poster

3.2.5 WARNA

Warna merah muda, dikutip dari buku yang ditulis oleh Bambang Suskiyatno bahwa merah muda berarti tentram, berkasih, bersuasana damai. Makna dari merah muda itu lah yang pada kampanye ini ingin disampaikan melalui visual. Makna yang berarti mengasihi lambung kita dengan cara menjaganya agar bersuasana damai atau dalam hal ini yaitu sehat tanpa khawatir akan terjangkit penyakit yang dapat mengancam kesehatan lambung



Gambar 3.10 Warna yang digunakan dalam visual kampanye

Selain warna merah muda juga terdapat warna hijau pada logo. Warna hijau adalah warna natural yang menyatu dengan alam semesta, yang bersifat menyejukan, meneduhkan serta memiliki daya sembuh yang luar biasa, baik fisik maupun psikis (Tjiptadinata Effendi, 2007, h.67). hal ini jelas

akan sangat membantu komunikasi kampanye pada media yang mengajak masyarakat untuk hidup lebih sehat.

Kuning juga menjadi salah satu warna yang dipilih untuk digunakan pada logo. Warna kuning adalah warna yang terang, hal ini difungsikan untuk mendapatkan perhatian dari target audien, selain itu warna kuning diapakai untuk member kan kesan energi, sebagai mana lambung yang menjadi salah satu tempat diolahnya energi manusia.

Warna krim akan memeberikan kesan tenang dan membumi, selain itu warna krim juga nyaman untuk dilihat, sehingga audien mau membaca informasi yang terdapat di dalam media kampanye. Dan pada headline teks menggunakan warna merah, agar memberkan kesan frontal atau pendalaman makna pada teks yang disamapikan.

Sedangkan warna merah pada poster di peruntukan untuk menguatkan kata dari “jangan ditunda” atau yang berarti kata itu sangat penting untuk di tanamkan kepada pemikiran masyarakat, bahwa dengan tidak menunda makan adalah salah satu cara agar menjaga lambung agar tetap sehat.