BAB III

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE OLAHRAGA JALAN KAKI BAGI LANJUT USIA

III.I Strategi Perancangan

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)

Strategi perancangan yang akan dilakukan mengenai permasalahan yang sedang di alami oleh para lanjut usia yaitu mengajak danmengingatkan para lanjut usia untuk lebih mengerti dan memahami tata cara berolahraga jalan kaki yang baik dan sesuai untuk tubuh, sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penulis.

maka target audient yang ditentukan berdasarkan segi demografis, psikografis dan geografis sebagai berikut.

a. Demografis
    - Usia : lanjut usia 55 – 65 tahun

      Dari pembatasan usia diatas, para lanjut usia sudah mengalami beberapa kemunduran fisik serta tidak terlalu banyaknya kegiatan sehingga bisa lebih fokus dalam menjalani olahraga yang sesuai dengan tubuh.
    - Status ekonomi social : menengah keatas
    - Jenis kelamin : laki – laki dan perempuan
    - Status : rumah tangga dan pensiunan
b. Psikografis
    - Dengan berolahraga lanjut usia dapat menghilangkan rasa jenuh dari aktivitas sehari-hari.

c. Geografis

Target audien mencakup wilayah bandung, dan di khususkan untuk para lanjut usia.

III.I.I Pendekatan Komunikasi

Kampanye yang digunakan dalam pelaksanaannya menggunakan media komunikasi yang tujuannya bersifat mengajak khusus untuk para lanjut usia dan sering kali berdampak pada sosial masyarakat yang ada di sekitar. Permasalahan para lanjut usia adalah kondisi tubuh yang kian menurun menjadi penghambat bagi para lanjut usia untuk beraktifitas terutama pada saat berolahraga maka olahraga jalan kaki ini menjadi salah satu alternatif para lanjut usia untuk menjaga kondisi tubuh dengan berolahraga jalan kaki secara rutin dan teratur akan tetapi disesuaikan dengan kondisi tubuh para lanjut usia tersebut. Hal tersebut menjadi salah satu acuan perancangan kampanye sosial disusun agar tepat baik materi, cara penyampaian, dan efektif pada target audience.

a. Tujuan Komunikasi

Dalam Perancangan sebuah media kampanye informasi tujuan komunikasi sangatlah penting agar media kampanye yang dibuat bisa tepat kepada target audien yang ditujukan.

- Mengajak para lanjut usia untuk berolahraga rutin serta memberikan pemahaman mengenai manfaat olahraga jalan kaki untuk tubuh.

b. Pesan Utama

Pesan utama dalam kampanye ini adalah agar para lanjut usia mengetahui pentingnya bergerak dengan berolahraga jalan kaki secara rutin, sehingga para lanjut usia bisa merasakan dan mengetahui manfaat olahraga jalan kaki yang sesuai dengan kondisi tubuh, serta menjadikan olahraga jalan kaki sebagai kebiasan hidup sehat.

III.I.II Strategi Kreatif

Agar tujuan kampanye yang diharapkan dapat tercapai dengan baik, maka yang harus dilakukan dalam kampanye adalah memberikan penyampaian yang menarik. Kreatif dan efektif.

Adapun proses pembuatan perancangan kampanye sosial ini, adalah sebagai berikut :

1. Informatif

   Memberikan informasi tentang manfaat pentingnya berolahraga jalan kaki demi menjaga kesehatan para lanjut usia.

2. Awareness

   Memberikan informasi tentang dampak yang akan ditimbulkan apabila tidak menjaga kesehatan dengan berolahraga jalan kaki secara rutin.

3. Reminding

   Mengingatkan kembali kepada masyarakat tentang pesan kampanye sebelumnya serta mengajak masyarakat untuk berolahraga jalan kaki khususnya para lanjut usia.

Bentuk kampanye ini terdiri dari beberapa media yang akan dibuat, sehingga dapat memotivasi para lanjut usia untuk berolahraga jalan kaki secara rutin demi menjaga kesehatan.

III.I.III Strategi Media

Media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Jadi, strategi media adalah perancangan alat atau sarana yang digunakan untuk disampaikan dan disesuaikan dengan kebutuhan konsep perancangan agar pesan yang disampaikan terealisasi dengan baik dan mendapatkan tanggapan dari penerima pesan.

a. Pemilihan Media

Didasarkan pada permasalahan yang sedang 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 serta bagaimana mekanisame dan penempatan media tersebut.

- **Media Primer**

  1. **Media cetak**

     Salah satu media yang efektif untuk penyampaian pesan dalam kampanye sosial tentang berolahraga yang sesuai untuk para lanjut usia khususnya olahraga jalan kaki yaitu media poster, poster adalah media dua dimensi dengan format satu halaman yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi, bahkan dipakai untuk mempromosikan iklan, orang, produk, perusahaan, jasa dan organisasi. Karena dengan media poster ini membantu memberikan pengaruh besar terhadap orang yang melihat dengan daya tarik yang muncul dari visual yang ada dalam poster tersebut sehingga informasi yang disampaikan bisa tercapai sesuai dengan keinginan. Poster juga bertujuan untuk menarik perhatian target sasaran, maka poster – poster kampanye ini dipasang di tempat yang strategis yang ada di lingkungan olahraga para lanjut usia.

- **Media Sekunder**

  1. **Media Cetak :** kalender
  2. **Media Gimmick :**

     media ini diaplikasikan melalui media – media yang memiliki kegunaan seperti kaos, handuk dan topi.

III.I.IV Strategi Distribusi Media

Setelah rancangan kampanye selesai maka tahap selanjutnya yang akan dilakukan adalah penyebaran media. media yang akan disebarkan adalah poster, kalender, handuk, kaos dan topi dengan bertujuan untuk menarik perhatian target audiens.

Untuk memudahkan dalam penyebaran media kampanye Olahraga jalan kaki untuk lanjut usia yang akan disebarkan selama tiga bulan sebelum akhir tahun 2013 bulan Agustus – Oktober 2013, maka dibuatkan tabel serta susunan acara dan pembagian waktu penyebaran. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut :

MEDIA	BULAN		
	Agustus	September	Oktober
Poster			
Kalender			
Kaos			
Topi			
Handuk			

Tabel 3. 1. Skema media acara

MEDIA	WAKTU	JALUR DISTRIBUSI
Poster	3 bulan	Tempat olahraga, aula, pos, bank dll
Kalender	1 bulan	Mini market, pasar
Kaos	1 bulan	Toko Baju, pasar
Topi	1 bulan	Mini market, pasar
Handuk	1 bulan	Mini market, Pasar

Tabel 3. 2. Skema penempatan media

III.II Konsep Visual

III.II.I Format Desain

Format desain yang dipakai dalam perancangan media kampanye ini akan menggunakan komposisi portrait serta format logo yang disesuaikan pada setiap media-media yang akan digunakan.

III.II.II Tata Letak

Tata letak atau layout yang digunakan pada media kampanye ini berupa portrait dengan penyesuaian dari jalur atas ke ke bawah, media layout ini sangat efektif dari tingkat keterbacaan. Unsur-unsur lain yaitu logo atau lembaga ditempatkan pada posisi kanan bawah.

III.II.III Tipografi

Penggunaan tipografi yang sangat jelas dalam media kampanye ini sangat berperan besar terutama dalam tingkat keterbacaan sehingga dapat mempermudah dalam penyerapan pesan kampanye. Oleh karena itu jenis huruf yang dipilih dalam kampanye ini ialah jenis huruf yang berkesan sederhana akan tetapi tingkat keterbacaannya sangat jelas.

Jenis huruf yang dipilih :

Lucida Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

III.II.IV Fotografi

Jenis fotografi digunakan untuk memperjelas pesan yang akan disampaikan dalam perancangan media kampanye olahraga jalan kaki bagi lanjut usia, fotografi yang digunakan dalam pembuatan media adalah berupa hasil olahan dari fotografi untuk background dan visualnya.

III.II.V Warna

Warna memiliki daya tarik yang sangat kuat dan menciptakan makna tersendiri. Warna juga dapat membangkitkan semangat kepada setiap yang melihatnya dengan mempertimbangkan keharmonisan warna-warna yang digunakan, adapun warna-warna yang digunakan dalam perancangan media kampanye olahraga jalan kaki bagi lanjut usia ini adalah.

- **Biru**

  Menumbuhkan rasa kepercayaan diri dan dapat membantu mengurangi ketegangan dan ketakutan

- **Hijau**

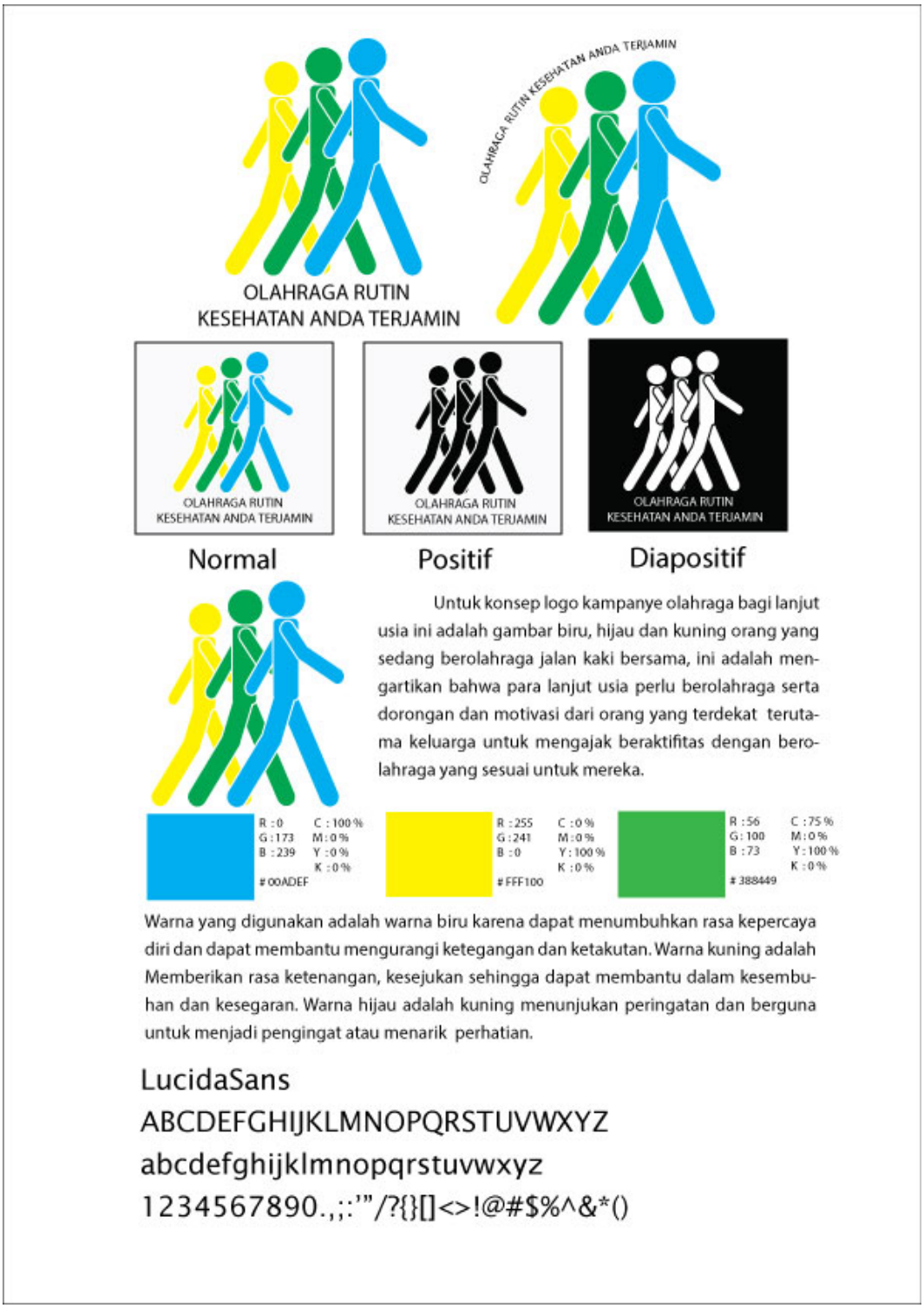
  Memberikan rasa ketenangan, kesejukan sehingga dapat membantu dalam kesembuhan dan kesegaran

- **Kuning**

  Warna kuning menunjukan peringatan dan berguna untuk menjadi pengingat atau menarik perhatian

III.II.VI Konsep Logo

Untuk konsep logo kampanye mengenai “Olahraga Jalan Kaki bagi Lanjut Usia” ini adalah gambar siluet yang digambarkan seorang yan sedang berolahraga jalan kaki bersama, ini mengartikan bahwa lanjut usia itu tidak bisa hidup sendiri dan perlu dukungan dari orang terdekat termasuk keluarga dan bukan sebaliknya kita acuhkan dan kita tinggalkan.



Gambar 3.1 Konsep Logo