BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan

III.1.1. Pendekatan Komunikasi

Dalam melakukan kampanye, perlu melakukan strategi perancangan yang digunakan sebagai cara dalam melakukan pendekatan secara komunikatif untuk menarik perhatian dan minat masyarakat. Seperti dengan menyusupkan gagasan atau ide agar masyarakat dapat dengan mudah mengerti, mengenal, ingat dan sadar atas gagasan yang dikomunikasikan.

Strategi komunikasi yang terdiri dari dua unsur penting, diantaranya adalah:

- Visual
  Unsur visual yang digunakan dengan memadukan unsur ilustrasi, warna serta tipografi yang akan menampilkan kesan teman, keluarga dan akrab dari objek yang digunakan.
- Verbal
  Unsur persuasi dan informasi pada perancangan kampanye menggunakan bahasa Indonesia yang sedikit tidak formal mengingat target sasarannya adalah masyarakat menengah ke bawah.

Maka tujuan dari pendekatan komunikasi adalah untuk memberikan pemahaman akan pengetahuan dan kepedulian dalam pemeliharaan Penyu Sisik di kawasan Pantai Batu Hiu melalui *event* yang akan digunakan untuk menginformasikan kepada masyarakat Pantai Batu Hiu.

Kampanye ini termasuk kedalam kampanye publik yang disampaikan melalui *event* yang dikemas dengan sebuah kegiatan dan hiburan.

III.1.2 Strategi Kreatif

Agar tujuan dari kampanye ini dapat tersampaikan dengan baik, maka yang harus dilakukan adalah memberikan penyampaian yang menarik, kreatif dan efektif. Perancangan media informasi pada bagian strategi kreatif adalah dengan memasukkan unsur gambar atau ilustrasi dari objek yang digunakan seperti nelayan dan penyu. Tampilan dari media tersebut haruslah menarik, komunikatif, dan kreatif, juga sederhana agar masyarakat Pantai Batu Hiu tertarik untuk melihat media informasi tersebut, mungkin tidak hanya tertarik untuk melihat saja bahkan dapat melakukan himbauan dari media yang dibuat. Selain itu, unsur *copywriting* yang menggunakan bahasa sehari-hari dari masyarakat menjadi salah satu strategi kreatif agar terciptanya suatu media yang menarik namun tetap memperhatikan tujuan dari isi media tersebut.

III.1.3 Strategi Media

Dalam proses pemilihan media untuk program kampanye ini diperlukan strategi media untuk dapat menentukan media apa yang dijadikan sebagai media utama dan juga media pendukung agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan kepada target audiens agar program kampanye dapat berhasil dan sukses.

Strategi media yang digunakan adalah dengan memberikan pengetahuan dan informasi mengenai ekosistem laut terutama kehidupan Penyu Sisik serta manfaat Penyu Sisik terhadap keseimbangan alam laut, melalui *event* sebagai media utama dan media lainnya sebagai media penunjang, yang diharapkan dengan semua media yang dibuat dapat memberikan pemahaman akan pentingnya memelihara kehidupan Penyu

Sisik di kawasan Pantai Batu Hiu dan dapat diterima dengan baik oleh target audiens.

Klasifikasi jenis strategi media dibagi dua, yaitu:

- **Media Utama**

Pada media Kampanye Pemeliharaan Penyu Sisik di Kawasan Pantai Batu Hiu yang berupa *event*, media utama yang digunakan untuk menyampaikan pesan, menyusupkan ide serta mempersuasikan kepada masyarakat adalah melalui media berupa *backdrop*, *photo booth*, umbul-umbul, *mini flag*, *booth*, brosur, maskot *event*, gapura, dan papan info.

Adapun susunan acara pada kegiatan JAGA PENYU yaitu:

Tabel III.1. *Rundown* acara

RUNDOWN ACARA JAGA PENYU

Waktu	Kegiatan	Keterangan
08.00-09.00	Pendaftaran Peserta "JAGA PENYU"	Panitia
09.00-09.15	Pembukaan	MC
09.15-09.30	Pengenalan "JAGA PENYU"	Ketua
09.30-10.30	Penyuluhan Manfaat Penyu Sisik	WWF
10.30-11.00	Pelatihan Anggota "JAGA PENYU"	WWF dan Ketua
11.00-11.45	Games dan Perlombaan	MC
11.45-12.15	Istirahat	-
12.15-14.45	Games dan Hiburan Musik Rakyat	MC dan Pengisi Hiburan
14.45-15.00	Penutupan	MC

- **Media Penunjang**

Pada media penunjang, media yang digunakan adalah media yang biasanya digunakan sehari-hari oleh masyarakat agar bias bermanfaat, seperti mug dan kaos. Selain itu berupa *marchandise* seperti pin dan gantungan kunci.

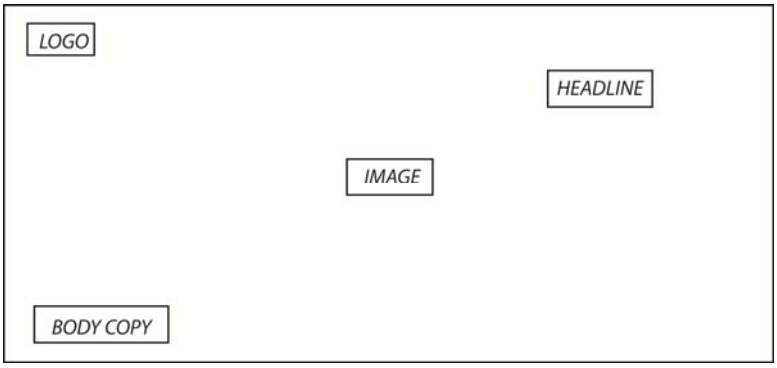
III.1.4. Strategi Distribusi

Strategi distribusi yang digunakan saat media informasi ini disebar adalah sebelum musim dimana Penyu Sisik akan bertelur dan naik ke pantai yaitu saat bulan Mei sampai Juni karena penyu bertelur dari bulan Juli sampai Agustus. Namun tidak menutup kemungkinan untuk menyebar media kapan pun karena Penyu Sisik dapat sewaktu-waktu mendekati laut dangkal untuk mencari makan. Tempat yang digunakan untuk menyebar media yaitu di warung-warung pinggir pantai, tempat penjualan cinderamata dan oleh-oleh, serta wilayah dekat pantai.

III.2. Konsep Visual

III.2.1. Format Desain

Format desain yang digunakan dalam media informasi “Kampanye Pemeliharaan Penyu Sisik di Kawasan Pantai Batu Hiu” adalah dengan menggunakan media utama berupa *event*, dibuat dengan format *landscape* atau disesuaikan dengan kebutuhan *layout* nantinya.



Gambar III.1. Format desain pada media

III.2.2. Tata Letak (*Layout*)

Tata letak atau *layout* yang ditampilkan merupakan gabungan informasi, gambar atau ilustrasi, serta tipografi yang ada dalam semua media. Istilah *layout* yang diguankan menggunakan Mondrian *Layout* yaitu penyajian media informasi yang mengacu pada bentuk *square*/*landscape*/*portrait*, masing-masing bidang sejajar dengan bidang penyajian serta memuat semua elemen yaitu informasi, gambar ilustrasi atau foto, serta tipografi yang saling berpadu sehingga membentuk komposisi yang konseptual, juga nyaman dan enak dipandang.

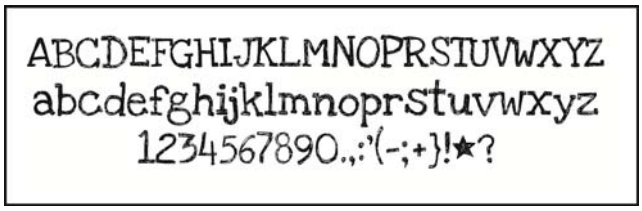


Gambar III.2. Format *layout*

III.2.3. Tipografi

Tipografi dalam suatu desain sangat diperlukan sebagai media pelengkap sekaligus penjelas dari visual yang ditampilkan.

Tipografi yang dipilih untuk media informasi ini yaitu menggunakan jenis huruf Love Ya Like A Sister dan Fennario, karena jenis huruf ini mempunyai karakter tulisan tidak kaku, ceria namun simpel, sehingga dapat terbaca dengan jelas.



Gambar III.3. Jenis huruf Love Ya Like A Sister



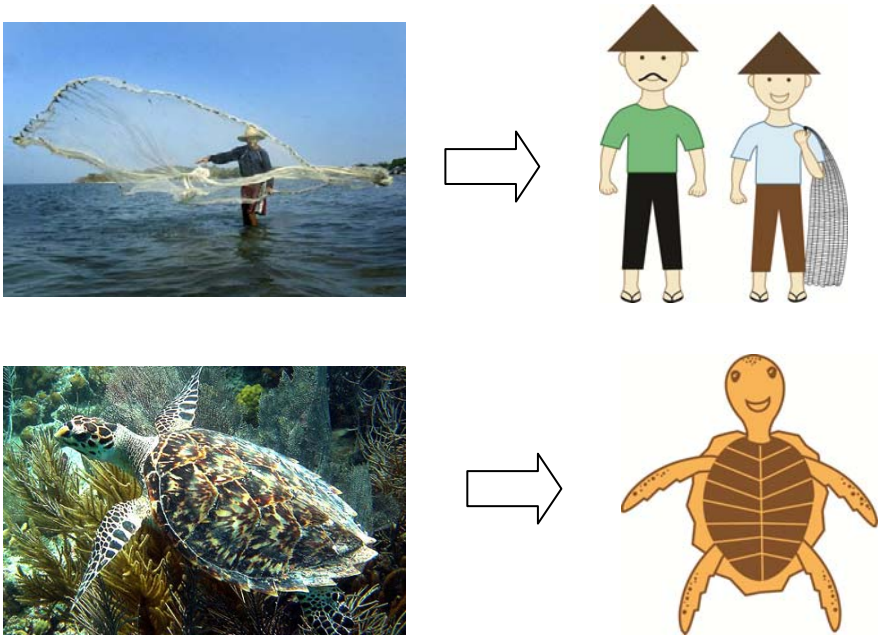
Gambar III.4. Jenis huruf Fennario



Gambar III.5. Pengaplikasian jenis huruf

III.2.3. Ilustrasi

Ilustrasi dalam perkembangannya tidak hanya berguna sebagai pendukung cerita saja, akan tetapi dapat mengisi/menghiasi ruang kosong dalam suatu media. Ilustrasi yang dimunculkan dalam seluruh media ini berupa nelayan dan Penyu Sisik di daerah pantai dengan menggunakan teknik ilustrasi menggunakan komputer.



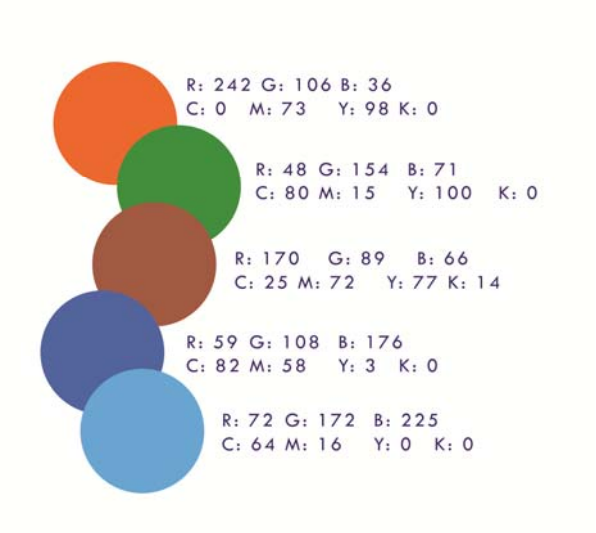
Gambar III.6. Studi Ilustrasi

III.2.4. Warna

Warna pada suatu media dapat mempengaruhi audiens yang melihatnya, juga dapat memberi kesan untuk memperkuat makna media itu sendiri. Komposisi warna yang seimbang dan selaras merupakan unsur penting yang dapat menarik perhatian audiens untuk melihat isi dari media.

Sistem pewarnaan yang digunakan dalam pembuatan poster menggunaan pigmen CMYK (Cyan Magenta Yellow Black), disebut pula sebagai *subtractive color system*. Hal ini dikarenakan pada komputer sistem pewarnaannya dirumuskan dengan formulasi CMYK. Dipilihnya formulasi CMYK karena semua media yang dipakai menggunakan teknik

cetak. Dimana mesin cetak, baik cetak *offset* maupun tinta *printer* komputer, memiliki warna pigmen yang lengkap.



Gambar III.7. Warna