BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Perencanaan media merupakan proses penyusunan rencana penjadwalan yang menunjukkan bagaimana pesan dan visual yang akan disampaikan mencapai tujuan. Dalam Strategi perancangan *website* tersebut. Gambar ilustrasi dan beberapa artikel mengenai bahaya seks dirancang secara kreatif dan inovatif. Yaitu dengan cara menampilakan beberapa sosok karakter remaja yang menyampaikan pesan secara persuasif agar mudah dipahami oleh remaja. Sehingga dapat menjadi acuan untuk memecahkan suatu permasalah. Perancangan *website* tersebut dibuat interaktif supaya target audiens bisa saling berinteraksi setelah membaca artikel mengenai informasi bahaya seks pra nikah. Tampilan pada *website* tersebut dirancang agar bisa menyesuaikan dan mengikuti *gedged* yang di pakai oleh terget audiens. Dalam perancangan media Strategi pendekatan visual dan verbal mempunyai peranan penting supaya proses penyampaian pesandapat diterima dan dipahami oleh target audiens. Sehingga akan dilakukan pendekatan sebagai berikut :

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan. Sehingga dalam penyampaian pesan pada media informasi bahaya seks pada remaja disampaikan dengan cara mengelola gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa, bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisis warna serta *layout* (tata letak). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh target audiens yaitunya remaja.

a. Pendekatan Visual

Di dalam perancangan media informasi ini akan memuncul dari sisi rasional. (Masuk akal dan berfikir sehat). dengan maksud manyampaikan fenomena realitas pada saat sekarang ini. Dan emosional (Seseorang untuk menerima, menilai, mengelola, serta mengontrol emosi dirinya dan orang lain di sekitarnya). Sehingga dapat mengugah sisi psikologis dari target audiens. Dan pendekatan komunikasi visual yang digunakan adalah menerapkan teknologi sebagai media informasi dan penyampaian elemen grafis sebagai pesan yang efektif, efisien dan komunikatif. sehingga elemen yang akan digunakan adalah berupa *image* (gambar ilustrasi modern). *Movie* (video), animasi (berupa gambar yang bergerak).

b. Pendekatan Non Verbal Teks

Karena target sasarannya adalah remaja. Sehingga bahasa yang akan digunakan adalah bahasa Indonesia, Inggris baku dan non baku. Remaja pada saat sekarang ini lebih remaja banyak menggunakan bahasa non formal yang megikuti perkembangan zaman. Sehingga bahasa yang digunakan disuaikan dengan bahasa keseharian dari remaja. Bahasa semi ilmiah juga digunakan agar menggugah kesadaran dari sisi psikologis yang berupa ajakan yang menimbulkan kesadaran. Semua itu akan disampaikan dengan cara memberikan informasi tentang konsekuensi dari segi kesehatan, dan konsekuensi sosial dari seks pra nikah yang dilakukan remaja Bandung.

III.1.2 Srategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan digunakan dalam peracangan *website* yang akan dirancang adalah. menyampaikan konsekuensi dari segi kesehatan dan pesan moral agar remaja menjauhi seks pra nikah. Sehingga Semua itu disampaikan dengan cara menampilkan bentuk visual dan verbal. Strategi kreatif adalah hasil terjemahan dari bermacam-macam informasi yang

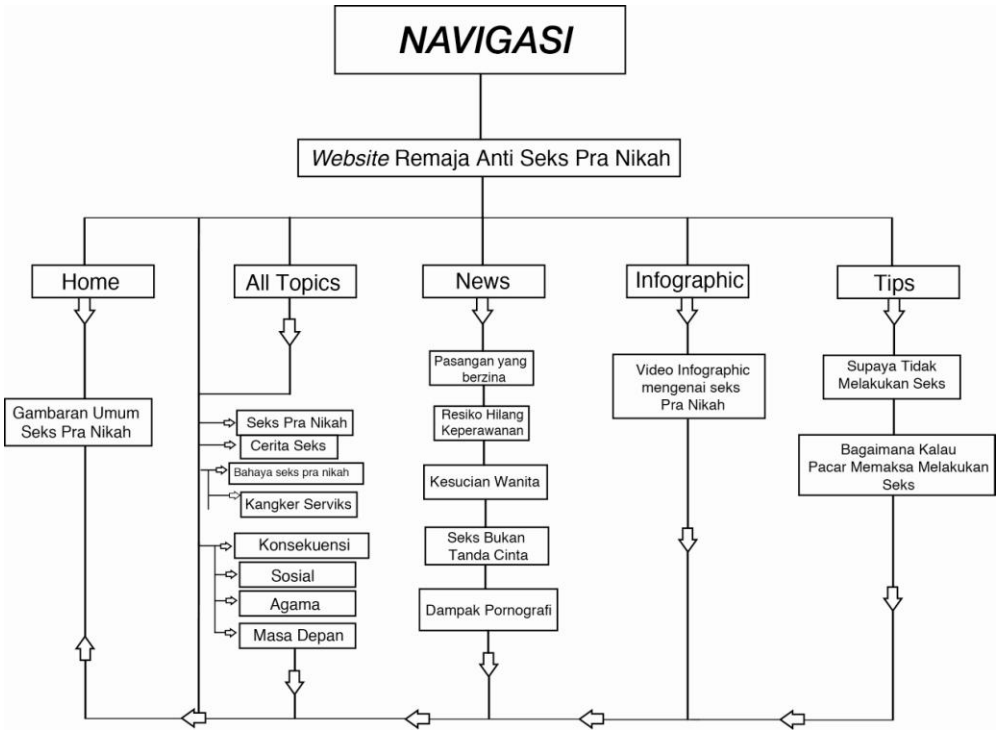
digunakan untuk merumuskan tujuan. Sehingga konsep yang akan digunakan dalam peracancangan media informasi ini. Akan menampilkan beberapa elemen-elemen visual berupa gambar ilustrasi yang menampilkan tema dari remaja untuk remaja pada *slider website* yang bersifat animasi. Dan sosok seorang dokter juga digunakan pada *header website* yang di tampikan pada *header*. Guna untuk menarik perhatian agar pesan yang disampaikan mudah diingat dan di pahami oleh target sasaran.



Gambar III.1 Tampilan gambar pada *slider website*

III. I.3 Navigasi

Adapun navigasi adalah menjadi strategi kreatif dirancang agar mudah diakses oleh target audiens



Gambar III.2 Tampilan navigasi *website*

III.I.4 Konsep Kreatif

Untuk konsep kreatif dalam eksekusi karya diperlukan *creative brief* sebagai strategi untuk mendorong tujuan yang besar supaya solusi *layout* desain *website* yang akan dirancang menjadi strategi dan memberikan pandangan penting. sehingga dalam perancangan *website* yang telah dirancang. Di buat sebuah konsep kreatif berupa perpaduan antara pesan secara visual berupa ilustrasi gambar modern, verbal yang berupa teks dan artikel. sehingga informasi yang akan disampaikan bisa dipahami dan terapkan oleh target audiens.

- ***Creative brief***

  Tujuan (*why are we advertising*). Meningkatnya jumlah prilaku seks pra nikah di kalangan remaja Bandung. kurangnya pengetahuan remaja terhadap resiko seks bebas dari segi kesehatan.

Target *Audience* (*Who are we talking to*?)

Demografis : Remaja pertengahan yang usianya atau siswa dan siswi SMA.

- Usia : 14-17 tahun.
- Jenis Kelamin : Laki- Laki dan perempuan
- Geeografis : Tempat tinggal kota besar (urban)
- Sosial Budaya : Berpendidikan modern.

Psikografis

- Kelas Sosial : SES (Menengah keatas)
- Gaya Hidup : Remaja Bandung pada saat sekarang ini mengalami perubahan sosial dari masyarakat tradisional menuju ke masyarakat modern, yang juga mengubah norma- norma. Dan gaya hidup mereka. Dan cendrung bersosialisasi dengan status ekonomi yang sama. Apa yang di harapkan setelah membuat solusi masalah (*what is your proposition*). Media informasi mudah di terima oleh target audiens dan dijadikan panduan agar menjauhi seks pra nikah yang dilakukan oleh remaja Bandung. Dan menjadikan media informasi sebagai acuan agar lebih berhati-hati terhadap masalah tersebut. Dan menjadi pribadi yang lebih bertanggung jawab. Apa yang harus di katakan (*What to say*). Seks pra nikah sangat merugikan dan banyak menimbulkan dampak sosial dan kerusakan pada sistem reproduksi. Ide besar (*Big idea*). Dampak dari seks pra nikah.

III.1.4 Strategi Media

Media merupakan sarana penting yang berguna untuk penyebaran dan penyampaian informasi. Karena media adalah alat penghubung dan salah satu strategi yang sangat berpengaruh dalam penyampaian informasi.

Media juga sebagai alat pendukung sebagai perantara dan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada target audiens (sasaran). Maka diperlukan media yang sesuai agar informasi yang di sampaikan dapat dimengerti dan dipahami. Untuk menentukan strategi media. Terlebih dahulu melakukan analisa *Insight Consumer Journey* pada terget sasaran yaitunya, remaja. Sehingga media yang digunakan bisa efisien dan pesan yang akan disampaikan bisa tercapai dengan baik. Media yang digunakan dirancang sesuai dengan tahapan. Pada perancangan website sebagai media informasi bahaya seks pra nikah pada remaja di Bandung. Maka akan melakukan pertimbangan penyebaran media, diantara lain :

a. Media Utama
    - *Website*

      Kerena media ini mampu menyampaikan pesan dan mengkombinasikan teks, suara, gambar melalui media komputer atau perangkat elektronik lainnya, di media ini akan terjadi interaksi antara alat yang akan digunakan dan pengguna.

b. Media Pendukung
    - *Infographic*

      Infographic adalah info dalam bentuk grafis yang bertujuan mempermudah pembaca dalam memahami suatu persoalan atau peristiwa. *infographic* dirancang agar target audiens lebih tertarik memahami permasalahan tersebut. Dan media tersebut mempunyai unsur suara dan unsur bergerak.
    - *Facebook*

      Facebook adalah situs jaringan sosial dimana penggunanya bisa saling berinteraksi, kirim mengirim pesan, bertemu dan memelihara persahabatan dengan teman lama, mencari teman baru, *chating*, bermain bersama, berbagi *file* dan foto, mencari partner bisnis (melancarkan bisnis/promosi) dan sebagai media untuk beriklan. sehingga itu facebook dijadikan sebagai media informasi

agar pesan dapat tersampaikan dengan cepat.

- *Twitter*

  Twitter adalah situs jejaring sosial yang berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan dan dapat dijadikan sebagai media untuk menyampaikan informasi.

- *Youtube*

  Youtube adalah layanan untuk berbagi video di internet. Melalui layanan ini, penggunanya dapat mengupload dan berbagi video kepada publik pengguna internet. *Youtube* berada dalam kelompok grup *Google,* dan menjadi layanan video *onlin*e terpopuler saat ini. Pengguna *youtube* bisa mengupload, menonton dan berbagai video melalui berbagai cara, seperti via *website*, perangkat ponsel, *blog*, atau email. Sehingga *youtube* digunakan sebagai media penyampaian pesan *infographic* konsekuensi dari seks pra nikah dan sebagai media pendukung untuk sosialisasi bahaya seks pra nikah remaja di Bandung.

a. Media cetak

Gimmick digunakan sebagai *ambient* media yang meliputi souvenir dari perancangan *website* tentang bahaya seks pra nikah pada remaja. Selain bersifat informatif, media ini juga berfungsi agar dapat mengingatkan kembali dan mengajak remaja agar tidak melakukan seks pra nikah. Adapun media *merchandise* tersebut adalah :

- Casing *Handphone*

  Casing *handphone* merupakan aksesoris yang banyak digunakan oleh remaja. Sehingga dapat digunakan sebagai ambient media untuk sosialisasi anti seks pra nikah pada remaja Bandung.

- Aksesoris *Iphone, Samsung* dan *Blackberry*

  Aksesoris tersebut digunakan untuk media sosialisasi bahaya seks pra nikah pada remaja Bandung. Karena aksesoris tersebut banyak gunakan oleh

remaja Bandung pada umumnya. Media ini ditemukan setelah melakukan analisa *constumer journey* pada terget sasaran.

III.1.5 Strategi Distribusi

Strategi distribusi sosialisasi bahaya seks pra nikah pada remaja di Bandung dipersiapkan dengan rentan waktu yang singkat dan dimulai dari 1 Desember sampai dengan 1 Juni 2014. Informasi yang akan disampaikan ini terdiri dari tiga tahapan diantara lain:
conditioning, *reminding*, *informing*.

M	T	W	T	F	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					
1 Desember 2013			**1 Juni 2014**			

Tabel III.1 Pendistribusian media

Pendistribusian media informasi *website* akan disosialisasikan pada tanggal 1 Desember. Mengingat tangggal tersebut adalah hari AIDS/HIV sedunia. Untuk itu sosialisasi akan dilaksanakan pada waktu tersebut. Agar informasi ini

sampai pada target audiens maka perlu adanya strategi dalam mendistribusikan media informasi yang dibuat, hal ini dilakukan supaya apa yang diharapkan dalam pendistribusian media informasi ini bisa sampai pada target sasaran. Untuk itu diperlukannya kerjasama dengan beberapa pihak yang mendapatkan dukungan sepenuhnya dari pemerintah dan instansi yang berhubungan dengan permasalah dari daerah setempat, hal ini dilakukan untuk membuka jalur kemudahan dalam pendistribusian media informasi yang dibuat. Maka dari itu sosialisasi ini akan bekerja sama dengan BKKBN (Badan kependudukan dan keluarga berencana nasional) Bandung.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual merupakan visualisasi yang merujuk pada kesatuan dalam sebuah rancangan yang merupakan pendukung terjadinya komunikasi atau tersampaikannya pesan. Sehingga informasi yang disampaikan mencapai tujuan. Konsep visual perancangan *website* sebagai sosialisasi bahaya seks pra nikah pada remaja di Bandung. Diantara lain, menampilkan beberapa gaya visual berupa elemen-elemen gambar ilustrasi modern yang di tampilakan pada *slider website*. Dan sesuai dengan target sasarannya yaitu remaja awal. Karena pada saat sekarang ini remaja cendrung mengikuti trend dan perkembangan zaman dan lebih suka dengan hal-hal yang baru. Dalam perancangan *layout* dan ilustrasi modern tersebut terlebih dahulu penulis melalukan studi karakter di antara lain:



Gambar III.3 Studi karakter

Studi karakter adalah mengetahui siapa target sasaran dan merupakan acuan untuk merancang apa yang menjadi permasalahan, berdasarkan studi karakter yang telah dilakukan. maka dalam perancangan media terdapat berbagai konsep seperti ilustrasi modern pada gambar *slider website*. Dan adapun di antaranya bagian dari konsep meliputi:



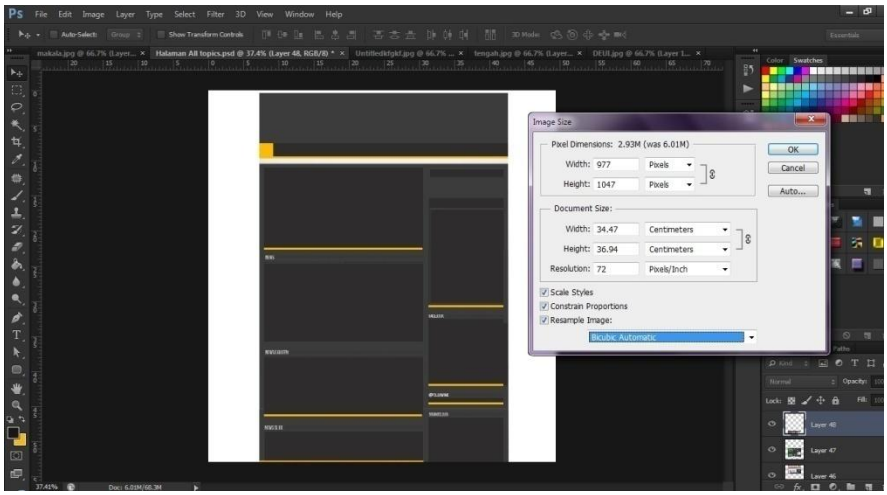
Gambar III.4 Sketsa visual



Gambar III.5 Logo pada *website*

III.2.1 Format Desain

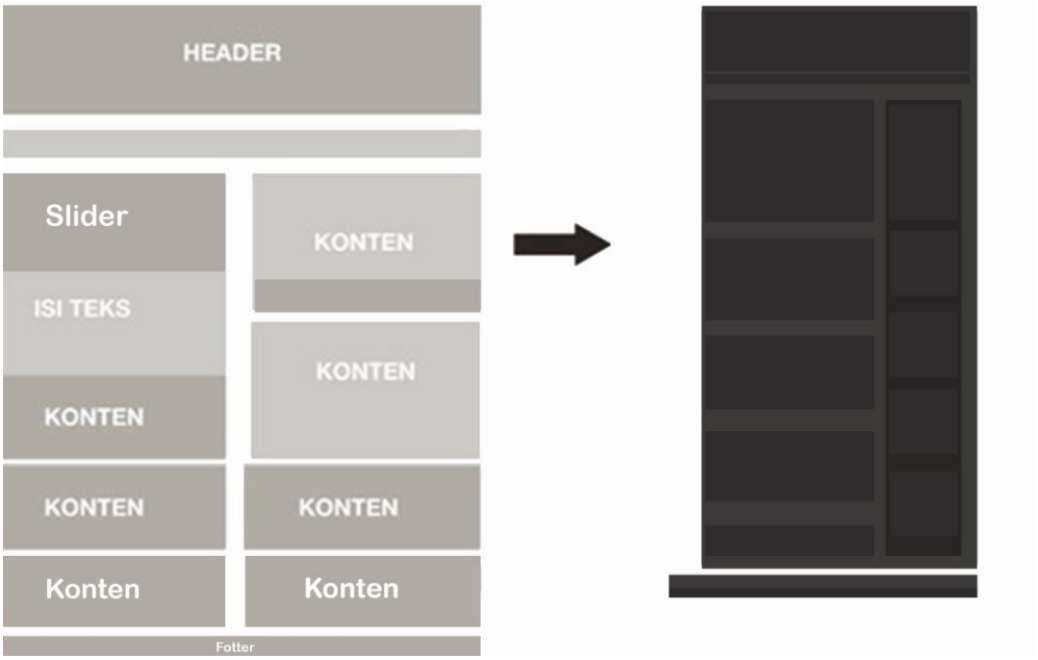
Format desain akan dipakai adalah menggunakan kertas *landscap* dengan cara menggunakan bidang kertas yang berkuran *width* 1015 dan *hight* 977 *pixel*. Dan resolusi yang akan digunakan adalah 72 *pixe*l/ *inch*.



Gambar III.6 Tampilan format desain *website*

III.2.2 Tata Letak Layout

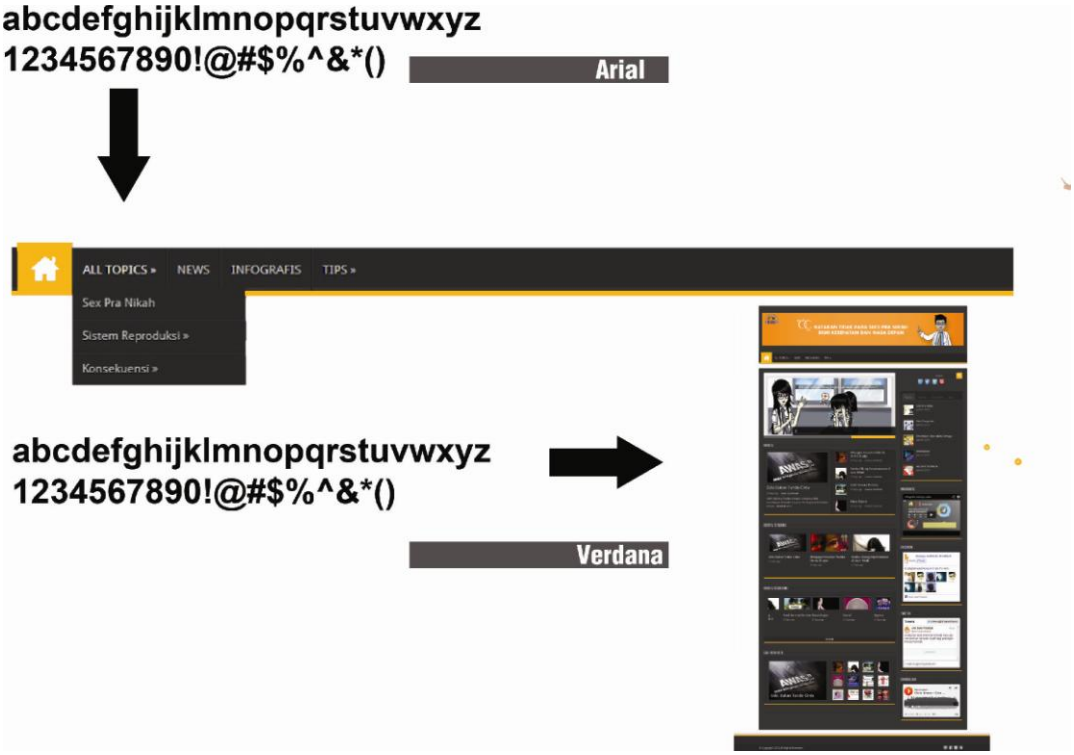
Layout atau tata letak merupakan satu keputusan yang menentukan penggunaan sebuah operasi dalam jangka panjang. Tata letak *layout* merupakan proses dari penataan dan pengaturan teks atau grafik pada halaman. Karena elemen dari *layout* meliputi, penyusunan, pembagian tempat pada suatu halaman, pengelompokan teks dan grafik dan pengaturan jarak spasi. Maka pada perancangan media *website* ini, *layout* yang akan di rancang bersifat *fluit*. Yaitu salah satu tipe *layout* yang membuat keseluruhan tampilan situs web terlihat baik pada *browser* yang berbeda. Lebar persentase yang dirancang untuk elemen-elemen situs menyesuaikan dengan baik. Untuk ukuran layar yang berbeda dan sesuai untuk resolusi layar pengguna dengan sempurna.



Gambar III.7 Tampilan tata letak *layout*

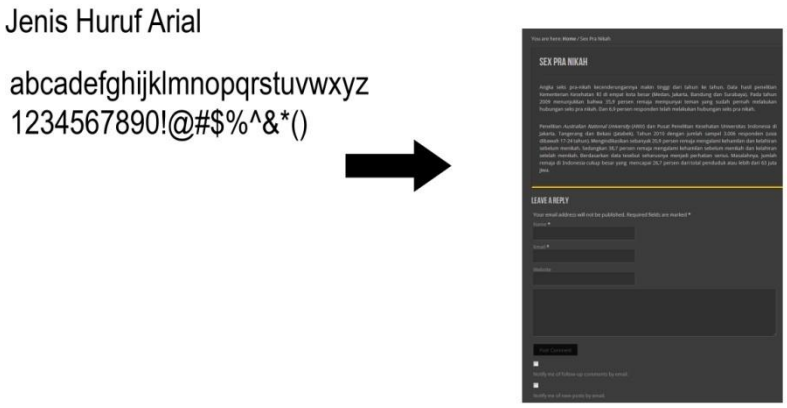
III.2.3 Huruf

Tipografi di definisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, "menyusun" meliputi merancang dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang di kehendaki dan dapat disenangi oleh target sasaran. sehingga dalam perancangan *website* ini. Huruf yang digunakan adalah *H droid*, *sans, arial, verdana* yang berjenis *sans-serif*. Jenis huruf sans serif adalah huruf yang memiliki garis-garis kecil yang berdiri horizontal pada badan huruf. Garis-garis kecil ini biasa disebut juga *counterstroke*. *Counterstrke* inilah yang membuat jenis huruf sans serif lebih mudah dibaca karena garis tersebut membantu menuntun mata pembaca melalui suatu garis teks. Sangat cocok digunakan untuk teks content atau isi pada *website*. huruf ini dipakai agar remaja bisa memahami isi-isi pada *content website* tersebut.



Gambar III.8 Tampilan penempatan huruf

Isi teks akan menggunakan jenis *font Arial*, karena akan lebih mudah di baca.



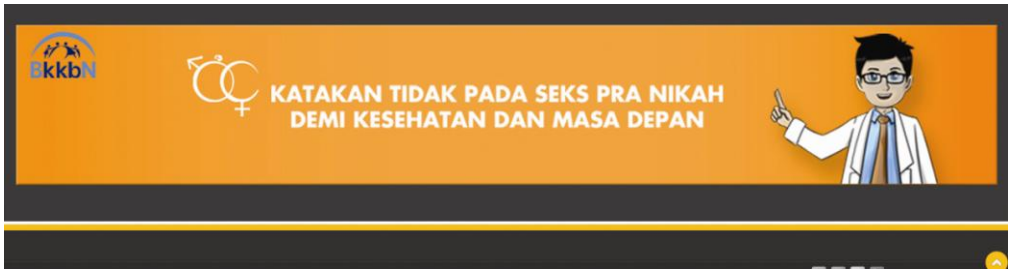
Gambar III.9 Tampilan penempatan huruf

III.2.4 Ilustrasi

Adi kusrianto menjelaskan ’’ilustrasi adalah gambar yang digunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu sesuatu dan merupakan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik” (hal.110). Oleh karena itu dalam peracangan *website* ini. Ilustrasi di tampikan pada *slider* yang menggunakan elemen-elemen gambar *vektor* yang menampilkan solusi dari permasalahan.

- ***Header***

  Didalam *header* terdapat ilustrasi modern yang menyampaikan pesan secara visual dan verbal. Ilustrasi tersebut menampilkan sosok seorang dokter yang manyampaikan sebuah pesan singkat dengan *tagline*. "katakan tidak pada seks pra nikah, demi kesehatan dan masa depan. Pesan tersebut disampaikan secara persuasif guna untuk mengajak atau menghimbau para remaja tidak melakukan seks pra nikah. Dan logo dan di samping *tagline* tersebut adalah logo yang divisualkan dalam bentuk cincin pernikahan. Dengan menyampaikan makna agar para remaja memikirkan masa depan hingga menjalin sebuah pernikahan. Logo yang berada di samping kanan atas. Adalah sebuah lembaga yang bekerja sama dengan penulis. Dengan tujuan sosialisasi bahaya seks pra nikah pada remaja di Bandung.



Gambar III.10 Tampilan *header* dan *footer website*

- **Menu**

Menu berfungsi untuk mununjukkan posisi artikel dan secara tersusun atau menjelaskan navigasi pada *website*. Oleh karena itu menu dirancang dengan tampilan modern, menarik, lebih akrab dan mudah di pahami oleh remaja Bandung.



Gambar III.11 Menu

- **Ilustrasi *Slider* 1**

Slider pada *website* yang dirancang digunakan sebagai media solusi dari analisa permasalahan. Pada *website* ini digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan moral berupa ilustrasi modern yang dibentuk dengan elemen-elemen *vector*. Adapun pesan yang disampaikan dalam ilustrasi tersebut adalah himbauan kepada remaja agar tidak melakukan seks pra nikah. Ilustrasi dirancang berdasarkan analisa permasalahan dan studi karakter remaja. Oleh kerena itu ilustrasi tersebut menghimbau para remaja Bandung tidak melakukan seks pra nikah.



Gambar III.12 *Slider*

- **Ilustrasi *Slider* 2**

Didalam ilustrasi ini. Memunculkan dua karakter perempuan yang menceritakan tentang munculnya sebuah penyesalan setelah melakukan seks pra nikah. Pesan visual diharapkan bisa mengubah prilaku remaja agar menjauhi sek pra nikah untuk menjadi pribadi yang bertanggung jawab.



Gambar III.13 *Slider*

- **Ilustrasi *Slider* 3**

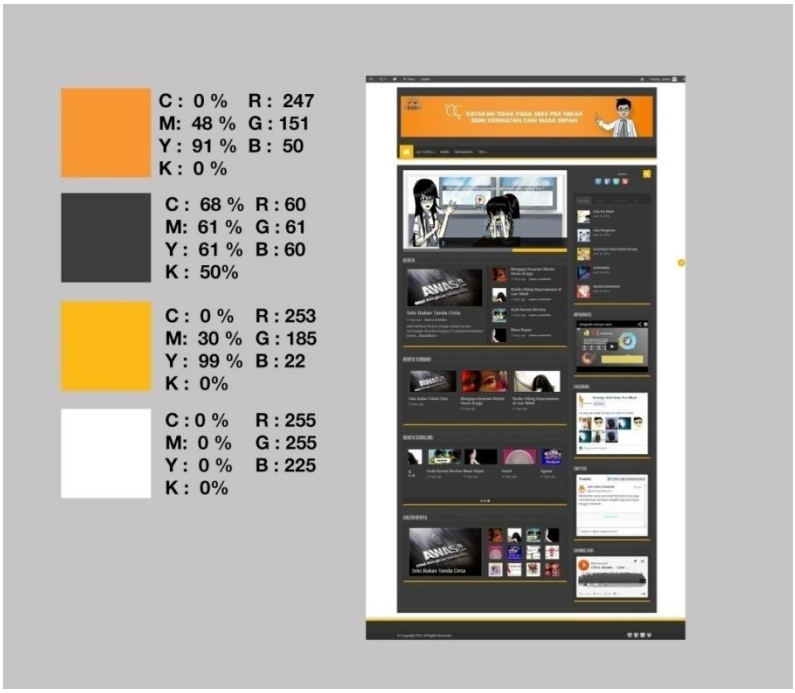
Didalam ilustrasi ketiga bercerita tentang konsekuensi yang diakibatkan dari melakukan seks pra nikah. Sosok karakter yang menangis adalah gambaran dari beratnya penderitaan yang di tanggung akibat melakukan seks pra nikah. Beban yang ilustrasikan dengan simbol batu yang berada di punggung mengesankan beban yang dipikul sangatlah berat. Dan berjalan di dunia seperti mendaki gunung dengan membawa tas yang sudah rusak, hingga buku pelajaran dan alat tulisnya berhamburan karena beban batu yang sangat berat. Dan mendung itu menggambarkan suasana hati yang telah hancur, makna dari efek bunga yg bercahaya itu adalah seperti sarkasme, di tengah hujan. Pesan yang di sampaikan dalam ilustrasi ini adalah menggambarkan penyesalan dari seorang remaja. Oleh karena itu dengan pengayaan visual yang telah dipakai, maka di harapkan remaja lebih memikirkan konseksuensi dari seks pra nikah.



Gambar III.14 *Slider*

III.2.5 Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaaan manusia. Dan warna merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang memunculkan rasa. Oleh karena itu dalam pemilihan warna perancangan *website* ini, di fokuskan pada perpaduan warna-warna gelap dan terang. Penggunaan warna gelap dan terang mempu menarik perhatian. Karena karakter dari remaja cendrung menyenangi sesuatu yang baru yang menarik perhatian mereka. Sehingga warna yang digunakan mampu mempengaruhi perhatian target sasaran. Mode warna dalam perancangan ini akan menggunakan mode warna RGB. RGB adalah warna utuk tampilan layar yang lebih baik, karena RGB merupakan suatu kumpulan warna cahaya yang berupa *pixel.*



Gambar III.15 Warna yang di pakai

E. Holzschlagh (seperti yang di kutip Adi kusrianto) secara visual warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya dan masing-masing warna mampu memberikan respons secara psikologis (hal.47). Respon psikologis dan arti warna yang di timbulkan dari perancangan *website* yang ditujukan kepada remaja di Bandung di antara lain:

Warna	**Respons psikologis yang mampu di timbulkan**
Putih	Kemurnian atau suci, bersih, kecermatan, *inocent* (tanpa dosa), steril, dan kematian.
Abu-abu	Intelek, futuristik, modis, ksenduan dan merusak.
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran dan kecurangan.