BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan target dari sebuah tindakan komunikasi, sehingga dalam proses perancangan ini akan ditentukan khalayak sasaran yang ditinjau melalui beberapa segmentasi diantaranya sebagai berikut:

III.1.1 Demografis

Secara demografis, khalayak sasaran yang ditentukan dari perancangan kampanye bahaya perjudian *online* ini adalah mahasiswa yang terlibat dalam permainan judi *online.* Seorang mahasiswa digolongkan pada usia 18-25 tahun, dan pada tahap ini dapat dijelaskan bahwa seorang mahasiswa mulai memasuki masa-masa perkembangan yang mengarahkan dirinya menuju pada proses pemantapan dan penstabilan dalam hidup (Yusuf, 2012).

III.1.2 Geografis

Geografis merupakan gambaran dari suatu wilayah atau lokasi tertentu. Menurut Strabo (seperti dikutip Fatma, 2017) geografi merupakan sebuah kawasan yang berhubungan erat dengan beberapa faktor seperti letak, spesifikasi tertentu serta keterkaitan keseluruhan dari suatu wilayah. Berdasarkan segmentasi geografis, khalayak sasaran yang dituju adalah mahasiswa yang berada di daerah Kota Bandung.

III.1.3 Psikografis

Secara psikografis pada tingkatan masa remaja akhir sampai masa dewasa awal, seorang mahasiswa akan semakin mengerti dan memahami tentang konsep hidupnya. Dusek & Flaherty (seperti dikutip Respati, Yulianto dan Widiana, 2006) mengatakan bahwa selama masa remaja akhir, seorang individu akan berkembang dengan stabil meskipun dapat terjadi peningkatan, namun penigkatan tersebut terjadi secara bertahap atau perlahan.

III.1.4 *Consumer Journey*

Agar pesan yang disampaikan bisa terealisasi dan efektif, maka dibutuhkan sebuah strategi dalam perancangan media kampanye sosial. *Consumer journey* ini akan menjadi landasan untuk merancang media yang akan disebarkan kepada target audiens.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Waktu	**Kegiatan**	***Point Of Contact***	**Tempat**
10.00	Bangun tidur, persiapan ke kampus	Bantal, kasur, jam weker, *handphone*, komputer/*laptop*, *t-shirt*, *tote bag*, buku	Rumah, kostan, kampus
12.00 - 13.00	Pulang dari kampus, makan siang	Poster cetak, *Flyer* cetak	Warung makan
13.00 - 16.00	*Browsing*, nonton, tidur	Komputer/*laptop*, *handphone*, meja, lemari	Rumah, kostan
16.00 - 17.00	Bangun tidur, *browsing*, mandi	Bantal, kasur, *handphone*, jam weker, komputer/*laptop*, cermin, lemari, *t-shirt*	Rumah, kostan
17.00 - 22.00	*Browsing*, mengerjakan tugas kuliah, nonton	Komputer/*laptop*, *handphone*, meja, buku, *tote bag*	Rumah, kostan
22.00 - 23.00	Makan, dan melakukan transfer uang ke ATM	Poster cetak	Warung makan dan ATM
23.00 - 03.00	Bermain judi *online*	Komputer/*laptop*, *handphone*	Rumah, kostan
03.00	Tidur	Bantal, kasur, *handphone*, jam weker	Rumah, kostan

III.1.5 *Counsumer Insight*

Perancangan kampanye sosial ini ditujukan kepada mahasiswa yang terlibat dalam permainan perjudian *online.* Sebagai pelaku judi *online,* mahasiswa lupa akan tugas utama mereka sebagai seorang pelajar yang harusnya tidak melakukan perbuatan atau tindakan yang melanggar hukum serta tindakan yang merugikan diri dan masa depan mereka.

III.2 Strategi Perancangan

Untuk menyadarkan mahasiswa tentang bahaya yang terjadi akibat keterlibatan mereka dalam permainan perjudian *online*, dibutuhkan sebuah strategi perancangan kampanye sosial untuk menyampaikan pesan sesuai tujuan tersebut. Adapun strategi dari perancangan ini adalah dengan membuat media poster yang mempengaruhi target agar menjadi sadar akan dampak yang terjadi dari perjudian *online* dan merubah pola pikir mereka sehingga tidak terlibat dalam permainan tersebut.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah cara yang dilakukan untuk menciptakan perubahan dalam persepsi, atau perilaku yang akan dipahami bersama-sama (Nugroho, 2004). Adapun tujuan komunikasi dari perancangan kampanye sosial ini adalah untuk mengubah cara berpikir mahasiswa mengenai perjudian *online* serta mengajak mereka untuk berhenti bermain judi *online* karena perjudian *online* merupakan sebuah tindakan yang melanggar hukum dan menimbulkan dampak-dampak yang bisa merugikan diri dan masa depan mereka.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pada perancangan kampanye sosial bahaya perjudian *online* dikalangan mahasiswa ini, dibutuhkan pendekatan komunikasi agar penyampaian pesan bisa sampai kepada target audiens. Pendekatan komunikasi ini dilakukan dengan mengunakan dua pendekatan yaitu pendekatan kamunikasi visual dan pendekatan komunikasi verbal.

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual dalam perancangan kampanye sosial ini menggunakan media poster *digital* dan poster cetak. Untuk menarik perhatian target audiens tentang kampanye bahaya perjudian *online* ini, maka perancangan media tersebut akan dikemas dengan menggunakan pendekatan dari segi gaya hidup yang menampilkan ilustrasi visual dari beberapa dampak negatif yang terjadi serta komparasi antara sebab dan akibat tentang bahaya yang akan terjadi dari keterlibatan mahasiswa dalam permainan perjudian *online.* Hal tersebut bertujuan agar mahasiswa lebih mudah mengerti tentang bahaya yang ditimbulkan jika mereka terlibat dalam permainan judi *online.*

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan komunikasi secara verbal dalam media poster kampanye ini terfokus pada ajakan untuk berhenti bermain judi *online* karena akan menimbulkan dampak-dampak yang merugikan mahasiswa ketika terlibat dalam permainan judi *online*. Dengan penggunaan bahasa indonesia sebagai penegas tentang bahaya-bahaya yang ditimbulkan dari keterlibatan mahasiswa dalam permainan perjudian *online*, sehingga membuat mereka mengerti dan sadar tentang maksud dari kampanye sosial tersebut.

III.2.3 *Mandatory*

Dalam perancangan kampanye sosial bahaya perjudian *online* dikalangan mahasiswa ini, dibutuhkan kerjasama dengan pihak pemerintahan atau instansi-instansi yang bertanggungjawab dalam kampanye sosial tersebut. Adapun kampanye sosial yang dilakukan akan bekerja sama dengan Dinas Pendidikan Kota Bandung yang merupakan lembaga pemerintahan yang bergerak dalam bidang pendidikan serta menyelenggarakan pelayanan-pelayanan yang berkaitan dengan pendidikan dalam Kota Bandung. Lembaga ini berlokasi di jl. Jendral Ahmad Yani No. 237 Kota Bandung. Dan juga bekerja sama dengan Kepolisian Sektor Coblong Kota Bandung sebagai aparat penegak hukum yang akan berperan sebagai pihak

yang memiliki wewenang mengenai hukum-hukum dari tindakan perjudian *online.* Polsek Coblong memiliki kantor operasional yang berlokasi di Jalan Sangkuriang Dago Coblong Kota Bandung.



Gambar III.1 Logo Dinas Pendidikan Kota Bandung
Sumber: https://instagram.fcgk6-1.fna.fbcdn.net/vp/2533314b3217ddacd1a95e6fcfa25ec8/5AF270E7/t51.2885-15/e35/24327934_453498075044853_3507075285218492416_n.jpg
(Diakses pada 22/01/2018)



Gambar III.2 Logo Polsek Coblong
Sumber: https://seeklogo.com/images/P/polda-jawa-barat-logo-D4EEF9A6C9-seeklogo.com.png
(Diakses pada 22/01/2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan dalam media poster kampanye sosial ini adalah mengajak mahasiswa untuk tidak bermain judi *online,* dan memberikan peringatan tentang dampak negatif yang dapat ditimbulkan jika mahasiswa terlibat dalam permainan perjudian *online* tersebut.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa dalam media poster kampanye sosial ini menggunakan majas sinekdoke pars pro toto. Menurut KBBI, gaya bahasa sinekdoke pars pro toto merupakan majas yang diungkapkan dengan menyebutkan sebagian sebagai perwakilan dari keseluruhan bagiannya. Penggunaan gaya bahasa ini bertujuan agar target audiens menyadari bahwa perjudian *online* dapat menimbulkan beberapa dampak negatif yang bisa merugikan diri dan masa depan mereka.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan pada kampanye sosial ini adalah dengan menggunakan media poster, yang mana poster ini terdiri dari poster *attention*, poster *interest* dan poster *action.* Perancangan media poster ini memiliki konten yang akan mempengaruhi mahasiswa agar mereka menjadi sadar dan tidak terlibat lagi dalam permainan perjudian *online.*

Penyampaian media kampanye sosial ini, menggunakan metode AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share)*. Metode ini digunakan agar pesan dari kampanye sosial bahaya perjudian *online* bisa tersampaikan kepada target audiens sehingga membuat mereka menjadi tertarik dan terpengaruh dengan kampanye sosial yang dilakukan. Dalam tahapan metode AISAS, terdapat media-media yang dirancang untuk mendukung metode tersebut.

- Tahap *Attention*

  Pada tahap ini media yang digunakan untuk menarik perhatian target audiens adalah dengan media poster *digital* dan poster cetak yang akan di *posting* melalui media sosial facebook dan instagram, dan disebarkan pada tempat-tempat umum yang sering didatangi oleh mahasiswa serta universitas-universitas yang ada di Kota Bandung sehingga dapat menarik perhatian target audiens tentang bahaya perjudian *online* di kalangan mahasiswa.

- Tahap *Interest*

  Pada tahap *interest*, media yang digunakan masih tetap berupa media *digital* dan cetak berupa poster tetapi dengan visual yang berbeda namun tetap memiliki gaya desain yang sama. Poster tersebut akan menggunakan *copywriting* yang mempengaruhi *audience* untuk tidak bermain judi *online* dan akan disebarkan melalui media sosial facebook dan instagram serta ditempat-tempat umum dan universitas yang ada di Kota Bandung.

- Tahap *Search*

  Tahap *search* akan membuat target audiens lebih mengetahui tentang kampanye sosial yang dilaksanakan. Pada tahap ini akan dilakukan penyebaran media berupa *flyer digital* melalui media sosial facebook dan instagram serta *flyer* cetak, yang berisi kegiatan seminar tentang "Stop Perjudian *Online* Di Kalangan Mahasiswa" yang akan diselenggarakan.

- Tahap *Action*

  Tahap *action*, media yang digunakan berupa media poster *digital* dan poster cetak yang disebarkan melalui sosial media instagram dan facebook serta ke tempat-tempat umum dan universitas-universitas yang ada di Kota Bandung. Pada tahap *action* juga target audiens akan mengikuti kegiatan seminar kampanye sosial tentang "Stop Perjudian *Online* Di Kalangan Mahasiswa" yang dilaksanakan di Auditorium Universitas Komputer Indonesia pada hari senin 21 mei 2018.

- Tahap *Share*

  Tahap *share* merupakan tahap dimana para peserta seminar bersama-sama melakukan *repost* poster *action* melalui media sosial sebagai tanda dukungan dan ajakan kepada semua mahasiswa agar tidak terlibat dalam permainan perjudian *online.*

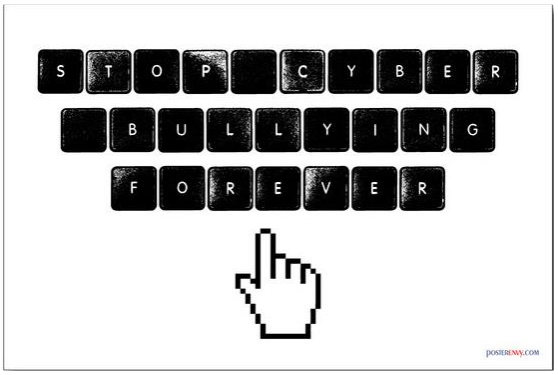
III.2.6.1 *Copywriting*

Copywriting akan mempengaruhi pesan yang disampaikan pada media poster ini. Pada perancangan kampanye sosial bahaya perjudian *online* di kalangan mahasiswa, penggunaan *copywriting* hanya diterapkan pada dua poster yaitu poster *interest* dan poster *action.* Kedua poster ini menggunakan *copywriting* yang berbeda yaitu pada poster *interest* menggunakan *copywriting* "STOP JUDI ONLINE SEBELUM HUKUM MENJERATMU" sedangkan pada poster *action* menggunakan *copywriting* "STOP JUDI ONLINE SEBELUM MENGHANCURKAN MASA DEPANMU". Penggunaan *copywriting* ini bertujuan untuk menarik perhatian target audiens dan menyadarkan mereka tentang bahaya dari perjudian yang dapat merugikan diri dan masa depan mereka.

III.2.6.2 Visualisasi

- Poster *Attention*

  Poster *attention* merupakan poster yang akan dijadikan untuk menarik perhatian target audiens. Visual poster *attention* tidak menggunakan *copywriting*, dengan tujuan agar poster ini dapat menarik perhatian dan membuat target audiens menjadi tertarik dan penasaran dengan maksud dari poster tersebut.



Gambar III.3 Referensi Visual Poster *Attention*

Sumber: http://cdn3.bigcommerce.com/s-ehq9w/products/2698/images/5483/cm637%252520-%252520CyberBully__77915.1409340352.1280.1280.jpg?c=2

(Diakses pada 25/01/2018)

- Poster *Interest*

  Pada poster *interest* visual yang ditampilkan, menunjukan akibat yang dialami oleh pelaku judi *online.* Visual dalam poster *interest* bertujuan untuk membuat target audiens menjadi semakin penasaran dengan pesan yang disampaikan pada poster ini, yang kemudian akan mengarahkan mereka untuk melakukan pencarian tentang maksud dari poster tersebut.



Gambar III.4 Referensi Visual Poster *Interest*
Sumber: https://i.pinimg.com/564x/8b/b2/1c/8bb21cc45414f3dfaf341550974b58ae.jpg
(Diakses pada 25/01/2018)

- Poster *Action*

  Visualisasi pada poster *action,* langsung menampilkan inti pesan dari kampanye sosial yaitu “Stop Perjudian *Online* Di Kalangan Mahasiswa”. Poster ini menggambarkan komparasi dua sisi yang berbeda dari seorang mahasiswa yang terlibat dalam permainan judi *online*. Hal ini menujukkan bahwa keterlibatan seorang mahasiswa dalam perjudian *online* akan memberikan dampak negatif yang merugikan diri dan masa depannya.



Gambar III.5 Referensi Visual Poster *Action*
Sumber: https://2.bp.blogspot.com/-wUc--5YAyn0/VDCSlvHWemI/AAAAAAAAASA/iyLrHDL3wN0/s1600/WHD_2013_Campaign_poster.jpg
(Diakses pada 25/01/2018)

III.2.7 Strategi Media

Pada kampanye sosial ini dibutuhkan perancangan media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada target audeins. Adapun strategi media yang digunakan terdiri dari dua media yaitu media utama dan media pendukung.

III.2.7.1 Media Utama

Media utama pada perancangan kampanye sosial ini adalah poster. Robin Landa dalam buku *Graphic Design Solution* (seperti dikutip Supriyono, 2010) mendeskripsikan poster adalah salah satu media publikasi berbentuk dua dimensi dan satu muka, yang digunakan untuk memuat informasi, data, jadwal atau penawaran dan untuk mempromosikan orang, acara, tempat, produk, perusahaan

jasa atau organisasi (h.158). Adapun dalam kampanye ini, jenis poster yang digunakan adalah poster pelayanan masyarakat. Poster ini adalah jenis poster yang didalamnya tidak terdapat unsur komersial, karena poster pelayanan masyarakat ini merupakan poster yang sering menjadi media perlombaan yang diselenggarakan oleh lembaga pemerintahan atau lembaga swadaya masyarakat (Kusrianto, 2007).

Pemilihan media poster sebagai media utama, dikarenakan media ini dapat menyampaikan pesan secara singkat, padat dan jelas, namun tetap efektif karena teknis media yang digunakan untuk poster kampanye sosial ini memiliki dua format media yaitu media *digital* dan media cetak sehingga membuat poster ini bisa disebarkan secara *online* dan *offline*. Poster *digital* akan disebarkan kepada target audiens dengan cara dibagikan melalui sosial media instagram dan facebook. Sedangkan poster cetak akan di sebarkan di tempat-tempat umum yang sering didatangi mahasiswa serta universitas-universitas yang ada di kota Bandung.

III.2.7.2 Media Pendukung

1. Media Informasi

   Media pendukung infomasi ini buat untuk memberikan informasi kepada target audiens tentang kampanye sosial dari bahaya perjudian *online* di kalangan mahasiswa.

   - Seminar

     Kegiatan seminar dibuat untuk mendukung media utama dalam kampanye sosial bahaya perjudian *online* di kalangan mahasiswa. Seminar kampanye sosial tentang "Stop Perjudian *Online* Di Kalangan Mahasiswa" diadakan untuk memberikan informasi dan mengajak mahasiswa agar tidak bermain judi *online* serta menyadarkan mereka dengan dampak-dampak negatif yang dapat terjadi akibat dari permainan judi *online*.

- Facebook

  Facebook dijadikan sebagai media untuk membagikan media poster *digital* tentang bahaya perjudian *online*, dan menjadi media yang memberikan informasi tentang kampanye sosial bahaya perjudian *online* di kalangan mahasiswa.

- Instagram

  Instagram juga digunakan untuk membagikan media poster *digital*, serta sebagai media menyebarkan informasi tentang bahaya perjudian *online* dikalangan mahasiswa.

- *Flyer*

  Flyer akan digunakan untuk memberikan informasi kepada *audience* tentang kegiatan seminar kampanye sosial dari bahaya perjudian *online* yang akan diselenggarakan. *Flyer* akan di *posting* pada sosial media dan disebarkan di universitas-universitas yang ada di kota bandung.

2. Media Seminar

   Media ini akan digunakan saat kegiatan seminar tentang "Stop Perjudian *Online* Di Kalangan Mahasiswa" dilaksanakan.

   - *X-banner*

     X-banner dijadikan sebagai media yang mendukung kegiatan seminar kampanye sosial bahaya perjudian *online.* X-banner ditempatkan dipanggung saat kegiatan seminar tersebut berlangsung.

   - *Banner*

     Media pendukung *banner* akan digunakan pada kegiatan seminar kampanye sosial tentang "Stop Perjudian *Online* Di Kalangan Mahasiswa".

3. Media Pengingat

Media pengingat kampanye sosial ini, akan disebarkan kepada target audiens pada setiap minggu ketiga dalam bulan saat penyebaran media utama, serta akan digunakan sebagai *door prize* dalam kegiatan seminar yang dilakukan.

- *T-shirt*

  T-shirt akan dibagikan kepada peserta seminar kampanye sosial dengan syarat peserta tersebut memberikan satu pertanyaan mengenai bahaya dari perjudian *online* di kalangan mahasiswa pada sesi tanya jawab pertama.

- *Mousepad*

  Mousepad merupakan media yang digunakan untuk mengalas *mouse.* Pemilihan *mousepad* sebagai media pengingat dikarenakan *mousepad* akan menjadi media yang bersinggungan langsung dengan pelaku judi *online*. *Mousepad* akan dibagikan kepada para peserta kegiatan seminar yang memberikan pertanyaan untuk sesi tanya jawab pertama.

- Gantungan kunci

  Gantungan kunci akan sangat efektif sebagai media pengingat karena media ini sering digunakan oleh mahasiswa. Gantungan kunci akan dibagikan dibagikan kepada para peserta kegiatan seminar kampanye sosial yang memberikan pertanyaan untuk sesi tanya jawab pertama.

- *Tote Bag*

  Tote Bag juga akan dibagikan kepada para *audience* saat mengikuti kegiatan seminar kampanye sosial, dengan syarat peserta tersebut langsung ditunjuk oleh moderator untuk mengajukan satu pertanyaan pada sesi tanya jawab kedua.

- Buku Agenda

  Penggunaan buku agenda sebagai media pengingat karena target audiens dalam perancangan ini adalah mahasiswa, sehingga buku agenda ini akan menjadi media yang nantinya digunakan oleh mahasiswa sebagai buku catatan. Media ini akan dibagikan kepada peserta kegiatan seminar kampanye sosial yang bertanya dalam sesi tanya jawab kedua.

- Jam Weker

  Jam weker merupakan jam yang memiliki alarm. Pemilihan media ini karena mahasiswa akan menggunakan jam weker untuk melihat waktu dan sebagai alarm untuk bangun pagi. Jam weker ini akan dibagikan kepada peserta seminar kampanye sosial yang bertanya dalam sesi tanya jawab kedua.

- *Sticker*

  Sticker akan menjadi media yang disebarkan secara gratis pada setiap minggu ketiga saat penyebaran media utama dan akan dibagikan juga pada saat kegiatan seminar kampanye sosial bahaya perjudian *online* dilaksanakan. *Sticker* ini menjadi media yang bisa ditempelkan pada komputer, *laptop*, ataupun pada benda-benda lainnya.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian media untuk kampanye sosial ini akan dilakukan dalam lingkup wilayah Kota Bandung. Adapun untuk media pendukung seminar dan media pengingat, pendistribusiannya akan dilakukan pada tanggal 21 mei 2018 saat acara seminar "STOP Perjudian *Online* Di Kalangan Mahasiswa". Sedangkan untuk media pengingat *sticker*, akan disebarkan juga kepada target audiens pada setiap minggu ketiga saat penyebaran media utama dilakukan. Media-media yang disebarkan ini, akan menjadi media pengingat yang mendukung kampanye sosial bahaya perjudian *online* yang diadakan.

Tabel III.2 Strategi Distribusi Media

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Media	Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Media Utama																
Poster *Digital* dan Poster Cetak (*Attention*)	■	■	■	■												
Poster *Digital* dan Poster Cetak (*Interest*)					■	■	■	■								
Poster *Digital* dan Poster Cetak (*Action)*									■	■	■	■	■	■	■	■
Media Informasi																
Seminar											■					
Facebook	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Instagram	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Flyer									■	■						
Media Seminar																
X-banner											■					
Banner											■					
Media Pengingat																
T-shirt											■					
Mousepad											■					
Gantungan Kunci											■					
Tote Bag											■					
Buku Agenda											■					
Jam Weker											■					
Sticker			■				■				■				■	

III.3 Konsep Visual

Poster kampanye sosial ini menampilkan akibat yang ditimbulkan dari permainan judi *online.* Penerapan visual ini memberikan kesadaran kepada mahasiswa akan dampak-dampak negatif yang dapat mereka alami dari keterlibatan dalam bermain perjudian *online.* Poster ini juga menekankan agar mahasiswa berhenti bermain judi *online* karena perjudian *online* merupakan sebuah tindakan yang melanggar hukum dan dapat mengakibatkan kerugian bagi diri dan masa depan mereka.

III.3.1 Format Desain

Media Poster ini akan diterapkan kedalam 2 bentuk format yaitu format *digital* dan format cetak. Poster *digital* akan berukuran 29x42cm, dengan resolusi 300px dan menggunakan mode warna RGB *color.* Sedangkan untuk poster cetak, format yang digunakan akan memiliki ukuran 42x59cm, dan resolusi 300px.

III.3.2 Tata Letak (*Layout)*

Tata letak (*layout*) merupakan penyusunan elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media yang digunakan untuk mendukung konsep atau pesan yang terdapat pada media tersebut (Rustan, 2009). Tata letak elemen grafis pada sebuah poster akan mempengaruhi makna dan tujuan serta pesan yang ingin disampaikan kepada target audiens.

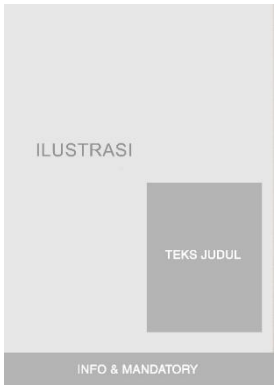
Sieber dan Ballard (seperti dikutip Supriyono, 2010) menyatakan bahwa *layout* dalam sebuah poster sebaiknya tidak membingungkan pembaca, gunakan salah satu elemen sebagai *point of interest* seperti huruf atau ilustrasi sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami pesan yang ada dalam poster tersebut (h.160).

Menurut Rustan (2009) “tata letak dalam sebuah poster merupakan hasil pengolahan elemen-elemen desain dan *layout* yang diatur berdasarkan tujuan dari masing-masing poster tersebut” (h.108). Tata letak media poster ini terdiri dari tiga *layout* berbeda yang dibuat sesuai dengan perancangan media yang dibuat agar pesan dari kampanye sosial ini dapat tersampaikan kepada target audiens.



Gambar III.6 Tata Letak Poster *Attention*

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.7 Tata Letak Poster *Interest*

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.8 Tata Letak Poster *Action*

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Menurut Tinarbuko (2013) “tipografi dalam konteks desain komunikasi visual adalah mencangkup pemilihan bentuk huruf dengan cara dan teknik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat sesuai dengan karakter pesan yang ingin disampaikan” (h.24). Pemilihan huruf serta penerapannya kedalam sebuah media akan mempengaruhi arti dari pesan visual yang ingin ditampilkan, sehingga tipografi dalam media poster ini akan mendukung penyampaian pesan dari kampanye sosial ini agar bisa tersampaikan kepada target audiens dengan baik.

Adapun penggunaan tipografi dalam media poster ini adalah dengan menggunakan *font* Deathe Maach Nvc. *Font* dengan jenis san serif ini memiliki kesan yang tegas dan kuat sehingga mendukung visual dan pesan yang ingin disampaikan dalam poster kampanye sosial tersebut. *Font* Deathe Maach Nvc ini merupakan *trademark* 2012 *The Fontry*, sehingga penggunaan *font* ini hanya untuk kebutuhan akademis dan tidak diperbolehkan untuk diterapkan dalam kegiatan komersial.



Gambar III.9 Tipografi
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Wojirsch (Seperti dikutip Al-Maqassary, 2013) berpendapat bahwa ilustrasi merupakan gambaran grafis berupa cerita atau tulisan yang dapat menjelaskan sebuah pesan yang ingin disampaikan. Menurut Kusrianto (2007) “illustrasi merupakan seni gambar yang dimaanfaatkan untuk memberikan penjelasan atas

suatu maksud atau tujuan secara visual" (h.140). Media poster kampanye sosial ini, menggunakan ilustrasi tentang keterlibatan mahasiswa dan dampak negatif yang ditimbulkan dari perjudian *online.*

- Karakter



Gambar III.10 Mahasiswa
Sumber: http://cdn2.tstatic.net/style/foto/bank/images/ardhi-rasy-wardhana_20180208_182228.jpg
(Diakses pada 19/02/2018)

- Properti



Gambar III.11 *Handphone*
Sumber: https://www.ibuygou.com/images/upfilepic/201210413227553.jpg
(Diakses pada 25/01/2018)



Gambar III.12 *Laptop*
Sumber: https://betanews.com/wp-content/uploads/2017/05/Surface-Laptop-e1493822970841.jpg
(Diakses pada 25/01/2018)



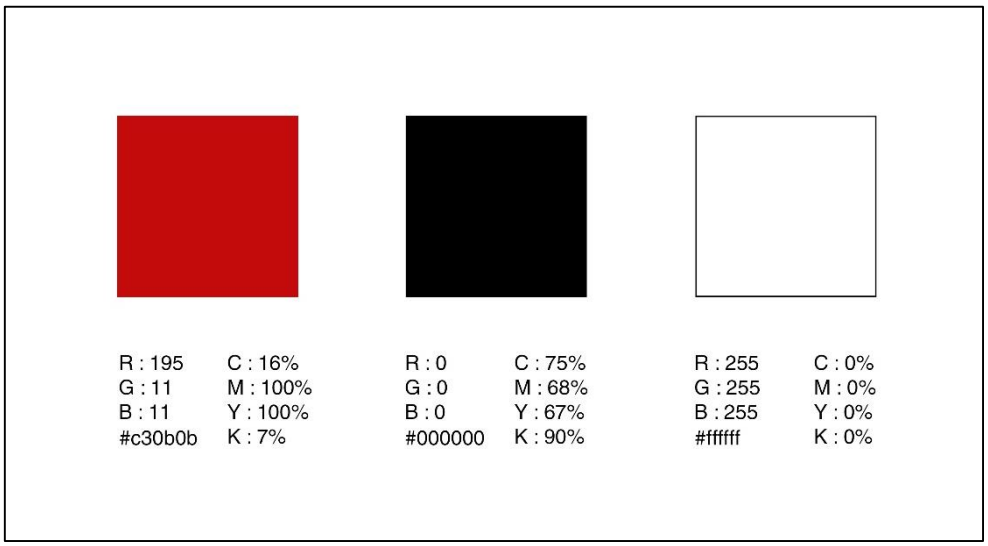
Gambar III.13 Borgol
Sumber:
http://assets.nydailynews.com/polopoly_fs/1.2027741.1417302557!/img/httpImage/image.jpg_gen/derivatives/article_970/cuffs.jpg
(Diakses pada 25/01/2018)

III.3.5 Warna

Warna merupakan sebuah elemen inti yang berkaitan erat dengan sebuah proses dalam desain grafis (Yoga, 2004). Warna akan memberikan pesan tersendiri dalam sebuah media visual yang dibuat. Warna yang digunakan dalam media poster kampanye sosial ini adalah warna merah, warna hitam dan warna putih.

Pemilihan warna ini mempengaruhi pesan yang ingin disampaikan kepada terget audiens. Molly E. Holzschlag (seperti dikutip Kusrianto, 2007) dalam tulisannya *Creating Color Scheme* menyatakan bahwa secara psikologis warna merah

merupakan warna yang memiliki sifat agresif, sedangkan warna putih melambangkan ketelitian dan murni serta warna hitam memiliki sifat yang kuat dan memberikan kesan tegas, kelam dan mewah.



Gambar III.14 Warna

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Warna merah yang digunakan dalam poster akan memberikan kesan bahaya yang sehingga membuat target audiens memahami tentang dampak negatif yang ditimbulkan dari perjudian *online*. Sedangkan penggunaan warna hitam akan diterapkan pada huruf dan ilustrasi dari jenis-jenis judi *online*, yang memberikan kesan tegas dan kuat mengenai dampak yang ditimbulkan dari keterlibatan mereka dalam perjudian *online*. Dan warna putih akan memberikan kesan yang kontras sehingga target audiens dapat dengan cepat memahami inti pesan yang terdapat dalam media poster tersebut.