BAB III

PERANCANGAN MEDIA INFORMASI MENGGUGAH MINAT IBU UNTUK MENYUSUI

III.1 Strategi Perancangan Visual

Berdasarkan permasalahan yang diambil mengenai Perancangan Media Informasi Menggugah Minat Ibu untuk Menyusui, solusi yang diambil dari permasalahan tersebut yaitu menggambarkan atau membuat perancangan visual dengan pendekatan emosional menggunakan kata-kata motivasi agar ibu tersentuh hatinya dan memberikan kesadaran untuk menyusui. Pertimbangan tersebut digunakan sebagai strategi perancangan dan dapat dilihat dari beberapa segi, yaitu:

III.1.1 Target Audien

Target audien adalah kelompok sasaran yang dituju secara khusus. Pemilihan target audien dalam perancangan "meningkatkan nilai motivasi seorang ibu untuk menyusui" kedalam media poster ini dipilih karena beberapa hal, berdasarkan pertimbangan isi dari media cetak ini harus dapat dipahami oleh kalangan ibu yang sedang menyusui bayinya. Target audien memiliki permasalahan-permasalahan dalam memberikan ASI eksklusif kepada bayinya. Hal-hal tersebut secara spesifik dapat dibagi berdasarkan beberapa segi:

- ***Demografis***

  Secara *demografis* target audien dari poster ini adalah wanita, yaitu seorang ibu. Dengan kategori kelompok usia antara 25-30 tahun yang memiliki status memiliki bayi yang sedang disusui, dan kesulitan dalam memberikan ASI eksklusif. Dengan status pendidikan tinggi minimal menyelesaikan bangku perkuliahan S1,

mengingat ilmu yang tinggi membuat pola pikir yang lebih baik dan bijaksana.

- ***Geografis***

  Pemilihan target audien berdasarkan *geografis* ditujukan kepada ibu yang bertempat tinggal didaerah perkotaan padat penduduk dimana masyarakat telah mengalami perubahan gaya hidup khususnya dalam sisi perioritas. Daerah yang menjadi target dari perancangan ini adalah daerah kota besar.

- ***Psikografis***

  Secara *psikografis* target audien yang dituju dari media poster ini adalah ibu yang memiliki kesulitan dalam menejemen dan motivasi dalam pemberian menyusui. Dan juga ibu yang baru akan memulai debutnya dalam memberikan ASI eksklusif kepada bayinya.

III.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang dilakukan adalah menyampaikan kedalam media cetak poster dalam beberapa tahapan yaitu:

1. Materi Pesan

Pesan yang akan disampaikan berupa kalimat-kalimat motivasi, positif untuk seorang ibu, yang dapat memberikan semangat juang didalam diri seorang ibu guna memenuhi kebutuhan bayi dengan asupan gizi yang baik. Dengan penyampaian materi yang tepat berharap target mampu mengerti dan terguggah hatinya sehingga menimbulkan reaksi positif didalam kehidupan.

2. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan media poster ini adalah:

1. Menggugah hati seorang ibu untuk menyusui dengan komunikasi yang lebih baik dari sebelumnya yang telah ada.
2. Membantu meningkatkan rasa kepercayaan diri pada seorang ibu.

3. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang akan disajikan dalam perancangan poster ini adalah, menggunakan bahasa dengan pendekatan emosional. Memberikan motivasi dan kalimat positif dengan konsep berupa pujian, sanjungan, penghargaan, bukan menuduh, jastifikasi dan lain-lain. Untuk menggugah minat seorang ibu untuk menyusui. Seperti ‘Setiap air susu ibu adalah sentuhan dan pelukan yang diberikan oleh ibu kepada anaknya’, ‘Wanita adalah makhluk yang mulia karena wanita diberi anugerah untuk melahirkan dan menyusui’ dan 'Menyusui adalah kehidupan terindah bagi seorang ibu’.

4. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang dirancang dalam media informasi ini menggunakan gambar bunga anggrek berwarna pink-ungu yang memiliki filosofi kasih sayang yang murni, cinta, cantik, keindahan, perhatian, perbaikan, *Chinese symbol* untuk banyak anak.

Disetiap poster memiliki *background* yang berbeda latar putih, latar warna ping gradasi putihdan latar bertekstur. Latar yang berbeda-beda sengaja diberikan agar lebih memberikan nilai estetika. Secara garis besar pendekatan visual lebih menjurus ke nilai estetika agar target lebih nyaman dan menikmati dalam melihat dan menerka informasi yang ada dimedia tersebut.

III.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan adalah dengan merancang sebuah poster. Poster dengan teks. Dimana teks berperan penting dalam mempengaruhi target. Teks yang digunakan adalah kata-kata motivasi berupa pujian, penghargaan dan keindahan.

III.4 Strategi Media

1. Media utama (Poster)

Media utama yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah media berupa poster yang menampilkan teks berupa kata-kata yang dapat menggugah hati seorang ibu. Media poster dipilih karena bisa memuat informasi yang singkat, jelas, efektif, komunikatif, informatif dan menarik perhatian.

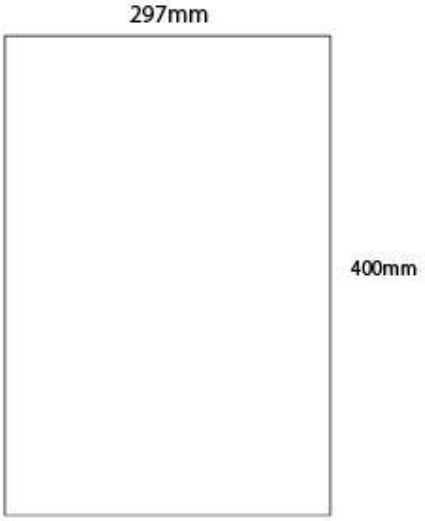
2. Media pendukung

Media pendukung lainnya adalah berupa benda-benda yang sering kali ditemukan dalam keseharian. Dengan media seperti itu ibu kerap diingatkan bila menggunakan media tersebut akan tanggung jawabnya. Media lainnya yaitu, pembatas buku, gantungan, *tote bag*, *sticker, mug* dan *mini note book.*

III.5 Konsep Visual

III.5.1 Format Desain

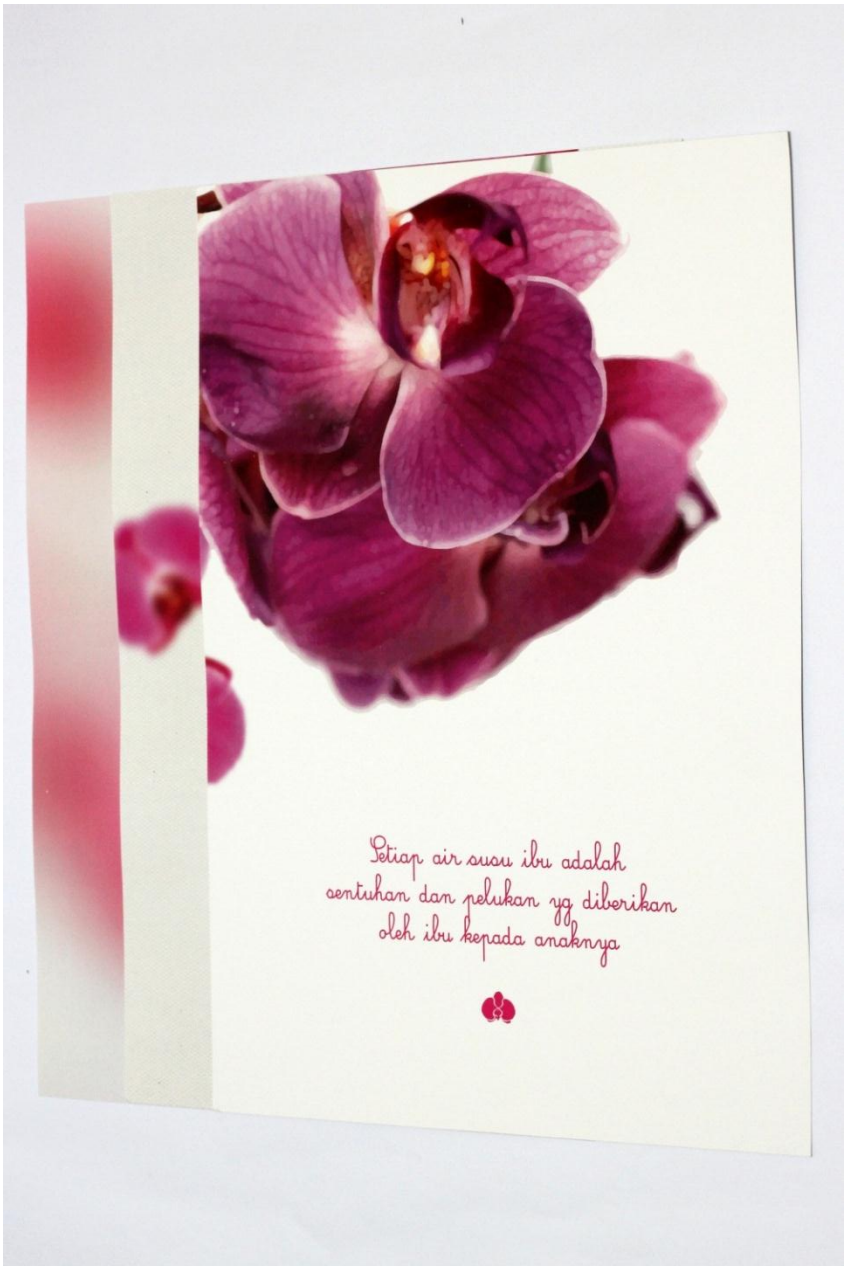
Format desain yang digunakan pada poster ini berukuran (297x400mm) dengan posisi *portrait.* Bagian yang dieksplor tidak menggunakan *margin* atau *full frame.*



Gambar III.1 Format buku (*potrait*)

III.5.2 Tata Letak

Ada beberapa *element* yang ada didalam desain yaitu teks, gambar dan *background*. Desain poster ini mengutamakan penekanan pada teks sehingga teks akan ditempatkan dibagian tengah agar menjadi nilai fokus yang dilihat sehingga menjadi pusat perhatian. Gambar dan *element* lainnya akan diposisikan di bagian lain seperti di pinggir teks sebagai penguat dan penghias. Terdiri dari tiga jenis *layout* dan dari ketiganya memiliki tujuan yang sama, yaitu menitik beratkan pada nilai estetika tanpa mengurangi tingkat keterbacaan teks sebagai *point of interest.*



Gambar III.2 Poster 1

III.5.3 Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan yaitu Heather, Simple Ronde Regular dan Wisdom Script AI. *Font* ini dipilih karena memiliki sesuatu yang indah kerena memiliki lengkungan-lengkungan. Banyak *font* yang memiliki lengkungan sejenis dan beragam dari mulai yang *extreme* sampai dengan yang nyaris tidak memiliki lengkungan-lengkungan. Namun pemilihan *font*

ini didasar dari tingkat keterbacaan, sehingga dipilihlah tiga *font* ini sebagai teks yang akan digunakan dimedia utama. Tiga *font* yang berbeda dimaksudkan untuk menambah nilai estetik dan agar orang tidak bosan dalam membaca informasinya. *Font* yang melengkung ini memberikan kesan elok, indah, feminim, kelembutan, kasih sayang dan ketulusan. *Font* ini telah berubah bentuk dari bentuk semula, karena telah ada pengurangan dan penambahan kemiringan, tingkat kerapatan dan spasi dengan program *Adobe Ilustrator CS6.*

Dari kalimat ‘Wanita adalah makhluk yang mulia karena wanita diberi anugerah untuk melahirkan dan menyusui’, *font* yang digunakan adalah Wisdom Script AI. Memiliki lengkung yang tidak begitu *ekstreme*, memberikan kesan elok dan sederhana.

‘Setiap air susu ibu adalah sentuhan dan pelukan yang diberikan oleh ibu kepada anaknya’, *font* yang digunakan adalah Simple Ronde Regular. *Font* huruf sambung yang tipis dan sederhan, memberikan kesan yang nyaman dan rileks.

'Menyusui adalah kehidupan terindah bagi seorang ibu’, *font* yang digunakan adalah Heather. Dengan jenis garis dan lengkung yang berkarakter lipatan, *font* ini memberikan kesan sebuah kehidupan yang berlipat-lipat. Hidup kadang berjalan lancar seperti yang diharapkan dan terlipat, apa yang kita harapkan tidak semudah yang dipikirkan atau mengalami kegagalan.



Gambar III.3 *Font*



Gambar III.4 Teks1



Gambar III.5 Teks 2



Gambar III.6 Teks 3

III.5.4 Ilustrasi

Konsep yang digunakan dalam ilustrasi pada poster ini adalah bunga anggrek. Diambil dengan teknik fotografi bukan ilustrasi vektor ataupun lukisan, agar terkesan lebih realistis dengan sosok bunga aslinya sehingga target langsung tau bahwa ini adalah bunga anggrek.

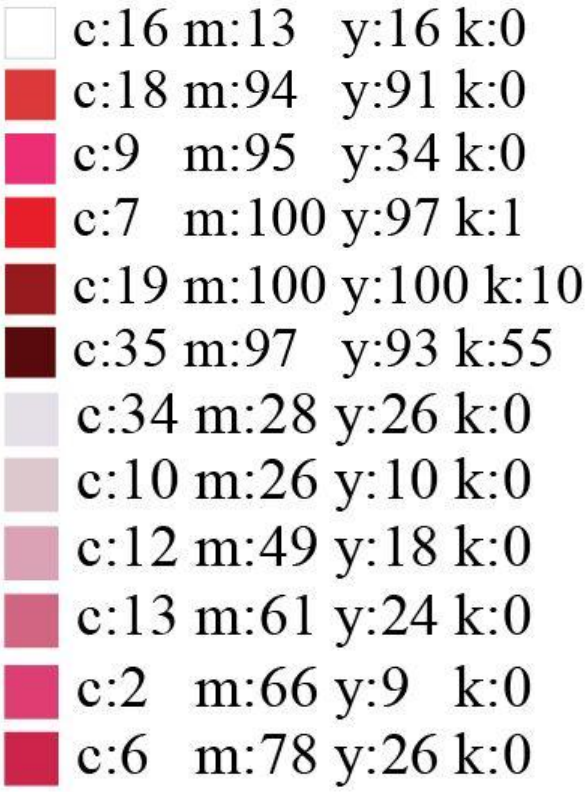
Disetiap media memiliki foto anggrek yang berbeda guna menguragi tingkat kebosanan target juga menambah nilai estetika.

Setiap media memiliki sebuah keterkaitan atau benang merah, selain gambar bunga dan warnanya yang serupa, media ini memiliki icon yaitu kelopak bunga anggrek yang mekar. kelopak bunga angrek adalah bagian mudah diingat dan diterka selain itu karaktery yang kuat berada di kelopak bunga anggrek ini.

Dan dari semua media yang ada memiliki konsep yang sama yaitu lebih menonjolkan sisi estetikanya agar target yaitu seorang ibu dapat dengan nyaman dalam membaca dan memahami informasi yang ada.

III.5.5 Warna

Warna-warna yang digunakan dalam perancangan media komunikasi poster ini adalah merah muda dan ungu yang disesuaikan dengan warna-warna yang mencerminkan sifat seorang wanita yang elok ,lemah lembut, penuh kasih, kehangatan dan lain-lain. Warna yang lembut dipadu dengan warna muda beberapa diantaranya ungu, merah muda yang tipis, kuning tipis, *cream* dan merah tipis. Warna ungu dan merah muda sangat mendominasi disetiap media yang ada, dipertimbangkan dari sudut keterkaitan dan unsur estetika. Mode warna yang digunakan adalah CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow* dan *Black*), format ini digunakan karena hasil akhirnya berupa media cetak.



Gambar III.7 *Pallete Color*