BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Untuk menyadarkan masyarakat khususnya para pekerja kantoran pentingnya menjaga asupan dan pola makan sehat dan merubah pola makan yang lebih baik sesuai dengan jumlah dan jenis yang tepat, maka dibutuhkan suatu perancangan yang mampu menyampaikan suatu informasi atau pesan yang dapat mudah dimengerti oleh komunikan. Strategi perancangan yang akan dilakukan dari perancangan media informasi mengenai Kampanye Prilaku Makan Sehat Bagi Pekerja Kantoran yaitu merancang atau membuat suatu media informasi berbasis website yang bertujuan untuk menarik perhatian para pekerja kantoran agar terhindar mengubah kebiasaan pola makan sehat yang kurang baik.

III.1.1 Strategi Komunikasi

Keberhasilan suatu komunikasi ditentukan oleh bagaimana caranya agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik kepada si penerima pesan (komunikan). Untuk itu diperlukan suatu strategi khusus dalam menganalisa setiap permasalahan agar menjadi suatu informasi yang dapat dimengerti oleh komunikan. Untuk itu maka "Kampanye Prilaku Makan Sehat Bagi Pekerja Kantoran" menggunakan dua pendekatan komunikasi yaitu pendekatan komunikasi visual dan pendekatan komunikasi verbal.

III.1.1.1 Pendekatan Komunikasi Visual

Tinaburko (2009) menjelaskan "Komunikasi visual merupakan konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan kedalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas ilustrasi (gambar), tipografi, warna, komposisi, dan *layout*" (h.23). Teknik yang digunakan dalam hal

pendekatan secara visual adalah mengutamakan tipografi dan ilustrasi. Dengan kata lain, penggabungan ilustrasi dan tipografi dapatmeminimalisir persepsi yang berbeda-beda. Sehingga target audiens melakukan aksi yang tepat seperti yang diharapkan.

III.1.1.2 Pendekatan Komunikasi Verbal

Pendekatan komunikasi verbal dalam perancangan ini menggunakan bahasa yang bersifat persuasif atau ajakan, himbauan, maupun peringatan. Dimana strategi komunikasi bertujuan memberikan pesan yang baik. Agar dapat menarik minat para pekerja kantoran untuk lebih menerapkan perilaku-perilaku makan sehat

III.1.1.3 Tujuan Komunikasi

Kampanye "Kampanye Prilaku Makan Sehat Bagi Pekerja Kantoran" bertujuan untuk membujuk, menyadarkan dan mengubah prilaku masyarakat khususnya para pekerja kantoran tentang pentingnya menerapkan pola makan sehat dan memberitahukan bahaya bahaya apa saja bila pola makan sehat dibarengi dengan kebiasaan-kebiasaan yang dapat merusak pola makan sehat itu sendiri.

III.1.2 Strategi Kreatif

Banyaknya media informasi mengenai masalah pola makan sehat nampaknya belum cukup untuk masyarakat khususnya para pekerja kantoran agar menerapkan pola makan sehat pada kehdupan sehari-hari dan memberitahukan bahaya bahaya apa saja bila pola makan sehat dibarengi dengan kebiasaan-kebiasaan yang dapat merusak pola makan sehat itu sendiri. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi kreatif untuk menyampaikan masalah pola makan sehat secara mendetail. Fungsinya yaitu untuk memudahkan penyampaian

informasi atau pengetahuan kepada target audiens sehingga informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik.

III.1.2.1 Cara Penyampaian Pesan

Pendekatan yang digunakan adalah informatif dan persuasif. Dimana pendekatan informatif lebih memperlihatkan informasi penting mengenai bahaya merokok setelah makan lewat berbagai media. Dan pendekatan persuasif dengan mengajak para pekerja kantoran untuk menerapkan pola makan yang lebih sehat pada kehidupan sehari-hari.

III.1.2.1 Rasionalisasi Visual

Pendekatan visual yang akan dilakukan pada program ini adalah:

1. Menggunakan logo, sebagai identitas yang akan digunakan pada media-media pendukung sehingga media tersebut memiliki identitas yang jelas.
2. Tipografi yang dipakai adalah font-font sans sherif. Digunakan karena jelas dan mudah terbaca.
3. Ilustrasi dan warna yang sesuai dengan identitas kesehatan.
4. Menggunakan slogan atau tagline yang mudah diingat dan dimengerti oleh khalayak sasaran.

III.1.3 Strategi Media

Saat ini perkembangan media digital, sudah terbilang sangatlah banyak, mulai dari website maupun CD interaktif. Media yang digunakan dalam merancang suatu pembahasan seperti studi kasus perancangan media kampanye pola makan sehat bagi pekerja kantoran dikemas dalam sebuah media informasi berbasis website.

III.1.3.1 Pemilihan Media

a. Media Utama

Strategi media yang digunakan sebagai media utama berupa media informasi berbasis website. Karena dengan media ini masyarakat khususnya para pekerja kantoran akan mudah mengakses pesan yang disampaikan akan pentingnya pola makan sehat. sangatlah cocok dengan target audiens yaitu para pekerja kantoran, dikarenakan hampir setengah hari lebih para pekerja kantoran akrab dengan komputer.

b. Media Pendukung

Agar penyampaian media utama kepada target sasaran berjalan dengan baik, maka dibutuhkan media pendukung, baik media pendukung bersifat Informasi maupun media pendukung yang bersifat mengingatkan, yang diantaranya, yaitu:

- Sosial media
  - Facebook Page
  - Twitter
- Poster
- Flyer
- Kalender
- Mug
- Piring
- Pulpen
- Mouse Pad
- Jam Dinding
- Brosur

- Mug
- Piring
- Pulpen
- Mouse Pad
- Jam Dinding
- Brosur

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Identitas Visual

Identitas visual pada kampanye "Kampanye Prilaku Makan Sehat Bagi Pekerja Kantoran" berupa logo.



Gambar III.1 Logo Kampanye Prilaku Makan Sehat Bagi Pekerja Kantoran.

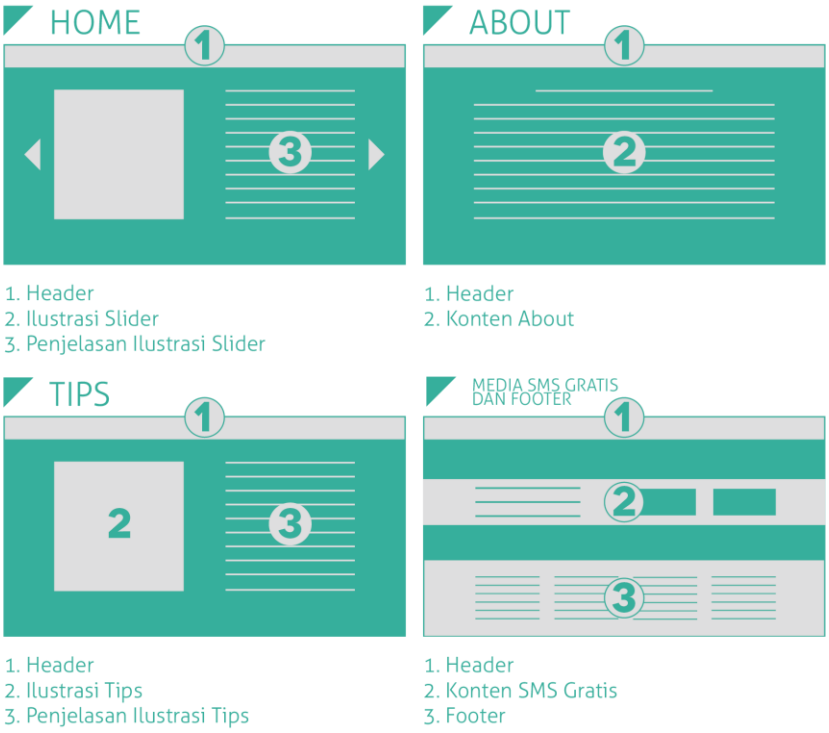
Sumber: Data Pribadi

III.2.2 Format Desain

Format desain yang dirancang dalam Website Kampanye Prilaku Makan Sehat Bagi Pekerja Kantoran adalah format desain website *one page* yang memiliki kesatuan seperti proporsi bentuk dan visual seimbang. Format desain yang dipakai adalah lanscape.

III.2.3 Tata Letak (layout)

Tata letak atau layout adalah pengaturan elemen-elemen yang ada menjadi sebuah satu kesatuan. Karena kesan yang ingin ditimbulkan dalam kampanye adalah sehat dan bersih maka dibuat layout yang seimbang atau simetris atau terkesan satu kesatuan. Selain itu layout juga berkaitan dengan komposisi antara elemen visual dan teks.

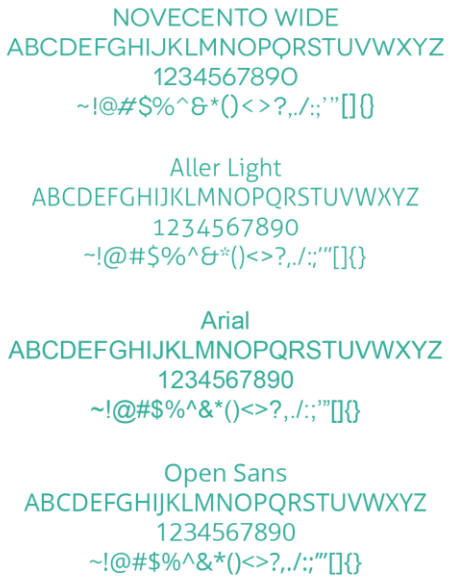


Gambar III.2 Tampilan *layout* Website

Sumber:Dokumen Pribadi

III.2.4 Tipografi

Pemilihan jenis huruf pada kampanye ini mengutamakan keterbacaan, menarik, dan berkesan. Untuk menarik perhatian masyarakat khususnya pekerja kantoran maka huruf yang digunakan berkesan formal.



Gambar III.3 Font-font dalam kampanye

III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu daya tarik dan dapat menggambarkan pesan dalam sebuah kampanye. Pesan yang utama pada kampanye ini adalah untuk membujuk, menyadarkan dan mengubah prilaku masyarakat khususnya para pekerja kantoran tentang pentingnya menerapkan pola makan sehat dan memberitahukan bahaya bahaya apa saja bila pola makan sehat dibarengi dengan kebiasaan-kebiasaan yang dapat merusak pola makan sehat itu sendiri.Maka ilustrasinya adalah berupa gambaran beberapa hal yang terkait dengan pola makan sehat.

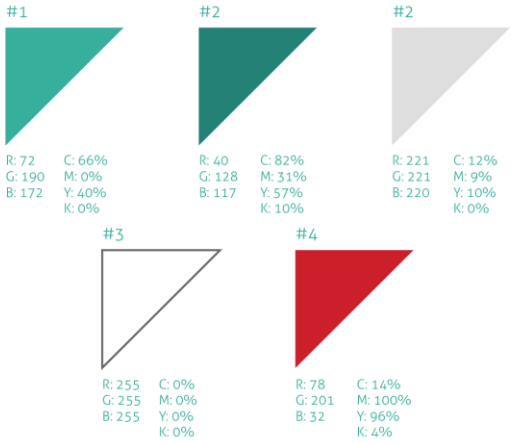


Gambar III.4 Ilustrasi-ilustrasi pada kampanye

Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.6 Warna

Warna akan mempengaruhi pesan dan kesan yang ingin disampaikan pada audiens, maka warna yang dipilih adalah sebagai berikut:



Gambar III.5 Warna-warna pada kampanye

Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.7 Icon Pada Website

III.2.7.1 Proses Kreatif Pembentukan Icon

Tahap I: Menemukan gambaran sesuai dengan tema yang akan memperkuat karakter sebuah icon.

Tahap II: Menemukan objek yang dapat mewakili pesan dan informasi yang menentukan kunci visual.

Tahap III: Mengolah bentuk asli disederhanakan agar khalayak dapat mengingat.

III.2.7.1 Proses Kreatif Pembentukan Icon



Gambar III.6 *Icon-icon* pada kampanye

Sumber: Dokumen Pribadi