BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan di buat mengenai kampanye kebakaran di pemukiman padat berdasarkan masalah adalah merancang sebuah media kampanye yang informatif mengenai tanggap bahaya kebakaran di pemukiman padat.

III.1.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dalam pembuatan konsep perancangan media kampanye mengenai tanggap bahaya kebakaran di pemukiman padat ini digunakan agar pesan atau informasi yang akan di sampaikan ke masyarakat dapat di mengerti dan di terima dengan baik oleh masyarakat. Strategi komunikasi yang di lakukan dalam kampaye tanggap bahaya kebakaran di pemukiman padat menggunakan pendekatan bahasa yang bersifat persuasif atau ajakan, himbawan, maupun peringatan, dimana strategi komunikasi tersebut mengkampanyekan sekaligus menginformasikan masyarakat untuk menganitisipasi kebakaran di pemukiman dengan mengunakan media-media yang informatif dan mudah di pahami oleh masyarakat. Menggunakan kata-kata yang mudah di pahami oleh masyarakat pemukiman padat.

III.1.1.1 Tujuan Komunikasi

Kampanye “Tanggap Bahaya Kebakaran Di Pemukiman Padat“ bertujuan untuk memperingati, mencegah dan mengubah perilaku masyarakat khususnya yang tinggal dikawasan padat penduduk untuk lebih waspada akan bahaya konsleting listrik yang bisa menimbulkan kebakaran.

III.2 Pendekatan Bahasa

Penggunaan bahasa dalam proses pendekatan kepada masyarakat sangatlah penting. Bahasa dapat mempengaruhi pemikiran dan perilaku, karakteristik bahasa mempengaruhi proses pemikiran masyarakat. Karena bahasa-

bahasa di dunia sangat berbeda-beda dalam hal karakteristik semantik (makna) dan strukturnya, sehingga orang yang menggunakan bahasa yang berbeda juga akan berbeda dalam cara memandang dan berpikir. Bahasa yang digunakan sederhana, singkat dan jelas. Penggunaan bahasa baku dan sederhana agar target khalayak akan lebih mudah mengerti dan memahaminya. Untuk mencari *tagline* dalam perancangan media kampanye mengenai antisipasi kebakaran, maka di pilih salah satu kesimpulan yang paling cocok untuk dijadikan sebuah *tagline* dalam media informasi antisipasi kebakaran, yaitu " Cegah Kebakaran Sebelum Menghanguskan Masa Depan Anak Anda".

III.2.1 Materi Pesan

Dalam penyampainya perancangan media informasi ini memerlukan materi yang akan di sampaikan sebagai pesan dari informasi mengenai tanggap bahaya kebakaran di pemukiman padat. Adapun materi yang di sampaikan adalah:

- Untuk mengkampanyekan sekaligus menginformasikan kepada masyarakat mengenai bagaimana mencegah kebakaran di pemukman padat.
- Menghimbau masyarakat untuk mewaspadai dan mengantisipasi kebakaran di pemukiman padat.

III.3 Strategi Kreatif

Agar informasi mencapai tujuan yang diharapkan maka pesan yang dilakukan harus efektif dan kampanye yang efektif adalah mengkampanyekan suatu hal yang kreatif yakni kampanye tersebut harus memberikan wawasan kepada target *audience* dan pesan yang akan di sampaikan harus tepat dan dapat di terima dengan baik oleh *audience* . Hal ini perlu dilakukan karena jika kampanye yang dilakukan kurang efektif maka kampanye sosial yang diberikan tersebut dikhawatirkan tidak dapat dicerna atau di pahami oleh masyarakat sebagai *audience*.

III.3.1 Strategi Verbal

Pendekatan verbal yaitu ungkapan secara lisan maupun visual yang digunakan dalam mengkampanyekan antisipasi kebakaran di pemukiman padat meliputi : pembuatan *tagline* visual, dan pencarian gagasan visual, yaitu :

1. Pembuatan *TagLine* Visual

Konsep pendekatan kreatif dalam pembuatan *headline* visual yaitu dengan melalui atau mempelajari beberapa permasalahan yang ada dalam kebakaran di pemukiman padat. maka di ambilah head line yang sesuai dengan permasalahan yang di dapat adalah “Cegah Kebakaran Sebelum Menghanguskan Masa Depan Anak Anda ” sebagai *headline* dalam media kampanye.

2. Gagasan visual

Pencarian gagasan visual berawal dari pemahaman *headline* visual dan pesan yang ingin disampaikan ke masyarakat.



Gambar. III.1 Gagasan visual

(Sumber : https://www.google.com/search?q)

III.3.2 Strategi Visual

Pemilihan objek visual pada perancangan media kampanye antisipasi kebakaran, adalah menggunakan visual anak – anak yang sedang sedih karena masa depan mereka hancur akibat kebakaran sehingga target audiens tersentuh

rasa emosionalnya sehingga dapat menjadi daya tarik dan bisa merubah kebiasaan yang selama ini terjadi.

III.4 Strategi Media

Media adalah alat penghubung, perantara dan sasaran serta saluran alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat secara umum dengan perencanaan dan sistematik serta berharap mendapatkan tanggapan dari penerima pesan, dan tentunya di butuhkan tanggapan atau respon yang baik dari target *audience*. Dibutuhkan perancangan media kampanye yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkannya atau media yang memang mudah dijangkau oleh masyarakat, bentuk dari sebuah media informasi harus epektif, mudah di jangkau dan harus sesuai dengan kebiasaan dan kegiatan target *audience* (masyarakat). lalu jadwal penyebaran media kampanye harus tepat waktu sesuai dengan kebutuhan target *audience*.

III.4.1 Pemilihan Media

1.Media utama

• Poster

Poster adalah media utama yang di pilih sebagai media informasi untuk antisipasi kebakaran di pemukiman penduduk padat. Di gunakan poster sebagai media yang paling utama sebagai media informasi di karenakan poster adalah salah satu media yang sangat mudah di jangkau oleh masyarakat khususnya masyarakat yang berada di pemukiman yang padat. Karena saling berdempetanya pemukiman warga dan masyarakat pemukiman yang biasa melintas atau yang sedang berkumpul di daerah tersebut, sehingga menjangkau masyarakat untuk memperhatikan media poster tersebut, dan poster dapat di tempel di mana saja, dan informasi yang di sampaikan dapat langsung sampai ke audien.

2.Media pendukung

Diperlukan media-media pendukung untuk memberikan informasi antisipasi kebakaran di pemukiman padat diantaranya seperti:

• X banner

Media ini digunakan karena mudah dipasang dan dapat menjadi media yang langsung dapat di lihat oleh *audience*.

• Spanduk

Spanduk mudah di jangkau oleh masyarakat yang biasa melintas di jalan-jalan karena media ini biasa di pasang di jalan (di atas tihang yang ada di pinggir jalan) yang biasa dilewati masyarakat.

• Media koran

Media Koran digunakan karena media Koran mudah di jangkau oleh masyarakat dipemukiman padat yang selalu berlangganan Koran setiap harinya.

• Media Kreatif

Media kampanye tersebut diaplikasikan kepada media-media gimmick seperti, mug, asbak, pin, korek api, gantungan kunci, t-shirt, jam dinding, karena media tersebut dapat berinteraksi langsung secara personal kepada *audience,* dan bisa memiliki ketahanan dengan jangka waktu yang cukup lama.

• Brosur.

Bisa langsung di berikan ke target tanpa harus membutuhkan tempat atau ruang.

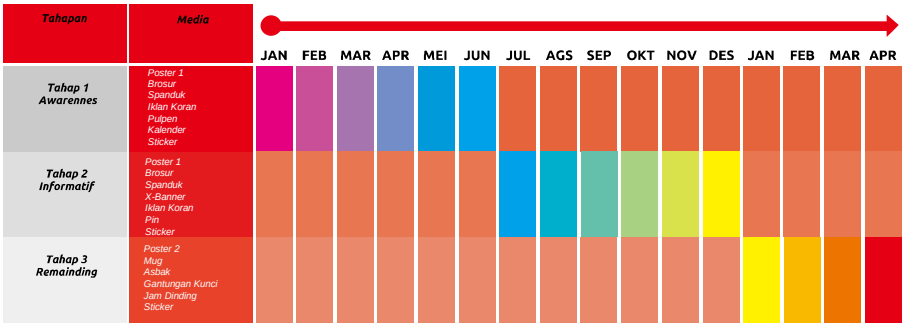
• Stiker

Stiker ini memang memuat media informasi yang kurang cukup dijangkau oleh *audience*.namun media ini bisa ditempel dimanapun. Sehinggga bisa di sebut media *mobile*.

III.4.2 Jadwal penyebaran media

Jadwal penyebaran media di sebar dalam kurung waktu selama 1 Tahun lebih terhitung dari bulan Januari 2014 - April tahun 2015, dikarenakan agar masyarakat bisa lebih memahami akan tanggap bahaya kebakaran. Penyebaran

media ini tidak disebarkan secara bersama-sama dengan media yang lainya. Karena hal ini akan ditinjau ulang sesuai pandangan masyarakat.



Keterangan : Pelaksanaan dan Pendistribusian Kampanye Tanggap Bahaya Kebakaran dipemukiman padat dilakukan pada Januari 2014 - April 2015.

Tabel III.1. Jadwal penyebaran

III.5 Konsep visual

Konsep Visual yang dipakai dalam perancangan media informasi mengenai tanggap bahaya kebakaran di pemukiman padat terdiri dari beberapa penjelasan konsep mengenai , format desain, tipografi, ilustrasi, dan juga warna.

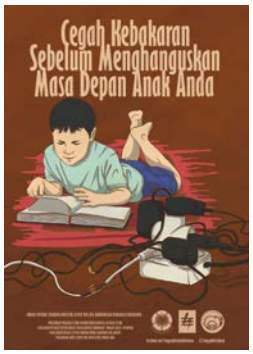
III.5.1 Format desain

Format desain yang digunakan pada media utama poster adalah mengunakan format portrait digunakan format portrait karena agar memberikan ketegasan dalam memberi informasi mengenai informasi kebakaran kepada *audience*, dan memudahkan masyarakat sebagai target *audience* biar lebih memahami apa saja yang harus diperhatikan cara untuk mengantisipasi kebakaran.



Gambar III.1.1. Sketsa







Gambar III.1.2. Hasil Akhir

III.5.2 Tipografi

Jenis tipografi yang di gunakan pada perancangan media utama mengenai informasi antisipasi kebakaran mengunakan jenis-jenis tipografi sesuai kebutuhan yang jelas untuk komunikasi.

Gill Sans MT Ext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Dipakai jenis tipografi seperti itu agar masyarakat mudah memahami atau mudah membaca jenis huruf yang di aplikasikan kedalam media informasi dan memiliki kesan tegas.

Arial Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Jenis Huruf dipakai untuk *tagline* logo karena mudah dipahami dan dibaca.

III.5.3 Logo

Ilustrasi gambar yang di gunakan dalam rancangan media informasi antisipasi kebakaran adalah mengunakan ilustrasi yang menampilkan logo. Konsep pada logo ini mengambil sebuah unsur pemberitahuan bahwa waspada akan bahaya kebakaran yaitu dengan tanggap dan kesan melindungi, terlihat dari tangan ikon logo yang sedang terlihat seperti melindungi satu keluarga, yang seakan menegaskan sebuah peringatan akan bahaya kebakaran itu sendiri, yang nantinya bisa menjadi suatu kebiasaan yang akan selalu tanggap akan bahaya kebakaran.

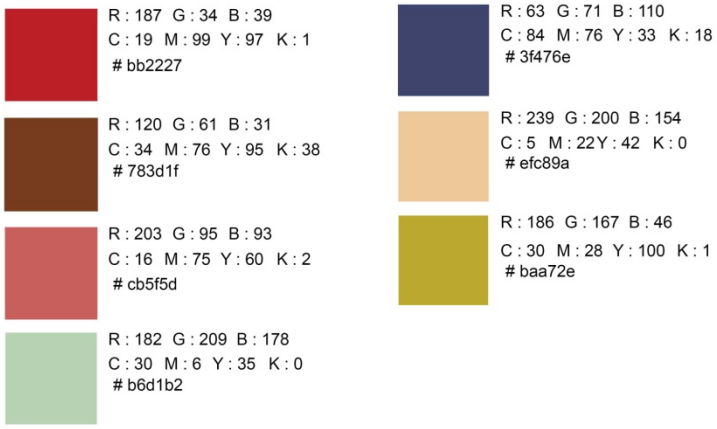


Gambar III.2. Ilustasi logo visual

Identitas pada sosial kampanye tentang pencegahan bahaya kebakaran ini mengacu pada ilustrasi anak yang sedang membaca buku dan sedih dan *tagline* “ Cegah Kebakaran Sebelum Menghanguskan Masa Depan Anak Anda ”. Konsep pada poster ini mengambil sebuah unsur pemberitahuan bahwa waspada akan bahaya kebakaran yaitu dengan cegah terjadinya kebakaran, terlihat dari colokan yang menumpuk sebagai penyebab awal terjadinya kebakaran, dan ilustrasi anaka yang sedang menangis akibat dari dampak terjadinya kebakaran yang menghanguskan cita-citanya.

III.5.4 Warna

Warna dasar utama adalah coklat tua, dan tiga warna yang menjadi point identitas, tiga warna tersebut dipilih untuk mendukung dan menonjolkan karakteristik dari identitas poster tersebut, warna merah memberikan kesan tegas, menyala, peringatan. Selain itu warna-warna tersebut juga memberi kesan simpel dan sosialisme.



Gambar III.3 Konsep Warna