BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 StrategiPerancangan

Dalam menjawab solusi permasalahan Perancangan Media Informasi Perilaku *Cyberbullying* Remajapada Situs Jejaring Sosial dibutuhkan strategi perancangan dengan pesan yang mudah dimengerti oleh target yang dituju. Strategi perancangan yang digunakan adalah media informasi yaitu *website*.

III.1.1 StrategiKomunikasi

Keberhasilan suatu komunikasi ditentukan oleh bagaimana cara agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik kepada penerima pesan (komunikan). Untu kitu diperlukan strategi khusus dalam menganalisa setiap permasalahan agar menjadi suatu informasi yang dapat di mengerti oleh komunikan. Untuk itu maka "Perancangan Media Informasi Perilaku Cyberbully Remaja pada Situs Jejaring Sosial" menggunakan dua pendekatan komunikasi yaitu pendekatan komunikasi visual dan pendekatan komunikasi verbal.

III.1.1.1 PendekatanKomunikasi 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 mengilustrasikan konten informasi pada *website*. Penggabungan ilustrasi dan tipografi dapat meminimalisir presepsi yang berbeda-beda. Sehingga pesan tersampaikan seperti yang diharapkan.

III.1.1.2 PendekatanKomunikasi Verbal

Pendekatan verbal yaitu ungkapan secara lisan maupun visual yang digunakan dalam media informasi perilaku *cyberbullying* pada situs jejaring sosial, pendekatan secara rasional atau menyampaikan langsung pada pokok permasalahan, hal ini dikarenakan remaja yang memiliki sifat rasa keingintahuan yang tinggi.

- **Gagasan Utama**

  Gagasan utama yang diangkat dalam *website* ini adalah mengajak para remaja untuk menjauhi fenomena *cyberbullying* dan meningkatkan kesadaran atau pemahaman tentang bahaya dampak dari fenomena *cyberbullying.*

- **Kata Kunci**

  Kata kunci yang didapat dalam media informasi ini, setelah membuat gagasan utama adalah "*bully*, perilaku buruk, remaja" ini diambil dari gagasan utama yaitu mengajak untuk menjauhi dari fenomena *cyberbullying* dan kesadaran atau pemahaman dari fenomena *cyberbully.*

- **Tagline**

  "*Stop it before you regret*"

  "Bijaklah dalam berkomentar"

  Pemilihan tagline ini dikarenakan kata yang bersifat mengajak untuk jauhi atau berhenti melakukan *cyberbullying* sebelum menyesal akan dampaknya.

III.1.1.3 TujuanKomunikasi

Perancangan Media Informasi Perilaku *Cyberbullying* Remaja pada Situs Jejaring Sosial bertujuan untuk mengedukasikan tentang prilaku siswa-siswi tentang

fenomena *cyberbullying* dengan gaya bahasa nonformal menyesuaikan dengan bahasa sehari-hari target audiens.

III.1.2StrategiKreatif

Dalam Media Informasi Sosial Perilaku *Cyberbullying* Remaja pada Situs Jejaring Sosial bertujuan untuk mengajak dan meningkatkan kesadaran pelajar akan fenomena *cyberbullying* disitus jejaring sosial. Terdapat 3 tahapan penyampaian pesan pada media informasi ini, yaitu:

- Informatif

  Pada tahap ini menginformasikan fakta mengenai fenomena *cyberbullying* pada situs jejaring sosial melalui media utama pada media informasi ini yaitu *single page website.*
- Persuasif

  Bertujuan untuk mengajak, mengubah atau mempengaruhi sikap dan prilaku target audiens sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan.
- *Reminding* (Pengingat)

  Pada tahap ini menyampaikan pesan bertujuan untuk mengingatkan akan hal prilaku *cyberbullying* pada situs jejaring sosial melalui hal-hal yang bersifat kecil namun berpengaruh kepada target audiens.

III.1.3 Strategi Media

Media merupakan sarana menyampaikan media informasi. Maka media yang digunakan harus tepat guna dan sasaran target.

III.1.3.1 Pemilihan media

- **Media utama**

  Single page website atau situs satu halaman menjadi media utama menyampaikan pesan yang akan disampaikan. Karena dengan *single page website* dengan gaya parallax

dapat memancing rasa keingintahuan sehingga dapat mendorong pengunjung untuk menelusuri seluruh konten website. Media *website* dipilih, dikarenakan siswa-siswi gemar berinteraksi melalui media internet.

- **Media Pendukung**
  - **TahapInformatif**
    - Infografis *online*

      Media ini dipilih karena penyebaran yang sangat meluas dan dapat memberikan informasi secara detail. Sehingga target paham akan pesan yang mau disampaikan.

    - *Web Banner*

      Web banner atau banner iklan adalah sebuah iklan pada halaman web yang melink kesitus pengiklan. Media ini dipilih sebagai pesan persuasif, media ini ditempatkan pada situs jejaring sosial untuk menarik perhatian target menuju ke media utama yaitu website.

    - Halaman Facebook

      Halaman facebook berfungsi untuk tujuan promosi dan memberikan informasi seputar perilaku *cyberbullying* disitus jejaring sosial.

  - **TahapPersuasif**
    - Poster

      Media ini dipilih karena sifatnya yang sederhana dan mudah untuk ditempatkan dimana saja. Poster iniakan ditempatkan pada sekolah-sekolah

menengah pertama dan menengah atas yang bisa di jangkau oleh target audiens.

- Spanduk

  Spanduk merupakan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan informatif dan persuasif yang sifatnya mendukung dan menguatkan pesan. Pemilihan media spanduk sebagai pesan persuasif, media ini juga ditempatkan pada sekolah-sekolah menengah pertama dan menengah keatas.

- IklanMajalah

  Media majalah lebih difokuskan letaknya di halaman dalam dengan visual yang menarik serta bersifat persuasif iklan ini akan memiliki kekuatan lebih lama dilihat karena menampilkan visual dengan jelas dari pandangan mata. Iklan ini ditempatkan dimajalah bertemakan remaja.

- **TahapPengingat**
  - Gimmick merupakan media alternatif yang kreatif digunakan untuk mempertegas. Tujuan pemberian gimmick ini sebagai pengingat. Dalam perancangan media informasi *website* ini gimmick yang digunakan adalah:
    - *Case handphone*

      Handphone sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang untuk berkomuikasi. Media ini dapat menjadi reminder bila target memakai case *handphone* bertemakan *cyberbullying.* Media ini disebarkan dengan cara target audien dapat memesannya dihalaman

facebook resmi dengan harga yang murah. hasil dari penjualan disumbangkan untuk yayasan Sejiwa yang bergerak di bidang anti *bullying.*

- Emoticon

  Emoticon adalah gabungan kata dari emotion dan icon yang berarti icon yang di gunakan untuk mengekspresikan emosi sebuah pertanyaan tertulis. Emoticon bertemakan *cyberbullying* ini dapat menjadi reminder yang ditempatkan di aplikasi *instant messaging* dan dapat didownload gratis oleh target audiens.

- Sticker

  Selain disukai oleh remaja, sticker juga dinilai positif dan efektif untuk mengingatkan dan menyampaikan pesan. Media ini disebarkan dengan cara sebagai souvenir setiap pembelian case *handphone*. Sticker dapat ditempel dimana saja, sesuai dengan keinginan target audiens.

III.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi digunakan agar media dapat terjangkau oleh khalayak, sehingga target dapat menangkap isi pesan dari media informasi ini. Media akan diselenggarakan selama 4 bulan. Waktu mulai dari bulan Juli sampai dengan bulan Oktober. Pada tahap persuasi pada bulan September akan diselenggarakan kegiatan penyuluhan kesekolah untuk menginformasikan tentang pesan yang ingin disampaikan dari media informasi ini, selain itu acara ini juga

untuk menyebarkan gimmick yang berfungsi sebagai media *reminder*. Dibawah ini merupakan tabel distribusi dari penyebaran media yang akan dilakukan mulai dari tahap informatif, tahap persuasi, sampai kepada tahap *reminding*.

Waktu / Media	Juli				Agustus				September				Oktober			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Website	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Halaman Facebook	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Banner Ads	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Infografis online	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Poster							■	■	■	■	■	■				
Spanduk							■	■	■	■	■	■				
Iklan Majalah							■	■	■	■	■	■				
Gimmick													■	■	■	■

■ Informatif ■ Persuasif ■ Reminding

Tabel III.1 JadwalPenyebaranMedia

III.2 Konsep Visual

Konsep visual merupakan konsep yang dimulai dari pendekatan verbal dan diwujudkan dalam visual. Dalam konsep visual untuk *website* ini akan disesuaikan dengan segmentasi target audiens yaitu 12-18tahun agar proses penyampaian pesan lebih cepat ditangkap.

III.2.1 Identitas Visual

Identitas visual pada website "Prilaku *Cyberbullying* Remaja Pada Situs Jejaring Sosial" adalah berupa logo dan instansi pemerintah yang berkaitan dengan isu ini adalah Kementrian Komunikasi dan Informasi (Kemkominfo). Kedua logo ini akan selalu disertakan dalam setiap media.



Gambar III.1 Logo *Website Cyberbully* dan logo Kemkominfo .

Sumber: Data Pribadi

III.2.2 Format Desain

Format desain yang dirancang dalam media informasi ini adalah format desain website *single page* dengan efek paralaks dengan ilustratsi vector dimana seluruh konten telah ditampilkan dalam satu halaman. Website ini terdapat 3 ukuran yaitu ukuran lebar *website* untuk komputer 1280 pixel, ukuran tablet 1024 pixel dan ukuran untuk *handphone* 400 pixel. Hal ini dikarenakan agar target audien mengakses *website* tidak hanya dikomputer.



Gambar III.2Format desain

Sumber: data pribadi

III.2.3Tataletak

Tata letak atau *layout* adalah pengaturan elemen-elemen yang ada menjadi sebuah satu kesatuan. Layout dalam situs ini berkait dengan komposisi antara elemen visual dengan teks.

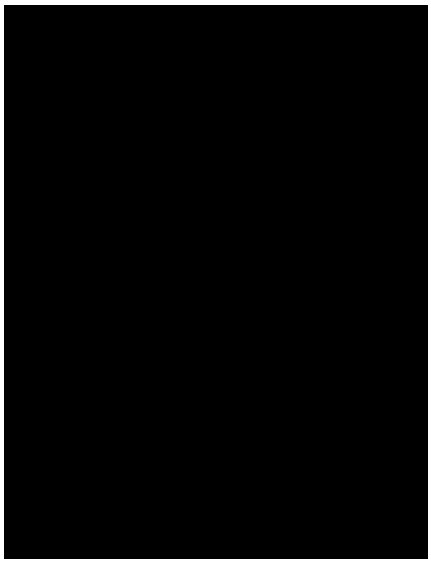


Gambar III.3Tampilan*layoutwebsite*

Sumber: DokumenPribadi

III.2.3 Tipografi

Pemilihan jenis huruf pada *website* ini mengutamakan keterbacaan, dan kesan nonformal. Untuk *headline* menggunakan GothamBlack, font ini digunakan karena memliliki tingkat keterbacaan yang jelas dan kesan yang tidak formal. Font yang digunakan sebagai *bodytext* adalah Bitter karena miliki tingkat keterbacaan yang jelas.



Gambar III.4Font dalam media.

Sumber: DokumenPribadi

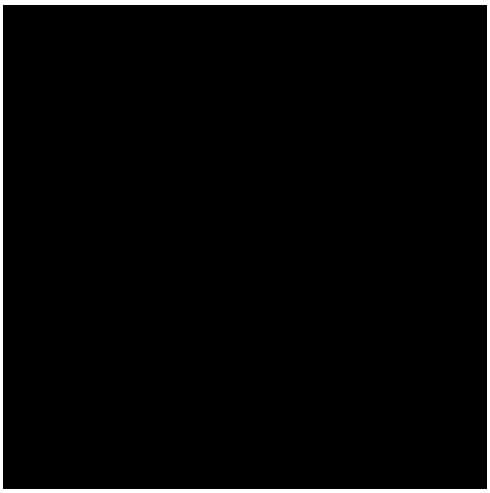
III.2.4Ilustrasi

Ilustrasi yang dipakai pada *website* adalah ilustrasi bergaya vector. Referensi yang dipakai pada untuk menciptakan ilustrasi terinspirasi dari target audien yaitu remaja dan media dari terjadinya *cyberbullying*.



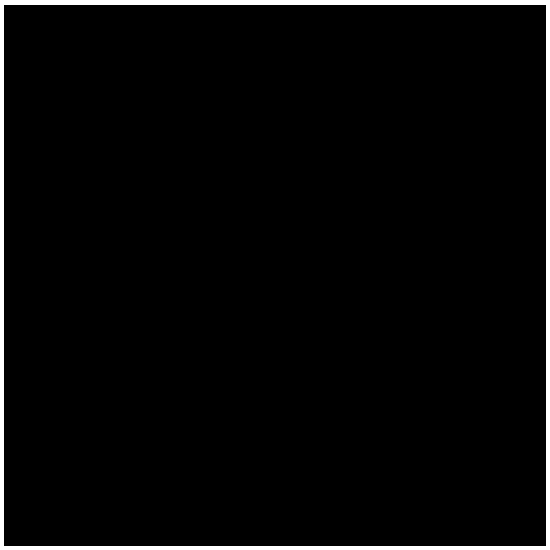
Gambar III.5 Ilustrasi pada *website*.

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.6Karakter pada *website*.

Sumber: Dokumen Pribadi

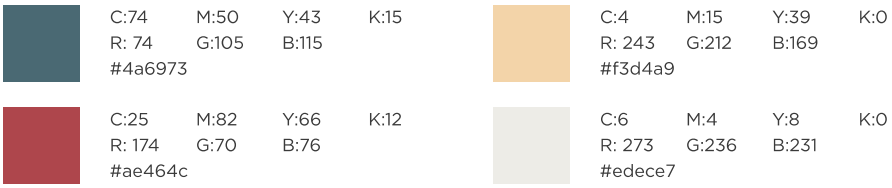


Gambar III.7Properti pada media.

Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.5Warna

Warna memiliki daya tarik yang kuat dan menciptakan makna tersendiri. Warna juga dapat mengurangi rasa bosan, ataupun membangkitkan semangat pada objek. dengan pertingbangan keharmonisan warna - warna yang digunakan, berikut ini warnayang digunakan dalam media informasi Perilaku *Cyberbullying* Remaja pada Situs Jejaring Sosial.



Gambar III.8 Warna-warna pada media.

Sumber: Dokumen Pribadi