BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3. 1 Strategi Perancangan

Dari analisis di atas ditemukan permaslahan pola pacaran yang tidak sehat ialah dikarenakan kurangnya media yang mendukung program-program pemerintah yang menjelaskan kepada masyarakat akan akibat dari seks bebas serta mengajak para remaja untuk menjauh dari seks bebas.

Dalam perancangan media persuasi (kampanye sosial) tentang permasalahan pola pacaran yang tidak sehat, perlu adanya strategi perancangan yang tepat agar pesan yang akan disampaikan kepada remaja dapat diterima dengan baik dan efektif. Strategi perancangan yang tepat akan menghasilkan suatu bentuk pendekatan yang baik dengan media visual.

3. 1.1 Pendekatan Komunikasi

Agar sebuah informasi dapat diterima dengan baik oleh penerimanya, maka diperlukan sebuah pendekatan komunikasi dalam meracang media informasi tentang pola pacaran sehat, maka materi informasi tersebut disampaikan dalam english agar mudah di mengerti dan dapat memberi pengetahuan mengenai bahayanya seks bebas yang dilakukan remaja, salah satu media komunikasinya ialah dengan melalui visual berupa kampanye sosial yang akan menjadikan media informasi tersebut menjadi terlihat lebih menarik dan tidak menjenuhkan bagi yang melihatnya.

3. 1.1.1 Pendekatan Secara Verbal

Berdasarkan hasil dari analisa permasalahan seputar seks bebas dan analisa target khalayak yang dituju sebagai penerima informasi ini, maka dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini akan dilakukan dengan pendekatan komunikasi yang bersifat mengajak, bedasarkan data dari kasus tentang dampak dan akibat dari seks bebas yang dilakukan pasangan remaja Semua informasi tersebut akan dirangkum menjadi

informasi yang sederhana dengan menggunakan iklan layanan masyarakat dengan bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Hal tersebut akan mempermudah target khalayak untuk mencerna informasi yang didapat.

3. 1.1.2 Pendekatan Secara Visual

Strategi pendekatan visual melalui kampanye sosial ini dilakukan dengan berbagai teknik illustrasi dan tipografi, disamping itu illustrasi menampilkan dampak yang di timbuklan saat terjadi kehamilan yang tidak diinginkan akibat dari seks bebas, Sehingga dapat mempermudah pesan infomasi tersebut dipahami oleh penerima. Gaya visual itu sendiri merupakan gaya visual yang relatif dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat khususnya para orang remaja.

Kampanye sosial ini dipilih dengan alasan media cetak dan internet merupakan media yang efektif sebagaimana media cetak dapat langsung menuju sasaran dan internet adalah media yang bisa menyebarkan informasi secara bebas dan kasus yang ada menunjukan bahwa internet merupakan media yang sering para remaja gunakan. Dengan strategi pendekatan visual seperti ini, diharapkan materi informasi yang disampaikan kepada masyarakat khususnya remaja selaku target utama dapat tersampaikan dengan mudah dan dapat diingat.

3.1.2 Strategi Kreatif

Media informasi ini disampaikan dengan media utama berupa poster yang berisi informasi dan pengetahuan terhadap masyarakat khususnya para remaja untuk menjauh dari seks bebas Agar informasi ini dapat diterima dengan baik, maka media utama serta media pendukung haruslah menarik dan efektif. Hal ini perlu dilakukan untuk menarik target sasaran sehingga dapat terpengaruh oleh informasi tersebut, serta dapat menekan angka Aborsi akibat Kehamilan diluar di Indonesia khususnya kota bandung.

3. 1.3 Strategi Media

a. Media Utama

poster kampanye sosial ini berisikan informasi yang mudah di mengerti dan menggambarkan kehamilan di luar pernikahan yang dapat menyebabkan tekanan psikologis, selain itu poster ini didukung dengan copywriting yang bersifat mengingatkan, sehingga pesan yang di sampaikan lebih mudah diterima.

Media Pendukung

Selain menggunakan poster sebagai media utama, dipilih juga beberapa media pendukung untuk membantu menginformasikan hal-hal yang diangkat pada media utama, media pendukung yang akan digunakan adalah media yang bersifat umum dan mengandung informasi sehingga pesan yang disampaikan akan mudah diterima terhadap kalangan remaja, seperti seperti sticker, pin, mug, mini x-banner, dan kaos yang akan di bagikan secara Cuma-Cuma

3. 2. Konsep Visual

3. 2.1. Format Desain

Dalam pembuatan poster ini format yang akan digunakan adalah menggunakan objek manusia dengan beberapa adegan yang di ambil dengan berbagai sudut pandang, diantaranya sudut pandang objektif, yang memperlihatkan betapa mengerikannya pola pacaran yang tidak sehat yang menyebabkan kehamilan di luar pernikahan, sehingga mendekatkan penonton pada suatu peristiwa agar merasakan kejadian lebih dalam penuh penghayatan, didukung dengan pedekatan psikologis pada copywriting. informatif dan mudah dimengerti.

3. 2.2. Tata Letak (Layout)

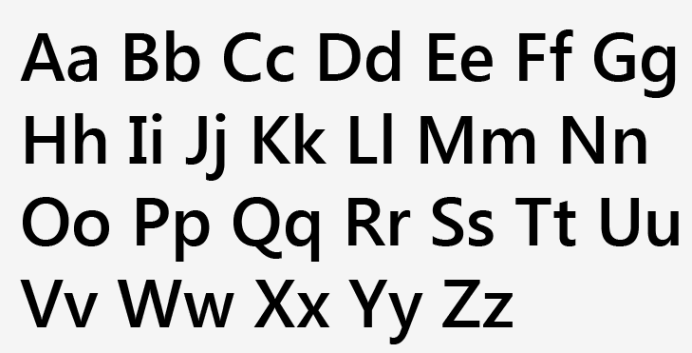
Layout merupakan salah satu unsur yang sangat berpengaruh dalam mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti huruf, teks, garis, bidang, gambar dan lain sebagainya. Layout pada poster ini berupa layout yang mengkombinasikan elemen visual pada teks yang bersifat emosional.

3. 2.3. Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf (termasuk simbol) dalam aplikasinya untuk media komunikasi visual melalui metode penataan layout, bentuk, ukuran dan sifatnya sehingga pesan yang akan disampaikan sesuai dengan yang diharapkan.

Penempatan tipografi pada poster ini sangat dominan, sebagai penekanan konsep visual. Selain di dalam illustrasi, penerapan tipografi juga diaplikasikan pada media - media pendukung.

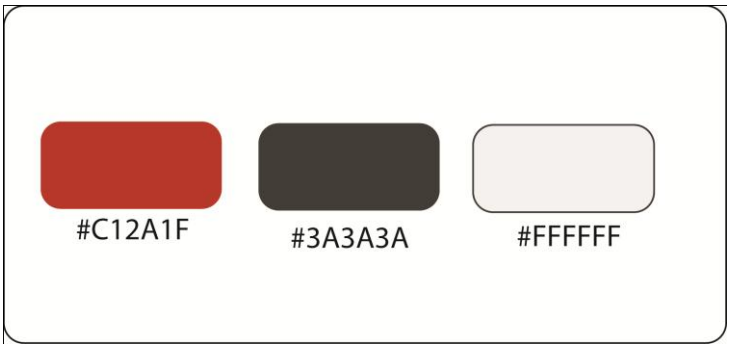
Font Type: Segoe UI



Gambar 3.3 Tipografi

3. 2.4. Warna

Karena media poster ini sebagian besar produksinya menggunakan teknik illustrasi digital dan manual warna yang di gunakan adalah warna yang melalui proses illustrasi digital dari adobe illustrator itu sendiri sehingga menjadi sebuah poster



Gambar 3.4 Warna

3.2.5. Target Audience

Geografi	Negara	Indonesia
	Kota	Bandung
Demografi	Usia	17-22
	Jenis kelamin	Laki-laki dan Perempuan
	Tingkat Pendekatan	Visual
	Tingkat Pendidikan	SMA s/d Perguruan Tinggi
	Kelas	Menengah keatas
Psikologi	Kepribadian	Labil
		Arogan
		Ambisius
		Egois

Consumer Insight	Pergaulan sosial sesama remaja merupakan hal yang menjadi prioritas remaja saat ini. Pergaulan yang semakin hari semakin tidak mengenal batasan, mau tidak mau harus di jalani agar tetap dianggap oleh sesama remaja lainnya.
Consumer Journey	• Bangun tidur – Mandi – Sarapan • Pergi ke Sekolah/Kampus • Berkumpul bersama Teman-teman sebelum jam masuk kelas • Mengikuti Pelajaran/Kuliah • Istirahat makan siang • Jam pelajaran/kuliah selesai • Hangout dan Berkumpul bersama Teman-teman atau Pacar sebelum pulang kerumah • Pulang - makan malam – Mengerjakan tugas – Tidur

3.2.5. Strategi Distribusi

Kampanye ini dilaksanakan pada bulan Februari, yang bertepatan dengan hari Valentine yaitu tanggal 14 Februari. Hal ini bertujuan agar para pasangan remaja lebih mendalami hubungan mereka tanpa adanya hubungan seks.

NO	Media	Distribusi
1	Poster	Media ini nantinya akan disebar dan dipasang ditempat seperti kampus-kampus, perpustakaan (bapusda), dan juga ditempat umum seperti kos-kosan, sisi jalan, minimarket, dan toko buku,
2	Mini X- banner	Media ini nantinya akan dipasang sebagai pendamping media utama. Penempatan media ini sama dengan media utama.
3	Couple T-shirt	Kaos ini akan di berikan kepada para pasangan remaja mahasiswa agar selalu ingat akan pola pacaran sehat
4	Mug	Mug di berikan kepada setiap para remaja, agar selalu menjauhi seks bebas
5	Pin	Pin di berikan kepada setiap para remaja, agar selalu menjauhi seks bebas
6	Sticker	Sticker di berikan kepada setiap para remaja, agar selalu menjauhi seks bebas
7	Gantungan kunci	Gantungan kunci di berikan kepada setiap para remaja, agar selalu menjauhi seks bebas
7	Calender	Calendar di berikan kepada setiap para remaja, agar selalu menjauhi seks bebas
8	Sosial Media	Social media yang digunakan adalah Facebook dan twitter