BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi perancangan

Untuk memberikan informasi mengenai bahaya kanker serviks dan pentingnya Mengetahui gejala-gejala dari kenker serviks agar dapat mengindentifikasi dini kanker serviks, maka dari itu dibutuhkan suatu perancangan yang mampu menyampaikan suatu informasi atau pesan yang dapat mudah dimengerti oleh komunikan. Dengan bahaya kanker seviks yang sulit untuk di kenali gejala-gejalanya maka yang dibutuhkan untuk menghindari kanker servik yaitu dengan melakukan pencegahan secara dini kepada wanita agar lebih mengerti akan bahaya kanker serviks. Strategi perancangan yang akan dilakukan mengenai kampanye sosial pentingnya kenker serviks agar dapat mengindentifikasi dini kanker serviks yaitu membuat kampanye sosial melalui media *event talk show* kanker serviks. Dimana dalam kampanye ini berisi informasi dan himbauan atau ajakan bagi para target audien untuk dapat mengetahui Bahaya kanker serviks dan cara menghindarinya.

Dalam pelaksanaan kampanye dengan menggunakan media *event* ini dilakukan dengan mengadakan *talk show* membahas seputar bahaya kanker serviks, cara mencegah kanker serviks, pola hidup sehat agar terhindar dari kanker serviks dan cara mendeteksi gejala-gejala dini kanker serviks.

Dalam *event* ini akan dihadirkan 1 narasumber ahli kanker dan korban kanker serviks serta keluarga pengidap kanker serviks, sehingga dalam *event* ini peserta akan mengetahui Bahaya kanker serviks dan cara menghindarinya.

Strategi komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan target primer dari kampanye ini yaitu wanita pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya. Strategi komunikasi yang akan disampaikan berupa kampanye *event* dengan bentuk *talk show* dan pameran fotograpi yang dikemas menjadi acara yang santai dan menyenangkan bagi pesertanya juga akan dibuat *booth foto* yang diharapkan menjadi sarana mengabadikan momen foto pada *event* ini dan di sediakan juga sebuah infographik yang mejelaskan bahaya kanker serviks dan cara

menghindarinya. Dari *event* ini yang diharapkan adalah para target audien mampu mengerti dan memahami pesan yang disampaikan sehingga dapat mengerti dan memahami bahaya kanker serviks dan cara menghindarinya.

III.1.1 Segmentasi

Sasaran dari kampanye ini adalah:

a. Target Primer

Ditujukan kepada mahasiswi atau wanita yang berumur lebih dari 20 tahunyang juga sibuk sekolah atau bekerja tetapi masih memiliki waktu luang untuk bersosialisasi. Pada usia 20 tahun juga masih memiliki waktu berkembang dan memiliki rasa ingin tahu yang lebih. Dan pada usia 20 tahun seorang wanita sudah harus mulai mengerti bagaimana menjaga organ ke wanitannya serta menjaga pola hidup sehat agar terhindar dari kanker serviks. Selain itu mereka juga dapat menjadi mediator yang tepat dalam menyampaikan isi pesan dari kampanye sosial ini.

b.Target Sekunder

Kepada mahasiswa atau laki-laki yang peduli akan kesehatan wanita yang di cintainya sehingga menimbulkan persepsi bahwa seorang laki-laki harus menjaga wanita yang dicintainya untuk tidak terjangkit kanker serviks pada nantinya.

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang ingin disampaikan adalah:

- Mengetahui bahaya kanker serviks.
- Memberikan alternatif media publikasi yang nyaman dan aman untuk mngetahui bahaya kanker serviks
- Merancang strategi yang tepaat untuk menarik target audiens untuk datang ke dalam event yang akan dilaksanakan.

- Membangun rasa kepedulian terhadap pola hidup agar terjauh dari kanker serviks.

III.1.3 Pesan Utama Komunikasi

Pesan utama yang akan dikomunikasikan adalah bahaya kanker serviks,bebas kanker serviks dan cara pemeriksaan dini dan vaksin agar terhindar dari kanker serviks melalui media-media yang di buat di dalam event yang akan dilaksanakan. Dengan mengenali bahaya kanker serviks maka wanita akan lebih peduli terhadap pola hidup dan gejala-gejala kewanitaan yang dialaminya dan ketika seorang wanita tersebut mengerti dan memahami akan hal tersebut maka wanita itu akan terjauh dari hal-hal yang mengakibatkan kanker serviks. Sehingga dari hal tersebut diambil tagline kempanye sebagai berikut:

3 cara bebas kanker serviks "Sadari Mengerti dan Berbagi"

Tagline ini mengajak agar wanita mengerti akan bahaya kanker serviks juga berbagi pengalaman setelah wanita itu sadar dan mengerti. Pada penyakit kanker serviksbukan merupakan penyakit yang tiba-tiba menular dan menimbulkan infeksi, perlu 5-20 tahun hingga seorang wanita itu positif atau divonis mengidap kanker serviks dari fakta tersebut maka wanita harus menjaga pola hidupnya sekarang menentukan apa yang terjadi pada nantinya.

III.1.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagaiberikut:

- Ajakan kepada wanita untuk sadar mengerti dan pentingnya berbagi bahaya kanker serviks.
- Menginfomasian bebas kanker serviks dan bahaya kanker serviks
- Menginfomasikan pola pengobatan berupa pemeriksaan dan vaksin untuk mengindari bahaya kanker servik.
- Memberikan infomasi akan acara dan sarana terhadap event yang dilaksanakan

III.1.5 Pendekatan Bahasa

Pendekatan bahasa dalam perancangan mediadisesuaikan dengan target sasaran yaitu menggunakan bahasa indonesia tetapi juga tetap menggunakan bahasa yang sering digunakan sehari-hari oleh mahasiwi pada umumnya.

III.1.6 Tema

Agar pesan yang akan disampaikan sampai pada targetaudien,tema yang akan dibahas yaitu bebas kanker serviks dengan tagline“sadari mengerti dan berbagi”.

III.2 Strategi Kreatif

Kampanye event ini menggunakan strategi informasi yang bersifat informasi dengan menggunakan even kampanye mengenai bahaya kanker serviks dan cara menghindarinya, yang dikemas dengan acara talk show dan pameran fotography kanker serviks sehingga diharapkan hasil yang dicapai pada target kampanye ini bisa tercapai dengan baik.

III.2.1 *Talk show*

Dalam *talk show* ini akan diundang nara sumber ahli kanker serviks, pengidap kanker servik dan keluarga pengidap kanker serviks hal ini bertujuan agar keterikatan emosi antara audien dan nara sumber yang dihadirkan lebih memberikan keterikatan emosi yang baik yang bertujuan untuk meningkatan kepedulian audien terhadap kanker serviks.

Dalam talk show ini juga di hadirkan icon kedokteran yaitu dokter Oz guna menarik target audien untuk menghadiri acara talk show ini.

III.2.2 Pameran Fotography *"what is Free"*

Pameran fotography ini bertujuan untuk memvisualkan langsung keadaan seorang wanita yang terkena kanker serviks. Dalam foto-foto yang ditampilkan akan memunculkan visual-visual yang menginfomasikan beberapa hal yaitu:

- Seorang wanita dengan pola hidup tidak sehat yang dapat mengakibatkan kanker serviks bertujuan untuk memvisualkan fakta yang terjadi saat ini dan memberikan informasi hal apa saja yang dapat mengakibatkan kanker serviks.
- Pengidap kanker serviks yang sedang menjalani penyembuhan dan pemulihan akan kanker serviks.
- Akibat dari kanker serviks bertujuan untuk memvisualkan atau menggambarkan resiko pengidap kanker serviks meskipun sudah dinyatakan sembuh tetapi seseorang yang sudah dinyataan sembuh kanker serviks tidak dapat menjalani kehidupan normal seperti sebelumnya.
- Resiko terberat dari kanker serviks yaitu kematian.

III.2.3 *Doorprise event talk show*

Dalam *event* ini juga akan diadakan pembagian *voucer* atau kartu potongan harga yang ditempelkan pada tiket masuk *event* ini untuk pemeriksaan pap smear kanker serviks untuk target audiens dan diadakannya *doorprise* atau hadiah berupa vaksin gratis untuk auidens yang beruntung sebagai sarana promosi atau daya tarik audiens terhadap *event talk show* ini.

III.3 Pendekatan 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 dapat meminimalisir persepsi yang berbeda-beda. Sehingga target audiens melakukan aksi yang tepat seperti yang diharapkan.Konsep visual yang akan di tampilkan adalah dengan menggunakan konsep ilustrasi penggambaran akan bahaya kanker serviks yang menyeramkan tetapi ditampilkan secara ringan ke dalam media-media visual dalam kampanye melalui media even ini sehingga tidak menimbulkan rasa ketakutan target audien untuk memahami dan mengerti bahaya kanker serviks, sehingga pesan yang disampaikan dapat tertanam dan dipahami oleh target audien.

III.3.1 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan berasal data-data yang dikumpulkan dan kemudian dijadikan sebagai dasar dari perancangan desain *event* ini. Konsep visual terdiri dari beberapa unsur visual yang mengandung pesan dari even ini yaitu bebas kanker serviks dan menghindari bahaya kanker serviks. Secara umum konsep visual dalam kampanye ini sesuai dengan temanya itu sendiri yaitu bahaya kanker serviks, dan bebas kanker serviks.

III.3.2. Gaya dan Kesan

Gaya visual yang dipakai dalam desain kampanye ini adalah bersifat ilustrasi penggambaran akan bebas kanker serviks dan bahaya kanker serviks yang menyeramkan tetapi ditampilkan secara ringan ke dalam media-media visual dalam kampanye melalui media *event* ini sehingga tidak menimbulkan rasa ketakutan. Dimana pesan yang ingin disampaikan melalui kiasan kiasan yang ditampilkan dari iliustrasi yang dipakai. Kesan yang diciptakan terkesan serius tapi tidak berkesan menteror.

III.3.3. Format Desain

Penyusunan dalam dalam penempatan unsur-unsur desain memakai pola simetris dengan memperhatikan keseimbangan *layout* dan prinsip-prinsip desain *Layout* digunakan pada setiap media kampanye yaitu *potret* dan *lanskap*. Keterkaitan pada setiap media perancangan desain yang digunakan pada setiap media kampanye ini terlihat pada penempatan *tagline, headline,* dan logo kampanye yang penempatannya disesuaikan berdasarkan media yang digunakan.



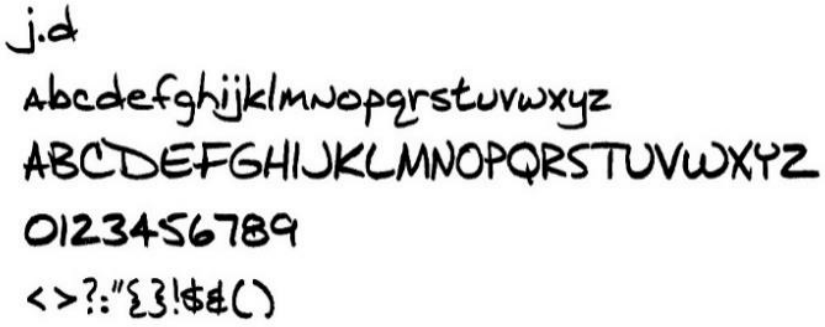


Format portrait Format Lanscape

Gambar III.1 Fomat design

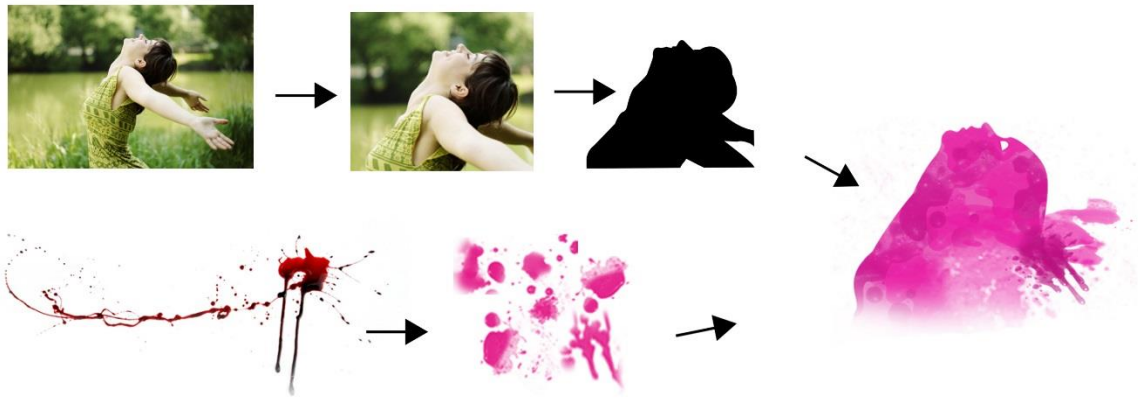
III.3.4 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam kampanye ini disesuaikan dengan karakteristik dan tema yang kewanitaan, dengan tetap mempertimbangkan unsur keterbacaan yang baik tetapi masih memiliki unsur feminim pada untuk wanita. Font yang digunakan adalah j.d.



III.3.5 Ilustrasi

Ilustrasi yang memvisualkan mengenai bahaya kanker serviks, cara mendeteksi dini kanker serviks dan cara menghindarinya. Ilustrasi menggunakan gambar yang telah melalui proses editing yang memperlihatkan kebebasan terhadap bahaya kanker serviks dan bahaya kanker serviks yang dibuat lebih sederhana dan dengan membentuk siluet yang di viusalkan dengan menggunakan efek darah pada ilustrasinya. Ilutrasi yang memberikan kesan *feminim* tetapi tidak bersifat menteror atau menyeramkan.

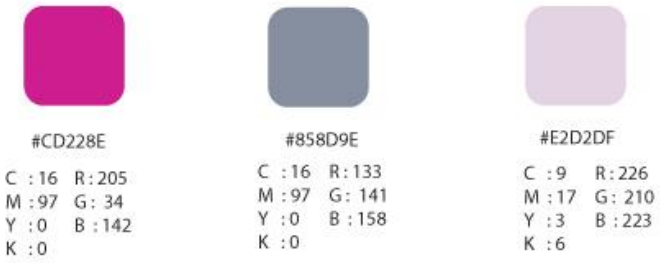


Gambar III.2 ilustrasi

III.3.6. Warna

Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya karena warna memberikan suatu kesan tersendiri, maka dalam hal ini peranan warna juga sangat menentukan. Warna yang digunakan Dominan ke merah muda dengan nuansa hangat dan kewanitaan. Selain itu warna-warna hangat dan kewanitaan ini juga merupakan pengambaran dari bulan febuari yang merupakan bulan yang identik dengan wanita karna pada bulan febuari merupakan momen *valentine* dan merupakan bulan dimana *event* ini akan diselenggrakan.

Warna *Analogous* adalah rentangan warna yang bersebelahan yang berjumlah jutaan tersebut dinamakan 'Warna *Analogus'*. Warna yang berdekatan ini sering juga dinamakan warna-warna harmonis dan senada.



Gambar III.3 Warna

III.3.7 Identitas kampanye

Kampanye ini memiliki identitas kampanye yaitu logo yang juga dijadikan sebagai identitas kegiatan kampanye termasuk *event.* Logo ini menggunakan gaya yang berkesan feminim yang dapat terlihat dari font dan warna yang digunakan.Divisualisasikan dengan bentuk 3 jari tangan yang berarti 3 cara bebas dari kanker serviks dengan cara mengerti bahaya kanker serviks, memahami gejala-gejala awal kanker serviks dan cara menghindari kanker serviks. Dalam 3 cara bebas kanker serviks tersebut juga menyimbolkan even atau kampanye ini menjadi 3 langkah untuk menghindari kanker serviks yaitu sadari mengerti dan berbagi.



Gambar III.4 logo kampanye

III.4 Pendekatan 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 target audien untuk lebih peduli terhadap kesehatan dan menghindari bahaya kanker serviks dan cara menghindarinya.

III.5 Tahapan Pelaksanaan *Event*

Dalam perancangan penyampaian pesan kampanye ini memilki tiga tahapan yang dimana tiga tahapan-tahapan tersebut merupakan bagian dari keseluruhan proses kampanye:

III.5.1 Tahap Mengenalkan/promosi event (*awareness)*

Di tahapan awal ini tujuan yang akan dicapai adalah mengenalkan bahaya kanker serviks dan cara menghindarinya dengan melalui event ini terlebih dahulu. Teknis pelaksanaanya menyebarkan informasi *event talk show* kanker serviks melalui media sosial seperti facebook dan twitter juga melalui media cetak seperti:media poster, brosur, ke sekolah-sekolah dan Universitas di Bandung.

III.5.2 Tahap Mengajak (Persuasif)

Tahapan selanjutnya adalah diselenggarakannya kampanye,di dalam event ini diberitakan beberapa proses pemberian informasi dan pesan mengenai Bahaya kanker serviks dan cara menghindarinya.

Dalam tahap ini juga kampanye dan event yang dilaksanakan mengajak dan menginformasikan tempat tempat yang dapat salah satu cara menghindari kanker servik yaitu dengan beberapa test yang bisa mengidentifikasi kanker serviks.

III.5.3 Tahap Mengingat (reminder)

Pada tahapan lanjut ini dilakukan setelah event selesai. Tahap ini diharapkan bisa dilakukan melalui sosial media berupaa facebook dan twitter yang berisi informasi mengenai bahaya kanker serviks. Melalui media ini audiens dapat terbantu untuk mengingat materi yang telah disampaikan didalam event.

III.6 Jadwal Pelaksanaan Kampanye

Pelaksanaan *Event* ini dilakukan selama 1 hari *(eventtempore*) dan digelar di aula salah satu universitas dikota Bandung. Seminar dilangsungkan selama kurang lebih 6 jam. Dimana 2 jam pertama akan diisi oleh pembahasan tema dan sisanya dipakai untuk tanya jawab dan acara hiburan. Event ini dilakukan pada bulan 7 febuary 2015 dimana pada bulan ini adalah bulan momentum hari kanker serviks dan kasih sayang valentine yang sangat identik dengan wanita.

III.7 Strategi Media

Media adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak, visual maupun audio visual. Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Setiap media mempunyai karaktermasing-masing yang memilki kelebihan dan kekurangannya sendiridalam menyampaikan informasi kepada setiap target audience.

Pemilihan media yang tepat dapat memberkan pengaruh yang besarpula pada target yang dituju sehingga dapat pula mengefisienkanwaktu dan tenaga yang dibutuhkan. Strategi media dibagi menjadi 2 yaitu media utama dan media pendukung.

III.8 Pemilihan Media

Pemilihan media berfungsi untuk membatasi media yang akan digunakan dan disesuaikan dengan kebutuhan dalam perancangan kampanye agar sesuai dengan kepentingan sasaran target utama kampanye, yang dirancang secara informasi dan informasi agar pesan yang disampaikan dapat disampaikan dengan mudah dan tepat, maka pemilihan media disesuaikan dengan kebutuhan yang akan digunakan dalam kampanye. Strategi media dibagi menjadi dua. Media utama dan media pendukung.

Spesifikasi Media

III.8.1 Media Utama

1. Poster

Poster menjadi media utama dalam menginformasikan pesan yang akan disampaikan yang juga berfungsi sebagai sarana promosi *event* kanker servik ini. Poster juga merupakan media konvensional yang sering dijumpai dan merupakan media yang bersinggungan langsung dengan target audiens.

III.8.2 Media Pendukung

1. Flyer

   Merupakan media cetak yang berukuran A5 digunakan untuk memberikan informasi tentang acara yang akan berlangsung dan biasanya masa berlaku flyer sangat penting sehingga flyer akan disebarkan 2 minggu sebelum acara berlangsung.

2. X-banner

   Media ini sering dipakai untuk menginformasikan sebuah acara yang ditempatkan langsung dilokasi kegiatan berlangsung sehingga sangat tepat dan efektif.

3. *Backdrop* panggung

Media ini sering ditempatkan langsung di lokasi kegiatan berlangsung sehingga sangat tepat dan efektif, media ini berfungsi sebagai media informasi ketika acara berlangsung.

4. Foto exhibition

Foto exhibition menjadi media utama dalam menginformasikan keberaadaan *event talk show* kanker serviks karena dalam fenomena yang terjadi sekarang seorang wanita sering menggunakan foto guna mengabadikan momen yang dijalaninya. Media ini juga berfungsi sebagai media *remaider* oleh target audiens.

5. *Gimmick*

T-Shirt, Stikser, Pin, toot bag

Merupakan media yang secara langsung dapat dipergunakan oleh audien dan juga merupakan media remainder oleh target audiens.

III.9 Distribusi Media

Penyebaran media dilakukan di daerah-daerah Universitas di Bandung. Hal ini dilakukan untuk menginformasikan kapan dan dimana event ini akan diadakan. Media informasi disebarkan melalui media sosial berupa facebook dan twitter Dan media cetak informasi yang disebar adalah poster, flyer dan spanduk. Selain itu media-media pendukung seperti spanduk,umbul-umbul,yang akan dipasang ketika sudah mendekati hari dimana event akan digelar. Dan media gimmick akan dibagikan pada hari pelaksanaan event talk show ini digelar.

III.10 Jadwal Penyebaran Media

Jadwal penyebaran media dilakuakan selama 2 bulan.Untuk lebih jelas dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel. III. Penyebaran Media.

Media	Lokasi Penempatan	Waktu Penyebaran								Tahap pelaksanaan *Event*
		January				Febuary				
		1	2	3	4	1	2	3	4	
Publikasi sosial media	Facebook dan Twitter									*Praevent, Event* dan P*askaevent*
poster teaser	wilayah kampus sepanjang jalan dipati ukur									*Praevent, Event*
Poster acara	wilayah kampus sepanjang jalan dipati ukur									*Praevent, Event*
Flyer acara	wilayah kampus sepanjang jalan dipati ukur									*Praevent, Event*
umbul umbul	Di tempatkan pada saat acara berlangsung									*Event*
x banner	Di tempatkan pada saat acara berlangsung									*Event*
kaos	Di bagikan kepada peserta pada saat acara berlangsung									*Event*
brosur	Di bagikan kepada peserta pada									*Event*

	saat acara berlangsung									
Foto booth atau Wall of Fame	Di tempatkan pada saat acara berlangsung									*Event*
backdrop	Di tempatkan pada saat acara berlangsung									*Event*
pin	Di bagikan kepada peserta pada saat acara berlangsung									*Event*
stiker	Di bagikan kepada peserta pada saat acara berlangsung									*Event*
kaos	Di bagikan kepada peserta pada saat acara berlangsung									*Event*
tote bag	Di bagikan kepada peserta pada saat acara berlangsung									*Event*
name tag	Di bagikan kepada panitia									*Event*

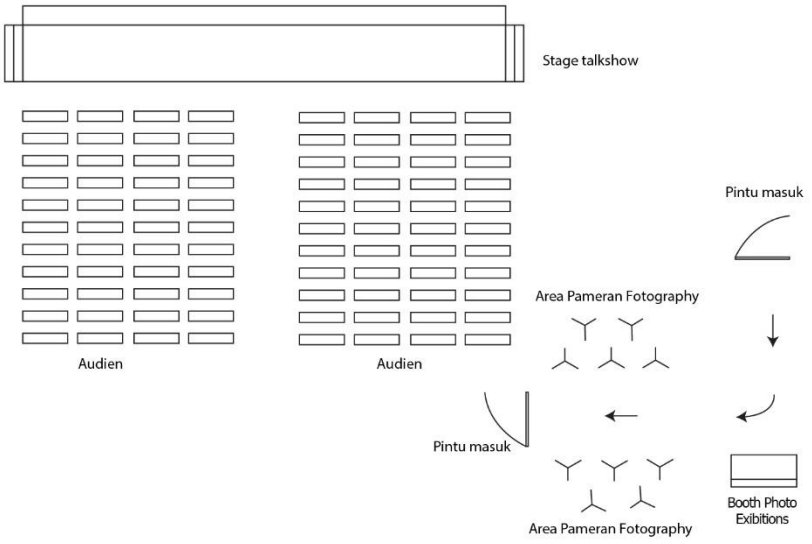
III.11 Strategi Distribusi

Pendistribusian dilakukan melalui sosial media dan media cetak yang kerjasama dengan salah satu universitas swasta di kota Bandung. Disebarkan ke Universitas yang ada di Bandung dan ke tempat–tempat publik lainnya. Hal ini bertujuan agar lebih teorganisir dalam penempatan media dan pemerataan. Beberapa tahap yang akan dilakukan dalam pelaksanaan even talk show ini adalah:

1. Pada tahap pertama penyebaran melalui media sosial maksudkan untuk menarik kepedulian teradap auidiens terkait bahaya kanker serviks melalui

sosial media seperti facebook dan twitter. Di dalamnya terdapat visual atau berita dan fakta mengenai bahaya kanker serviks serta event yang akan di laksanakan.

2. Pada tahap ini penyebaran melalui media cetak seperti spanduk poster teaser, poster utama dan spanduk sebagai sarana informasi even ini.
3. Pada tahap ini penyebaran media pada saat acara akan dilakukan dengan pemasangan atau penempelan umbul-umbul di tempat event ini di selenggarakan sebagai sarana informasi dan meyakinkan audien bahwa *event* ini benar-benar dilakukan dan juga di maksudkan untuk menarik perhatian target audieun.
4. Pada saat *event* berlangsung media seperti gimmick dan x bhanner yang di tempatkan langsung di dalam ruangan pada saat even ini di laksanakan seperti boot pameran fotography, dan boot foto exibitions.



III.5 Denah Even Talk show