BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi perancangan

Untuk menyadarkan masyarakat khususnya orang tua anak pentingnya menjaga kesehatan gigi susu anak dibutuhkan suatu perancangan yang mampu menyampaikan informasi atau pesan yang yang dapat mudah dimengerti oleh komunikan. Strategi perancangan yang akan dilakukan dari perancangan media informasi mengenai Kampanye social mengenai perawatan gigi susu anak yaitu merancang atau membuat suatu media informasi yang bertujuan untuk menarik perhatian para orang tua anak agar dapat mengetahui informasi-informasi penting mengenai perawatan gigi susu anak.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Keberhasilan suatu komunikasi ditentukan oleh bagaimana caranya agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik kepada 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 sosial tentang perawatan gigi susu anak" 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 orang tua untuk dapat merawat gigi susu anaknya, Selain itu dilakukan dengan penyampaian bahasa yang ringan yaitu bahasa yang mudah dimengerti dan menarik serta tidak terlalu berkesan menggurui.

III.1.2 Strategi Kreatif

Banyaknya media informasi mengenai perawatan gigi susu anak nampaknya belum cukup untuk masyarakat khususnya para orang tua anak . Oleh karena itu, dibutuhkan strategi kreatif untuk menyampaikan masalah gigi susu secara menditail. Fungsinya yaitu untuk memudahkan penyampaian informasi atau pengetahuan kepada target audiens sehingga informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik. Hal yang utama dilakukan dalam strategi kreatif adalah menentukan dan mencari identitas yang dapat mewakili betapa pentingnya perawatan gigi susu anak, konten tulisan dan gambar dibuat sebaik mungkin sesuai dengan informasi faktual dan aktual yang telah diteliti, serta informasi yang jarang dibahas menjadi nilai tersendiri yang menarik untuk dipelajari.

III.1.3 Strategi Media

Strategi media yang digunakan adalah dengan kemudahan dan bentuk brosur yang sangat menarik sehingga target audiens ingin mengambil atau membaca isi dari pesan-pesan yang disampaikan melalu brosur ini, sehingga pesan yang disampakan akan dapat dimengerti dan sampai pada target khalayak.

III.1.3.1 Pemilihan Media

Media Utama

Strategi media yang digunakan sebagai media utama berupa media informasi Brosur. Karena dengan media ini masyarakat khususnya orang tua dapat dengan mudah mendapatkan, selai itu mempunya berbagai titik pembagian yang sangat efektif

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:

- **Poster**

  Poster atau plakat adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Karena itu poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat. .

- **Gelas mug**

  Mug adalah tipe alat minum sejenis cangkir yang umumnya digunakan untuk meminum minuman panas, seperti kopi, teh, atau coklat panas. Mug memiliki pegangan dan mampu menampung sejumlah fluida yang lebih banyak dari jenis alat minum lainnya, mug merupakan alat minum yang biasanya tidak ditempatkan di acara formal.

- **Kaos**

  Kaos adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaos biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaos berlengan pendek (melewati bahu hingga sepanjang

siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaos adalah katun atau poliester(atau gabungan keduanya).

- **Gantungan kunci**

  Gantungan kunci adalah alat untuk menggantungkan kunci, terbuat dari kayu, plastik, atau logam, bentuknya bermacam-macam.

- **PIN**

  PIN adalah Aksesoris yang pada umumnya berbentuk bulat dan biasanya digunakan sebagai aksesoris tambahan pada tas, baju, jaket

- **Jam dinding**

  Jam dinding adalah jam yang difungsikan secara letak, atau biasanya dipajang di dinding. Jam dinding juga biasanya dapat dipergunakan sebagai pajangan atau sebagai hiasan di dalam ruangan. Beda dengan jam tangan yang mempunyai ukuran kecil, jam dinding memiliki ukuran yang cukup besar sehingga jam dinding ini akan mudah terlihat walau dari jarak jauh

- **Stiker**

  Stiker adalah bahan yang dapat menempel sendiri atau dengan kata lain stiker memiliki bahan perekat sehingga dapat ditempelkan di benda, Sticker pada umumnya dibuat dari vinyl atau kertas. Bahan sticker pada umumnya terdiri dari dua lapis yaitu lapisan atas sebagai media untuk gambar dan lapisan bawah sebagai pelindung bahan perekatnya.

- **X Banner**

  X Banner adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi penyangga berbentuk "X" sehingga banner bisa berdiri sendiri. Konstruksi X Banner memiliki beberapa ukuran standart yaitu: 60x160 cm, 80x180 cm, dan 80x200 cm.

III.1.4 Strategi Distribusi

Brosur ini diterbitkan melalui lembaga masyarakat yaitu Puskesmas. Untuk pendistribusian awal dilakukan dengan cara memberikan brosur kepada masyarakat

yang berobat ke dokter gigi. Untuk lebih efektif pada penyebaran brosur akan dilakukan diarea persimpangan jalan, ketika rambu lalu lintas berwarna merah, dan juga di area-area strategis lainya.

Jadwal penyebaran media kampanye sosial ini :

Media	Agustus				September			
	Minggu				Minggu			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Brosur				■				■
Gelas				■				
Stiker	■							
PIN	■							
Jam Dinding				■				
Kaos				■				■
Poster								■

Tabel III.1 Tabel Jadwal Distribusi

III.2 Konsep Visual

Konsep Visual bertujuan untuk memberikan secara rinci dan jelas tentang informasi yang ingin disampaikan, serta memberikan identitas dalam perancangan ini sehingga dapat mudah di ingat oleh target khalayak, brosur ini memiliki konsep keceriaan pada anak sehingga memakai warna-warna yang identic dengan tema keceriaan anak selain itu dapat juga sebagai penarik perhatian.

III.2.1 Identitas Visual

Identitas visual pada kampanye “Kampanye social tentang perawatan gigi susu anak” berupa logo.

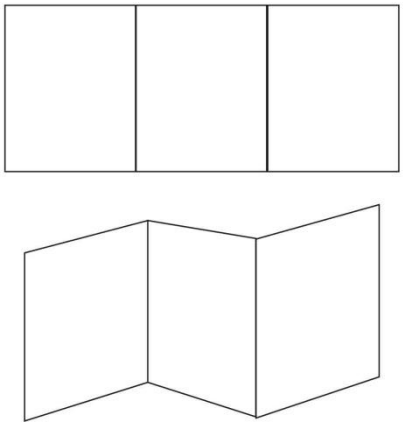


Gambar III.1 Logo kampanye social perawatan gigi susu anak.

Sumber: Data Pribadi

III.2.2 Format Desain

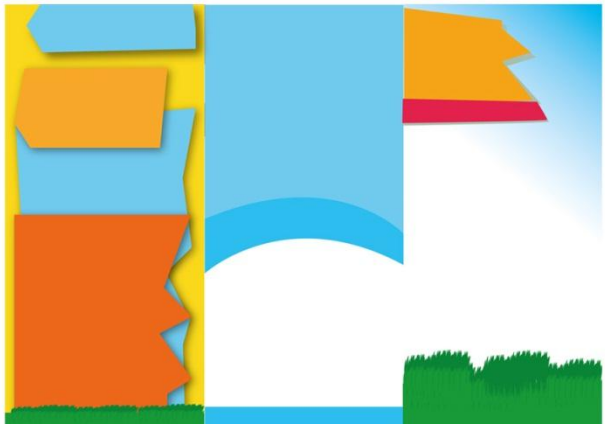
Media yang akan digunakan dalam menyampaikan informasi tentang bimbingan dan konseling adalah Brosur. Brosur ini berukuran A4 (29.7 cm x 42 cm). Brosur dicetak di atas kertas art paper.



Gambar III.2 Format desain

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.



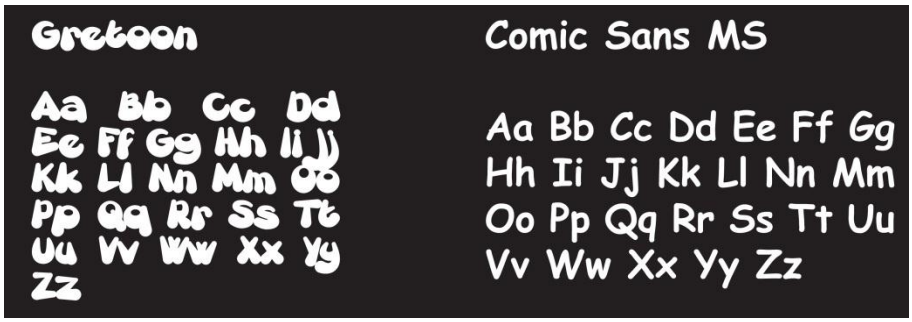
Gambar III.3 Tampilan layout Brosur bagian luar



Gambar III.4 Tampilan layout Brosur bagian dalam

III.2.4 Tipografi

Pemilihan jenis huruf pada kampanye ini mengutamakan keterbacaan, menarik, dan -berkesan. Untuk menarik perhatian masyarakat khususnya orang tua anak maka pemilihan font yang mudah dibaca dan menarik.



Gambar III.5 Font-font dalam kampanye

- **Gretoon**

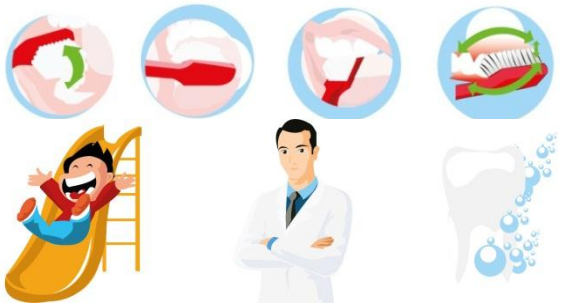
  Font Gretoon memiliki karakteristik yang sangat cocok untuk pembuatan brosur ini walaupun brosur ini diperuntukan orang tuanya akan teteapi berkaitan juga dengan anak-anak sehingga kesan yang disampaikan adalah keceriaan anak dan dapat menarik perhatian anak juga untuk membaca.

- **Comic Sans Ms**

  Pemilihan font ini digunakan karena selain mudah dibaca karakteristik font ini juga tidak terlalu formal sehingga pembaca tidak bosan dan lebih tertarik untuk membaca dan menerima informasi dan dengan mudah menerima pesan yang disampaikan.

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 orang tua tentang pentingnya perawatan gigi susu anak dan menarik pembaca brosur agar informasi dapat tersampaikan.



Gambar III.6 Ilustrasi-ilustrasi pada kampanye
Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.6 Warna

Warna yang mendominasi dalam perancangan kampanye sosial ini adalah biru muda, putih, orange, pewarnaan pada ilustasi visual ini menerapkan ide yang dinamis dengan warna-warna yang ceria yang akan membangun kesan keceriaan anak. Pemberian efek dinamis disesuaikan dengan gagasan visual yang dibangun serta disesuaikan juga dengan target audiens, yang menampilkan kesan yang baik.



Gambar III.7 Warna Tema