BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Target Sasaran

Target media kampanye ini terhadap masyarakat kota Bandung dewasa menengah ke atas seperti pelajar, mahasiswa, wiraswasta atau yang sudah mempunyai pekerjaan tetap.

III.1.1 Segmentasi

a. Demografis

Target : masyarakat kota Bandung
Umur : 17 – 25 tahun ke atas
Status : semua kalangan
Gender : Laki – laki dan Perempuan

b. Psikografis

Masyarakat yang sudah memahami dan memiliki tanggung jawab serta peduli akan kesehatannya.

c. Geografis

Masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan, khususnya kota Bandung.

III.1.2 *Primary Target*

Primary target ditujukan pada remaja usia 17 tahun dimana dalam psikologi pada masa ini digolongkan pada masa remaja akhir, pada masa ini merupakan tahap untuk menuju masa dewasa dan banyak yang terjadi pada masa remaja ini. Mar'at (2012) berpendapat bahwa "masa remaja adalah suatu periode kehidupan dimana kapasitas

untuk memperoleh dan menggunakan pengetahuan secara efisien mencapai puncaknya.

Pada masa ini remaja banyak melakukan beberapa perkembangan diantaranya kemampuan dalam penalaran. Mar'at (2012) berpendapat bahwa "perkembangan *prontal lobe* (belahan otak bagian depan sampai pada belahan atau celah sentral) tersebut sangat berpengaruh terhadap kemampuan kognitif remaja, sehingga mereka mengembangkan kemampuan penalaran yang memberikan suatu tingkat pertimbangan moral dan kesadaran sosial yang baru. Di samping itu, sebagian anak muda yang telah memiliki kemampuan memahami pemikirannya sendiri dan pemikiran orang lain, remaja mulai membayangkan apa yang dipikirkan oleh orang tentang dirinya (h. 194)".

III.1.3 *Secondary Target*

Secondary target ditujukan kepada orang dewasa umur 25 tahun keatas atau disebut juga masa dewasa awal. Masa dewasa awal adalah masa pencaharian kemantapan dan masa reproduktif yaitu suatu masa yang penuh dengan masalah dan ketegangan emosional, periode isolasi sosial, periode komitmen dan masa ketergantungan, perubahan nilai-nilai, kreativitas san penyesuaian diri pada pola hidup yang baru.

Hal ini dikarenakan pada usia 25 tahun keatas inilah kebanyakan orang – orang mulai sibuk bekerja dan makan – makanan yang belum diketahui sehat tidaknya sehingga rentan penyakit yang disebabkan oleh pola makan tidak sehat.

III.1.4 *Positioning*

Penempatan media kampanye ini mulai dari sekolah – sekolah, kampus – kampus, puskesmas, dan di tempat umum lainnya.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dibuat dalam kampanye tentang manfaat buah alpukat terutama untuk kesehatan adalah merancang sebuah media kampanye yang informatif mengenai manfaat yang terkandung dalam buah alpukat agar pengetahuan masyarakat akan buah alpukat bertambah.

III.2.1 Pendekatan Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dalam konteks hubungan sosial. Agar informasi yang akan disampaikan melalui media kampanye ini dapat mudah dicerna dan dimengerti oleh target sasaran, maka strategi yang akan dilakukan adalah membuat target sasaran atau *audience* melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media kampanye dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat dan juga visualisasi yang menarik.

III.2.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan media kampanye ini adalah untuk mempengaruhi *audience* agar mereka mulai mengonsumsi buah alpukat dan lebih mengenal lagi akan begitu pentingnya manfaat buah alpukat untuk mengurangi dampak kolesterol jahat.

III.2.3 Materi Pesan

Adapun materi yang akan disampaikan adalah:

a. Untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai manfaat buah alpukat untuk mengurangi dampak kolesterol jahat.
b. Untuk mengingatkan masyarakat terhadap bahaya kolesterol jahat.
c. Mulai membiasakan mengonsumsi buah alpukat.

III.3 Strategi Komunikasi

Metode analisa 5W + 1H adalah metode yang dikemukakan oleh Joseph Rudyard Kipling, metode yang terdiri dari *what* (apa), *when* (kapan), *where* (dimana), *who* (siapa), *why* (mengapa), dan 1H adalah *how* (bagaimana). Dalam membuat media kampanye ini digunakan analisis 5W + 1H, dan berikut analisisnya:

What
Sebuah informasi untuk mengajak masyarakat kota Bandung mengonsumsi buah alpukat

Why
Agar masyarakat dapat menjaga kesehatannya dan terhindar dari penyakit yang ditimbulkan oleh kolesterol jahat

When
Mulai dari sekarang

Where
Wilayah kota Bandung

Who
Masyarakat yang sudah dewasa, berusia 17 tahun keatas.

How
Memberikan informasi tentang manfaat buah alpukat untuk kesehatan terutama mengurangi dampak kolesterol jahat.

III.4 Strategi Kreatif

III.4.1 Konsep *Visual*

Konsep *visual* merupakan sebuah ide yang didapat melalui sebuah proses pendekatan dan pendalaman materi dari semua permasalahan. Di dalam konsep *visual* terdapat beberapa unsur, seperti kreativitas, estetika, efisiensi, komunikatif dan lain-lain agar dapat diterima oleh target sasaran. Dalam mengolah *visual* dibutuhkan format desain, komposisi *layout*, tipografi, warna dan ilustrasi agar muncul *visual* yang kuat dan pesan yang disampaikan mudah diterima oleh target sasaran.

Dalam merancang media kampanye tentang manfaat buah alpukat untuk mengurangi dampak kolesterol jahat, maka dibuatlah perancangannya, yaitu:

a. Pembuatan Logo Kampanye

Pembuatan logo kampanye merupakan penggambaran identitas kampanye yang akan disampaikan sesuai tema yang sudah direncanakan

- Sketsa logo



Gambar III.1 Sketsa Kampanye

sumber: Dokumentasi pribadi

- Warna – warna yang digunakan,yaitu:

RGB merupakan warna yang digunakan saat proses pembuatan logo di komputer, ssedangkan CMYK merupakan warna untuk proses mencetak.



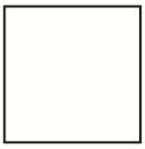
R : 135
G : 172
B : 75

C : 53
M : 15
Y : 91
K : 1



R : 96
G : 117
B : 51

C : 63
M : 36
Y : 100
K : 20



R : 255
G : 255
B : 255

C : 0
M : 0
Y : 0
K : 0

- Huruf yang digunakan adalah jenis huruf serif karena jenis huruf ini lebih mudah dibaca dan jelas seperti:

  Maiandra GD

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  1234567890

  !@#$%^&*( )

- Hasil logo



Gambar III.2 Logo Kampanye

sumber: Dokumentasi pribadi

b. Pembuatan Maskot Kampanye

Maskot adalah bentuk atau benda yang dapat berbentuk seseorang, binatang, atau objek lainnya yang dianggap dapat membawa keberuntungan dan untuk menyemarakkan suasana acara yang diadakan. Maskot ini dibuat untuk memngingatkan kembali *audience* terhadap kampanye ini.

- Sketsa maskot



Gambar III.3 Logo Kampanye

sumber: Dokumentasi pribadi

- Warna – warna yang digunakan,yaitu:

RGB merupakan warna yang digunakan saat proses pembuatan logo di komputer, ssedangkan CMYK merupakan warna untuk proses mencetak.

R : 37 G : 97 B : 48	C : 84 M : 37 Y : 100 K : 31	R : 123 G : 143 B : 57	C : 56 M : 28 Y : 100 K : 8
R : 169 G : 202 B : 66	C : 39 M : 3 Y : 95 K : 0	R : 137 G : 108 B : 42	C : 40 M : 50 Y : 100 K : 21
R : 229 G : 233 B : 123	C : 13 M : 0 Y : 65 K : 0	R : 255 G : 255 B : 255	C : 0 M : 0 Y : 0 K : 0

- Huruf yang digunakan adalah jenis huruf serif karena jenis huruf ini lebih mudah dibaca dan jelas seperti:

  MV Boli

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  1234567890

  !@#$%^&*( )

- Hasil maskot



Gambar III.4 Maskot Kampanye

sumber: Dokumentasi pribadi

c. Pembuatan Poster Kampanye



Gambar III.5 Poster Kampanye Wanita

sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam media poster ini menggunakan objek wanita berumur 17 tahun bertujuan untuk menarik minat masyarakat tentang alpukat dengan gestur tubuh menunjukkan alpukat dan *background* berwarna hijau muda kekuning-kuningan yang menunjukkan kesegaran buah alpukat. Alpukat yang dipotong setengah bertujuan bahwa alpukat itu sudah matang dan layak untuk dikonsumsi.



Gambar III.6 Poster Kampanye Pria

sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam media poster ini menggunakan objek pria berumur 20 tahun bertujuan untuk menarik minat masyarakat tentang alpukat dengan gestur tubuh menunjuk buah alpukat dan *background* berwarna hijau muda kekuning-kuningan yang menunjukkan kesegaran buah alpukat. Alpukat yang ditunjuk bertujuan bahwa dia menemukan buah - buahan yang dia sukai dan cocok untuk menurunkan dampak kolesterol jahat yaitu alpukat.



Gambar III.7 Poster Kampanye Pizza

sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam media poster ini menggunakan makanan pizza, karena pizza merupakan salah satu makanan yang digemari oleh remaja pada umumnya dan *background* berwarna hijau muda kekuning-kuningan yang menunjukkan kesegaran buah alpukat.



Gambar III.8 Poster Kampanye Pizza

sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam media poster ini menggunakan makanan seblak, karena seblak merupakan salah satu jajanan yang digemari oleh remaja dan menganduk lemak jenuh yang dapat memproduksi kolesterol jahat dan *background* berwarna hijau muda kekuning-kuningan yang menunjukkan kesegaran buah alpukat.

III.5 Strategi Media

Pemilihan media adalah berdasarkan dengan kebiasaan target audiens di media sosial. Adapun media yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung.

III.5.1 Media Utama

Dalam penggunaan media utama, akan menggunakan poster yang disebar melalui media sosial atau internet. Poster ini menjelaskan tentang kolesterol dan mengurangi dampaknya dengan buah alpukat. Media poster dipilih karena target audiens yaitu dewasa awal sehingga poster tersebut disebar melalui media sosial atau internet.

III.5.2 Media Pendukung

Media pendukung merupakan media yang mendukung tersampaikannya informasi pada media utama. Adapun media pendukung yang digunakan antara lain:

a. Iklan majalah
b. *T-shirt*
c. X-*banner*
d. Pin
e. Stiker
f. *Flayer*
g. Mug
h. Gantungan kunci
i. *Note book*

III.5.3 Strategi Penyebaran Media

Penyebaran media ini melalui media sosial dan iklan majalah. Hal ini untuk lebih memudahkan para dewasa awal yang banyak menggunakan internet atau media sosial. Secara geografis diutamakan di Bandung dan sekitarnya melalui media sosial *Twitter* dan *Facebook*.

Jadwal penyebaran media dilakukan dalam waktu selama 3 bulan, terhitung dari bulan September sampai bulan November. Alasan penyebaran media kampanye ini untuk memperingati hari Kesehatan Nasional pada tanggal 12 November 2014 di Balai Kota Bandung.

Media Kampanye	September				Oktober				November			
	Minggu ke -											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Poster *Awarness*												
Poster *Awarness 2*												
Poster *Informing*												
Poster *Informing 2*												
Iklan Majalah												
Media Sosial												
X-Banner												
Baju												
Mug												
Stiker												
Pin												
Gantungan Kunci												
Note Book												

Tabel III.1 Jadwal Penyebaran Media

sumber: Dokumentasi pribadi