BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Adapula hal yang dilakukan perancang untuk menuju kepada perubahan yang direncanakan dalam kampanye di butuhkan strategi perancangan. Perancangan merupakan satu tata cara atau aturan bekerja untuk mendapat hasil yang dapat dinyatakan dengan jelas dan tersusun dalam satu sistem membuat keputusan yang berpadu. Berfikir tentang masa hadapan dan berusaha untuk mengawal masa depan merupakan satu komponen penting dalam perancangan (Mintzberg, 1994;12).

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari pemecahan masalah kampanye sosial dampak penggunaan *smartphone* bagi anak kepada orang tua yaitu, Membuat media kampanye yang bersifat mengingatkan dan mengajak orang tua untuk lebih peduli terhadap bahaya yang terjadi pada perilaku anak pengguna *smartphone,* diantaranya kemampuan sosial yang menurun, atau kecanduan bermain *game,* Sehingga perilaku buruk anak pengguna *smartphone* dapat berkurang.

3.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan Verbal

Karena target kampanye adalah orang tua, maka bahasa yang akan digunakan adalah dengan menggunakan Bahasa Indonesia formal yang sering digunakan dalam lingkungan sehari-hari. dengan tujuan agar pesan yang ingin disampaikan dapat mudah diterima.

Pada kampanye ini gaya bahasa yang digunakan yaitu dengan menggunakan gaya bahasa *satire*. Gaya bahasa *satire* adalah ungkapan yang menggunakan sarkasme, ironi, atau parodi, untuk mengecam atau menertawakan gagasan, dan kebiasaan.

Headline “ jadilah orang tua pintar ”

Tagline “ Berilah *smartphone* agar anak seperti ini ”

Pendekatan Visual

Pendekatan komunikasi visual dengan orang tua yakni menggunakan fotografi yang menceritakan atau menggambarkan hal hal negatif yang terjadi pada perilaku buruk anak pengguna *smartphone*. Dengan itu diharapkan orang tua akan mengetahui dan merasa takut apabila hal tersebut menimpa kepada anak.

3.1.2 Strategi Kreatif

Perilaku buruk anak pengguna *smartphone* yang mengancam anak dan kurang diketahui oleh orang tua oleh karena itu media yang digunakan oleh perancang adalah media informasi cetak berupa poster dengan teknik fotografi semenarik mungkin yang dirancang melalui kejadian langsung yang terjadi di kehidupan sekitar kalangan anak seperti kondisi nyata yang terjadi pada anak di lingkungan keluarga atau lingkungan sekolah seperti, kecanduan bermain *game* membuat anak lupa pada waktu belajar di rumah anak terkadang sibuk dengan *smartphone* dibandingkan dengan buku pelajaran, di lingkungan sosial perilaku buruk anak pengguna smartphone menimbulkan rasa kecemburuan sosial terhadap anak-anak lainnya, sedangkan di sekkolah perilaku buruk anak pengguna *smartphone* cenderung lebih malas belajar akibat kecanduan bermain game pada *smartphone.*

3.1.3 Strategi Media

Untuk menyampaikan pesan kepada target secara informatif dan menarik dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah strategi yang digunakan dalam media informasi cetak berupa poster ini menjelaskan akan bahaya *smartphone,* dan media pendukung lainnya diantaranya:

Media Utama

Media dipilih untuk menyampaikan pesan kepada target secara informatif dan persuasif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah, maka pemilihan media kampanye ini perlu dibuat efektif, efisien dan tepat sasaran, sehingga pesan kampanye mudah di cerna. Pada kampanye sosial ini menggunakan media utama dan media pendukung.

Untuk menyampaikan pesan kepada target secara informatif dan menarik dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah strategi yang digunakan dalam media informasi cetak berupa poster ini menjelaskan akan perilaku buruk anak pengguna *smartphone*, Media dipilih untuk menyampaikan pesan kepada target secara informatif dan persuasif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah, maka pemilihan media kampanye ini perlu dibuat efektif, efisien dan tepat sasaran, sehingga pesan kampanye mudah dicerna. Pada kampanye sosial ini menggunakan media utama dan media pendukung.

- Poster cetak

Tujuan dasar dari pembuatan poster cetak yakni menginformasikan mengenai dampak *smartphone* bagi anak kepada orang tua.
pendistribusian: poster di tempel di tempat fasilitas umum contoh rumah sakit, mading sekolah, dan fasilitas umum lainnya.

Media Pendukung

- Stiker

Stiker dikenal sangat praktis dan efektif, dapat ditrmpelkan dimana saja sehingga memperluas jangkauan dari pesan kampanye yang ingin disampaikan.

- *Billboard*

Media ini digunakan untuk menjangkau target audience yang sedang berada di jalanan, baik yang menggunakan kendaraan maupun yang sedang berjalan, bentuknya yang besar membuat *billboard* mudah terbaca dan terlihat oleh target audiens.

- Iklan Majalah

Iklan majalah yang akan digunakan sebagai media kampanye adalah majalah dengan segmentasi orang tua sasarannya. Dengan menggunakan majalah sebagai media kampanye, diharapkan pesan yang disampaikan dapat langsung tertuju pada target kampanye.

- Iklan Koran

Iklan koran digunakan sebagai media kampanye adalah koran dengan segmentasi orang tua sasarannya. Dengan menggunakan koran sebagai media kampanye, diharapkan pesan yang akan disampaikan dapat langsung tertuju pada target audience.

- Brosur

Brosur dipilih karena penyebaran brosur mudah dan praktis. Dalam segi ukuran, brosur adalah media kampanye yang cukup kecil namun mampu memuat informasi-informasi yang akan disampaikan.

- *Flyer*

Flyer dipilih karena ukurannya yang kecil, dan media kampanye yang efektif untuk disebarkan di pusat-pusat keramaian dan pusat aktivitas keluarga biasanya berada di *car free day* jalan dago.

- Pin

Pin adalah media yang mudah di bawa atau di pasang dan dapat digunakan sebagai bagian dari aksesoris dalam berbusana para orang tua, sehingga diharapkan dapat menjadi media kampanye yang efisien.

- Poster Digital / *Web banner*

Tujuan dari poster digital yaitu ditujukan kepada orang tua yang sering mengakses internet.

- *Facebook*

Facebook adalah media yang mudah di akses dan dapat digunakan untuk media kampanye sosial bagi orang tua yang sering menggunakan jejaring sosial seperti *facebook.*

3.1.4 Strategi Distribusi

Agar kegiatan kampanye sosial dapat berjalan efektif dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah oleh target audience oleh karena itu harus diadakan sebuah strategi distribusi media-media kampanye secara sistematis. Kampanye ini sendiri akan diselenggarakan selama 5 bulan kedepan, dan akan dimulai pada minggu pertama di bulan Agustus dan di akhiri pada bulan Desember pada minggu pertama di bulan Agustus media yang disebarkan berupa poster, *billboard,* iklan web, dan membuat akun media sosial seperti *facebook* disertai iklan Koran dan majalah pada minggu kedua di bulan Agustus. Untuk brosur dan flyer akan di sebarkan pada minggu ketiga di bulan Agustus dengan tempat dimana target audience biasa menghabiskan waktu bersama keluarga di hari libur seperti Dago *Car free day*. Jarak waktu dua bulan pada minggu pertama di bulan Oktober brosur dan flyer akan di sebar ditempat yang sama yaitu Dago *car free day* bersamaan dengan *merchandise* yakni pin serta stiker sebagai media pengingat. Dibawah ini merupakan tabel distribusi dari penyebaran media kampanye yang akan dilakukan :

Jadwal distribusi media

Jadwal Distribusi	Agustus				September				Oktober				Nopember				Desember			
Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Poster																				
Facebook																				
Billboard																				
Iklan web																				
Iklan majalah																				
Iklan koran																				
Brosur																				
Flyer																				
Stiker																				
Pin																				

Tabel : III.1 Tabel Distribusi Media

3.2 Fotografi

Fotografi adalah seni mengabadikan objek menggunakan kamera menurut Amir Hamzah Sulaeman fotografi berasal dari bahasa yunani yaitu *photos* yang berarti cahaya dan *grafo* menulis jadi arti fotografi secara keseluruhan adalah menulis dengan bantuan cahaya atau lebih dikenal dengan menggambar dengan bantuan cahaya (1981;94)

Konsep visual dari Media informasi cetak poster gabungan dari fotografi dan tipografi ini akan lebih menonjolkan dari perilaku buruk anak pengguna *smartphone* yang terjadi pada anak saat ini pada ilustrasinya, seperti contoh perilaku buruk anak pengguna *smartphone* yang terjadi pada saat anak sekolah, belajar, bermain, bahkan pada saat berada di samping orang tua.

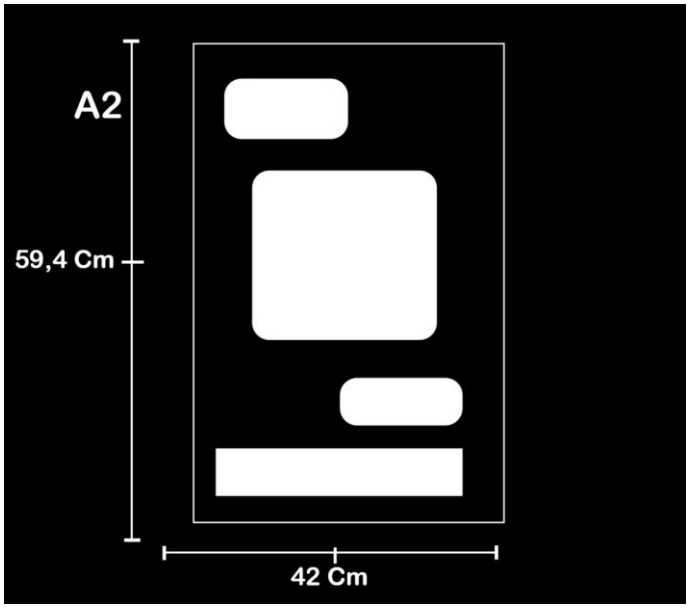
Mengingat orang tua yang masih belum mengetahui mengenai bahaya dari *smartphone* itu sendiri. Konsep visual yang dipilih perancang adalah fotografi, pada visualisasinya disesuaikan dengan segmentasi informasi, yaitu orang tua muda.

3.2.1 Format desain

Format desain poster kampanye ini adalah potrait dengan ukuran kertas A2 pemilihan format *portrait* disebabkan karena Poster pada umumnya mempunya format *portrait,* dan agar orang tua lebih mudah untuk mencerna unsur foto yang di lihat dan pesan yang disampaikan oleh perancang.

3.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak yang digunakan dalam media informasi cetak poster ini lebih menonjolkan fotografi sebagai titik pusat perhatian orang tua. Hal tersebut di maksudkan agar pada saat orang tua melihat media tersebut perhatian orang tua dapat langsung tertuju pada visual. Serta tipografi berupa *headline* “Jadilah orang tua yang pintar” dan *tagline* “Berilah *smartphone* agar anak seperti ini” dengan ilustrasi seorang anak sedang memegang *smartphone* miliknya ketika seorang guru sedang menerangkan di kelas. Tata letak yang akan digunakan pada media utama dalam kampanye ini adalah sebagai berikut :



Gambar III.1 Tata letak pada poster

Sumber : Dokumen pribadi (30/4/2014)



Gambar III.2 Tata letak pada poster

Sumber : Dokumen pribadi (30/4/2014)

3.2.3 Tipografi

Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan dan kemenarikan yang baik, selain itu bentuk tipografi harus mewakili atas pesan yang akan disampaikan. Pada perancangan media informasi poster ini akan menggunakan jenis tipografi Androgyne dan Helvetica-Condensed-Black-Se.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S

T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . : ; ? @ ! # & ( ) /

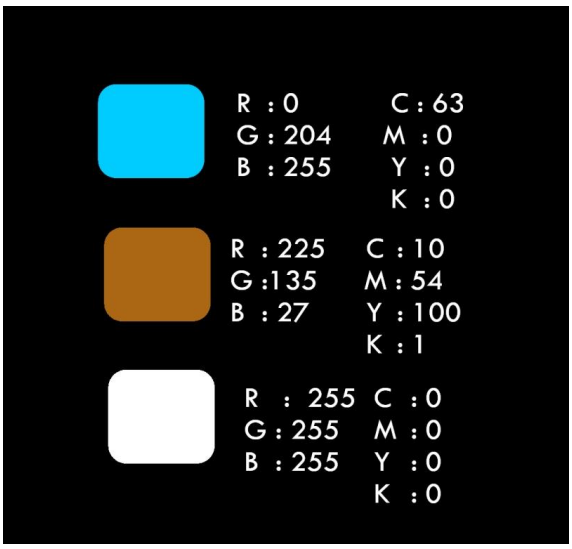
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890,.:;?@!#&()/

3.2.4 Warna

Dalam konsep warna yang di pilih mengacu pada warna yang menakutkan bagi orang tua yakni:



Gambar III.3 Kode warna pada media poster

Sumber : Dokumen pribadi (30/4/2014)