BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III. 1 Strategi Perancangan

Dalam perancangan media informasi ini diperlukan adanya strategi perancangan sebagai panduan agar media-media yang dihasilkan dapat mencapai tujuan, target dan segmentasi dari program ini. Strategi komunikasi pada tema ini dilakukan dengan menggunakan media informasi. Media informasi merupakan salah satu cara untuk memberikan informasi atau peristiwa-peristiwa yang terjadi kepada masyarakat umum secara cepat yang pada akhirnya mampu merubah prilaku khalayak secara konkret dan terukur. Solusi berupa *motion graphic* tentang ejakulasi dini sejauh ini informasi mengenai ejakulasi masih kurang efektif dalam cara menginformasikan ejakulasi tersebut. Dengan adanya *motion graphic* menggunakan adobe flash diharapkan bisa mengurangi penderita ejakulasi dini setidaknya bisa merubah prilaku seseorang yang tertutup menjadi terbuka untuk mengutarakan apa yang diderita kepada para ahli atau medis.

III.1.1 Target Audien

Target audience sudah menjadi poin penting dalam sebuah media informasi karena bertujuan untuk mempengaruhi target audience agar berubah dalam perilaku yang tertutup menjadi perilaku yang terbuka. Dalam menentukan target audience harus detentukan secara demografis, geografis, psikografis.

- Demografis

  - Jenis Kelamin : Laki-laki
  - Umur : 22 tahun sampai 50 tahun ke atas
  - Pendidikan : SMA – Umum
  - Pekerjaan : Umum
  - Status Ekonomi : Semua kalangan
  - Wilayah : Kota Bandung

- Geografis

  Secara geografis target audien yang bertempat tinggal kota Bandung Jawa Barat entah itu menengah kebawah maupun menengah keatas.

- Psikografis

  - Berkepribadian tertutup.
  - Pegawai kantor.
  - Kurang bersosialisasi terhadap orang sekitar.

Setelah mengetahui target audience yang dituju, maka dapat menentukan strategi seperti apa untuk target audien. Setelah melakukan observasi lapangan di Kota Bandung mengenai ejakulasi dini dan wawancara yang dilakukan terhadap beberapa pasangan suami istri akan memudahkan proses pembuatan media informasi ini. Salah satu yang di utarakan dari pasangan suami istri, malu untuk mengutarakan apa yang di derita pasangannya dan kurangnya pemahaman penderita tentang penyebab terjadinnya ejakulasi dini tersebut. Pemahaman mengenai ejakulasi dini sangat penting bagi pasangan suami istri apalagi pasangan yang malu mengutarakan apa yang dideritannya.

III.1.1.2 *Constumer Insight*

Menurut kamus pengertian dasar "insight" adalah "*a clear, deep, and sometimes sudden understanding of a complicated problem or situation, or the ability to have such an understanding*". Ini bisa diartikan sebagai sesuatu yang diperhatikan customer, yang diperlukan customer, yang tidak disukai customer, yang dihindari customer, dan lain sebagainya. Dalam kampanye sosial ini terdapat beberapa hal penting yaitu:

- Pasangan suami istri yang tertutup tidak bisa mengutarakan kepada pasangannya sehingga hubungan yang sangat singkat itu dibiarkan seakan-akan tidak ada masalah apa-apa.
- Pasangan suami istri malu berkonsultasi ke pakar atau dokter yang bisa menyembuhkan gangguan ejakulasi tersebut.

III.1.1.3 *Constumer Journey*

Consumer Journey merupakan data yang didapat dari keseharian target audien. Hal ini penting dilakukan agar media informasi tentang ejakulasi dini ini dapat tersampaikan berdasarkan keseharian dari target audien.

Waktu	**Aktifitas**	***Point of Contact***
04.30 – 05.30	Bangun,mandi, berpakaian.	Kamar tidur, kamar mandi, rumah.
05.30 – 06.00	Sarapan, mempersiapkan perlengkapan kerja.	Televisi, buku, koran, keadaan rumah, manasin mobil.
06.00 – 06.30	Berangkat kerja.	Mobil, spanduk, rambu-rambu, billboard, dll.
07.00 – 11.00	Sampai kantor/kerja/istirahat.	Lokasi kantor, buku, komputer, laptop.
11. 00 – 12.30	Istirahat, cek HP, youtube, internet, makan.	kantin, makanan, minuman, rokok, *handphone*
12.30 – 15.00	Masuk kerja	Rekan kerja, ruangan, alat tulis, buku,
15.00 – 16.00	Pulang kerja, cek HP, membeli makanan.	Sosial media, tempat makan, jalan raya, persimpangan, macet, minuman, kantin, tempat parkir, gerbang, jalan raya, minimarket.
16.30 – 18.00	Sampai dirumah, ganti baju, HP, youtube, internet, sandaran.	Garasi, sepatu, ruang keluarga, dapur, kamar mandi, kamar tidur, lemari, kasur, tembok rumah, *handphon.*
18.00 – 21.00	Makan malam, cek HP, menonton tv, tidur.	Media sosial, televisi, ruang keluarga, tempat tidur.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain. Inti dari pendekatan komunikasi adalah menyampaikan pesan dengan baik dan efektif. Pengaruh pesan tidak hanya tergantung pada apa yang diutarakanya saja, melainkan juga bagaimana cara mengutaranya.

Pendekatan komunikasi dilakukan melalui pandangan masyarakat tentang ejakulasi dini dan akan disampaikan secara singkat dan jelas. Pendekatan komunikasi ini berdasarkan data data dari sumber yang sudah di temukan di lapangan. Dari hasil wawancara dan observasi lapangan akan di kelompokan menjadi satu untuk di jadikan informasi kepada *target audience* dalam informasi tersebut bahsa yang di gunakan adalah Bahasa Indonesia karena di sesuaikan dengan *target audience* yang sudah di tentukan.

Pendekatan Visual kepada *target audience* untuk informasi ini melalui *motion graphic*, banyak cara mencari tahu informasi, dan banyak juga cara memahami isi informasi. Namun kebanyakan pada saat ini seseorang susah memahami apa yang di maksud dalam informasi tersebut. Agar masyarakat memahami pengobatan ejakulasi dini tersebut dengan cara memberikan informasi sejelas mungkin dan mulai dari hal yang terkecil sampe hal yang besar dengan dukungan media berupa *motion graphic* masyarakat diharapkan bisa mencermati dari informasi tersebut sehingga pengetahuan masyarakat akan bertambah apabila sudah mengerti tentang informasi tersebut.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul Dimensi-dimensi Komunikasi menyatakan bahwa :

strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (1981 : 84).

A. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan agar pesan ataupun tujuan yang ingin disampaikan tepat pada sasaran, maka dari itu dengan cara menggunakan strategi bahasa Indonesia akan mempermudah khalayak karena target yang di tuju adalah orang Indonesia terutama kota Bandung. Didalam perancangan ini tentunya pasti ada dorongan kepada penderita seperti factor penyebab, ciri-ciri ejakulasi dini, jenis dan pengobatannya. sehingga ketika penderita gangguan ejakulasi dini membaca akan merasa ingin menyembuhkan apa yang dideritannya.

B. Pendekatan Visual

Pendekatan visual untuk media informasi tentang ejakulasi dini ini akan berbentuk *motion graphic* yang didalamnya akan terlihat sederhana namun lebih mengutamakan informasi itu sendiri. Serta ada keterangan-keterangan seperti, factor penyebab ejakulasi dini dengan karakternya, dampak ejakulasi dini dengan animasinya, ciri-ciri ejakulasi dini serta penyembuhannya.

III.1.3 Materi Pesan

Dalam perancangan media informasi ini terdapat dua unsur pesan yang akan disampaikan, yaitu:

- Merubah perilaku penderita ejakulasi dini agar tidak malu lagi untuk mengutarakan apa yang di deritannya kepada pasangannya dan kepada pakar/dokter yang ahli.

- Memberikan pemahaman ejakulasi dini melalui media informasi untuk semua pasangan suami istri agar menjalin suatu hubungan bisa selalu harmonis dengan pasangannya.

III.1.4 Gaya Bahasa

Menggunakan bahasa Indonesia yang cenderung tidak baku agar mudah dipahami makna yang terdapat dalam media informasi ini. Menggunakan majas sindiran sinisme yang menyatakan sindiran secara langsung kepada target audien serta penggabungan dari berbagai majas dalam memvisualisasikan media informasi ini.

III.1.5 Strategi Kreatif

Penerapan strategi kreatif pada perancangan media informasi ini yaitu dengan memberikan informasi mengenai semua yang mencakup ejakulasi dini, seperti pengertian ejakulasi dini kemudian ciri-ciri, dampak, jenis-jenisnya serta carua pengobatannya. Informasi tersebut akan ditampilkan menjadi *motion graphic* yang didalamnya masing-masing pengertian mempunyai animasi tersendiri, untuk dibagian layout akan sederhana saja menggunakan satu warna dan lebih menampilkan informasinya. Untuk font akan mencocokan dengan kata ejakulasi dini tersebut entah itu serif atau san-serif. Kemudian dibagian karakter sangat sederhana ada karakter pria dan wanita yang kebingungan menghadapi pasangannya yang ejakulasi dini.

Pada penelitian ini menggunakan metode AISAS sebagai berikut :

- Attention (perhatian)

  Attention bertujuan untuk membuat target audiens lebih tertarik melihat. Dengan memakai kalimat yang membuat target audiens mudah mengerti dan memahami tentang ejakulasi dini tersebut.
- *Interest* (ketertarikan)

  Interest dibuat dengan pemahaman melalui *motion graphic* yang di dalamnya sudah sudah menjelaskan mengenai ejakulasi dini, faktor penyebab dan pengobatan sebenarnya dalam ejakulasi dini tersebut.
- *Search* (pencarian)

Interest ini di buat deangan cara pendekatan melalui *motion graphic* dan memberi tahu pengobatan dan factor penyebab yang belum banyak di ketahui oleh masyarakat khususnya dewasa.

- *Action* (aksi)

  Dalam perancangan metode ini target audiens yang sudah di tentukan melalui *youtube* dan bisa mendownload *motion graphic tersebut.*

- *Share* (membagi)

  Dalam proses ini audiens bisa membagi pengalaman yang didapat setelah audiens membaca informasi yang terdapat dalam *motion graphic* tersebut, membagi informasi seperti testimonial dan *share* melaui media sosial

III.1.6 Strategi Media

Untuk menginformasikan ejakulasi dini kepada masyarakat luas dibutuhkan media yang sangat tepat dan sesuai dengan solusi permasalahan, media tersebut terdiri atas media utama dan media pendukung, untuk media utama sudah di tentukan yaitu *motion graphic* sedangkan media pendukung hannya memperkuat media utama.

a. Media utama

   Media utama yang akan digunakan untuk perancangan media mengenai ejakulasi dini adalah sebuah *motion graphic* yang didalamnya berisi tentang keterangan-keterangan tentang ejakulasi dini. Pemilihan *motion graphic* ini mungkin akan tepat untuk penderita ejakulasi dini karena berbentuk animasi yang bisa didapatkan diinternet atau *youtube.*

b. Media pendukung

   Media pendukung yang akan digunakan untuk memperkuat media utama diantarannya adalah :

- Mug
- Stiker
- Foster
- Pin/bross
- Snap bag

- T-shirt

III.2 Konsep Visual

Untuk menghasilkan visual yang baik maka harus dibuat konsep visual yang matang untuk menghindari kesalahan-kesalahan dalam merancang media informasi.

III.2.1 Ilustrasi

Dalam media perancangan ini menggunakan ilustrasi yang berbentuk animasi dengan cara *tracing*, agar pembaca bisa melihat secara detail apa itu ejakulasi dini namun tidak terangan-terangan dikarenakan menggunakan animasi yang digerakan.



Gambar III.1 Contoh penggunaan animasi pada *motion graphic*

Sumber : pribadi 2016

III.2.2 Huruf

Dalam perancangan ini menggunakan huruf “bebas neue” karena font ini cocok dan kesannya tegas jadi cocok untuk membahas masalah yang terkait ejakulasi dini.

- Huruf Bebas Neue

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

,./;'[]<>?:"{}!@#$%^&*()_+

III.2.3 Audio

Didalam perancangan median informasi ini menggunakan audio "Backsound music_backsound video"

III.2.4 Konsep Layout



Gambar III.2 Contoh penggunaan animasi pada *motion graphic*

Sumber : pribadi 2016

Konsep *layout* yang digunakan pada media informasi ini cenderung menggunakan tata letak yang sederhana tidak terlalu banyak ornament visual yang dimunculkan agar visual yang ditampilkan dapat mudah dipahami. Dengan konsep visual yang sederhana diharapkan khalayak sasaran dapat mengolah informasi yang disampaikan dengan cepat.

III.2.5 Warna



Warna yang digunakan dalam media informasi *motion graphic* menggunakan banyak warna karena menyesuaikan dengan objek yang ditampilkan sehingga khalayak tidak merasa bosan, dan khalayak akan focus kepada objek yang ditampilkan dan informasi yang disampaikan.

III.2.6 Mandatory

Dalam perancangan media informasi *motion graphic* ini yang berjudul ‘atasi ejakulasi dini” ini dibutuhkan kerjasama dengan pihak-pihat tertentu yang nantinya akan mendukung media informasi ini. Pembuatan media ini bekerjasama dengan dinas kesehatan kota bandung, salah satu rumah sakit dikota bandung dan alat kontrasepsi yaitu kondom durex.