BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan terdiri dari dua kata yaitu strategi dan perancangan, yang masing-masing kata mempunyai pengertian tersendiri. Strategi adalah cara yang ditetapkan untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan perancangan adalah suatu aktivitas pembuatan usulan-usulan yang merubah sesuatu yang telah ada menjadi sesuatu yang lebih baik. Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa strategi perancangan adalah cara yang ditetapkan untuk membuat sesuatu yang lebih baik untuk mencapai tujuan.

Strategi yang dibuat adalah untuk menginformasikan kepada masyarakat khususnya wanita mengetahui tentang *Pap Smear*.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Memberikan informasi tentang bagaimana proses metode *Pap Smear* ini bahwa metode ini terbilang cukup sederhana, cepat, dan praktis dalam hal mendeteksi adanya sel sel abnormal didalam dinding rahim seorang wanita.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi digunakan agar pesan dapat disampaikan dengan baik dan mudah diterima oleh *target audience.* Media informasi dengan pendekatan ini akan disampaikan secara visual dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang metode pedeteksi kanker serviks *Pap Smear*. Jenis media informasi yang akan dipilih adalah media cetak, adapun penjelasan menurut Sobur (2006) media informasi adalah “alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual”., dan memiliki beberapa kelebihan yaitu:

- *Repeatable*, dapat dibaca berkali-kali dengan menyimpannya
- Analisa lebih tajam, dapat membuat pengunjung mengerti isi berita dengan analisa yang lebih mendalam dan dapat membuat orang berfikir lebih spesifik.
- Dapat mengatasi keterbatasan pengalaman yang dimiliki oleh pengunjung
- Media visual memungkinkan adanya interaksi antara pengunjung dengan lingkungan sekitarnya.

- Dapat menanamkan konsep yang benar.
- Dapat membangkitkan keinginan dan minat baru.
- Dapat meningkatkan daya tarik dan perhatian pengunjung.

A. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal merupakan cara menyampaikan pesan melalui bahasa dan kata-kata. Dalam penggunaanya tentu harus disesuaikan dengan khalayak sasaran agar pesan yang ingin disampaikan dapat dimengerti dengan baik oleh khalayak sasaran. Melalui pendekatan verbal ini yang bertujuan untuk menginformasikan dan mengajak target audience untuk mengetahui tentang *Pap Smear* dan mengajak melakukan pemeriksaan kanker serviks melalui metode pendeteksi dini *Pap Smear*.

B. Pendekatan Visual

Pendekatan visual adalah cara berkomunikasi dengan menggunakan elemen visual atau gambar, untuk membantu menyampaikan pesan kepada target *audience* agar bisa lebih mudah untuk dimengerti serta dengan adanya visual atau gambar dapat memudahkan bagi yang melihat dan membaca yang ada di dalam pesan tersebut sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

pendekatan ini dilengkapi dengan gambar (fotografi) serta tulisan (tipografi) agar komunikasi dapat disampaikan secara baik.jenis fotografi yang di gunakan adalah fotografi dengan teknik *strobist.* teknik pengambilan gambar atau foto menggunakan *flash/blitz* secara *off-shoe* atau *off-camera*. Teknik *strobist* ini memungkinkan *flash* untuk dapat di *trigger* di mana pun tanpa harus terpasang pada *hot-shoe* kamera tersebut. Keuntungan dari teknik ini adalah kita bisa memposisikan satu atau lebih *flash* di mana saja untuk mengatur arah cahaya, intensitas, cahaya untuk menghasilkan pencahayaan / dimensi yg kita inginkan pada foto tersebut.



Gambar III.1 referensi visual
(sumber: https://images.apps-foundry.com/magazine_static/images/1/14283/big_covers/ID_HIJ2015MTH03ED18_B.jpg)

III.1.3 Materi Pesan

Dalam perancangan visual *Pap Smear* terdapat materi pesan yang terdapat agar *target audience* mengetahui apa yang akan disampaikan pada media untuk metode *Pap Smear* ini yaitu:

• Menginformasikan bahwa *Pap Smear* adalah metode yang mudah dan praktis.

• Menginformasikan bahwa kanker serviks dapat dicegah sedini mungkin.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan menyesuaikan dengan target audien yang dituju, yaitu menggunakan bahasa Indonesia yang sederhana dan baku, agar masyarakat khususnya wanita dapat langsung memahami dan mengartikannya. Sehingga pesan yang ingin disampaikan mudah dipahami dan diterima oleh target audien. Gaya bahasa yang digunakan yaitu naratif untuk mendeskripsikan proses *Pap Smear*.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

A. Khalayak sasaran

Target dari perancangan informasi *Pap Smear* adalah wanita dengan umur berkisar 19-25 tahun, dengan penghasilan atau berlatar belakang ekonomi menengah ke bawah. khalayak sasaran dari perancangan informasi tentang *Pap Smear* bagi wanita ini adalah sebagai berikut:

a. **Demografis**

• Usia : Dewasa awal (19 - 25 tahun)

• Status Ekonomi : Menengah ke bawah

• Jenis Kelamin : Perempuan

• Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga dan Pekerja

Khalayak sasaran yang dipilih adalah wanita rumah tangga dikarenakan pada umur 19-25 tahun dengan status sudah menikah perhatian dalam menjaga kesehatan alat reproduksi nya berkurang dikarenakan banyak kesibukan mengurus rumah tangga yang banyak menyita waktu.

b. **Geografis**

Masyarakat kota Bandung karena kota Bandung banyak wanita pada usia 19-25 tahun sudah berstatus menikah.

c. **Psikografis**

Kenniston (Santrock dalam Chusaini, 1995: 73).

Masa dewasa awal adalah masa muda yang merupakan periode transisi antara masa dewasa dan masa remaja yang merupakan masa perpanjangan kondisi ekonomi dan pribadi sementara, hal ini ditunjukkan oleh kemandirian ekonomi dan kemandirian membuat keputusan.

Ciri-ciri dewasa awal ialah:

- menerima tanggung jawab sebagai orang dewasa.
- masa produktif memiliki keturunan.
- Masa bermasalah (muncul masalah-masalah baru seperti pernikahan),
- Masa ketegangan emosional (pada wilayah baru dgn permasalahan baru),
- Masa keterasingan sosial (memasuki dunia kerja dan kehidupan keluarga),
- Masa komitmen (menentukan pola hidup dan tanggung jawab baru),

- Masa ketergantungan (masih tergantung pada pihak lain),
- Masa perubahan nilai (orang dewasa awal ingin diterima oleh anggota kelompok orang dewasa),
- Masa penyesuaian diri dengan cara hidup baru,
- Masa kreatif (masa dewasa awal adalah puncak kreatifitas).

Setelah mengetahui khalayak sasaran, maka dapat ditentukan media informasi seperti apa yang akan dilakukan untuk khalayak sasaran. Menurut hasil di lapangan banyak yang belum mengetahui tentang *Pap Smear* di karenakan informasi yang kurang, maka perlu media informasi yang dapat di terima dengan baik oleh masyarakat khusus nya wanita.

A. *Consumer Insight*

Pengertian *Consumer Insight* Menurut Amalia E. Maulana (2009) yaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan.

Berikut *insight* dari audiens :

- Mencari tahu tentang kesehatan alat reproduksi.
- Mencari tahu apa itu metode untuk kesehatan alat reproduksi.

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif diperuntukan agar informasi yang dibuat dapat tersampaikan dan diterima kepada target audien agar pesan yang ingin disampaikan mudah dimengerti, sehingga mencapai tujuan seperti yang diinginkan.

Booklet adalah media komunikasi massa yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang bersifat promosi, anjuran, larangan-larangan kepada khalayak massa, dan berbentuk cetakan. Sehingga akhir dari tujuannya tersebut adalah agar masyarakat yang sebagai obyek memahami dan menuruti pesan yang terkandung dalam media komunikasi massa tersebut.

Booklet digunakan untuk menyampaikan informasi tentang *Pap Smear* secara menyeluruh yang diharapkan masyarakat khususnya wanita mudah mengerti tentang metode dan keunggulan *Pap Smear* itu sendiri. Dengan desain yang di buat simple terdapat gambaran tentang cara metode *Pap Smear* dan keunggulan *Pap Smear* serta kalimat yang mudah dimengerti Dalam membuat media informasi *booklet* ini masyarakat khususnya wanita diajak untuk menngetahui apa itu *Pap Smear* dan keuntungan melakukan proses metode *Pap Smear*.

Visualisasi desain dan tata letak pada booklet ini dibuat agar khalayak sasaran tidak kesulitan dalam membaca dan mencerna informasi yang terdapat pada *booklet* tersebut.



Gambar III.2 visualisasi
(sumber: Pribadi)

III.1.7 Strategi Media

Media Utama

- *Booklet*

  Media utama yang digunakan dalam perancangan media informasi *Pap Smear* bagi wanita adalah *booklet* yang berbasis informasi melalui ilustrasi gambar yang baik agar audiens bisa lebih memahami serta informasi yang didapat dimengerti secara menyeluruh dan mengetahui keunggulan *Pap smear* itu sendiri. Yang akan dirancang adalah media informasi berupa *booklet* dalam tahapan menginformasikan tentang proses pap smear secara *to the point/*langsung.

Media Pendukung cetak

- Poster

  Poster merupakan media yang sering di jumpai seperti di jalan, kantor, dan ditempat-tempat keramaian sehingga informasi dapat tersampaikan pada khalayak sasaran.
- *X Banner*

  Media ini digunakan untuk informasi yang lebih detail.
- *Flyer*

  Media ini digunakan sebagai informasi yang disebar langsung kepada target audien.
- Spanduk

  Media ini dapat terlihat oleh semua orang dengan penempatan yang strategis seperti pada persimpangan jalan.

Media pendukung *non* cetak

- Facebook

  Sebagai media informasi elekronik agar dapat dilihat oleh semua orang. membagi pengalaman yang didapat setelah membaca informasi yang terkandung dalam *booklet*, membagi informasi seperti testimoni dan *share* melaui media sosial.

- Instagram

  Sebagai media informasi elekronik agar dapat dilihat oleh semua orang. membagi pengalaman yang didapat setelah membaca informasi yang terkandung dalam *booklet*, membagi informasi seperti testimoni dan *share* melaui media sosial.

Media *Gimmick*

Media ini digunakan sebagai pelengkap dan bisa juga sebagai alat pengingat untuk informasi atau pengetahuan tentang *Pap Smear*. serta media ini langsung dapat diterima oleh target sasaran. Diaplikasikan melalui media- media seperti:

- Stiker
- Pin
- Gantungan Kunci
- *Idcard*
- kalender

II1.8 Mandatory

Mandatory merupakan orang atau pemerintah yang mendapatkan amanat, atau sebagai pemangku amanat. Program *Pap Smear* gratis dilaksanakan oleh BPJS kesehatan kota Bandung dan dibantu oleh LAB. PRODIA selaku pihak ke-2 pelaksana program *Pap Smear* gratis.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang akan digunakan adalah merupakan konsep yang didapat dari rumusan pendekatan verbal dan pendekatan visual yang kemudian digabungkan menjadi sebuah media yang dapat diterima oleh masyarakat khususnya pada wanita . dalam konsep visual informasi *Pap Smear* ini digunakan dan disesuaikan dengan khalayak sasaran 19-25 tahun yang terbilang dewasa awal digunakan gaya visual yang formal dan *simple* agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik.

III.2.1 Format Desain

Format yang digunakan dalam media informasi *booklet* ini adalah ukuran A5 (14,8 cm x 21,0 cm) dengan komposisi *text* yang teratur agar mudah dibaca dan pesan bisa dengan mudah disampaikan dan diterima baik oleh audiens. Dilengkapi dengan elemen fotografi, tipografi berupa judul dan juga sub-judul

Ilustrasi gambar memperlihatkan seorang tenaga kesehatan atau tenaga medis sedang tersenyum yang menggambarkan menyapa hangat yang diharapkan bisa mengajak untuk memeriksakaan kesehatannya pada informasi yang tersedia di *booklet* dan ditambahkan lagi dengan elemen – element grafis yang mendukung agar enak untuk diliat dan dibaca.



Gambar III.3 foto seorang tenaga kesehatan
(sumber: Pribadi)

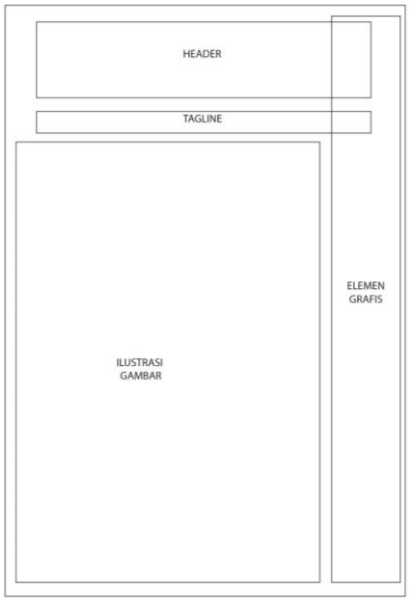


Gambar III.4 *Behind The Scene*
(sumber: Pribadi)

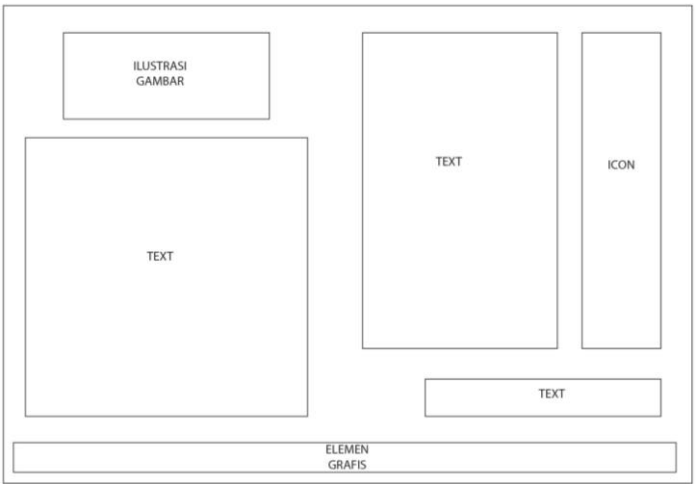
III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Menurut Hakim (2012), layout merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dll) menjadikannya komunikasi visual yang komunikatif, bernilai estetik dan menarik. Di sini diperlukan pertimbangan ketika sedang mendesain suatu infomasi yang seefektif mungkin. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

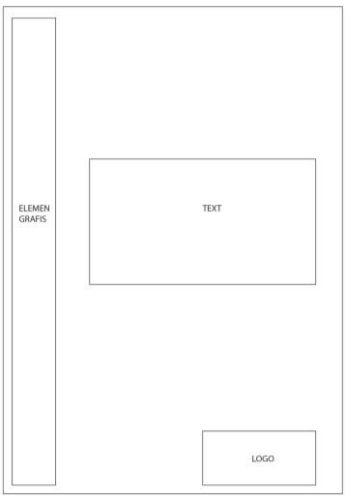
Berikut tata letak desain *booklet* informasi *Pap Smear* :



Gambar III.5 layout cover
(sumber: Pribadi)



Gambar III.6 layout isi
(sumber: Pribadi)



Gambar III.7 layout cover belakang
(sumber: Pribadi)

III.2.3 Huruf

Menurut Danton Sihombing (2001) yang mengatakan bahwa Huruf merupakan bagian terkecil dari stuktur bahasa tulis dan merupakan dasar untuk membangun suatu kata atau kalimat. Rangkaian huruf dalam satu kata atau kalimat bukan saja dapat memberikan suatu makna tetapi juga dapat memberikan suatu citra atau kesan secara visual.

Jenis huruf yang digunakan pada perancangan media informasi ini disesuaikan untuk memaksimalkan keterbacaan oleh khalayak sasaran. Jenis huruf yang digunakan adalah *Franklin Gothic Demi* dan *Coolvetica Rg* mempunyai bentuk huruf yang *simple* dan dapat terlihat jelas dan mudah terbaca.

Franklin Gothic Demi

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

1234567890

, . : ” ( ) @ # ! ?

Coolvetica Rg

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

1234567890

, . : ” ( ) @ # ! ?

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah elemen grafis dan beberapa icon yang tidak terlalu mencolok sehingga tidak menggangu dan agar pembaca tidak terlalu kesulitan dalam membaca isi informasi yang ada pada *booklet*.



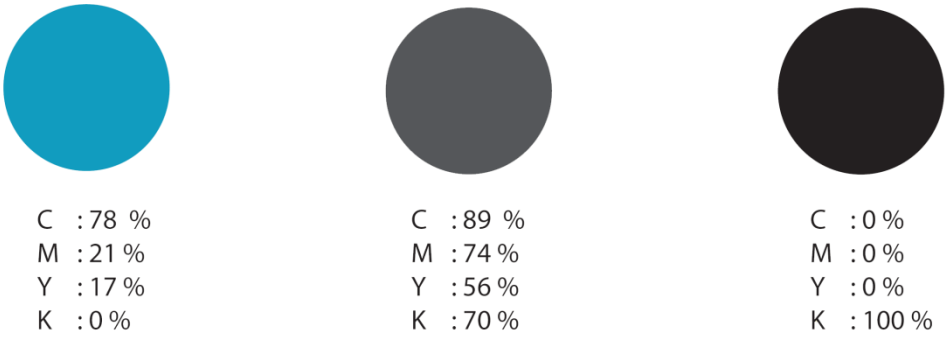
Gambar III.8 icon
(sumber: Pribadi)



Gambar III.9 elemen grafis
(sumber: Pribadi)

III.2.5 Warna

Warna yang digunakan menggunakan mode CMYK pada media utama agar tidak berubah saat proses percetakan. Pemilihan warna biru, abu, dan hitam yaitu pada warna biru di pilih karena warna biru mewakili sebagai warna yang identik dengan lembaga atau tenaga kesehatan serta warna yang tidak terlalu mencolok ini tidak berkesan keras dan pemilihan warna abu dan hitam sebagai penegas pada huruf agar mudah dalam keterbacaan.



Gambar III.10 Warna
(sumber: Pribadi)