BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Strategi Perancangan

Permasalahan yang ditemukan pada analisa tingginya jumlah penderita cacar air pada usia anak-anak di sebagian besar wilayah Kota Cimahi salah satunya dikarenakan belum adanya media informasi yang menjelaskan pencegahan dan penanganan cacar air secara khusus kepada masyarakat. Sebagai solusi pemecah permasalahan tersebut, hal yang dapat dilakukan adalah membuat media informasi berupa cetak khusus yang berisi pencegahan dan penanganan penyakit cacar air yang informatif dan edukatif.

Dalam perancangan media informasi penyakit cacar air ini, perlu adanya strategi perancangan yang tepat agar isi pesan yang akan disampaikan kepada target penerima pesan dapat diterima dengan efektif. Strategi perancangan yang tepat dapat menghasilkan suatu bentuk pendekatan yang baik dalam mengkomunikasikan informasi tersebut.

Bentuk media yang digunakan pada media informasi ini adalah media informasi poster, media tersebut berisikan informasi panduan praktis yang akan disampaikan kepada usia dewasa dan orang tua, khususnya ibu rumah tangga tentang pencegahan dan penanganan cacar air. Media informasi tersebut dikemas dengan bentuk pendekatan komunikasi faktual dengan materi yang relevan serta bahasa yang sederhana dan baku.

III.1.1. Khalayak Sasaran

Untuk membentuk suatu media informasi berupa media poster dengan memperhatikan media informasi poster yang efektif dan informatif pada orang tua atau dewasa berusia 30-35 tahun, maka pemahaman tersebut perlu disampaikan dengan beberapa segmentasi target *audience*.

1. Segmentasi demografis
    - Jenis kelamin: Laki-laki dan perempuan
    - Usia: 30-35 tahun
    - Pekerjaan: Buruh, karyawan, wiraswasta, dan ibu rumah tangga

- Status ekonomi sosial: Masyarakat kalangan menengah ke bawah

2. Segmentasi Geografis
    - Tempat: Kota Cimahi

III.1.2. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan tahap perancangan untuk menciptakan sebuah pendekatan komunikasi dari sebuah informasi agar informasi tersebut tepat sasaran dan dapat diterima dengan baik oleh penerimanya. Dalam merancang media informasi tentang pencegahan dan penanganan penyakit cacar air, maka diperlukan suatu strategi komunikasi yang ringan, mudah dipahami dan jelas. Maka materi informasi tersebut dapat disampaikan dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar dan mudah dipahami.

Strategi komunikasi pada media informasi ini adalah menyampaikan materi-materi dengan komunikasi yang bersifat informatif, edukatif, dan relevan. Agar tujuan tersebut tercapai maka materi di dalamnya terdapat bahasa medis yang kurang dipahami, diubah menjadi kalimat-kalimat yang mudah dipahami oleh kalangan masyarakat menengah ke bawah. Seluruh materi informasi yang disampaikan dikemas dengan sederhana agar mudah dipahami oleh target.

III.1.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam perancangan media informasi ini sangat penting agar informasi yang akan disampaikan tepat pada sasaran yang dituju. Adapun tujuan perancangan komunikasi ini adalah, selain memberikan informasi dan edukasi kepada anak-anak dan orang tua tentang pentingnya mencegah dan menangani penyakit cacar air. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi solusi permasalahan dalam menyikapi penyakit cacar air.

III.1.2.2 Tema Dasar Informasi

Tema dasar informasi yang akan disampaikan adalah “Informasi pencegahan dan penanganan penyakit cacar air, tentang gejala-gejalanya sampai dengan komplikasi yang ditimbulkan oleh cacar air”

III.1.2.3 Pendekatan Secara Verbal

Berdasarkan hasil dari analisa permasalahan penyakit cacar air di masyarakat dan target khalayak yang dituju sebagai penerima informasi ini, maka di dalam perancangan media informasi ini akan dilakukan pendekatan komunikasi yang bersifat faktual berdasarkan data-data dari sumber informasi tentang pencegahan dan penanganan penyakit cacar air dari sumber yang paling relevan. Seluruh informasi medis yang akan disampaikan tersebut dirangkum menjadi informasi yang sederhana dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Hal tersebut akan mempermudah target khalayak untuk memperoleh dan mencerna informasi yang didapat.

III.1.2.4 Pendekatan Secara Visual

Strategi pendekatan visual pada media informasi ini menggunakan teknik ilustrasi kartun yang sederhana dan informatif. Penyampaian pesan melalui teknik ilustrasi dapat mempermudah penerima informasi memahami pesan dari informasi yang akan disampaikan. Gaya visual kartun merupakan gaya visual yang relevan untuk diterima seluruh golongan usia. Selain itu, ilustrasi dengan gaya visual kartun akan menjadikan media informasi tersebut menjadi terlihat lebih informatif dan edukatif bagi yang melihatnya.

Gaya visual kartun dipilih agar orang tua yang telah memiliki anak selalu memperhatikan sesuatu yang disukai oleh anak-anak. Gambar kartun merupakan gambar yang digemari oleh anak-anak. Dengan strategi pendekatan visual ini, diharapkan materi informasi yang disampaikan kepada orang tua khususnya ibu rumah tangga dapat tersampaikan dengan mudah.

III.1.2.5 Materi Pesan

Pesan utama yang disampaikan pada media informasi ini adalah segala informasi pengetahuan yang harus diketahui oleh masyarakat tentang pencegahan dan penanganan cacar air. Pesan informasi yang akan disampaikan dibagi menjadi beberapa materi pokok yang diantaranya adalah:

- Informasi penanganan jika anak terkena cacar air.
- Informasi gejala-gejala sebelum anak terkena cacar air.
- Informasi komplikasi yang ditimbukan oleh cacar air.
- Informasi pencegahan cacar air.

III.1.3. Mandatory

Media informasi yang berisi informasi tentang penyakit cacar air berdasarkan mandat dari Dinas Kesehatan Kota Cimahi, karena di Kota Cimahi belum adanya informasi yang membahas tentang informasi penyakit cacar air yang informatif dan edukatif.

III.1.4. Strategi Kreatif

Media informasi penyakit cacar air disampaikan dengan media utama berupa 4 seri poster yang berisi informasi dengan dilengkapi ilustrasi kartun yang informatif. Media informasi ini dikemas secara informatif, yaitu dengan membuat sebuah karakter anak-anak. Pembuatan karakter tersebut bertujuan agar informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat terlihat tidak membosankan. Selain itu karakter tersebut dapat dijadikan sebagai identitas pengingat kepada masyarakat yang melihatnya ingat akan kesadaran pencegahan dan penularan penyakit cacar air. Agar informasi ini dapat diterima dengan baik, maka media utama serta media pendukung haruslah informatif, kreatif dan efektif. Hal ini perlu dilakukan untuk menarik target sasaran sehingga dapat menerima informasi ini. Dalam merancang media informasi tentang penyakit cacar air, telah dibuat beberapa strategi untuk menunjang perancangan, diantaranya adalah:

III.1.4.1 Pembuatan *Headline*

Konsep strategi kreatif dalam pembuatan *headline* didasarkan dari hasil penelitian di lapangan yaitu kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pencegahan dan penanganan penyakit cacar air. Maka *headline* dari media informasi ini adalah "CEGAH & TANGANI CACAR AIR SEGERA !". Dengan kalimat *headline* tersebut diharapkan dapat memberikan suatu peringatan kepada masyarakat.

III.1.4.2 Gagasan Visual

Gagasan visual dibentuk berdasarkan tema dasar dan materi dari informasi yang akan disampaikan. Bentuk visual yang akan disampaikan berupa informasi yang dilengkapi dengan gambar ilustrasi yang sesuai dengan materi informasi yang akan disampaikan.

III.1.4.3 Pembuatan Karakter Visual

Pendekatan kreatif untuk menentukan karakter visual yang akan dibuat adalah melalui analisa khalayak yang menerima informasi ini. Maka didapatkan gaya visual kartun yang sederhana karakter anak-anak sebagai identitas visual yang menunjukan penyakit cacar air lebih banyak diderita oleh anak-anak.



Gambar III.21 Karakter anak-anak
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.1.5. Strategi Media

Pemilihan media bertujuan agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerimanya. Pemilihan media yang tepat sangat berpengaruh dari analisa terhadap target penerima, karena kebutuhan terhadap media ini diharapkan menjadi solusi yang tepat untuk memecahkan masalah yang ada di masyarakat. Adapun pemilihan media utama untuk merancang media informasi tentang penyakit cacar air adalah:

III.1.5.1 Media Utama

a. Poster

Poster ini berisikan informasi tentang penyakit cacar air yang berjumlah 4 seri poster sebagai media utama. Poster pertama menampilkan informasi tentang gejala-gejala penyakit cacar air yang perlu diketahui oleh masyarakat. Poster ke 2 menampilkan informasi tentang penanganan penyakit cacar air yang dapat dilakukan oleh sendiri di rumah. Poster ke 3 menampilkan komplikasi yang ditimbulkan saat terkena cacar air. Poster ke 4 menampilkan pencegahan agar tidak terkena penyakit cacar air. Media poster merupakan media yang bersifat umum dan luas. Media poster hanya didistribusikan kepada lembaga-lembaga kesehatan seperti rumah sakit, dinas kesehatan, puskesmas, posyandu, dan klinik kesehatan di setiap kecamatan-kecamatan di kota Cimahi.

III.1.5.2 Media Pendukung

Selain menggunakan poster sebagai media utama, dipilih juga beberapa media untuk membantu menginformasikan pesan-pesan yang ada di media utama. Diantaranya adalah:

a. *X-banner*

Media x-banner memberikan informasi lebih luas dan jelas dengan mengutamakan informasi sehingga sasaran dapat memahami pada isi pesan yang disampaikan. X-banner didistribusikan dibagian dalam puskesmas dan

rumah sakit. X-banner juga bisa ditempatkan dengan diberdirikan di wilayah sekitar puskesmas dan rumah sakit. X-banner dengan konten seri poster komplikasi yang disebabkan oleh cacar air dipilih karena masyarakat belum mengetahui infomasi komplikasi yang disebabkan oleh penyakit cacar air

b. Media *Merchandise*

Merchandise berfungsi sebagai pengingat kepada media utama yang akan diinformasikan berisikan informasi dengan porsi yang lebih khusus dan berbeda macam akan tetapi materi visual yang digunakan tetap konsisten yang beracuan pada media utama. Adapun media *merchandise* yang dipilih yaitu:

- **Stiker**

  Stiker atau gambar tempel merupakan media yang dapat diaplikasikan dalam berbagai tempat. Anggaran biaya yang dikeluarkan pun relatif terjangkau dan murah. Stiker dapat dibagikan kepada masyarakat secara cuma-cuma pada suatu kegiatan tertentu, misalnya dapat dibagikan pada suatu kegiatan program penyuluhan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan di pemukiman-pemukiman masyarakat.

- **Kalender**

  Kalender merupakan media yang tahan lama. Kalender berisi konten informasi yang terdapat pada 4 seri media poster agar informasi tentang pencegahan dan penanganan cacar air dapat tersampaikan kepada masyarakat. Kalender dapat dijadikan sebagai media pengingat karena kalender dapat dimanfaatkan dalam jangka waktu yang relatif lama.

  Mekanisme pembagian media kalender dilakukan pada program penyuluhan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan di pemukiman-pemukiman masyarakat. Kalender dibagikan secara terbatas, hanya dibagikan kepada masyarakat yang mendapatkan hadiah pada kuis saat penyuluhan informasi cacar air dari dinas kesehatan Kota Cimahi dan

dokter-dokter disetiap puskesmas dan klinik kesehatan di Kota Cimahi.

- **Gantungan Kunci**

  Gantungan kunci merupakan benda yang sering digunakan sebagai merchandise dalam sebuah acara atau sebagai hiasan. Gantungan kunci dapat bertahan dalam rentan waktu yang lebih lama.

  Mekanisme pembagian media gantungan kunci dapat dibagikan kepada masyarakat pada suatu program penyuluhan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan di pemukiman-pemukiman masyarakat.

- **Buku Memo**

  Buku catatan harian atau buku memo dapat digunakan untuk mencatat poin-poin penting saat program penyuluhan informasi cacar air dari dinas kesehatan Kota Cimahi. Mekanisme pembagian buku memo terbatas, hanya dibagikan kepada masyarakat yang mendapatkan hadiah pada kuis saat penyuluhan informasi cacar air dari dinas kesehatan Kota Cimahi dan dokter-dokter disetiap puskesmas dan klinik kesehatan di Kota Cimahi.

- **Tas Kertas**

  Tas kertas digunakan untuk mengemas *merchandise* yang akan dibagikan sebagai hadiah kepada target yang dipilih. Tas kertas biasanya dipergunakan kembali untuk keperluan yang lain sehingga tidak akan langsung dibuang. Tas kertas menampung media-media hadiah yang dibagikan pada saat kegiatan program penyuluhan dari Dinas Kesehatan.

- **Pin**

  Pin digunakan sebagai *merchandise* yang akan dibagikan sebagai hadiah kepada peserta kegiatan penyuluhan dari Dinas Kesehatan. Media pin dipakai dibaju pada bagian dada sebelah kanan pada saat kegiatan program penyuluhan berlangsung.

- **Gelas Mug**

  Gelas mug merupakan benda yang bisa digunakan untuk minum oleh masyarakat. Mekanisme pembagian gelas mug terbatas, hanya dibagikan kepada masyarakat yang mendapatkan hadiah pada kuis saat penyuluhan informasi cacar air dari dinas kesehatan Kota Cimahi dan dokter-dokter disetiap puskesmas dan klinik kesehatan di Kota Cimahi.

III.1.6. Strategi Distribusi

Poster panduan praktis informasi dan edukasi penyakit cacar air didistribusikan ke beberapa puskesmas, rumah sakit, dinas kesehatan, dan klinik kesehatan milik pemerintah di wilayah Kota Cimahi. Selain dibagikan di rumah sakit, pendistribusian media informasi ini juga dilakukan pada saat penyuluhan yang dilakukan oleh petugas dari Dinas Kesehatan Kota Cimahi ke wilayah-wilayah yang telah didata dan berpotensi tinggi dalam penularan penyakit. Distribusi dilakukan secara terkoordinir oleh pemerintah daerah setempat yang bekerja sama dengan karang taruna. Pendistribusian dilakukan dari kantor pusat Dinas Kesehatan hingga ke seluruh wilayah yang sudah didata sebelumya.

Poster sebagai media utama dengan 4 seri poster diantaranya adalah poster pencegahan cacar air, poster gejala-gejala cacar air, poster penanganan cacar air, dan poster komplikasi yang disebabkan oleh cacar air didistribusikan serentak dalam 4 seri poster. Puskesmas, rumah sakit, dan klinik kesehatan yang telah didata sebagai tempat pendistribusian media-media tersebut didasarkan pada wilayah mana yang paling banyak ditemukan penyakit cacar air ataupun berpotensi tinggi terjadinya penularan penyakit cacar air. Misalnya wilayah yang menurut Dinas Kesehatan Kota Cimahi terdapat banyak kasus penyakit cacar air adalah kelurahan Cipageran kecamatan Cimahi Utara. Sedangkan wilayah yang berpotensi tinggi terjadi penularan penyakit cacar air adalah kelurahan Cibeureum kecamatan Cimahi Selatan yang telah disurvey langsung ke lapangan sebagai wilayah yang tidak bersih dan tidak sehat. Keempat seri poster cacar air ditempatkan di mading- mading puskesmas, rumah

sakit, klinik kesehatan dan mading karang taruna di setiap rukun warga di Kota Cimahi.

III.1.6.1 Jadwal Penyebaran Media

Media yang telah diproduksi akan disebarkan pada waktu dan tempat yang telah dijadwalkan oleh Dinas Kesehatan. Media-media tersebut meliputi kegiatan-kegiatan dari bulan Januari sampai bulan Maret. Media poster akan disebarkan pada bulan Februari sampai dengan bulan Maret yang ditempatkan di rumah sakit, dinas kesehatan, puskesmas, posyandu, dan klinik kesehatan. Media x-banner akan disebarkan pada bulan Januari sampai dengan bulan Februari yang ditempatkan di jalan raya dan wilayah pemukiman masyarakat. Media stiker, kalender, gantungan kunci, buku memo, tas kertas, pin, dan gelas mug akan disebarkan pada bulan Maret pada saat kegiatan program penyuluhan dari Dinas Kesehatan yang bertempat di wilayah-wilayah pemukiman masyarakat.

Tabel III.2 Jadwal dan tempat penyebaran media

Sumber: Dinas Kesehatan Kota Cimahi (2016)

Media	Bulan dan tempat		
	Januari	Februari	Maret
Poster		Rumah sakit, dinas kesehatan, puskesmas, posyandu, dan klinik kesehatan	Rumah sakit, dinas kesehatan, puskesmas, posyandu, dan klinik kesehatan
X-banner	Didalam ruangan puskesmas, klinik, dan rumah sakit	Didalam ruangan puskesmas, klinik, dan rumah sakit	
Stiker			Kegiatan program penyuluhan di pemukiman-pemukiman masyarakat
Kalender			Kegiatan program penyuluhan di pemukiman-pemukiman masyarakat
Gantungan Kunci			Kegiatan program penyuluhan di pemukiman-pemukiman masyarakat
Buku Memo			Kegiatan program penyuluhan di pemukiman-pemukiman masyarakat
Tas Kertas			Kegiatan program penyuluhan di pemukiman-pemukiman masyarakat
Pin			Kegiatan program penyuluhan di pemukiman-pemukiman masyarakat
Gelas Mug			Kegiatan program penyuluhan di pemukiman-pemukiman masyarakat

III.2. Konsep Desain

III.2.1. Format Desain

Format desain poster menggunakan ukuran kertas A2 dengan ukuran 42 x 59, 4 cm. Media poster dibuat dengan format *portrait* dengan materi informasi dan ilustrasi yang disesuaikan sehingga memperjelas isi pesan dari konten media informasi poster.

III.2.2. Tata Letak

Tata letak atau *layout* yang dibuat sederhana lalu disesuaikan dan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi serta memiliki keunikan tersendiri karena menambahkan unsur ilustrasi berupa kartun agar menarik minat baca dan isi pesan dari konten media informasi dapat tersampaikan kepada target *audience*.

III.2.3. Huruf

Huruf yang digunakan pada media informasi ini menggunakan jenis *font* yang sesuai dengan gaya visual kartun komik. Jenis *font* yang sesuai dapat menambah daya tarik dari tema visual yang dibuat.

Pada *headline* dan judul menggunakan *font Souses* yang mempunyai karakteristik bergaya komik sesuai dengan gaya visual yang digunakan.



Gambar III.22 Huruf pada *headline*

Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

Pada isi konten poster jenis huruf yang digunakan adalah jenis *sans serif* yaitu *font quicksand*. Huruf tersebut memiliki karakteristik yang tingkat keterbacaannya baik agar isi pesan dari konten poster dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar III.23 Huruf pada konten

Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.2.4. Warna

Warna yang digunakan pada media informasi adalah warna yang dominan dengan bintik-bintik di kulit yang timbul akibat penyakit cacar air yaitu warna merah. Warna tersebut menjadi identitas utama pada media informasi tersebut.

Warna merah diterapkan pada *headline* dan bingkai pada media informasi. Sedangkan warna jingga memiliki arti kewaspadaan akan penyakit cacar air.

Warna putih digunakan sebagai warna dominan pada bagian latar belakang poster. Warna putih dipilih agar isi konten dan ilustrasi terlihat jelas saat dilihat.



Gambar III.24 Warna pada *headline*,bingkai, dan konten

Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.2.5. Ilustrasi

Pada pembuatan media utama dan media pendukung menggunakan ilustrasi untuk memperjelas konsep dan menarik minat baca. Ilustrasi yang dibuat adalah berupa karakter gambar sederhana agar mudah dipahami.

III.2.5.1. Referensi Visual

Gaya ilustrasi yang digunakan pada media informasi menggunakan gaya ilustrasi tokoh kartun jepang. Gaya ilustrasi tersebut diterapkan dalam teknis gambar *vector* digital.



Gambar III.25 Tokoh Chibi Maruko Chan
Sumber: https://id.pinterest.com/iumean/chibi-maruko-chan/2c81ed357a2d5023782d22abc7207ef0.jpg
(Diakses pada: 17/06/2016)

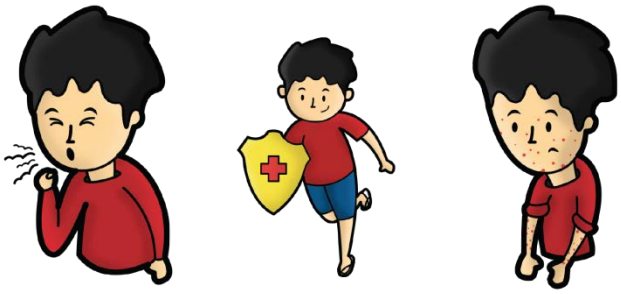
III.2.5.1. Karakter Maskot Anak

Karakter anak dipilih menjadi karakter maskot pada media informasi karena penyakit cacar air lebih banyak diderita oleh anak-anak. Pakaian yang digunakan oleh karakter anak ini menggunakan pakaian sederhana dan sandal jepit yang mencerminkan kesederhanaan masyarakat kalangan menengah kebawah di wilayah pemukiman masyarakat kalangan menengah ke bawah.



Gambar III.26 Studi referensi karakter anak

Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

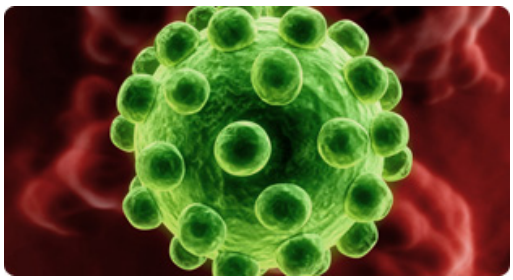


Gambar III.27 Hasil akhir digital karakter visual anak

Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.2.5.2. Karakter Virus *Varicella Zoster*

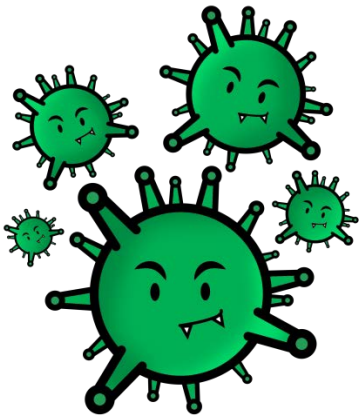
Virus *Varicella Zoster* adalah virus penyebab terjadinya penyakit cacar air. Warna yang digunakan adalah warna dominan dari virus *Varicella Zoster* yaitu warna hijau agar memberi kesan menyeramkan, karakter dari virus digambarkan dengan gigi taring agar menunjukan kesan yang menyeramkan.



Gambar III.28 Studi referensi virus *Varicella Zoster*

Sumber: https://herpesfactorfiction.wordpress.com/varicella-zoster-virus/page3_blog_entry4_11.jpg

(Diakses pada: 17/06/2016)



Gambar III.29 Hasil akhir digital karakter virus *Varicella Zoster*

Sumber: Dokumen Pribadi (2016)