BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Segmentasi pasa adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang memiliki kebutuhan, karakterisitik mauputun prilaku yang berbeda. Segmentasi pasar menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong adalah "pembagian sebuah deviar menjadi beberapa kelompok yang berbeda" (Dudung, 2016).

Agar perancangan kampanye sosial mengenai pentingya kesadaran kesehatan lingkungan pada Desa Mekarsari lebih terarah, maka target *audiens* ditentukan melalui :

- Demografis

  Usia : 30 – 40, dikarenakan masyarakat desa yang masih menggunakan pacilingan sebagian besar berumur antara 30 sampai 40 tahun.

  Agama : Semua agama

  Gender : Laki-laki dan perempuan

  Pendidikan : SD

  Status Ekonomi : Menengah bawah.

- Geografis

Semua warga masyarakat yang tinggal di daerah kawasan Desa Mekarsari. Yaitu desa yang terdiri dari 20 RT dan 5 RW berada di Kecamatan Rancabungur Kabupaten Bogor.

- Psikografis

  Pada masa dewasa, perkembangan otak mengalami peningkatan, namun lambat laun mengalami kemunduran. Menurut Desminta (2015, hal:237) mengatakan bahwa "*mulai dewasa awal, sel-sel otak juga berangsur-angsur berkurang. Tetapi, perkembangbiakan keoneksi neutral (neutral connection),*

khususnya bagi orang-orang yang tetap aktif, membantu mengganikan sel-sel yang hilang. Hal ini membantu menjelaskan pendapat umum bahwa orang dewasa yang tetap aktif, baik secara fisik, seksual maupun secara mental, menyimpan lebih banyak kapasitas mereka untuk melakukan aktivitas-aktivitas demikian pada tahun-tahun selanjutnya."

Dengan demikian, pada masa dewasa merupakan masa dimana kemampuan semua ogan manusia mengalami masa puncak, akan tetapi seiring berjalannya waktu, organ pada manusia mulai mengalami penurunan.

- *Consumer Insight*

  Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa warga Desa Mekarsari, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat desa ingin memiliki tempat MCK umum yang bersih dan nyaman.

- *Consumer Journey*

  Consumer jurney adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh target pasar. *consumer jurney* bertujuan untuk mengetahui tempat-tempat yang strategis memasukan sebuah konten informasi terkait kampanye. Berikut ini adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Desa Mekarsari :

Tabel III.I *Consumer Jurney*
Sumber : Direkontruksi Oleh Pribadi

Waktu	**Aktivitas**	**Tempat**	***Point of contact***
04.00- 05.00 WIB	• Bangun tidur, • Salat Subuh	Kamar tidur, Masjid	Peralatan tidur, jam dingding, peralatan salat
05.00- 07.00 WIB	• Memasak, • Mandi (bagi yang kerja) • Makan pagi	Dapur Kamar mandi / MCK umum Ruang keluarga	Peralatan masak, Peralaan makan, Peralatan mandi, TV, Meja, Kaleder.

07.00- 09.00 WIB	• Mengantar anak sekolah, (jika anak masih tk, maka akan ditunggu hingga pulang) • Berangkat kerja (bagi yang bekerja)	Jalan raya Angkutan umum Sekolah	Kaca angkot Peralatan sekolah Peralatan kantor Alat tulis Tas
09.00- 12.00 WIB	• Cuci piring • Cuci Baju • Menyapu rumah • Mengepel rumah • Mandi	Dapur Kamar mandi / MCK umum Rumah	Peralatan makan Baju, ember, gayung Sapu, TV, kaca rumah, pintu.
12.00- 15.30 WIB	• Salat Dzuhur • Istirahat	Masjid Ruang keluarga	Peralatan salat TV, meja, kalender.
15.30- 18.00 WIB	• Salat Ashar • Memasak • Istirahat	Masjid Dapur Ruang keluarga	Peralatan salat Peralatan masak TV, meja, kalender
18.00- 21.00 WIB	• Salat Magrib • Pulang kerja (bagi yang bekerja) • Makan malam	Masjid Ruang keluarga	Peralatan salat Peralatan makan TV, Meja, Kalender
21.00- 04.00 WIB	• Salat Isya • Tidur	Masjid Kamar tidur	Peralatan salat Peralatan tidur, jam dingding

III.2 Strategi Perancangan

Dikarenakan tingkat membaca buku pada masyarakat Desa Mekarsari sangat kurang, makan media kampanye sosial mengenai pentingya kesadaran kesehatan lingkungan pada Desa Mekarsari akan dirancang menggunakan media video iklan layanan masyarakat. Vidio tersebut akan menyampakan informasi tentang siklus terjadinya penyakit akibat membuang kotoran di pacilingan, ditambah dengan ajakan untuk mau merawat dan menjaga MCK umum yang ada di Desa Mekarsari. Video ini nantinya akan diberikan beberapa motion *Sound effeck* yang memberikan nuansa humor, sehingga masyarakat yang meyaksikan video tersebut tidak mudah bosan dan pesan yang terdapat di dalam video tersebut dapat sampai kepada masyarakat Desa Mekarsari.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan perancangan kampanye sosial mengenai mengenai pentingya kesadaran kesehatan lingkungan pada Desa Mekarsari adalah untuk mencegah kebiasaan masyarakat untuk buang air di pacilingan. Agar masyarakat desa berhenti menggunakan pacilingan, maka diberikan informasi mengenai siklus penularan menyakit akibat buang air besar di pacilingan dan diharapkan masyarakat mau menggunakan dan menjaga MCK umum di Desa Mekarsari.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual yang digunakan pada video ini adalah seperti video iklan yang memiliki nuasan humor pada tahun 90an, seperti iklan Termorex. Pada iklan Termorex pembawaan iklan cenderung datar, tetapi ada satu penekatan dalam satu *scene*. sehingga masayarakat akan terus ingat tentang *scene* tersebut.



Gambar III.1 Cuplikan Iklan Termorex
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=fsD0h0fw9NE
(Diakses pada : 2/4/2018, pukul 08.25 WIB)

- Pendekatan Verbal

  Pendekata verbal yang akan digunakan pada video tersebut adalah menggunakan bahasa sunda khas Desa Mekarsari. Hal ini menyesuaikan dengan bahasa yang digunakan pada keseharian masyarakat Desa Mekarsari. Sehingga masyarakat desa lebih mudah untuk memahami pesan yang disampaikan pada video tersebut.

- Pendekatan Audio

  Pendekatan audio pada video kampanye sosial mengenai pentingnya kesehatan lingkungan pada Desa Mekarsari menggunakan *background* musik dan *sound effeck* yang memiliki nuansa lucu. Sehingga dapat mengundang gelak tawa dan menambah kenyamanan bagi masyarakat yang menonton video tersebut.

III.2.3 Mandatori

Mandatori pada perancangan video kampanye sosial tentang pentingnya kesadaran kesehatan lingkungan pada Desa Mekarsari adalah Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor.



Gambar III.2 Logo Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor
Sumber : http://www.pubinfo.id/instansi-1451-dinas-kesehatan-kabupaten-bogor-jawa-barat.html
(Diakses pada : 14/12/2017, pukul 21.29 WIB)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan pada perancangan kampanye sosial mengenai pentingya kesadaran kesehatan lingkungan pada Desa Mekarsari yaitu :

- Siklus penyebaran penyakit dari tinja yang dibuang di pacilingan hingga masuk kedalam tubuh manusia.
- Dampak penyakit akibat membuang tinja sembarangan.
- Ajakan untuk mau menggunakan dan merawat MCK umum.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan pada kampanye sosial mengenai pentingya keadaran kesehatan lingkunga pada Desa Mekarsari adalah gaya bahasa Sinekdoke Pars Pro Toto. Gaya bahasa sinekdoke pars pro toto adalah gaya bahasa yang mengungkapkan sebagian untuk menyatakan keseluruhan. Pada video warga Desa Mekarsari diwakilkan oleh seseorang warga yang suka buang air besar di pacilingan. Tapi nyatanya tidak semua warga buang air besar di pacilingan.

III.2.6 Strategi kreatif

Untuk merancang kampanye sosial mengenai pentingya keadaran kesehatan lingkungan pada Desa Mekarsari maka diperlukan strategi kreatif yang baik agar kampanye sosilal ini berhasil. Maka strategi kreatif yang digunakan untuk kampanye ini adalah strategi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). AISAS adalah konsep baru dalam hal berjualan dan juga sebagai interaksi antara konsumen dengan produk atau *brand*. Pada perancangan video ini, teori AISAS di jabarkan sebagai berikut :

- *Attention*

  Attention merupakan tahap dimana agar target *audiens* memperhatikan pesan yang disampaikan. Pada kampanye ini, *Attention* dilakukan dengan memberikan *sticker* gratis berupa logo kampanye dengan visualisasi seperti orang sedang BAB. Stiker ini akan dibagikan pada masyarakat ketika posyandu.

- *Interest*

  Interest merupakan tahap dimana target *audiens* sudah tertarik terhadap pesan yang disampaikan. Pada tahap ini, media yang digunakan adalah poster, dan flyer. Di dalam media tersebut terdapat tulisan "*doorprize*". Sehingga masyarakat desa tertarik untuk ikut acara sanitasi.

- *Search*

  Search merupakan tahap dimana target *audiens* merasa ingin mengetahui tentang pesan yang ingin disampaikan. Pada tahap ini media yang digunakan tetap poster dan *flyer*. Dimana di dalam media tersebut terdapat hari, dan tanggal dan tempat acara penyuluhan sanitasi.

- *Action*

  Action merupakan tahap dimana target *audiens* mau melakukan pesan yang telah disampaikan. Pada kampanye action yang

dilakukan adalah ikut berpartisipasi dalam acara penyuluhan sanitasi desa. Dalam penyluhan tersebut diberikan materi sanitasi dari Dinas Kesehatan kabupaten Bogor segaligus menonton video media utama di aula Desa. Hal ini dilakukan agar masyarakat memahami pesan yang akan disampaikan.

- *Share*

  Share merupakan tahap dimana target audiens mebagikan pesan yang telah diterima kepada orang lain. Pada tahap ini, media yang digunakan adalah media-media pada *doorprize*. Diharapkan dengan mendapatkan hadiah *doorprize* masyarakat mengingat pegalaman ketika mengikuti acara sanitasi dan memberitahukan pesan yang telah disampaikan kepada masyarakat desa yang tidak mengikuti acara penyuluhan tersebut.

III.2.6.1 *Copywriting*

Dari pendekatan verbal di atas, maka menghasilan Headline dan Tagline sebagai berikut :

Headline : *Biasakeun Modol Sehat!*

(Biasakan Buang Air Besar secara sehat !)

SubHeadline *: #modol di tempat na*

Tagline : *Gunakeun* MCK

Headline diambil dari tujuan yaitu mencengah masyarakat untuk buang air besar sembarangan, oleh karena itu dibentuklan *Headline* "*Biasakeun Modol Sehat*" untuk mengajak masyarakat Desa Mekarsari agar mau BAB secara sehat. Sedangkan *Subheadline* digunakan untuk memperjelas maksud dari kata "*Modol* Sehat" yaitu BAB di tempatnya. Lalu *Tagline* dibentuk untuk mengarahkan masyarakat agar mau BAB di MCK.

III.2.6.2 *Storyline*

Storyline pada video ini menceritakan seorang masyarakat desa yang bernama Nyai ingin membuang air besar di pacilingan. Lalu lewat seseorang bernama Okah. Okah pun mengintip Nyai yang sedang BAB dipacilingan tersebut. Nyai pun marah, tetapi Okah menjelaskan tentang dampak buruk akibat BAB di pacilingan. Lalu Okah membawa Nyai untuk BAB di MCK umum. Setelah BAB Nyai merasa bahwa BAB di MCK lebih nyaman dari pada BAB di pacilingan. Lalu Okah memberikan penjelasan cara untuk merawat MCK umum. Setelah itu Okah mengajak masyarat yang menonton untuk mau berpindah dari BAB di pacilingan ke MCK umum. Setelah itu terdapat epilog bahwa Nyai menyadarkan masyrakat desa lainya yang masih BAB di pacilingan.

- ***Scene 1***

Adegan **:** Kamera bergerak dari atas kebawah menunjukan keindahan alam desa Mekarsari

Tempat : Pesawahan Desa Mekarsari

- ***Scene 2***

Adegan : Okah melihat Nyai sedang ingin BAB menggunakan pacilingan.

Tempat : Pacilingan, pagi hari

Dialog :

Okah : Ceu mau kmna ?

Nyai : ini mau MODOL di sini

Okah : Yakin Modol di situ ?

Nyai : iya da biasa juga begitu

- ***Scene 3***

Adegan : Lalu Nyai masuk dan duduk di dalam pacilingan, dan Okah tiba-tiba muncul dan mengagetkan Nyai.

Tempat : di dalam Pacilingan

Dialog :

Teh Okah : Ga takut di intip apa ceu ?

Ceu Nyai : Astagfirullah !!!

- ***Scene 4***

Adegan : Nyai bangun dan marah kepada Okah, lalu okah menjelaskan alasan kenapa tidak boleh menggunakan pacilingan.

Tempat : Di depan pacilingan

Dialog :

Nyai : Lu kenapa si, malah ganggu orang BAB ??

Okah : tau ga ceu, klo MODOL di tempat gini bisa buat penyakit ?

Nyai : Hah penyakit ?

Okah : iya ceu, nih saya kasih tau ya. Tai bekas modol di sini tuh bisa di hinggapi lalat. lalu lalat bekas dari tai tadi, bakal terbang dan hinggap di makanan eceu. Nah makanan yang udah di hinggapi lalat itu, eceu makan deh. Dan bisa menjadi penyakit ceu

Nyai : terus penyakitnya apa aja tuh ?

Teh Okah : macam2 ceu, bisa terkena diare, hepatitis, kolera, dan demam berdarah. Klo udah kena penyakit mah repot ceu.

Ceu Nyai : Terus gue Modol di mana dong ?

Teh Okah : yuk ikut ceu !

- ***Scene 5***

Adegan : Mereka berdua sampai di MCK umum milik desa. lalu Nyai masuk dan menggunakan MCK tersebut. Setelah selesai Okah mengajak Nyai untuk mau menjaga MCK umum

Tempat : MCK umum

Dialog :

Teh Okah	*: nih ceu d sni aja*
Nyai	*: alhamdulillah lega..*
Okah	*: tuh kan di MCK mah enak.. Tapi jagan lupa ceu kita juga harus ikut menjaga MCK nya*
Ceu Nyai	*: bagimana cara ngejaganya ?*
Okah	*: gampang ceu, pertama, buanglah sampah di tempatnya. Kedua, gunakan air secukupnya. Ketiga, menutup pintu MCK jangan dibanting, keempat jagn menjemur pakean di atas bangunan MCK*
Nyai	*: ohhh.. gitu...*

- ***Scene 6***

Adegan : Okah berjalan maju secara perlahan dan mengucapkan dialog yang berisi ajakan.

Tempat : MCK uum

Dialog : *Kepada semua Warga desa mekarsari stop BAB sembarangan! Lingkungan Sehat, Warga Sehat. Oke !*

- *Scene 7*

Adegan : Terdapat ajakan agar penonton mau berpindah dari BAB di pacilingan ke MCK umum. Setelah itu muncul logo mandatori.

- ***Scene 8***

Adegan : Ada seorang warga yang mau menggunakan pacilingan, lalu Nyai mengintip dan mengagetkan orang tersebut.

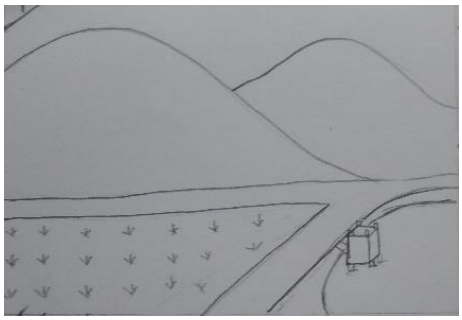
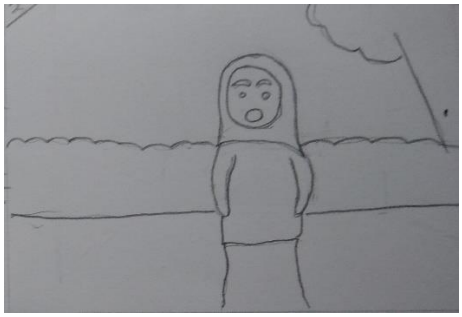
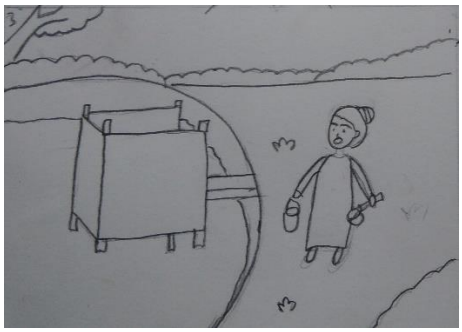
Tempat : Pacilingan

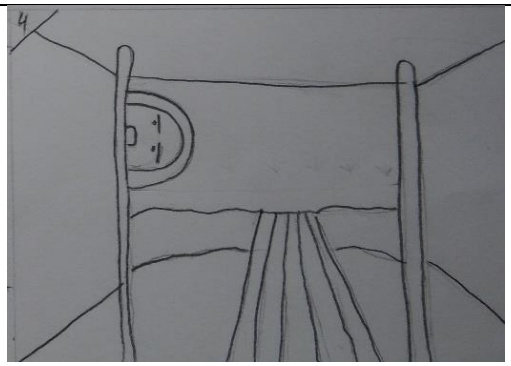
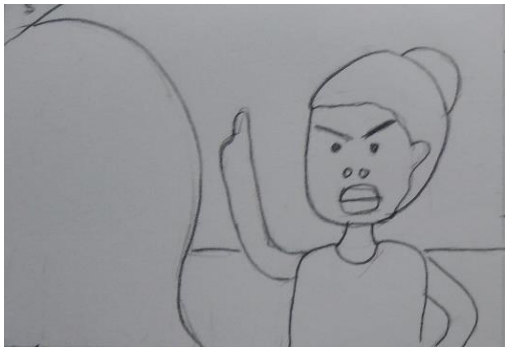
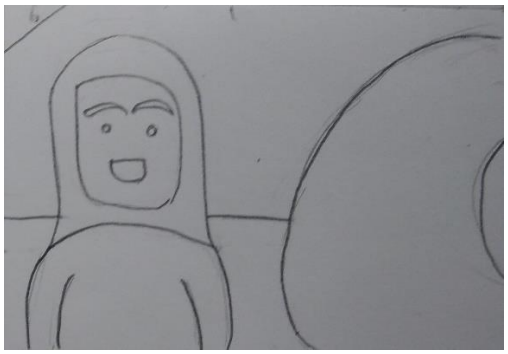
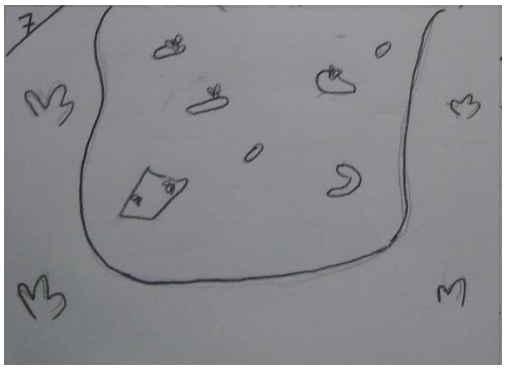
Dialog : *Ga takut di intip*

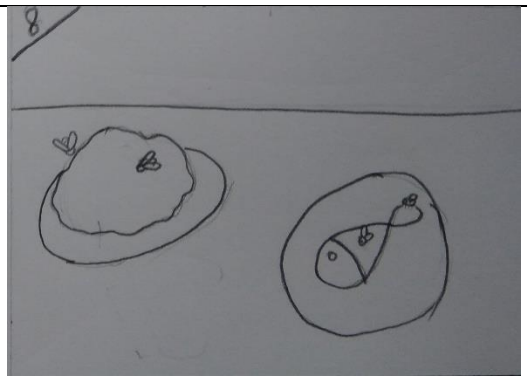
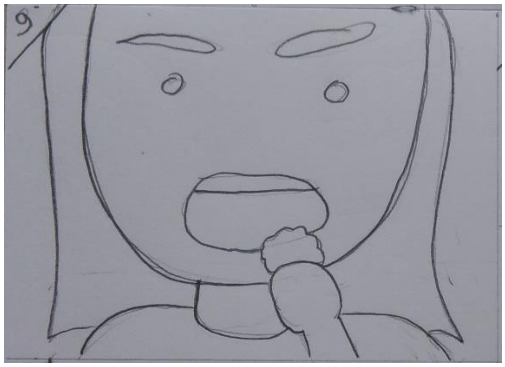
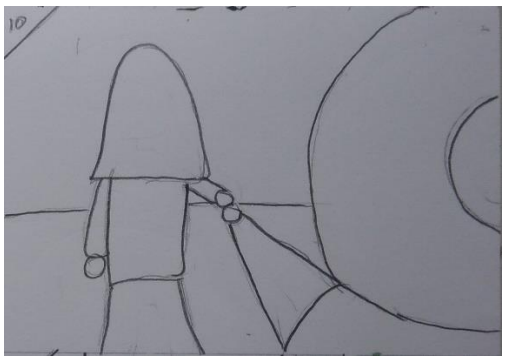
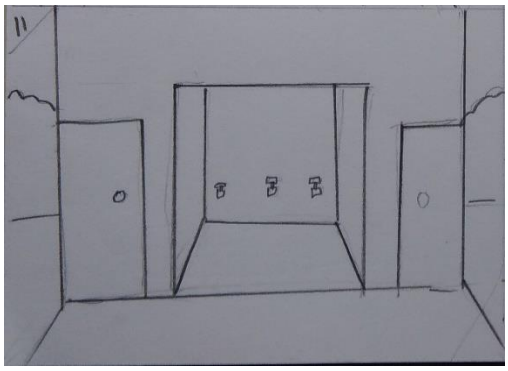
III.2.6.3 *Storyboard*

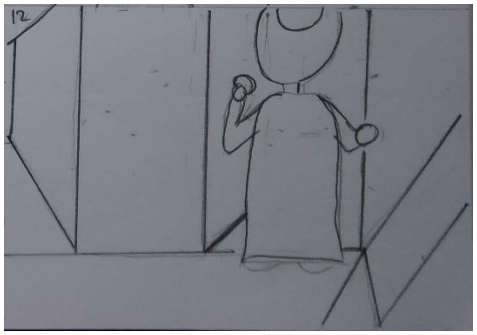
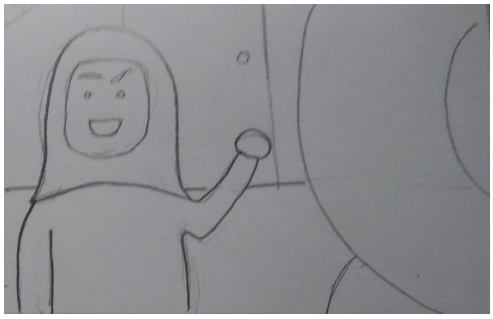
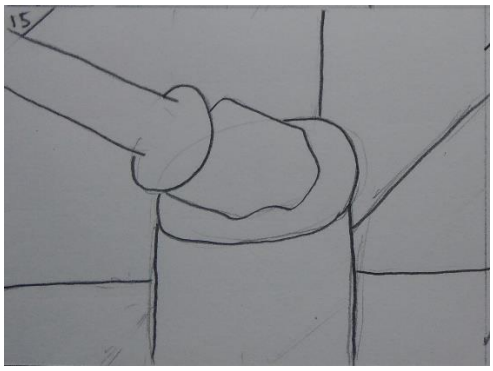
Tabel III.2 *Storyboard*

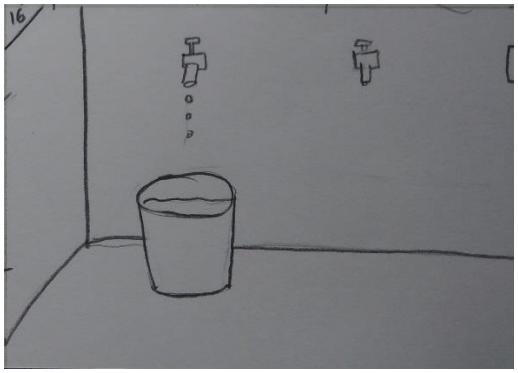
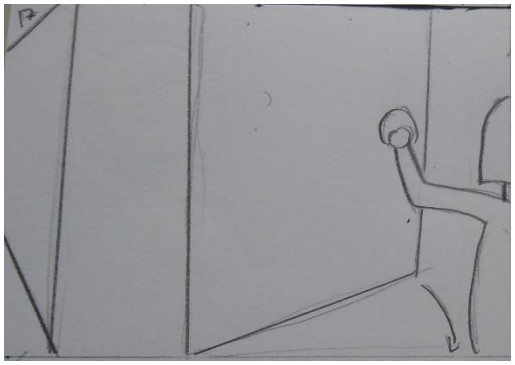
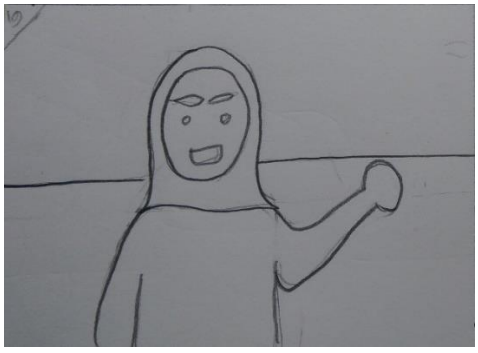
Sumber : Direkontruksi Oleh Pribadi

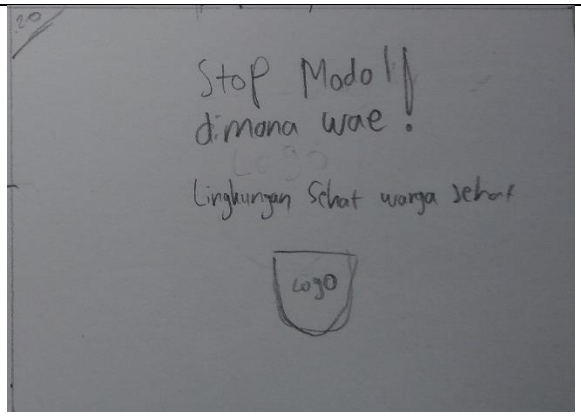
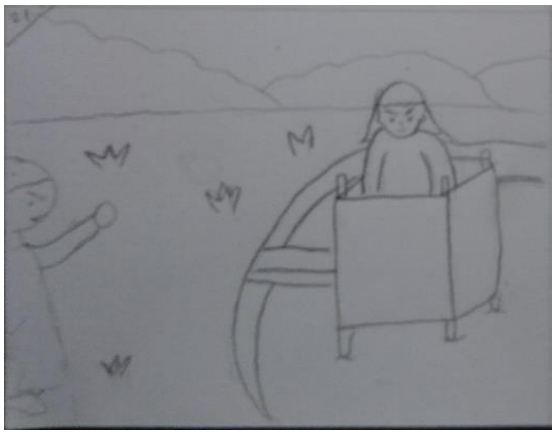
Scene	Board	Keterangan
1		Menunjukan keindahan alam Desa Mekarsari
2		Okah melihat Nyai
3		Nyai ingin BAB menggunakan pacilingan

4		Okah mengintip Nyai sedang BAB di pacilingan
5		Nyai marah kepada okah
6		Okah menjelaskan kepada Nyai alasan tidak boleh BAB di pacilingan
7		Ketika okah menjelaskan, maka dimunculkan visual koya terbuka yang sangat jorok

8		Ketika Okah menjelaskan, dimunculkan visual lalat sedang hinggap di makanan
9		Ketika Okah menjelaskan, seseorang memakan makanan seperti makanan tadi sudah dihinggapi lalat
10		Lalu Okah mengajak Nyai untuk pergi ke MCK umum
11		Menunjukan MCK umum lebih bersih dari pada pacilingan

12		Nyai masuk ke dalam MCK umum
13		Nyai keluar dan merasa lebih nyaman BAB di MCK umum dari pada di pacilngan.
14		Okah menerangkan bagaimana cara menjaga MCK umum
15		Ketika Okah menjelaskan, dimunculkan visual seseorang membuang sampah pada tempatnya.

16		Ketika Okah menjelaskan, dimunculkan visual seseorang menutup keran air MCK.
17		Ketika Okah menjelaskan, seseorang menutup pintu MCK secara perlahan
18		Kertika Okah menjelaskan seseorang mengambil pakaian yang sedang di jemur di atas bangunan MCK
19		Okah mengajak para penonton untuk mau BAB di MCK dan merawat MCK.

20		Muncul logo dan ajakan untuk mau BAB di MCK dan Merawat MCK
21		Lalu Nyai memberitahukan apa yang telah disampaikan Okah kepada warga lain yang masih BAB di pacilingan.

III.2.7 Strategi Media

Agar kampanye sosial mengenai pentingya keadaran kesehatan lingkungan pada Desa Mekarsari berhasil, maka diperlukan perancangan media utama dan media pendukung

III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang digunakan pada perancangan kampanye sosial mengenai kesadaran kesehatan lingkungan sanitasi pada Desa Mekarsari yaitu video iklan layanan masyarakat. Menurut Widiyatama, iklan layanan masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak, atau mendidik khalayak di mana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial (Sintia, 2017). Video layanan ini nantinya akan ditampilkan pada acara penyuluhan sanitasi kepada masyarakat. Setelah penyuluhan selesai, nantinya video iklan ini

akan ditampilkan pada televisi yang berada di puskesmas. Hal ini dilakukan agar masyarakat Desa Mekarsari terus mengigat semua pesan yang telah disampaikan.

III.2.7.2 Media Pendukung

Berikut adalah beberapa media pendukung yang akan digunakan :

- *Sticker*

  Sticker adalah media cetak yang dapat ditempelkan pada suatu objek tertentu seperti pintu dan kaca. Sticker akan dibagikan secara gratis sebagai pengingat, agar target audiens selalu ingat akan pesan yang telah disampaikan.

- *Flyer*

  Flyer merupakan media cetak yang berisi ajakan agar masyarakat desa mau datang ke acara penyuluhan desa Mekarsari. *flyer* biasanya A4 atau A5 tergantung kebutuhan.

- Poster

  Poster merupakan media yang dicetak yang terdapat huruf, angka, dan gambar yang biasanya ditempel di dinding. Dengan tujuan agar pesan atau informasi tentang penyuluhan sanitasi tersebut akan sampai kepada masyarakat

- *Banner*

  *Banne*r berfungsi sebagai media promosi yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. Baner ini akan digunakan pada acara penyuluhan tersebut.

- Kalender

  Kalender merupakan sebuah sistem untuk memberi nama pada sebuah periode waktu. Kalender ini nantinya akan digunakan sebagai hadia doorprize ketika acara penyuluahn sanitasi dilakukan.

- Kaos

  Kaos merupakan benda yang penting bagi kehidupan sehari-hari. Kaos dapat digunakan pada kehidupan sehari-hari.

- Kipas

  Keadaan cuaca pada Desa Mekarsari sangatlah panas. Oleh karena itu masyarakat desa membutuhkan kipas untuk menurunkan suhu badan. Media ini dapat dimasukan beberapa informasi terkait kampanye sanitasi.

- Ember

  Ember digunakan sebagai alat untuk menampung air. Ember ini nantinya akan diberikan logo kampanye agar masyarakat selalu ingat dengan pesan yang telah disampaikan.

- Handuk

  Handuk merupakan benda yang sering digunakan di kehidupan sehari-hari. handuk juga sangat erat kaitanya dengan sanitasi. Handuk ini nantinya akan diberikanlogo kampanye agar masyarakat selalu ingat dengan pesan yang telah disampaikan

- Gantungan kunci

  Gantungan kunci nantinya akan diberikan sebagai hadiah *doorprize* agar masarakat desa selalu ingat akan pesan yang disampaikan terkait sanitasi.

- *Backdrop*

  Backdrop merupakan latar belakang pada sebuah acara. Backdrop ini bermanfaat untuk mempercantik ruangan dan memberikan kesan kuat tentang acara yang sedang berlangsung.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dan waktu penyebaran media perlu dipetakan agar media yang disebarkan tepat sasaran. Media utama ditanyangkan pada acara penyuluhan sanitasi yaitu tanggal 19 Agustus 2018 di aula Desa Mekarsari. Tanggal tersebut dipilih dikarenakan pada minggu kedua di bulan agustus, selalu diadakan posyandu rutin di setiap RW. Sedangkan untuk media pendukung seperti poster, *flyer*, dan *stiker*, akan di bagikan seminggu sebelum acara penyuluhan sanitasi dilakukan. Poster akan ditempel pada Posyandu setiap RW. Setelah acara sanitasi selesai, video utama nantinya akan diputar di Puskesmas Desa Mekarsari.

Tabel III.3 Tabel Distribusi Media

Sumber : Direkontruksi Oleh Pribadi

Media	Tanggal							Tempat	Keterangan
	13	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**	**19**		
Video Utama								Aula desa	Video Utama ditampilkan saat acara penyuluhan
Poster								Posyandu masing-masing RW	Poster di tempel pada tembok posyandu
Flyer									dibagikan kepada masyarakat desa yang datang saat posyandu
Stiker								Posyandu masing-masing	Stiker dibagikan kepada

								RW dan aula desa	masyarakat desan yang datang ke posyandu dan pada saat penyuluhan
Ember								MCK Desa	Sebagai ember umum yang berada di MCK
kalender								Aula Desa	Dibagikan sebagai hadiah kuis
kaos									
Kipas									
Handuk									
Gantungan Kunci									
Backdrop									Dekorasi

III.3 Konsep Visual

Konsep visual media video kampanye sosial mengenai kesadaran kesehatan lingkungan sanitasi pada Desa Mekarsari akan dijelaskan dalam beberapa format, seperti format desain, tata letak, tifografi, illustrasi, dan warna dan Audio.

III.3.1 Format Desain

Fromat desain pada media video kampanye sosial mengenai kesadaran kesehatan lingkungan sanitasi pada Desa Mekarsari adalah menggunakan format vide HDV pada aplikasi *Adobe Premier* dengan ukuran layar 1280 x 780px. Fromat tersebut digunakan karena memiliki ukuran reosulsi yang tinggi, sehingga ketika melakukan porses *rendering*, video tersebut tetap memiliki resolusi yang tinggi. Selain itu format HDV adalah ukuran standar untuk file video saat ini, karenan ukuran file tidak terlalu besar, tetapi memiliki resolusi yang sangat tinggi. Sehingga dengan

resolusi tinggi ini diharapakan masyarakat desa tidak akan cepat bosan ketika menonton video kampanye tersebut.

III.3.2 Tata Letak (Layout)

Pada video kampanye ini, dialog antara pemain menggunakan bahasa Sunda, oleh karena itu perlu adanya *subtitle* untuk mengartikan bahasa Sunda ke bahasa Indonesia. tata letak subtitle diletakan pada bagian bawah video kampanye.



Gambar III.3 Tata Letak *Subtittle*
Sumber : Data Pribadi

III.3.3 Tipografi

“Tipografi adalah seni dalam memilih jenis huruf dari sekian banyak jumlah huruf yang tersedia untuk digabungkan dengan jenis huruf yang berbeda serta menggabungkan sejumlah kata dalam ruang yang tersedia” (Maharsi, 2013, H.2).

Pemilihan huruf harus diperhatikan, karena font (huruf) dapat memberikan kesan terhadapa orang yang membacanya. Oleh karena itu pemilihan font pada kampanye ini harus diperhatikan agar pesan yang disampaikan sampai kepada *target audien*. Berikut ini adalah jenis-jenis font yang digunakan pada video kampanye sosial mengenai kesadaran kesehatan lingkungan sanitasi pada Desa Mekarsari:

- Folkstale



Gambar III.4 Font Folkstale
Sumber : Direkontruksi Oleh Pribadi

Font ini tergolong dalam font sans serif. Selain itu font ini memiliki karakter seperti tulisan pada papan tulis. Font ini digunakan sebagai font judul dalam logo kampanye. Font ini dibuat oleh Jake Luedecke dan dapat diunduh secara gratis di berbagai situs web.

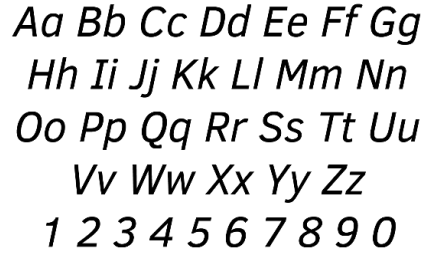
- Kool Beans



Gambar III.5 Font Kool Beans
Sumber : Direkontruksi Oleh Pribadi

Font ini tergolong dalam fons sans serif. Font ini memiliki karakter ristik yang kuat, dan pada huruf kapilal pada font ini memiliki garis seperti batang pohon. Font ini digunakan sebagai judul dalam logo kampanye dan beberapa media pendukung. Font ini dibuat oleh Adam Nerland, dan dapat diunduh secara gratis.

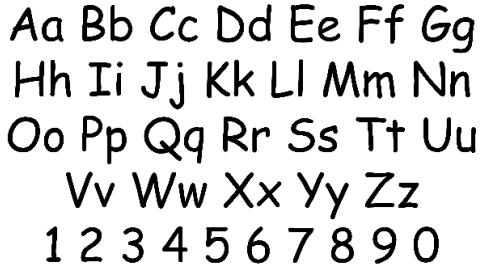
- Clear Sans Light



Gambar III.6 Font Clear Sans Light
Sumber : Direkontruksi Oleh Pribadi

Fons Clear Sans Light tergolong pada font sans serif. Font ini memiliki karakteristik bentuk font tipis sehingga minmbulkan kesan sederhana. Font ini digunakan pada *subheadline* pada logo kampanye. Font ini dikeluarkan oleh perusahan intel dan dapat diunduh secara gratis.

- Comic Sans MS



Gambar III.7 Font Comic Sans MS
Sumber : Direkontruksi Oleh Pribadi

Font Comic Sans MS merupakan jenis font sans serif. Font ini memiliki bentuk yang melengkung sehingga dapat membantu memberikan nuasa humor pada video kampanye. Font Comis Sans digunakan sebagai *subtittle* pada media utama. Font ini dapat digunakan secara bebas dan sudah tersedia pada perangkat windows.

- Mf Sippin On Sunshine



Gambar III.8 Font MF Sippin On Sunshine
Sumber : Direkontruksi Oleh Pribadi

Font Mf Sippin On Sunshine termasuk dalam font jenis sans serif. Font ini hampir mirip dengan font Folkstale. Tetapi pada bagian kanan font Mf Sippin On Sunshine memiliki sedikit *drop shadow* sehingga font ini berkesan memiliki sedikit ruang dibandingkan pada font Folkstate. Font ini digunakan pada video media utama saat *scene* penjelaskan penyakit. Font ini dibuat oleh Misti, dan dapat diunduh secara gratis.

III.3.4 Ilustrasi

"Ilustrasi adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik" (Supriyono, 2010, H.51).

- Ilustrasi logo

  Logo kampanye pada perancangan kampanye sosial mengenai kesadaran kesehatan lingkungan sanitasi pada Desa Mekarsari didapat dari visual manusia ketika sedang melakukan buang air besar. Bentuk logo kampanyae ini diperoleh dikarenakan pada sebagian besar masyarakat desa Mekarsari masih menggunakan bentuk WC jongkok.



Gambar III.9 Ilustrasi BAB sembarangan
Sumber : https://i.ytimg.com/vi/MxWZVZjh8Zk/maxresdefault.jpg
(Diakses pada : 1/17/2018, pukul 03.19 WIB)

Ilustrasi ini disederhanakan sehingga didapatkan logo kampanye sosial mengenai kesadaran kesehatan lingkungan sanitasi pada Desa Mekarsari

Biasakeun
Modol Sehat
#Modol di tempatna

Gambar III.10 Logo kampanye
Sumber : Data Pribadi

- **Tokoh (pemeran)**

  Tokoh pada video ini menggunakan dua warga desa mekarsari berjenis kelamin perempuan yang sudah dewasa.



Gambar III.11 Ilustrasi Tokoh
Sumber : Data Pribadi

- **Latar**

  Latar yang digunakan pada video ini adalah cenderung berwarna hijau karena ingin menujukan keindahan desa mekarsari jika lingkungan desa dirawat dengan baik. Selain ini warna hijau juga memberikan kesan kesegaran dan keindahan alam.

- Properti

  Properti yang digunakan untuk unuk video ini antara lain adalah :

  1. Baju Desa

     Baju yang digunakan adalah baju keseharian yang sering dipakai oleh masyarakat Desa Mekarsari yaitu menggunakan daster dan kerudung



Gambar III.12 Baju Masyarakat Desa
Sumber : Data Pribadi

2. Ember

   Ember adalah benda yang biasa digunakan untuk kebutuhan mandi dan buang air.



Gambar III.13 Ember
Sumber : https://ecs7.tokopedia.net/img/cache/700/product-1/2017/2/19/2928953/2928953_bf3989dc-2519-4a46-af3d-57b3e68aca12_396_396.jpg
(Diakses : 1 / 2 / 2018, pukul : 11.13 WIB)

3. Gayung

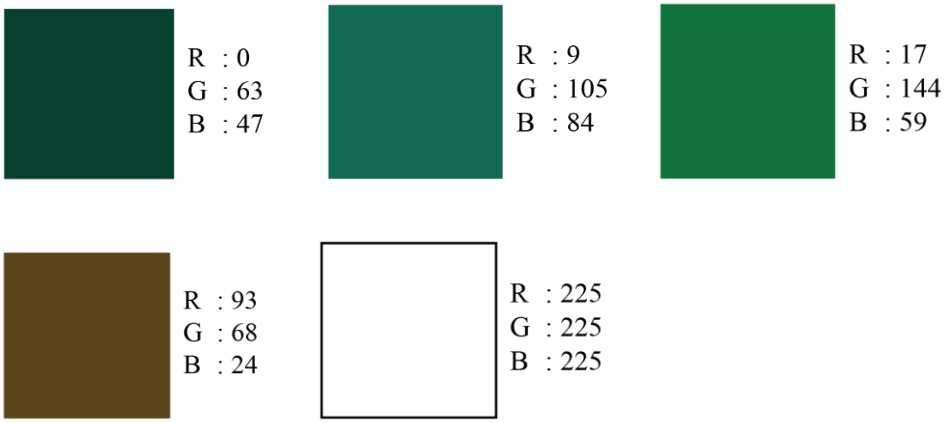


Gambar III.14 Gayung
Sumber : https://khdewamurah.com/foto_produk/2013118097.jpg
(Diakses : 1 / 2 / 2018, pukul : 11.15 WIB)

III.3.5 Warna

Menurut Aminuddin (2009:10) “warna merupakan unsur rupa yang terbuat dari pigmen (zat warna)” (Sinung, 2016). Warna merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah desain. Karna warna dapat meningkatkat kesan pada sebuah desain.

Warna yang digunakan pada perancangan kampanye sosial mengenai kesadaran kesehatan lingkungan sanitasi pada Desa Mekarsari adalah sebagai berikut :



Gambar III.11 Warna
Sumber : Data Pribadi

- Hijau

  "Warna hijau adalah warna alam dan kesuburan. Warna hijau melambakang kesegaran, ketenangan, alam, natural, kesehatan." (Arwan, 2012). Warna hijau ditemui di setiap media, dikarenakan warna hijau merupakan warna utama pada kampanye ini.

- Coklat

  "Coklat adalah warna bumi dan alam. Menunjukkan utilitas, membumi, warna kayu dan kekayaan alam yang berlimpah." (Arwan, 2012). Warna ini digunakan pada media banner, poster dan flayer.

- Putih

  "Putih adalah warna perdamaian. Simbol kepolosan, kemurnian, kesederhanaan, kesucian." (Arwan, 2012). Warna putih ini sebagian besar digunakan sebagai warna dalam text.

III.3.6 Audio

Menurut Nikko (2014), audio adalah suara atau bunyi yang dihasilkan oleh getaran suatu benda, agar dapat tertangkap oleh telinga manusia getaran tersebut harus kuat minimal 20 kali/detik.

Agar nuansa humor pada video ini lebih terasa, maka ditambahkan audio berupa backsound *Instrumen* piano bergenre jazz. Music yang digunakan berjudul "*Funny Jazz"*. *Licence* musik ini dapat dibeli di website *www.audiojuggle.com* seharga 19$, atau setara dengan Rp.247.000. pada video ini juga terdapat beberapa *sound effeck*, yang dapat di download secara gratis di website *www.soundeffectplus.com*. Sedangkan suara narator diambil dari suara tokoh utama pada proses pengambilan gambar.