BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Strategi perancangan diperlukan untuk memenuhi tujuan, ide atau gagasan awal yang hendak disampaikan dengan penyusunan dan pengolahan data yang fokus untuk objek yang dirancang. Permasalahan yang ada pada analisa sebelumnya adalah kampanye seputar pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh manusia yang ditujukan kepada remaja dan dewasa awal sebagai sasaran utama perancangan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut dibutuhkan media mengenai berbagai hal yang dipelajari didalam pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh manusia tersebut, media yang dibuat dirancang dengan cerita yang berisi kegiatan dan penjelasan – penjelasan yang diluruskan oleh nara sumber dan diolah menjadi sebuah cerita yang dimodifikasi agar lebih menarik. Dengan tercapainya tujuan dari perancangan ini remaja dan dewasa awal dapat melihat bahwa apa yang dipelajari didalam pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh manusia ini merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dipahami agar dapat menjaga kesehatan tubuh.

3.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah segmentasi yang meliputi demografis, psikografis dan geografis yang akan menjadi sasaran pendistribusian. Menurut McQuail & Windhal (1993) khalayak sasaran adalah sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye. Kampanye pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh manusia ini ditujukan untuk beberapa segmentasi, berikut adalah segmentasi yang dituju:

- Demografi

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan.

Usia : 18 hingga 23 tahun.

Pendidikan : Pelajar dan pekerja.

Status : Menikah dan belum menikah.

- Psikografi
  - Mengikuti trend
  - Masih mencari role model
  - Emosi yang masih labil

- Geografis

Kaum urban, daerah perkotaan, , Indonesia

- *Consumer Insight*

Khalayak sasaran dari perancangan ini adalah remaja dan dewasa awal yang berusia 18-23 tahun yang tidak mengetahui bahwa kafein ada didalam makanan dan minuman yang sering dikonsumsi setiap harinya.

- *Consumer journey*

Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam media-media, maka *consumer journey* seperti data berikutlah yang nantinya akan digunakan untuk aplikasi media yang akan dibentuk.

Tabel 3.1 *Consumer Journey*

NO	KEGIATAN	TEMPAT	*POINT OF CONTACT*
1	Bangun pagi	Kamar tidur	*handphone*, bantal, cermin, komputer, tv
2	Sebelum beraktifitas	Pekarangan rumah	*Handphone*
3	Pergi beraktifitas	Jalan	*Handphone*, Poster, Stiker, *T-shirt*
4	Melakukan aktifitas	Sekolah, kampus, kantor, tempat umum	*Handphone*, Poster, stiker, *T-shirt*

5	Istriahat, jalan-jalan, main	Kafe, kedai makan dan minuman, mall	*Handphone,T-shirt* poster, stiker
6	Pulang	Rumah	*Handphone*, komputer,

Dari data yang didapatkan *handphone* menjadi media yang paling sering digunakan remaja dan dewasa awal setiap harinya, Maka media utama yang akan dibuat akan disebarkan secara online. Poster, stiker, pin, *mug* dan media sosial akan dibuat untuk menjadi pendukung yang berfungsi untuk menyebar luaskan informasi tentang kampanye pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh.

3.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan suatu metode strategi ataupun rencana yang direncanakan dengan sebaik mungkin dan semenarik mungkin agar dalam membuat sesuatu akan berjalan lancar dan tepat sasaran. Seperti halnya mencapai tujuan atau solusi untuk berbagai masalah.

Permasalahan yang ditemukan adalah kebiasaan remaja dan dewasa awal mengkonsumsi makanan dan minuman berkafein secara berlebihan. Untuk mempengaruhi perilaku tersebut, dibutuhkan suatu bentuk komunikasi yang bertujuan agar remaja dan dewasa awal dapat memahami pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh sehingga dapat mempengaruhi kebiasaan dari mengkonsumsi makanan dan minuman berkafein secara berlebihan. Solusi yang digunakan dalam memecahkan masalah tersebut adalah membuat sebuah kampanye melalui media komik strip.

Cangara (seperti yang dikutip www.indonesiastudent.com) **kampanye adalah** aktivitas komunikasi yang dipergunakan untuk mempengaruhi masyarakat agar menguasai dan memiliki wawasan terhadap perilaku yang menjadi keinginan pemberi informasi.

Dalam perancangan kampanye mengenai pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh, maka perlu adanya strategi perancangan yang tepat dan efisien untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada target audiens agar audien dapat memahami isi pesan atau informasi yang disampaikan, berikut tahap-tahap yang dilakukan dalam penyampaian kampanye:

- Tahap *awareness* (kesadaran):

  Pada tahapan ini bertujuan untuk menyadarkan remaja dan dewasa awal tentang dampak negatif mengkonsumsi kafein secara berlebihan.

- Tahap *persuasive* (mengajak)

  Mengajak remaja dan dewasa awal untuk memahami tentang pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh agar tidak mengkonsumsi makanan dan minuman berkafein secara berlebihan.

- Tahap *reminding* (mengingatkan)

  Tahap dimana menjadikan media sebagai *reminder* dari kampanye yang telah berjalan sebelumnya. Bisa berupa informasi maupun ajakan yang diulang kembali.

3.2.1 Metode kampanye AISAS

AISAS adalah proses seseorang konsumen yang memperhatikan produk, layanan, atau iklan (*attention*) dan menimbulkan ketertarikan (*interest*) sehingga muncul keinginan untuk mengumpulkan informasi (*search*) tentang barang tersebut. Konsumen kemudian membuat penilaian secara keseluruhan berdasarkan informasi yang dikumpulkan dan informasi yang dibuat oleh perusahaan, kemudian menjadi sebuah keputusan untuk melakukan pembelian *(action*). Setelah pembelian, konsumen menjadi penyampai informasi (*word of mouth*), dengan berbicara pada orang lain atau dengan mengirim komentar dan tayangan di Internet (*sharing*) (Sugiyama dan Andre, 2011:79).

A. *Attention* (perhatian)

Strategi yang dilakukan untuk menarik perhatian remaja dan dewasa awal dengan permasalahan yang diangkat yaitu dengan dibuatnya media poster yang akan disebar dimedia sosial dan tempat yang sering dikunjungi target audien. Pada media poster akan tercantum identitas dari judul kampanye pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh yang mengarahkan target audien untuk mengunjungi media utama.

B. *Interest* (minat)

Setelah mendapatkan perhatian dari remaja dan dewasa awal, dibutuhkan strategi agar target audien mengetahui dan berminat terhadap kampanye yang dibuat. Pada tahap *interest*, dibuatlah stiker *Line* yang bias di*download* secara gratis bertujuan untuk meningkatkan minat target audien mengunjungi media utama.

C. *Search* (pencarian/penelusuran)

Setelah media pada tahap *attention* dan *interest* dipublikasikan, target audien dapat mencari tahu informasi yang lebih lengkap tentang pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh yang disebar diakun media sosial Facebook dan Instagram untuk memberikan informasi lebih lanjut.

D. *Action* (aksi)

Dalam tahap *action* akan diterbitkan sebuah komik strip pada media Webtoon untuk memperngaruhi perilaku remaja dan dewasa awal terhadap kebiasaan mengkonsumsi makanan dan minuman berkafein secara berlebihan.

E. *Share* (berbagi)

Setelah diterbitkannya komik strip akan dibagikan beberapa *merchandice* yang dibuat untuk kampanye pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh, *merchandice* akan dibagikan terhadap remaja dan dewasa awal yang menjadi responden dalam terhadap media utama dengan cara dan ketentuan yang akan diinformasikan melalui poster.

3.2.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan kampanye adalah untuk mempengaruhi target audien agar terhadap perilaku dari kebiasaan mengkonsumsi makanan dan minuman berkafein secara berlebihan.

3.2.3 Pendekatan Komunikasi

Perancangan kampanye pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh manusia menggunakan bahasa visual dan verbal, adapun konsep strategi pendekatan visual dan strategi pendekatan verbal adalah sebagai berikut:

- Pendekatan Visual

Visual yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah ilustrasi berwarna dengan penggambaran gaya ilustrasi kartun dengan menceritakan seperti kejadian nyata yang bertujuan agar emosi yang disampaikan didalam ceritanya lebih terasa oleh pembaca seperti kebiasaan yang dilakukan remaja dewasa awal setiap harinya. Karena perancangan cerita komik ini di Indonesia maka akan dimunculkan elemen-elemen yang ada di Indonesia seperti adanya pohon-pohon dan rumah berdempetan pada visualisasi dalam komik.



Gambar 3.1 Referensi visual komik

Sumber: http://komikstriplucu.blogspot.co.id

(19/03/2016)

- Pendekatan Verbal

Bahasa verbal merupakan salah satu bahasa yang digunakan dalam sebuah interaksi yang terjadi. Oleh sebab itu, perlu adanya suatu pendekatan bahasa verbal yang dilakukan agar media yang akan dibuat dekat dengan target audien. Pendekatan verbal yang akan digunakan untuk perancangan kampanye pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh ini adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia yang tidak baku, dimana bahasa Indonesia yang tidak baku ini sering digunakan oleh anak remaja dan dewasa setiap harinya dan menggunakan istilah-istilah seperti kuy, alay, gabut, geje dan lainnya.

3.2.4 Mandatory

Perancangan kampanye perngaruh kafein terhadap kesehatan tubuh bekerja sama dengan beberapa pihak. Salah satu pihak yang diberi mandat dalam perancangan ini adalah Dinas Kesehatan Kota Bandung, karena sangat erat kaitannya dalam berbagai hal mengenai kesehatan.



Gambar 3.2 Logo Pemerintah Kota Bandung

Sumber: http://dishub.jabarprov.go.id/image/berita/jabar.png.jpg (04/02/2017)

3.2.5 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan kampanye ini meliputi upaya untuk mempengaruhi perilaku remaja dan dewasa awal mengkonsumsi makanan dan minuman berkafein secara berlebihan.

3.2.6 Gaya Bahasa Gaya

Bahasa yang diaplikasikan dalam perancangan kampanye melalui media komik ini menggunakan gaya bahasa informatif dan persuasif agar khalayak sasaran bisa terpengaruh oleh pesan yang disampaikan dalam kampanye pengaruh kafein terhadap kesehatan tubuh.

3.2.7 Strategi Kreatif

Dalam perancangan kampanye ini, salah satu strategi kreatif adalah alur cerita yang akan dibuat ke dalam bentuk gambar. Sehingga memiliki potensi untuk memberikan gambaran tentang gaya hidup remaja dan dewasa awal mengkonsumsi makanan dan minuman secara berlebihan. Dalam perancangan kampanye ini, ditentukan beberapa strategi kreatif yang bertujuan untuk menarik minat dari target audience, seperti berikut:

- Komik Strip

  Mustajab (seperti yang dikutip www.pensilseni.wordpress.com2011). Komik strip atau komik potongan merupakan penggalan-penggalan gambar menjadi satu bagian atau sebuah alur cerita pendek. Komik strip terdiri dari 3 sampai 6 panel bahkan bisa lebih.

  Komik strip yang akan dirancang menjadi salah satu strategi kreatif untuk dapat memberikan informasi dalam bentuk cerita bergambar kepada target audien. Komik strip akan disebarkan secara *online* agar dapat diakses dengan mudah karena pada saat ini remaja dan dewasa awal lebih banyak menggunakan media sosial dari pada menggunakan media seperti buku.

- *Copywriting*

  Judul yang digunakan dalam perancangan komik ini adalah *"*Tiada Hari Tanpa Kafein*"* dengan tagline "Ayo Ukur Kafein" Pemakaian judul dan *tagline* ini berdasarkan data observasi yang dilakukan terhadap remaja dan dewasa awal. Setelah dilakukannya observasi terhadap remaja dan dewasa awal yang mengkonsumsi kafein, masih banyak yang mengetahui kafein hanya terdapat pada minuman kopi sedangkan terdapat dalam beberapa makanan dan minuman yang sering dikonsumsi setiap harinya seperti teh dan coklat.

- Teknik Bercerita

  Untuk membuat cerita yang menarik maka perlu juga memulai cerita dengan tepat agar bisa dikembangkan. Teknik bercerita yang digunakan dalam komik ini adalah alur acak, seperti mulai menceritakan bagian akhir dari komik lalu kembali lagi kebagian awal cerita. Di awal cerita langsung memulai dengan anak remaja dan dewasa awal yang mau melakukan aktifitasnya.. Teknik ini bertujuan agar pembaca penasaran dengan apa yang terjadi pada saat awal membaca komik sehingga mengikuti alur cerita komik.

- Sinopsis Cerita

  Menceritakan tentang kehidupan remaja dan dewasa awal di Kota Bandung, yang masih mencari panutan sebagai pola hidup. Dimulai dari aktifitas yang dilakukan dari lingkungan tempat tinggal sampai dengan aktifitas yang dilakukan diluar dengan kelompok bermain, bekerja maupun kelompok belajar yang mempunyai kebiasaan mengkonsumsi makanan dan minuman berkafein secara berlebihan sehingga memberikan dampak yang tidak baik bagi kesehatan tubuh.

3.2.8 Strategi Media

- Media Utama

  Media utama yang dipilih dalam perancangan kampanye ini adalah komik strip yan diterbitkan pada media Webtoon karena pada saat ini internet dan media sosial telah dijadikan sebagai gaya hidup dan dapat diakses dengan mudah sehingga bisa menyampaikan informasi melalui visual secara menarik. Dengan menggunakan komik strip konten yang akan ditunjukan juga bisa beragam, seperti informasi dan juga persuasif.

- Media Pendukung

  Berikut merupakan media yang akan menyertai media utama khalayak sasaran dapat semakin mengenal media utama:

- Poster

  Poster akan digunakan sebagai media promosi yang dilakukan secara online melalui akun media sosial Facebook dan Instagram yang bertujuan untuk memberikan informasi yang akan mendekatkan target audien kepada media utama. Media sosial tersebut dipilih karena banyaknya remaja dan dewasa awal menggunakan media sosial tersebut.

- Stiker Line

  Stiker Line dibuat untuk lebih mengakrabkan target audien dengan media utama. Stiker ini dapat di*download* secara gratis pada aplikasi Line dengan tujuan target audien semakin tertarik untuk mengunjungi media utama pada media Webtoon.

- *Mug*

  Mug akan dijadikan sebagai *merchandice* dan dibagikan kepada responden dengan komentar terbaik pada akun media sosial dari “Tiada Hari Tanpa Kafein” yang bertujuan sebagai promosi untuk mendekatkan target audien dengan media utama.

- *T-shirt*

  T-shirt akan dijadikan sebagai *merchandise* yang diberikan kepada responden dengan komentar terbaik pada akun media sosial dari kampanye yang bertjuan sebagai media promosi untuk menarik perhatian target audien.

- Stiker cetak

  Stiker cetak dibuat dan disebar dengan harapan target yang menerima stiker ini akan menempel stiker ini pada tempat yang dapat dilihat oleh banyak orang sehinnga komik strip “Tiada Hari Tanpa Kafein” dapat menyebar luas.

- Akun media sosial

  Pada saat ini teknologi menjadi gaya hidup karena dapat menemukan infomasi melalui internet dan media sosial maka komik strip akan diterbitkan secara *online* oleh karena itu media sosial dipilih menjadi salah satu media pendukung yang berfungsi untuk menginformasikan berbagai hal tentang komik “Tiada Hari Tanpa Kafein” melalui media Facebook dan Instagram.

3.2.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian media dilakukan secara bertahap selama tiga bulan yang berlangsung dari bulan Januari hingga Maret, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2 Distribusi Media tahun 2018

Media	Januari	Februari	Maret
Komik strip (weebton)			
Poster			
Stiker *Line*			
Mug			
Tshirt			
Stiker cetak			
Akun Media Sosial			

Media Utama komik strip dapat diakses lansung di *website* Webtoon. Kemudian untuk media pendukung seperti poster yang akan disebar ke media sosial Facebook dan Instagram.

3.3 Konsep Visual

3.3.1 Format Desain

Komik strip akan dibuat menjadi versi digital yang akan diterbitkan pada media Webtoon dengan format menyesuaikan dengan ketentuan dari pihak Webtoon untuk dapat menerbitkan komik, format *cover* dengan ukuran 436px x 436px dan gambar dari isi komik berukuran 700px x 1000px dengan format *file image*.jpg.

3.3.2 Tata Letak (*Layout*)

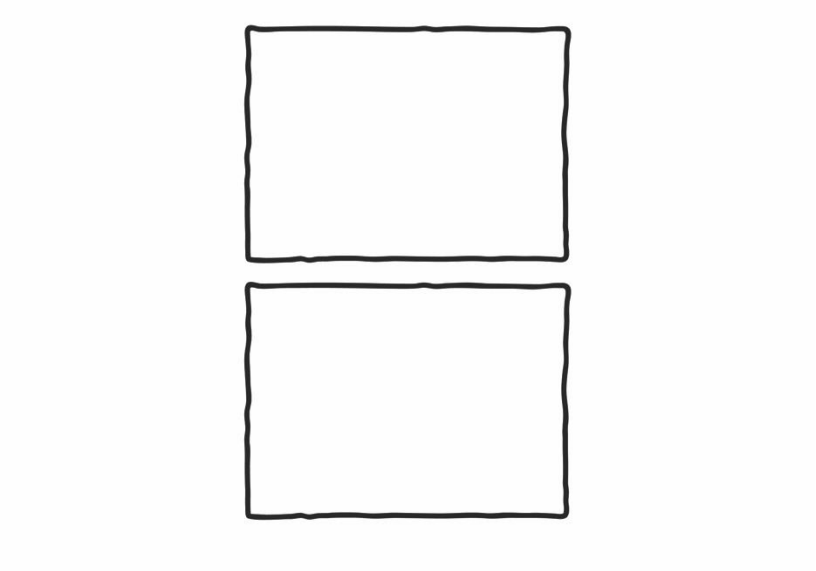
- *Cover*
- *Cover* akan dibuat dengan menggunakan ilustrasi bewarna menggunakan format ukuran 436x4365 px untuk mewakili dari isi komik yang akan digunakan pada profil komik.



Gambar 3.3 Cover pada webtoon

- Panel

  Panel merupakan bagian yang akan di isi dengan peristiwa atau suatu adegan di dalam komik. Panel pada komik ini akan di baca dari atas ke bawah seperti komik yang ada pada Webtoon.



Gambar 3.4 Panel komik strip

- Balon kata

  Dalam Komik strip ini hanya digunakan 2 jenis balon kata, yaitu balon kata saat berbicara dengan karakter lain dan balon kata saat berdialog di dalam hati. Balon kata ini akan digunakan untuk menyampaikan percakapan antar karakter yang ada di dalam setiap panelnya.



Gambar 3.5 Balon kata saat berbicara dengan karakter lain



Gambar 3.6 Balon kata saat berdialog dalam hati

3.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan elemen yang sangat penting dalam pembuatan sebuah komik yang berfungsi sebagai penjelas informasi. Sihombing (seperti yang dikutip gurupendidikan.com 2016) Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif. Dalam perancangan komik strip ini *font* atau huruf yang digunkan adalah "Komika Title". *Font* ini telah dirancang oleh Apostrophic Labs yang diterbitkan pada *website www.fontsquirrel.com* dan bisa di*download* secara gratis serta dapat digunakan untuk umum.

Pada judul *cover* dan dialog komik menggunakan *font* "Komika Title". Pemilihan *font* ini karena dinilai dapat mewakilkan kesan modern, sesuai dengan gaya hidup remaja dan dewasa awal dan bisa terbaca dengan jelas.



Gambar 3.7 *Font* Komika Title

3.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah elemen yang penting dalam pembuatan komik. Dalam pembuatan komik diperlukannya karakter yang berfungsi untuk menjadi tokoh dalam penyampaian cerita bergambar. Menurut Soekarno dan Basuki (2004) menyatakan ilustrasi adalah gambar yang sederhana tapi mempunyai makna dan dapat menimbulkan kesan yang menarik dan memikat (h. 6).

- Gaya ilustrasi kartun

  Ilustrasi yang akan digunakan pada komik strip ini adalah gaya gambar kartun yang dimana pada saat ini sedang sangat diminati oleh para pembaca dimedia sosial seperti pada Facebook dan Instagram. Dengan bentuk tubuh yang tidak sesuai dengan ukuran tubuh manusia asli tetapi tetap nyaman untuk dilihat.



Gambar 3.8 Referensi Gaya Kartun

Sumber: https://www.brilio.net/wow/15-ilustrasi-tokoh-kartun-bergaya-hispter-lebih-nyentrik-nggak-ya-160421p.html
(16/06/2001)

3.3.4.1 Studi Karakter

Pada komik strip ini ada dua karakter utama yang menjadi pusat dalam cerita pada komik. Karakter utama ini adalah dua orang yang mewakili remaja dan dewasa awal yaitu Putra dan Pitri, berikut adalah visual dari kedua karakter tersebut:

1. Karakter Putra

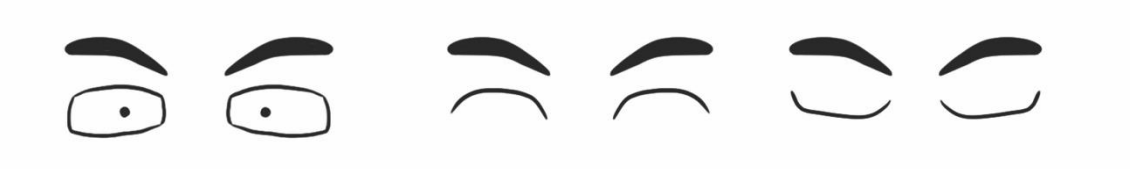
   Pembuatan karakter Putra dengan menggambarkan gaya laki-laki pada remaja dan dewasa awal yang berjiwa bebas dengan gaya rambut dan gaya berpakaian seperti remaja dan dewasa awal.



Gambar 3.9 Referensi karakter Putra

- Bentuk mata

  Bentuk mata yang digunakan pada karakter laki-laki adalah bentuk mata dengan ujung alis runcing yang memberikan kesan keseriusan tergantung dengan ekspresi.



Gambar 3.10 Bentuk mata laki-laki

- Bentuk mulut

  Pembuatan mulut pada karakter laki dengan outline yang tidak terlalu sempurna, ditambahkan warna hitam pada bagian dalam untuk merubah dimensi pada saat ekspresi tertentu.



Gambar 3.11 Bentuk mulut Laki-laki

- **Bentuk Tubuh**

  Bentuk tubuh karakternya akan disesuaikan dengan cerita atau kesan yang ingin disampaikan. Karakter laki-laki akan memiliki ciri-ciri pada bentuk tubuh, bentuk wajah, dan ekspresi sebagai berikut:



Gambar 3.12 Bentuk karakter laki-laki

2. Karakter Pitri

   Pembuatan karakter Pitri dengan menggambarkan gaya perempuan pada remaja dan dewasa awal yang berjiwa bebas dengan gaya rambut dan gaya berpakaian seperti remaja dan dewasa awal.



Gambar 3.13 Referensi Karakter Pitri

- Bentuk mata

  Pada karakter perempuan bentuk mata memiliki dasar yang yang berbeda pada bagian atas mata yang tebal dan dilengkapi dengan bulu mata agar dapat dibedakan ciri-ciri sebagai perempuan.



Gambar 3.14 Bentuk mata perempuan

- Bentuk mulut

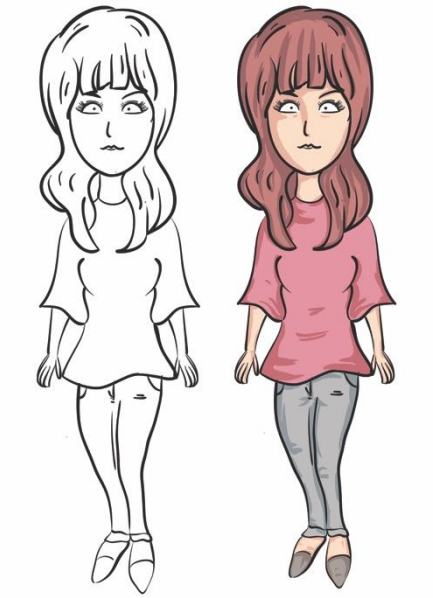
  Pembuatan mulut pada perempuan pada bagian atas dibuat lebih jelas agar dapat dibedakan ciri-cirinya sebagai perempuan.



Gambar 3.15 Bentuk mulut perempuan

- Bentuk tubuh

  Karakter perempuan dibuat dengan ciri yang khas pada bulu mata, rambut yang panjang dari laki-laki. Ciri-ciri pada mata disesuaikan dengan penjelasan sebelumnya. Rambut pada karakter perempuan dibuat berbeda-beda agar tidak membuat kesamaan pada setiap karakternya.



Gambar 3.16 Bentuk karakter perempuan

3.3.6 Warna

Brewster (seperti yang dikutip notepedia.info, 2013) warna disederhanakan menjadi empat kelompok yaitu warna primer, sekunder, tersier dan warna netral. Warna yang akan digunakan untuk komik strip ini adalah adalah warna-warna natural yang

bernuansa alam karena lokasi yang diilustrasikan pada komik strip adalah Indonesia yang kaya dengan alamnya. Berikut contoh-contoh warna yang akan digunakan:



Gambar 3.17 Referensi Warna