BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Untuk khalayak sasaran telah ditentukan untuk kalangan remaja akhir dengan usia 17-25 tahun menurut Depkes RI tahun 2009. Berikut keterangan lebih lengkapnya:

- **Demografis**

- Usia: Ditujukan kepada remaja akhir dengan usia 17-25 tahun, ketentuan usia diambil menurut Depkes RI tahun 2009. Pada saat ini dengan kebutuhan yang mudah untuk didapat membuat para remaja enggan melakukan kegiatan yang menguras tenaga lebih seperti berjalan menuju tempat tujuan tanpa kendaraan terutama remaja dengan kesehariannya yang padat dan dari situlah semakin berkurang remaja yang jarang melakukan aktivitas fisik jalan kaki.
- Jenis kelamin : Dalam perancangan ini olahraga dapat dilakukan oleh siapapun yang dapat melakukannya maka dari itu tidak membatasi hanya untuk laki-laki atau perempuan karena pada umumnya olahraga tidak memandang jenis kelamin.
- Status Ekonomi : Mencakup keseluruhan status ekonomi mulai dari bawah, menengah, dan juga atas.

- **Geografis**

- Wilayah: Kota Cimahi, dikarenakan khalayak sasaran yang memiliki masalah keinginan bergerak dengan jalan kaki cukup banyak di kota tersebut menurut wawancara dan juga kuesioner yang disebar serta beberapa alasan lain seperti beralih fungsinya trotoar juga kurang dimanfaatkan dengan baik, cuaca panas, kebutuhan sudah terpenuhi dengan mudah tanpa harus keluar rumah.

- **Psikografis**

- Kejiwaan masa remaja akhir: Menurut Sri Rumini dan Siti Sundari (2004) pada laman belajar psikologi, remaja merupakan masa peralihan antara anak-anak ke dewasa sedangkan jika dilihat dari segi emosi, remaja akhir sudah mulai mampu untuk mengendalikan emosi seperti tersinggung, marah, sedih, atau murung. Perkembangan sikap yang dominan dari remaja akhir adalah

sikap cenderung untuk menyerah, mengikuti kebiasaan lingkungan sekitar, misalnya cara berpikir, berpendapat, gaya hidup juga kebiasaan, dan lain-lain.

- Gaya hidup: Lebih mengarahkan pada remaja akhir dengan jadwal keseharian yang padat namun masih memiliki keinginan untuk menjaga kebugaran tubuh juga mengoptimalkan olahraga dengan kesan seru dan menyenangkan.

- ***Consumer Insight***

  Khalayak sasaran ini adalah generasi muda khususnya kalangan remaja akhir dengan kisaran umur dari 17-25 tahun di kota Cimahi. Namun tidak menutup kemungkinan perancangan ini akan mempengaruhi atau menarik minat masyarakat selain khalayak sasaran yang telah ditentukan.

  Berikut *insight* dari khalayak sasaran yang telah ditentukan:

  - Terbiasa dengan budaya serba cepat dan instan
  - Mengikuti perkembangan zaman terhadap teknologi baru
  - Eksistensi menjadi hal yang diutamakan
  - Mudah untuk cepat merasa bosan

Setelah mengetahui beberapa perilaku khalayak sasaran maka informasi untuk mengajak nantinya harus menggunakan media yang mudah menarik perhatian remaja dan sesuatu yang tidak pasaran juga mudah untuk diterima serta dengan sukarela bisa ikut berpartisipasi untuk mempertahankan aktifitas fisik berupa jalan kaki ini. Media tersebut juga diharuskan memiliki visual yang mengikuti perkembangan zaman dan sesuai dengan selera anak muda.

- ***Consumer Journey***

Consumer journey merupakan riwayat dari khalayak sasaran dalam menjalani kegiatan sehari-hari. *Consumer journey* berguna untuk mengetahui kebiasaan yang dilakukan oleh remaja dalam kesehariannya. Dengan mengetahui hal tersebut maka akan dapat ditentukan media apa yang tepat untuk digunakan kepada khalayak sasaran. Berikut merupakan tabel *Consumer journey* yang telah dibuat berdasarkan kegiatan yang dilakukan oleh khalayak sasaran:

Tabel.III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumen pribadi

NO	Kegiatan	Tempat	*Point of Contact*
1.	Bangun tidur bersiap beraktivitas	Kamar tidur, ruang keluarga	Kasur, ponsel, tv,
2.	Perjalanan menuju tempat beraktivitas	Jalan raya	Banner, poster, flyer, kegiatan pinggir jalan
3.	Beraktivitas	Sekolah/kantor	Ponsel, komputer, laporan, ponsel
4.	Istirahat, berkumpul	Tempat makan, pusat perbelanjaan	Kantin, berkumpul bersama teman, ponsel
5.	Pulang bekerja	Luar kampur, luar kantor	Berkumpul bersama teman
6.	Perjalanan pulang menuju rumah	Jalan raya	Banner, poster, flyer, kegiatan pinggir jalan
7.	Istirahat, mengerjakan tugas	Rumah	Ponsel, laporan, majalah

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dan diuraikan dari permasalahan ini adalah membuat media kampanye yang bersifat mengajak masyarakat untuk tidak terlalu bergantung terhadap kendaraan saat berpergian walau jarak yang ditempuh relatif dekat dan juga sebagai pengingat agar tetap menjaga kesehatan dengan cara yang menyenangkan bagi kaum remaja yaitu dengan mengadakan *event* gerak jalan yang diberi nama *fun* MOKA *walk.*

Menurut Rogers dan Storey (1987) “kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi terencana untuk tujuan menciptakan efek teretentu pada khalayak yang dilakukan secara bekerlanjutan dari waktu ke waktu” (h.7).

Sumber untuk berkampanye dapat diidentifikasi dengan jelas, biasanya kampanye selalu terang-terangan dalam aksinya untuk mengajak atau bahkan mengubah pola pikir khalayak sasaran yang telah ditentukan.

Kampanye merupakan kegiatan komunikasi yang biasanya dilakukan oleh kelompok atau dari sebuah lembaga. Penyelenggara kampanye umumnya adalah lembaga atau organisasi ataupun yang sudah mendapatkan kesepakatan dari lembaga terkait. Siapapun penyelenggaranya, kampanye selalu memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika masyarakat mau atau tertarik dengan kampanye yang diadakan berarti tujuan awal kampanye bisa dibilang berhasil.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ini adalah agar masyarakat terutama khalayak sasaran yang sudah ditentukan yaitu remaja akhir diharapkan mengetahui lebih tentang manfaat dan kebaikan dari olahraga ringan jalan kaki melalui *event.* Tujuan komunikasi sangatlah penting agar media kampanye yang disampaikan dapat dimengerti oleh khalayak sasaran. Adapun tujuannya sebagai berikut:

- Perancangan media kampanye ini bertujuan untuk memberikan informasi lebih dan jelas seputar kebaikan dari beraktifitas fisik berupa jalan kaki dalam keseharian dibandingkan dengan menaiki kendaraan khusunya roda dua untuk menuju tempat tujuan dengan jarak yang relatif dekat terutama untuk para remaja.
- Untuk menetapkan rasa kepedulian pada diri sendiri terhadap pentingnya mempertahankan kebiasaan olahraga jalan kaki dalam aktifitas sehari-hari. Selain bermanfaat bagi tubuh jalan kaki juga mempunyai dampak yang cukup baik bagi lingkungan sekitar.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi yang baik yaitu yang mampu menyampaikan informasi atau pesan yang mudah dipahami khalayak sasaran yang telah ditentukan. Pada pendekatan

komunikasi yang digunakan pada perancangan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- **Pendekatan Visual**

Strategi pendekatan visual yang dilakukan dalam media kampanye ini adalah dengan mengadakan *event* kesehatan, khususnya kebugaran jalan kaki. Dalam *event* akan tersedia media utama berupa *boad game d*engan menggunakan visual *vector* yang mudah dimengerti bagi kalangan anak remaja. Pada media utama visual latar akan disajikan dengan gambar perpaduan antara permainan monopoli dan juga ular tangga namun dikemas dengan ilustrasi yang lebih kekinian yang membuat para remaja tidak bosan untuk melihatnya.

- **Pendekatan Verbal**

Pedekatan verbal yang dilakukan pada perancangan ini adalah dengan melalui himbauan dan pemberitahuan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, diantaranya adalah bahasa indonesia nonformal sebanyak 60% dikarenakan khalayak sasaran yang dituju adalah masyarakat Indonesia, kemudian bahasa sunda nonformal juga sebanyak 20% dikarenakan kampanye ini diadakan di kota Cimahi yang didominasi oleh suku sunda, dan yang terakhir bahasa pelengkap adalah bahasa inggris nonformal sebanyak 20% dikarenakan yang menjadi khalayak sasaran adalah kalangan remaja yang pada zaman ini tidak lepas dari bahasa asing tersebut.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory yang tercantum sebagai pendukung untuk pembuatan *event* gerak jalan sehat ini diantaranya adalah Kementrian Pemuda dan Olahraga juga Kementrian Kesehatan. Dipilih dua *mandatory* tersebut dikarenakan perancangan ini berhubungan dengan olahraga dan juga tentunya kesehatan yang dilakukan oleh kaum remaja Indonesia.



Gambar III.1 Kemenpora
Sumber: Kemenpora.go.id (24 Juni 2018)



Gambar III.2 Kemenkes
Sumber: Depkes.go.id (24 Juni 2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang hendak disampaikan dalam media kampanye ini berupa bagaimana cara menampilkan olahraga berupa gerak jalan namun dengan cara yang lebih menarik dan menyenangkan bagi kalangan remaja. Dalam *event* tersebut akan ada kegiatan utama yang akan dilakukan oleh peserta untuk membuat olahraga jalan kaki lebih seru adalah dengan adanya *board game* raksasa dan juga *event* ini dibuat untuk lebih menekankan waktunya mojang jajaka atau para remaja laki-laki dan perempuan menunjukkan rasa kepedulian terhadap diri sendiri dan lingkungan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang dipakai dalam perancangan ini adalah berupa bahasa persuasif, bertujuan untuk memberikan pengaruh juga mengajak khalayak sasaran baik dari sikap maupun perilaku setelah mengikuti *event* gerak jalan seru yaitu *fun MOKA walk* Cimahi dan mengikuti permainan dengan menggunakan *board game* sebagai media utama dalam perancangan kampanye tersebut. Dengan pendekatan ini diharapkan khalayak sasaran dapat membangkitkan keinginan dan juga mempertahankan bergerak lebih dengan aktifitas jalan kaki sehingga mampu menangkap pesan moral dari permainan *board game* sebagai media pengajak untuk remaja melakukan pergerakan dibandingkan berdiam diri jika tidak aktifitas lain.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif pengemasan pada media utama kampanye sosial mengenai jalan kaki disampaikan berupa media cetak *bord game* berukuran besar yang dikemas dengan menggunakan unsur ilustrasi *vector*. Agar kampanye dapat berjalan dengan lancar juga sesuai dengan yang diharapkan maka kampanye ini mempunyai sasaran yang ditujukkan dan diharapkan dapat terpengaruh oleh kampanye yang diadakan. Diadakannya gerak jalan bersama yang menyenangkan khusus untuk kaum remaja, selain seru juga dapat memberikan kesempatan untuk para remaja mengenal satu sama lain, menjalin pertemanan setelah bertemu, dan memperluas wawasan setelah bertemu dengan banyak latar belakang berbeda.

III.2.6.1 *Copywriting*

Media utama ini akan diberi judul yang sama sesuai dengan nama yang dipakai dalam *event* juga, yaitu "*Fun* MOKA *walk* Cimahi". *Fun* berasal dari kata bahasa Inggris yang artinya menyenangkan. Sedangkan MOKA adalah singkatan dari mojang dan jajaka, kata tersebut diambil dari bahasa sunda mojang yang artinya perempuan dan jajaka artinya laki-laki bermaksud agar kalangan remaja bisa lebih mengekspresikan diri dan memiliki pengalaman setelah mengikuti kegiatan. Kemudian *walk* dalam bahasa Inggris yang artinya jalan, lalu Cimahi diambil dari nama kota yang mengadakan *event* tersebut yaitu di kota Cimahi.

Dalam pembuatan *tagline* didasarkan dari hasil penelitian di lapangan yaitu karena sikap malas juga sibuk yang menyebabkan seringnya bergantung dengan kendaraan untuk berpergian walau jarak yang ditempuh tidak jauh. Selain dengan media utamanya adalah *board game* lalu karena perancangan kampanye ini dibuat dalam bentuk *event* akan diberikan *tagline* yaitu "*fun, fit, with foot*".

Dalam *tagline* terdapat empat kata yang menggunakan bahasa Inggris, pertama *fun* yang artinya menyenangkan, kemudian *fit* yang artinya sehat atau bugar, lalu *with* yang artinya dengan, dan yang terakhir *foot* yang artinya kaki. Arti keseluruhan dari *tagline* tersebut yaitu khalayak sasaran dapat memiliki badan yang sehat dan juga bugar bergerak menggunakan kaki dengan cara yang

menyenangkan juga menantang bagi kalangan remaja, yaitu dengan menggunakan *board game* di dalam *event*.

Tagline tersebut dipilih menggunakan bahasa Inggris dikarenakan khalayak sasaran kalangan remaja ini selalu mengikuti perkembangan zaman termasuk dari segi bahasa, seringnya menggunakan bahasa Inggris tersebut dan dipilih dengan tiga kata yang berawalan huruf sama akan yaitu *fun, fit, foot* akan mempermudah khalayak sasaran untuk mengingatnya.

III.2.6.2 *Storyline*

Storyline merupakan gagasan atau naskah cerita yang memberitahukan alur cerita. Dalam perancangan ini *storyline* yang dipaparkan adalah penjelasan seputar tentang cara bermain pada media utama yakni *board game,* berikut paparannya:

- Pertama, akan dipilih empat pemain untuk menjadi pemain pada *board game* yang masing-masing pemain akan menggunakan ikat lengan berbeda warna, yaitu merah, kuning, hijau, dan biru
- Kedua, semua pemain akan berdiri di petak pertama *board game* sebagai garis *start,* lalu satu-persatu pemain akan melempar dadu dan pemain akan jalan terlebih dahulu jika dadu yang dilempar menampilkan bulatan berjumlah enam
- Ketiga, jika semua pemain sudah berjalan menyusuri petak, pemain akan berhadapan dengan empat wilayah yang berbeda, yaitu aspal trotoar tidak rata, jalan bebatuan dan kering, jalanan yang berlubang juga becek, yang terakhir kawasan yang masih terdapat tumbuh-tumbuhan hijau
- Keempat, pada setiap kawasan pemain akan dihadapkan pada bintang yang jika pemain menginjak petak berbintang tersebut diharuskan mengambil kartu yang sama dengan warna bintang yang diinjak, selain bintang ada juga jejak sepatu dan beberapa fasilitas untuk naik ke petak selanjutnya dengan waktu singkat seperti jembatan batu, tangga kayu, dan jembatan kayu yang sudah rusak menggantung bisa menjadikan pemain maju lebih cepat kemudian berbanding terbalik jembatan dan tangga, ada beberapa jejak sepatu dalam *board game* tersebut yang berfungsi jika ada pemain yang menginjak bagian

petak tersebut akan turun pada petak sebelumnya sesuai dengan jejak tersebut mengarah pada petak yang dituju

- Kelima, pemain harus mengikuti semua intruksi yang ada pada kartu yang didapat sesuai warnanya, dalam kartu berwarna merah muda akan berisi peruntungan dan dalam kartu berwarna hijau berisi tantangan, lalu dalam kartu berwarna emas akan berisi beberapa keuntungan yang bersifat berlaku selama permainan
- Keenam, pemain pertama yang dapat menginjak petak terakhir pemain tersebut akan menjadi pemenangnya

Selain itu ada juga tabel kegiatan yang dibentuk oleh para panitia yang telah tergabung untuk membuat *event* berjalan dengan lancar dan sukses maka dibuatah sebuah susunan acara yang teratur dan tertib sesuai pada waktu dan kegiatan yang seharusnya dilakukan oleh para peserta *event* supaya berjalan dengan mestinya. Jadwal diadakan dari awal hingga akhir penutupan dan pelepasan atribut kegiatan. Berikut adalah beberapa susunan kegiatan serta pembagian waktunya.

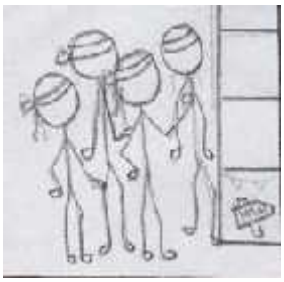
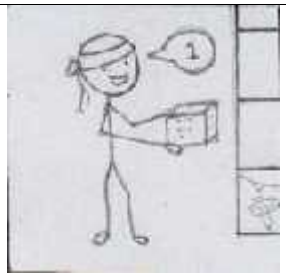
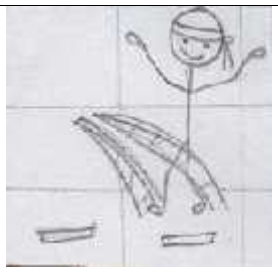
Tabel III.2 Susunan Acara
Sumber: Dokumen pribadi

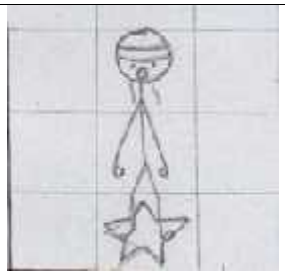
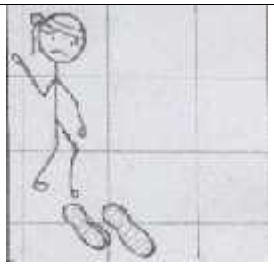
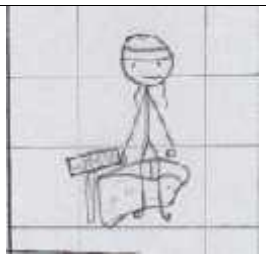
Waktu	**Acara**	**Oleh**
07.00-08.00	Persiapan lanjutan *event*	Panitia
09.00-09.30	Penjelasan tentang prosedur kegiatan yang akan dilakukan	Pembawa acara
09.30-11.00	Dimulainya *fun walk*	Para peserta
10.30-11.00	Istitirahat & makan	Pengisi acara
11.30-12.30	Permainan *board game*	Para peserta
12.30-13.00	Pengumuman *doorprise*	Pembawa acara
13.00-14.00	*Photo booth* / pulang	Para peserta
14.00-15.00	Pelepasan atribut *event*	Panitia

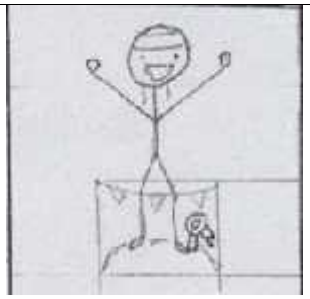
III.2.6.3 *Storyboard*

Dalam *storyboard* hanya akan menampilkan proses media utama, yaitu *board game*. Diantanya adalah bagaimana cara memainkan dan susunan peraturan yang harus dilakukan oleh pemain yang juga merupakan peserta dalam *event Fun MOKA Walk*, berikut penjelasannya:

Tabel III.3 *Stroryboard*
Sumber: Dokumen pribadi

Gambar	Jalan Cerita
	Sebelum memulai permainan akan dipilih empat orang untuk dijadikan pemain dan akan berdiri di luar arena *board game* sebelum melempar dadu
	Satu persatu pemain akan bergilir melempar dadu berukuran besar, pemain yang terlebih dahulu mendapat angka enam akan maju terlebih dahulu ke arena *board game*
	Jika pemain mendapat angka enam lalu diperbolehkan masuk ke dalam arena *board game* terlebih dahulu, pemain tersebut tinggal mengikuti arah jalan sesuai petunjuk yang ada
	Jika dalam perjalan pemain menemukan jembatan batu dalam petak yang dipijak oleh pemain, permain tersebut diperbolehkan berpindah petak sesuai arah jembatan yang dituju untuk mempercepat langkah

	Dalam beberapa petak *board game* pemain akan menemukan bintang dengan warna yang berbeda, yaitu hijau untuk memperoleh kartu peruntungan dan merah muda untuk mengambil kartu tantangan
	Dalam beberapa petak juga menampilkan jejak kaki yang jika pemain berhenti pada petak berisi jejak tersebut pemain diharuskan turun mengikuti jejak kaki tersebut
	Pemain tidak bisa melanjutkan permainannya jika menginjak petak yang menampilkan plang tukang palak dan hanya bisa kembali bermain ketika pemain mendapat angka enam dari dadu atau diselamatkan oleh pemain lain
	Sama halnya dengan plang tukang palak, di petak lain juga terdapat plang lumpur hisap dan jika pemain menginjak petak tersebut tidak bisa melanjutkan permainan kecuali mendapat angka enam atau diselamatkan pemain lain
	Selain ada jembatan batu, ada juga jembatan kayu yang terputus untuk pemain bisa mempercepat menuju petak yang lain
	Sama seperti jembatan, dalam *board game* ada juga tangga kayu berguna untuk mempecepat pemain menuju petak teratas

	Setelah berhasil melewati semua rintangan yang ada dalam *board game* dan berhasil menuju petak terakhir pemain tersebut akan keluar sebagai pemenangnya

III.2.6.4 Visualisasi

Penemuan gagasan visualisasi berawal dari beberapa hambatan yang menjadi awal permasalahan dan nantinya akan menjadi penggagas visual dalam media utama berupa *board game.* Permasalahan ini yang dirasakan langsung oleh khalayak sasaran diantaranya adalah trotoar yang rusak juga tidak sesuai untuk pejalan kaki, jalan bebatuan dan berdebu, jalan tidak rata juga berlumpur, dan terakhir lahan hijau yang masih ada di daerah kota Cimahi.

III.2.7 Strategi Media

Setelah merancang pendekatan komunikasi dan strategi kreatif maka selanjutnya adalah strategi media untuk menyampaikan pesan terhadap khalayak sasaran yang telah ditentukan. Pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami juga dirasakan langsung oleh khalayak sasaran. Media yang akan dibuat terbagi menjadi dua bagian, yaitu media utama dan media pendukung.

Dalam media utama akan merancang sebuah *board game* berukuran besar dengan perpaduan tampilan dan cara bermain seperti ular tangga dan monopoli. Namun *board game* yang dibuat sebagai media utama ini akan dibuat dengan ukuran besar yang jika pada ular tangga dan monopoli benda yang menjadi pemainnya adalah boneka plastik berukuran kecil, beda halnya dengan *board game* ini akan dimainkan oleh orang sebagai pemainnya. Ukuran *board game* akan dibuat dengan ukuran 250cm x 150cm berbentuk potrait yang akan dilengkapi dengan dadu yang berukuran 20cm pada tiap sisinya. Hal tersebut bertujuan agar pemain ikut bergerak dan melangkah dalam memainkannya.

Untuk media pendukung telah dibuat beberapa media untuk mendukung perancangan kampanye ini, yaitu *banner*, *flyer*, poster, formulir, karcis parkir, gelang peserta, tiket peserta, tiket masuk, *photo booth*, ikat lengan, bendera *event* dan stiker.

Selain itu juga ada media pengingat yang akan khalayak sasaran dapatkan setelah mengikuti dan berpartisipasi dalam kampanye, seperti *tumbler*, kaos, kipas mini, dan *totebag*.

III.2.7.1 Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah berupa *board game* dengan ukuran panjang 250 cm dan lebar 150 cm. Alasan memilih *board game* dikarenakan agar para remaja yang berpartisipasi dalam *event* dapat merasakan olahraga yang menyenangkan juga menyehatkan dan tidak monoton. Di dalam *board game* tersebut menampilkan ilustrasi yang sesuai dengan wilayah khalayak sasaran, diantaranya adalah trotoar yang sudah tidak berfungsi pada seharusnya, wilayah panas, daerah dengan jalan yang tidak rata seperti becek juga berlumpur, dan terakhir adalah kawasan yang masih hijau di wilayah Cimahi. Media ini dibuat sekreatif mungkin agar khalayak sasaran mempunyai rasa ketertarikan juga keinginan untuk ikut berpastisipasi bergerak dengan berpartisipasi dalam permainan yaitu jalan kaki menggunakan *boardgame* berukuran besar sebagai media utamanya.

Untuk melengkapi *board game* akan dibuat tiga jenis kartu dalam permainan tersebut, yaitu kartu peruntungan berwarna merah muda, kartu tantangan berwarna hijau, dan kartu emas berwarna emas yang memiliki ukuran 10 cm x 7 cm tiap kartunya. Setiap warna kartu memiliki petunjuk yang berbeda bagi pemain yang mendapatkan kesempatan mengambil kartu. Selain itu juga ada dadu untuk memulai dan berjalannya permainan. Pemain akan melempar dadu setiap kali akan melangkah ke petak selanjutnya. Jumlah dadu dalam permainan hanya satu buah dan ukuran dadu adalah 20 cm x 20 cm yang mempunyai warna putih dengan bulat berwarna hitam sebagai jumlah angka.

III.2.7.2 Media Pendukung

Sesuai dengan fungsinya media pendukung adalah media untuk mendukung tersampainya pesan atau informasi yang hendak disampaikan media utama. Pemilihan media pendukung ini telah ditentukan berdasarkan dengan *point of contact* yang terdapat pada bagian *consumer journey* berdasarkan khalayak sasaran, diantaranya adalah:

- **Konten Media Sosial**

  Media sosial merupakan sebuah media *online* yang dapat dipergunakan oleh pengguna dengan mudah untuk berpastisipasi ataupun berbagi pengalaman. Saat ini media sosial menjadi media yang sangat efektif untuk berpromosi. Setelah meilihat dari *consumer journey* kebanyakan khalayak sasaran pada kalangan remaja akhir cukup sering menggunakan media sosial yang terdapat pada ponselnya. Media sosial yang dipilih hanya dua, *instagram* dan *twitter*. Untuk konten media *twitter* dipergunakan untuk khalayak sasaran yang bersedia menjadi peserta dan ikut berpartisipasi pada kampanye yang diadakan menjadi ajang pendaftaran. Untuk konten *instagram*, peserta dapat berbagi pengalaman berupa cerita, foto, maupun video dengan tanda pagar atau *hastag* yang telah ditentukan. Hal tersebut berguna untuk memundahkan khalayak sasaran mencari info seputar kampanye ataupun kegiatan tersebut.

- **Media Luar Ruangan**

  Selain menggunakan media sosial sebagai ajakan berupa digital, perancangan ini juga menggunakan media cetak sebagai ajakan agar khalayak sasaran yang telah ditetapkan sasarannya dapat lebih mengetahui info sekilas maupun mendalam yang telah diberikan, seperti:

- **Poster**

  Menggunakan poster sebagai media pendukung cukup efektif ditempatkan di luar ruangan untuk memberikan informasi tentang *event* kepada khalayak sasaran yang berada di daerah kota Cimahi. Dengan memasang poster di mading ataupun tempat untuk memasang poster yang sudah mendapat izin resmi akan mempermudah khalayak sasaran membacanya. Dengan

memasang poster diharapkan dapat berhasil menarik perhatian khalayak sasaran di kawasan yang telah ditetapkan dan membuat khalayak sasaran berkenan untuk mengikuti kegiatan yang akan diselenggarakan pada waktu dan tempat yang telah ditetapkan juga.

- ***Banner***

  Media pendukung berupa *banner* cocok ditempatkan pada kawasan yang jarak pandang yang cukup jauh. *Banner* juga cocok dipasang di tempat yang sering dijadikan berkumpul oleh para remaja seperti tempat perbelanjaan, area taman dan kota Cimahi. Media ini mudah untuk dipindahkan untuk mempromosikan pada tempat yang sering dikunjungi oleh para remaja. Menggunakan *banner* sebagai media penarikan perhatian dengan ukuran cukup besar yang dapat membuat masyarakat terutama khalayak sasaran mempunyai rasa penasaran untuk melihatnya.

- ***Flyer***

  Flyer yang berisikan info sekilas hanya akan disebarkan dan diberikan kepada para remaja sebagai khalayak sasaran dikawasan yang sering dikunjungi dan dilalui, seperti taman kota, tempat makan, tempat perbelanjaan, dan toko buku. Tempat paling utama yang akan dipilih untuk membagikan *flyer* adalah taman kota yang selalu ramai dikunjungi oleh para remaja. Menggunakan *flyer* sebagai media untuk menyebarkan informasi secara singkat yang dapat memudahkan kalangan remaja menerima informasi yang dibuat.

- **Brosur**

  Media pendukung selanjutnya adalah brosur, media ini akan diberikan pada peserta di area *event* setelah kegiatan gerak jalan berlangsung. Di dalam brosur tersebut terdapat beberapa manfaat jika melakukan olahraga jalan kaki dan juga efek buruk dari kurangnya olahraga ringan seperti jalan kaki. Brosur ini merupakan media penyampaian informasi dengan kalimat dan ilustrasi yang diharapkan akan mudah dipahami oleh kalangan remaja.

- **Formulir**

  Formulir akan dibagikan kepada khalayak sasaran setelah diberikan informasi dan himbauan tentang kampanye melalui *event* yang akan diadakan melalui panitia dan beberapa media pendukung yang sebelumnya telah disebar. Para remaja yang tertarik dengan *event* bisa langsung mengisi formulir yang dibagikan langsung oleh panitia ataupun mengisinya secara *online* melalui akun media sosial yang disediakan ataupun datang pada hari berlangsungnya *event* dan mengisi formulir di tempat.

- **Karcis parkir**

  Setelah khalayak sasaran melakukan beberapa persyaratan untuk bergabung pada *event* dan telah sampai ditempat penyelenggaraan gerak jalan sehat akan diberikan satu lembar kecil karcis parkir untuk satu kendaraan bagi peserta dengan jarak tempuh yang jauh antara rumah dan taman kota.

- **Tiket masuk**

  Ketika para peserta hendak memasuki kawasan *event* akan diberikan satu lembar tiket untuk satu orang, pada tiket tersebut ada dua bagian yang terpisah dengan garis putus-putus berwarna putih, satu bagian disimpan oleh peserta dan satu bagian lainnya akan diberikan pada panitia untuk nanti diakhir acara akan diundi menentukan beberapa peserta beruntung yang akan mendapatkan hadiah menarik.

- **Gelang peserta**

  Bersamaan dengan diberikannya tiket masuk, peserta juga akan dipasangkan gelang oleh panitia sebagai salah satu anggota yang ikut berpartisipasi dalam *event.* Pada gelang peserta juga tertulis nomor urutan peserta sesuai dengan urutan peserta yang terlebih dahulu mendaftarkan diri dalam *event* melalui media sosial dan kemudian disusul oleh peserta yang daftar langsung melalui panitia ketika menyebarkan *flyer* maupun di tempat *event* ketika berlangsung.

- **Stiker**

  Setelah kegiatan gerak jalan bersama berlangsung dan mulai memasuki waktu istirahat juga makan bersama di tenda makanan dan minuman yang telah disediakan dalam *event,* para peserta akan dibagikan berbagai macam dan bentuk stiker sebagai tanda pernah mengikuti dan berpartisipasi kegiatan tersebut.

- **Ikat lengan**

  Peserta beruntung yang terpilih memainkan *board game* sebagai media utama ini akan diberikan ikat kepala masing-masing satu orang satu ikat lengan yang akan digunakan oleh peserta sebagai tanda salah satu pemain dari *board game,* yang terdiri dari empat warna yaitu merah, kuning, hijau, dan biru. Setelah empat pemain awal telah menyelesaikan permainannya, peserta lainnya juga diperbolehkan untuk memainkan *board game* tersebut.

- **Media Pengingat**

  Selain ada media utama dan pendukung ada juga media pengingat untuk para peserta, jika *event* sudah berakhir peserta dapat kembali mengingat masa ketika mengikuti *event*. Setelah membayar biaya pendafataran peserta akan mendapatkan beberapa kenang-kenangan dari *event* sebagai tanda pernah berpartisipasi pada kampanye, seperti:

- **Kaos**

  Pada berlangsung *event* khalayak sasaran sebagai para peserta akan diberikan kaos dengan ukuran yang sebelumnya menawarkan ukuran sesuai pada pihak *event* ketika mendaftar secara *online,* beda dengan peserta yang mendaftar langsung mendapatkan ukuran kaos yang telah disediakan tanpa bisa memilih.

- ***Tumbler***

  Untuk media pengingat *tumbler* akan diberikan kepada beberapa peserta yang berpartisipasi pada kampanye. Namun tidak semua peserta diberikan media pengingat yang satu ini, hanya lima puluh dari tiga ratus orang pendaftar

pertama yang bisa mendapatkannya. Hal tersebut untuk memicu khalayak sasaran berlomba-lomba mendaftar lebih awal.

- **Kipas**

  Sama dengan *tumbler*, kipas mini elektrik tidak akan diberikan pada semua peserta, hanya akan diberikan kepada lima belas peserta yang beruntung dari hasil undian pada separuh bagian tiket masuk yang diberikan pada panitia.

- ***Totebag***

  Totebag sama seperti kaos yang akan diberikan pada setiap peserta yang datang pada kampanye sebagai media pengingat yang sangat bermanfaat. *Totebag* dapat dipergunaan oleh peserta selepas dari berlangsungnya *event.*

III.2.7.3 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Media utama berupa *board game* ini akan dipamerkan dan dimainkan oleh khalayak sasaran yang merupakan peserta pada kegiatan *event fun MOKA walk* berlangsung. Pada pelaksanakan acara pada tanggal 1 Oktober 2018 di taman kota Cimahi dan tabel perancangan media *event* juga penyebaran media pendukung dan pengingat strategi distribusi sampai waktu pelaksanaan *event*, berikut paparannya:

- **Perancangan media kampanye *board game* dalam *event Fun MOKA Walk Cimahi***

  Untuk membuat *event* yang benar-benar berjalan lancar dan sesuai keinginan dibutuhkan beberapa persiapan yang matang sampai sebelum dibuatnya kegiatan sungggguhan pada waktu dan tempat yang telah ditetapkan agar dapat berjalan dengan lancar dan teratur juga meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan terjadi. Perencanaan media ini disesuaikan sama seperti kegiatan olahraga ataupun kegiatan musik, dan sebagainya.

  Akan terdapat media yang disebar, sasaran yang telah ditetapkan, tujuan disebarkan media tersebut kepada sasaran. Berikut merupakan susunan pada *event* disesuaikan dengan keadaan dan kondisi memungkinkan:

Tabel III.4 Perencanaan Media *Event*
Sumber: Dokumen pribadi

Media	**Sasaran**	**Tujuan**
Tanda pengenal	Ketua RT/RW	Membentuk panitia
Poster, *flyer*, b*anner*	Kalangan remaja	Pendekatan
Formulir, brosur	Khalayak sasaran	Persetujuan peserta
Karcis, gelang, tiket	Khalayak sasaran	Tanda anggota *event*
Stiker, ikat lengan	Khalayak sasaran	Pemain *board game*
Tumbler, kaos, kipas mini, *totebag*	Khalayak sasaran	Pengingat momen

- **Penyebaran media kampanye *board game* dalam *event Fun MOKA Walk Cimahi***

  Berikut adalah tabel waktu susunan pembagian media pendukung dan media utama kepada khalayak sasaran yang merupakan peserta kegiatan dan akan disebar selama dua bulan sebelum kegiatan dimulai pada tanggal 1 Oktober 2018 sesuai susunan, berikut paparannya adalah:

Tabel III.5 Waktu Penyebaran Media
Sumber: Dokumen pribadi

Media	Agustus				September				Oktober	Tempat (Cimahi)	Cara
	Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1		
Konten Instagram dan twitter										Ponsel dan Komputer	Disebar dan mengikuti teman sosial media
Poster										Taman, mading jalan	Dipasang di mading taman dan mading jalan
										Taman, trotoar	Dipasang di taman dan

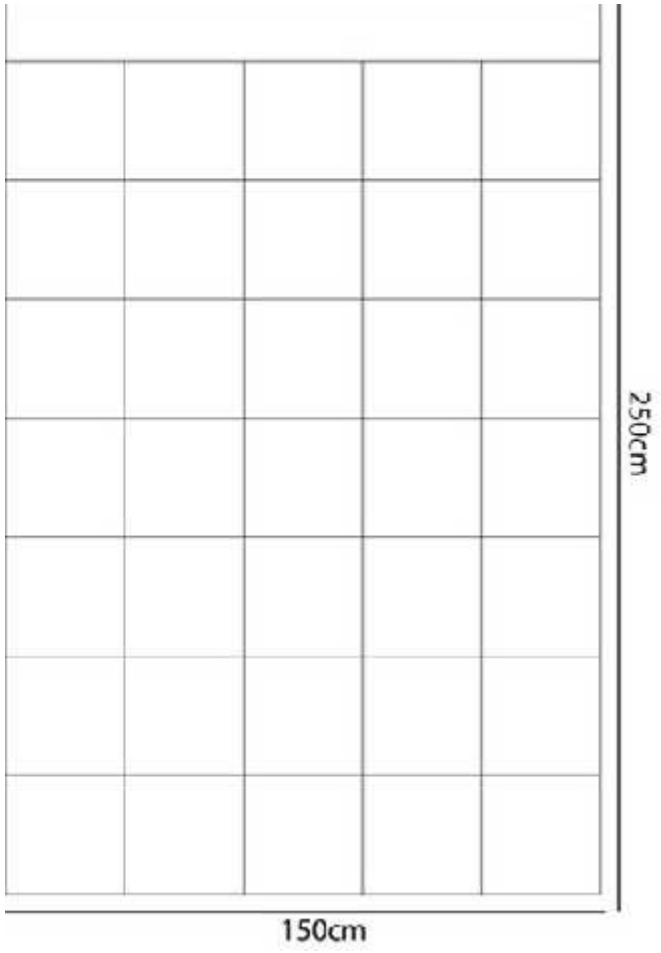
Banner											trotoar
Flyer										Taman, trotoar, toko perbelanjaan	Dibagikan pada khalayak sasaran secara acak
Formulir										Taman, trotoar	Dibagikan, setelah diisi difoto dan diunggah di akun sosmed
Karcis parkir, gelang, tiket, brosur										Tempat parkir, arena *fun walk*	Diberikan setelah peserta tiba di arena *fun walk*
Stiker, ikat lengan										Arena *fun walk*	Diberikan ketika jam istirahat
Tumbler, kaos, kipas mini, *totebag*										Arena *fun walk*	Diberikan di arena *fun walk* sebelum gerak jalan
Board game										Arena *fun walk*	Dipamerkan dan dimainkan pada peserta

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan *board game* sebagai media utama untuk kampanye yaitu merupakan hasil dari menggabungkan ilustrasi *vector* dengan sedikit unsur budaya Sunda. Dipilih dengan gaya *vector* dikarenakan mudah untuk diterima dan termasuk ilustrasi yang tengah digandrungi oleh para remaja masa ini dan digabungkan dengan budaya Sunda karena sesuai dengan penyebaran media yaitu kota Cimahi.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan pada media utama yaitu *board game* berbentuk persegi panjang potrait dengan ukuran besar, yaitu 250cm x 150cm dengan masing-masing petak berukuran 30cm persegi.



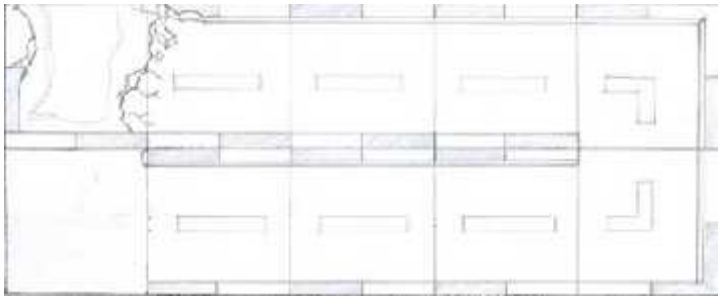
Gambar III.3 Format Desain *Board Game*
Sumber: Dokumen pribadi

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Menurut Gavin Amborse dan Paul Harris (2005) dalam buku Desain Komunikasi Visual, "*Layout* merupakan penyusunan dari beberapa elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini disebut dengan manajamen bentuk dan bidang" (h.74).

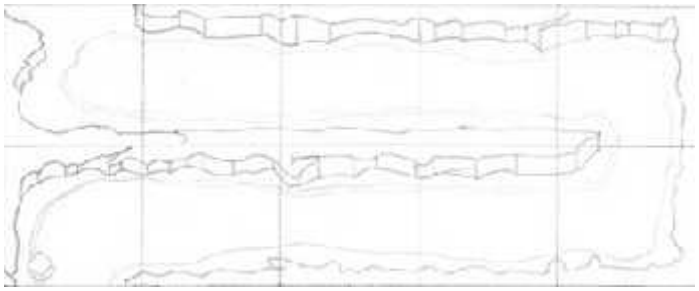
Namun jika dilihat secara umum *layout* adalah tata letak bidang atau ruang. Dalam perancangan media utama menggunakan prinsip *layout unity* atau tata letak kesatuan. Seperti terlihat pada sketsa *board game* terbagi menjadi empat suasana yang berbeda namun masih berhubungan dalam satu area. *Unity*, yaitu merupakan kesatuan pada desain secara keseluruhan, elemen yang digunakan haruslah saling berkaitan dan berhubungan dan disusun secara tepat.

Pada bagian paling bawah *board game* akan menampilkan ilustrasi berupa jalanan aspal dengan trotoar kecil seperti jalan pada umumnya sebanyak sepuluh petak.



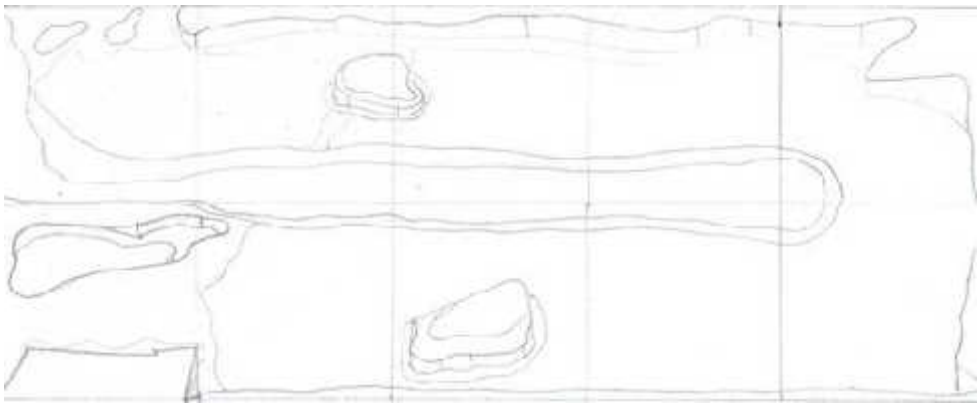
Gambar III.4 Sketsa Ilustrasi Jalan Aspal
Sumber: Dokumen pribadi

Pada sepuluh petak selanjutnya setelah ilustrasi jalan disambung ilustrasi jalanan berbatuan, berdebu, sedikit masih ada unsur tanah dan tidak rata.



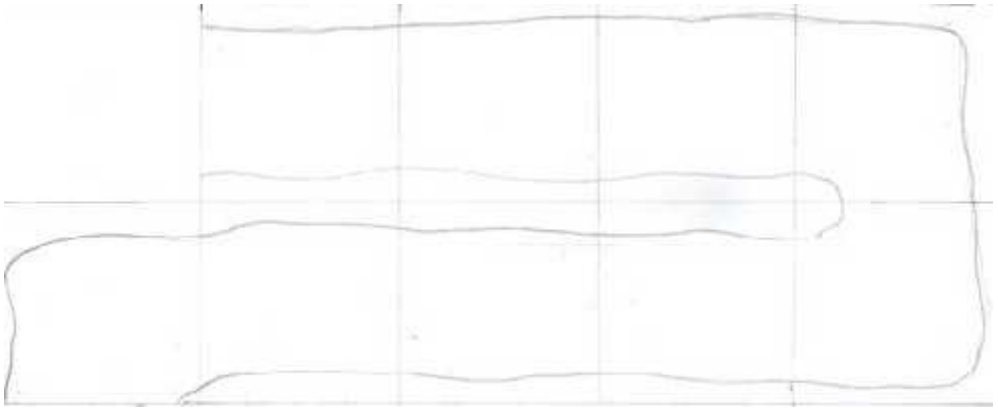
Gambar III.5 Sketsa Ilustrasi Jalan Bebatuan
Sumber: Dokumen pribadi

Kemudian sepuluh petak selanjutnya pada tingkatan ketiga dari bawah akan dibuat ilustrasi menyerupai jalanan tidak beraspal juga dengan keadaan yang becek dan berlumpur. Area jalanan seperti ini cukup sering ditemukan di daerah kota Cimahi yang diberikan kesan sedikit berlebih seperti genangan air yang cukup banyak juga bebatuan yang memiliki ukuran cukup besar di beberapa petak dalam area ilustrasi bagian ini.



Gambar III.6 Sketsa Ilustrasi Jalan Berlumpur
Sumber: Dokumen pribadi

Sepuluh petak terakhir dan teratas sekaligus menuju petak untuk menentukan pemain yang akan menjadi pemenang diberikan ilustrasi berupa kawasan yang masih hijau sesuai dengan beberapa daerah yang ada di kota Cimahi.



Gambar III.7 Sketsa Ilustrasi Kawasan Hijau
Sumber: Dokumen pribadi

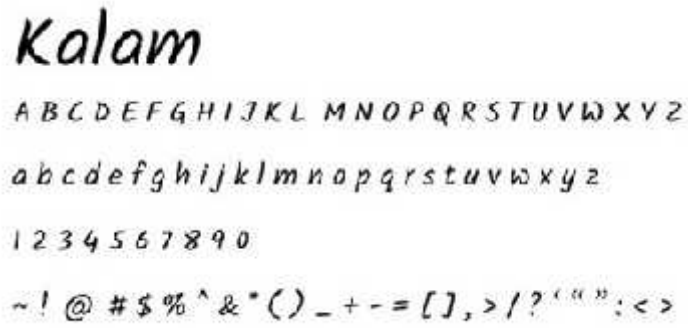
III.3.3 Tipografi

Menurut David Crystal (1987) dalam buku Desain Komunikasi Visual, “Tipografi atau huruf merupakan sebuah kajian mengenai fitur-fitur grafis dari lembar halaman” (h.51).

Tipografi yang dipakai dalam *board game* sebagai media kampanye tidaklah terlalu banyak karena yang paling diutamakan di dalamnya adalah visual untuk menarik khalayak sasaran. Huruf yang digunakan dalam *board game* hanya sedikit yang hanya terletak pada judul permainan *board game* juga pada beberapa plang yang sudah diatur peletakannya.

Dalam media utama dan pendukung memakai tiga jenis *font*, yaitu Kalam, Times New Roman, dan Myriad Pro. Ada dua jenis huruf yang termasuk ke dalam anggota sans serif yaitu Kalam dan Myriad Pro, kemudian satu huruf dari anggota serif yaitu Times New Roman.

Jenis huruf yang pertama adalah Kalam. kalam dipilih karena menyerupai seperti tulisan tangan menggunakan pena tipis dan mewakilkan sifat remaja yang ekspresif, tidak kaku dan bersemangat. Meskipun bentuk huruf kalam seperti tulisan tangan tapi huruf telah dioptimalkan untuk penempatan teks pada layar maupun pada media yang telah dicetak. Huruf ini dapat di *download* secara gratis dan berlisensi *free for commercial use* artinya dapat diperjual belikan.



Gambar III.8 Huruf Kalam
Sumber: Dokumen pribadi

Selanjutnya ada huruf Myriad Pro, jenis huruf ini termasuk ke dalam anggota sans serif atau huruf tanpa sirip. Huruf ini dipakai pada beberapa media pendukung

untuk memberikan info, alasan memillih jenis huruf ini karena terkesan modern, lugas, sederhana, dan mudah dibaca. Myriad dirancang oleh Carol Twombly dan Robert dari *Adobe Originals* dan tidak gratis, ini tersedia dari *Adobe* untuk lisensi server dekstop. Ini tersedia melalui *Adobe* via *typekit.*



Gambar III.9 Huruf Myriad Pro
Sumber: Dokumen pribadi

Untuk pemilihan huruf yang terakhir adalah Times New Roman, huruf ini hanya dipakai pada dua plang yang berada dalam *board game* sebagai peringatan. Huruf ini tidak dipakai pada teks yang lainnya lagi karena terlihat jenuh untuk remaja.



Gambar III.10 Huruf Times New Roman
Sumber: Dokumen pribadi

Huruf Times New Roman dirancang oleh Stanley Morrison. Huruf yang sudah ada di dekstop ini pada awalnya hanya melakukan pembayaran ketika mengunggah saja dan tidak dikenakan biaya apapun setelah huruf di *download*. Times New Roman berlisensi *free for personal use* atau dapat digunakan pada produk komersil, dan bisa dipergunakan untuk kepentingan pribadi.

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Rohidi (1990) dalam laman Seputar Pengetahuan “Ilustrasi merupakan gambaran melalui elemen seni bertujuan untuk menerangkan, memperjelas, atau memperindah teks agar pembaca dapat ikut melihat dan merasakan langsung kesan dari cerita yang disajikan.”

Ilustrasi yang digunakan dalam pembuatan media utama *board game* adalah *vector* yang dibuat menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator.*

III.3.4.1 Ilustrasi Latar

Pada perancangan media utama berupa *board game* ilustrasi yang digunakan yaitu perpaduan gambar *vector* dengan budaya dan keadaan yang ada di kota Cimahi. Dlihat dari *board game* dengan bentuk persegi panjang potrait dengan jumlah petak sebanyak empat puluh dan terbagi menjadi empat kawasan dengan ilustrasi yang berbeda.

Dimulai dari sepuluh petak terbawah menampilkan ilustrasi jalanan beraspal dengan trotoar yang kecil, kemdian di petak awal ada beberapa helai bendera dan sebuah papan dengan lambang *start* yang mengarah ke petak lainnya untuk memulai permainan.



Gambar III.11 Jalan Aspal
Sumber: Dokumen pribadi

Pada petak selanjutnya akan menampilkan ilustrasi yang berbeda jika pada sepuluh petak pertama menunjukkan jalan raya, sepuluh petak selanjutnya ini berupa jalan tidak beraspal, tidak rata, bebatuan yang menyatu dengan tanah, dan beberapa tanda seperti, marka belok kanan untuk menunjukkan arah yang harus ditempuh oleh pemain kemudian akan ada plang tukang palak pada kawasan berdebu tersebut.



Gambar III.12 Jalan Bebatuan
Sumber: Dokumen pribadi

Sepuluh petak selanjutnya menampilkan ilustrasi berupa jalanan yang terdapat genangan air dan lumpur sesuai dengan beberapa jalan yang tidak terurus. Pada petak pertama kawasan ini akan ada ilustrasi berupa kubangan lumpur dengan plang lumpur hisap, ilustrasi tersebut hanya gambaran tambahan yang dilebih-lebihkan untuk pelengkap sebagai tantangan bagi pemain yang bermain.



Gambar III.13 Jalan banjir dan Berlumpur
Sumber: Dokumen pribadi

Lalu sepuluh petak terakhir dan teratas menampilkan ilustrasi kawasan yang masih hijau perpaduan tanah dan rumput liar, juga ada beberapa batu kecil dan batang pohon yang sudang ditebang. Di kawasan hijau juga terdapat tumbuhan bambu yang masih ada di daerah Cimahi kemudian pada petak terakhir akan ada bukit kecil dengan bendera *event* tertancap di atasnya merupakan garis akhir pemain untuk memenangkan permainan.



Gambar III.14 Lahan Hijau
Sumber: Dokumen pribadi

III.3.4.2 Ilustrasi Properti

Selain ilustrasi latar ada juga beberapa ilustrasi properti untuk melengkapi tampilan *board game* agar terlihat lebih menarik. Diantaranya adalah:

- Bendera dengan empat warna berbeda ini terdapat di awal petak sebagai tanda diadakannya *event* gerak jalan bersama yang tengah dilakukan



Gambar III.15 Bendera *event*
Sumber: Dokumen pribadi

- Papan kayu petunjuk arah dengan gambar MOKA di dalamnya dijadikan sebagai garis *start* untuk memulai permainan yang berada pada petak pertama



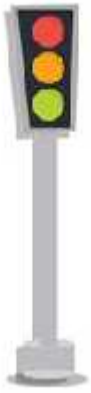
Gambar III.16 Papan Petunjuk
Sumber: Dokumen pribadi

- *Traffic cone* atau kerucut jalan diartikan sebagai himbauan sedang adanya kegiatan pada daerah tersebut



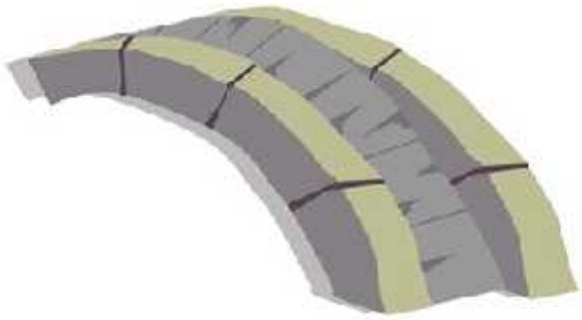
Gambar III.17 Kerucut jalan
Sumber: Dokumen pribadi

- Lampu rambu lalu lintas seperti jalan raya pada umumnya yang terdapat lampu rambu tersebut



Gambar III.18 Lampu rambu lalu lintas
Sumber: Dokumen pribadi

- Jembatan batu dibuat untuk mempercepat pemain naik ke petak yang terhubung dengan jebatan tersebut



Gambar III.19 Jembatan batu
Sumber: Dokumen pribadi

- Tiang listrik sebagai pelengkap ilustrasi



Gambar III.20 Tiang Listrik
Sumber: Dokumen pribadi

- Marka belok kanan sebagai petunjuk pemain mengikuti arah tersebut



Gambar III.21 Marka Arah
Sumber: Dokumen pribadi

- Plang tukang palak salah satu tantangan yang harus dlewati oleh pemain



Gambar III.22 Tukang Palak
Sumber: Dokumen pribadi

- Lumpur hisap juga merupakan tantangan pemain dan hanya bisa diselamatkan oleh pemain lainnya



Gambar III.23 Lumpur Hisap
Sumber: Dokumen pribadi

- Jejak sepatu akan membawa pemain mundur ke petak sesuai yang diarakan oleh jejak tersebut



Gambar III.24 Jejak Sepatu
Sumber: Dokumen pribadi

- Jembatan kayu yang terputus juga merupakan untuk mempercepat pemain menuju ke petak selanjutnya



Gambar III.25 Jembatan Kayu
Sumber: Dokumen pribadi

- Tangga kayu juga berfungsi sama seperti jembatan batu dan jembatan kayu untuk mempercepat langkah pemain



Gambar III.26 Tangga Kayu
Sumber: Dokumen pribadi

- Dalam *board game* juga terdapat dua bintang berwarna hijau merupakan intruksi pemain untuk mengambill kartu peruntungan dan merah muda untuk mengambil kartu tantangan yang sudah disediakan



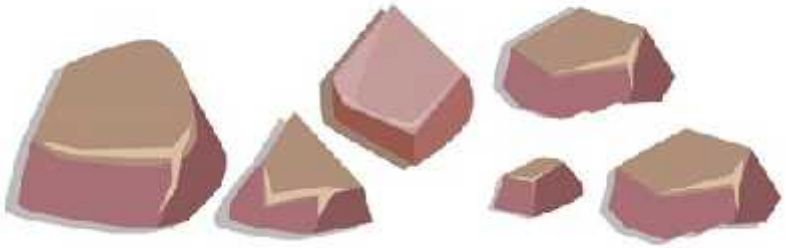
Gambar III.27 Bintang
Sumber: Dokumen pribadi

- Garis akhir dari permainan menampilkan ilustrasi medali dan bendera keberhasilan telah menyelesaikan permainan



Gambar III.28 Garis Akhir
Sumber: Dokumen pribadi

- Untuk melengkapi suasana *board game* dibuat beberapa bebatuan dan juga sebuah pohon bambu berukuran kecil



Gambar III.29 Bebatuan
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar III.30 Pohon dan Bambu
Sumber: Dokumen pribadi

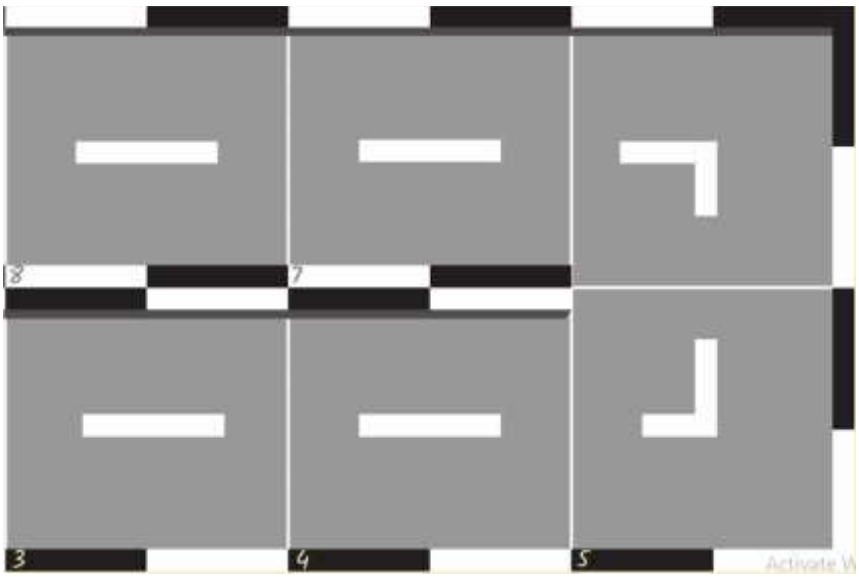
III.3.5 Warna

Warna merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam proses desain. Setiap warna memilik arti dan karakteristik masing-masing. Menurut buku Pengenalan Teori Warna (2008) “Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat dalam suatu cahaya sempurna” (h.2).

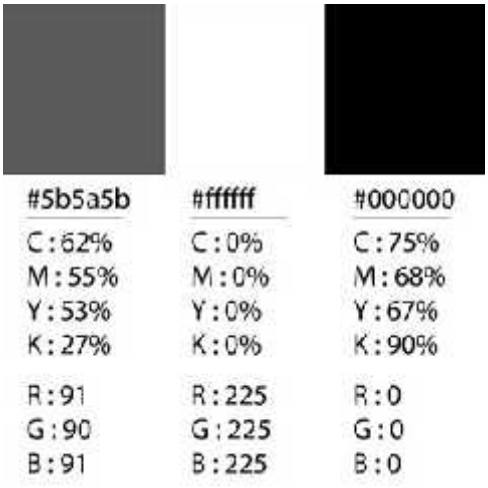
Sedangkan menurut Sandiningrat (2011) “dalam desain warrna merupakan komposisi yang sangat penting, komposisi yang artinya mengarang, membuat, atau mengubah.”

Pada media utama yaitu berupa *board game* menggunakan cukup banyak warna yang dipakai untuk diplikasikan pada berbagai ilustrasi yang dibuat. Warna yang digunakan hampir menyerupai warna asli dari benda yang dibuat ilustrasi dalam *board game* berdasarkan pengamatan dan penelitian, yaitu:

- **Area 1**

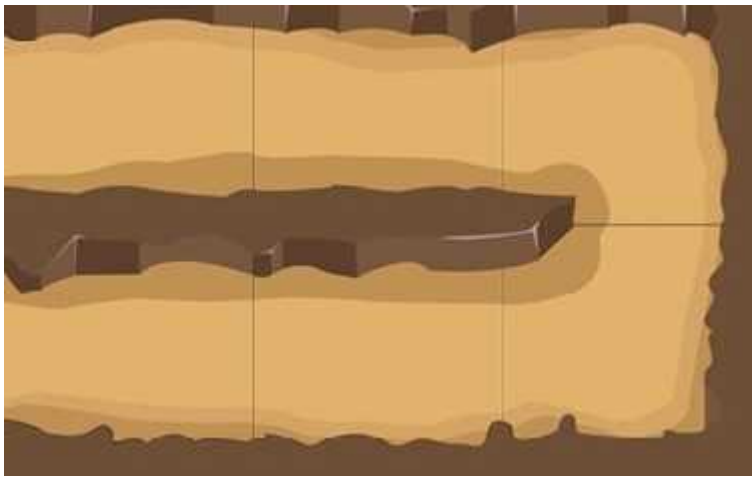


Gambar III.31 Area 1
Sumber: Dokumen pribadi

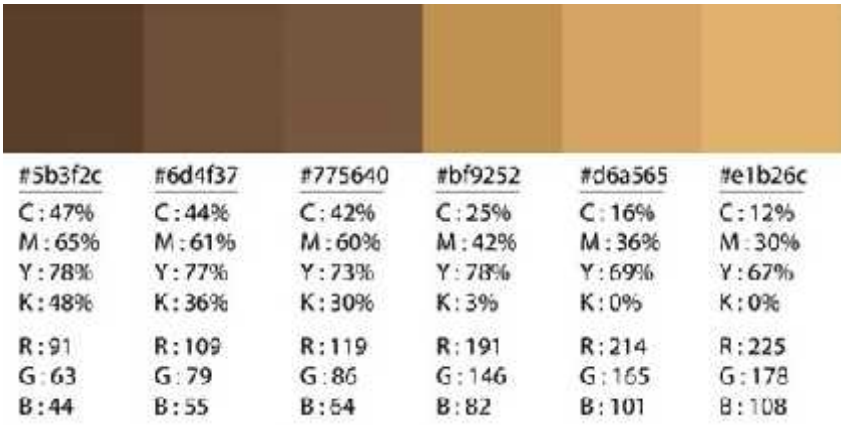


Gambar III.32 Skema 1
Sumber: Dokumen pribadi

- **Area 2**

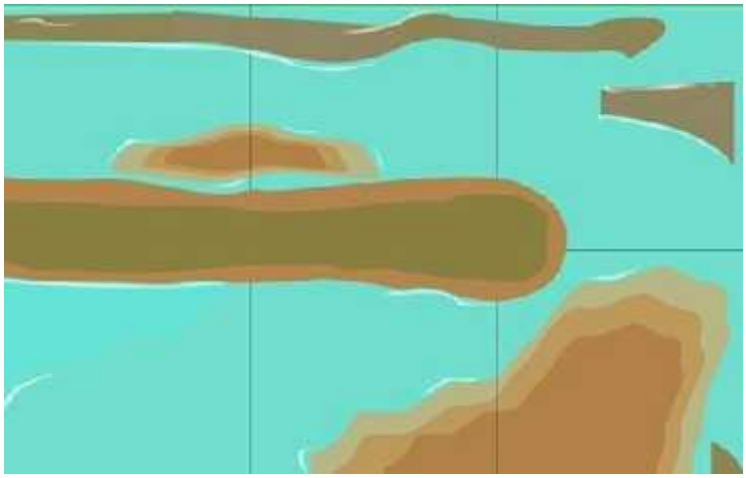


Gambar III.33 Area 2
Sumber: Dokumen pribadi

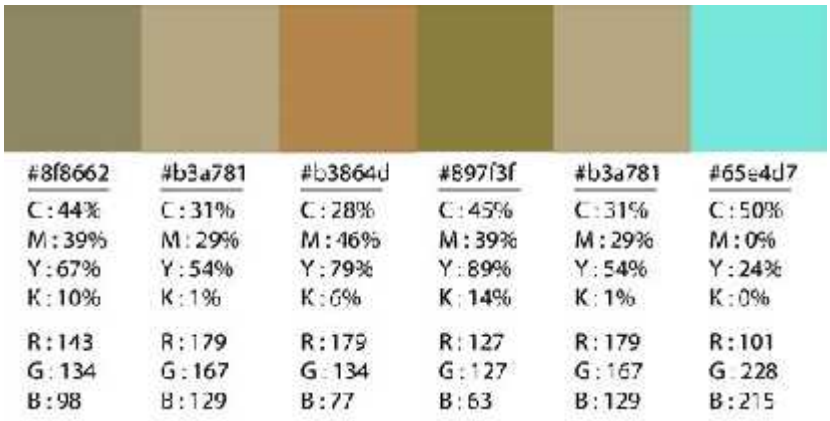


Gambar III.34 Skema 2
Sumber: Dokumen pribadi

- **Area 3**

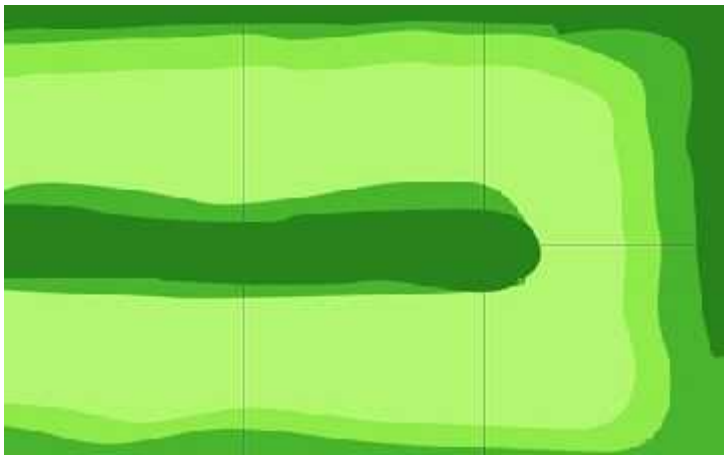


Gambar III.35 Area 3
Sumber: Dokumen pribadi

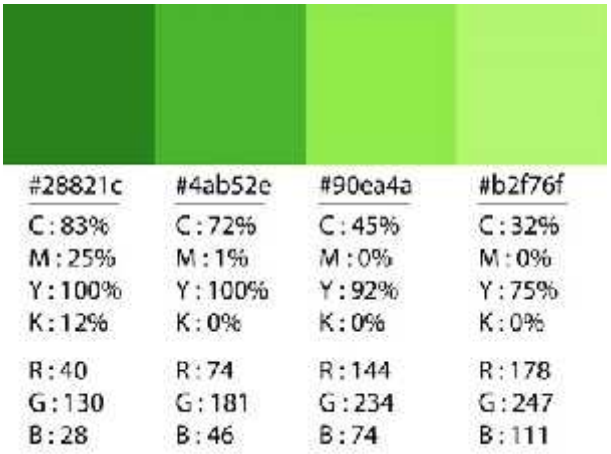


Gambar III.36 Skema 3
Sumber: Dokumen pribadi

- **Area 4**



Gambar III.37 Area 4
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar III.38 Skema 4
Sumber: Dokumen pribadi