

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

Konsep perancangan sangat diperlukan untuk menciptakan desain yang berkesan inovatif, kreatif dan mampu menjadi media yang dapat berguna untuk penulisan tugas akhir ini yang berjudul Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Sukseskan Program Vaksinasi Covid-19. Proses selanjutnya yaitu membuat konsep yang akan dibuat, disini penulis membuat perancangan untuk menentukan komponen desain dan ilustrasi yang akan digunakan dalam desain. Adapun konsep perancangan yang akan dibuat untuk sampai pada tahapan pengkaryaan yaitu sebagai berikut:

A. Analisa Data

Berdasarkan hasil identifikasi data, perancangan ini mendapat beberapa data yang ditentukan untuk dijadikan landasan pendukung perancangan iklan layanan masyarakat sukseskan program vaksinasi covid-19, diantaranya sebagai berikut :

1. Segmentasi Pasar

Guna tercapainya proses perancangan iklan layanan masyarakat sukseskan program vaksinasi covid-19, target ditentukan dengan berbagai pertimbangan sebagai berikut :

a. Segmentasi geografis

Umum : Seluruh wilayah di Indonesia

Khusus : Kota Solo

Kota solo merupakan wilayah yang dikhususkan dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini karena solo merupakan kota yang termasuk zona merah covid-19 dengan kasus yang terus melonjak serta banyaknya masyarakat yang masih meragukan vaksin Covid-19.

b. Segmentasi demografis

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Umur : 20-45 Tahun

Agama : semua agama

Kalangan : semua kalangan

c. Segmentasi psikografis

Psikologis laki-laki dan perempuan umur 20-45 tahun atau dewasa merupakan masa dimana kondisi psikologis sudah lebih matang dibandingkan usia remaja. Pada usia dewasa yang lebih rentan terhadap tuntutan untuk menyikapi vaksinasi covid-19. Secara kepribadian dalam bersikap sendiri juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan atau dari kepribadian individu sehingga berpengaruh pada kondisi psikologis terhadap pengambilan keputusan melakukan vaksinasi covid-19 ini.

d. Behaviour

Tingkah laku laki-laki dan perempuan umur 20-45 tahun yang memiliki interaksi sosial yang baik. Pada umur ini laki-laki dan perempuan masih produktif mengerjakan sesuatu untuk kebutuhan atau bersosialisasi di luar rumah dan lebih memiliki resiko yang besar terdampak covid-19.

2. USP (Unique selling Proposition)

Didalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini lebih menentukan isi sarana informasi yang akan disampaikan seperti informasi mengenai vaksin covid-19 dan pentingnya melakukan vaksinasi guna mengantisipasi penyebaran virus corona. Pemilihan bahasa yang mudah dipahami agar informasi mudah tersampaikan serta pemilihan bentuk visual yang disesuaikan dengan target market untuk menambah daya tarik.

3. ESP (Emotional Selling Proposition)

Iklan layanan masyarakat ini lebih membentuk motivasi yang kuat dan berkelanjutan terhadap kepercayaan masyarakat mengenai vaksinasi covid-19. Karena emosi sendiri dipicu oleh perasaan yang dialami terhadap keadaan pandemi covid-19 ini, maka pentingnya mempengaruhi masyarakat dengan desain yang mudah dipahami masyarakat dan fakta mengenai keamanan dan kehalalan vaksin yang digunakan sudah teruji keefektifitasannya dan sudah terverifikasi halal. Informasi ini diperoleh dari dinas kesehatan, BPOM, dan Majelis Ulama Indonesia sehingga desain yang dibuat dapat merubah tingkat kepercayaan masyarakat terhadap vaksin covid-19.

4. Positioning

Pada iklan layanan masyarakat ini menggunakan teknik design ilustrasi vector dengan mengangkat gaya visual Flat Desain. Flat design adalah gaya desain minimalis pada antarmuka atau grafis, yang lebih menekankan pada fungsi. Karena itu, desain flat biasanya menampilkan

grafis yang lebih bersih, warna-warna cerah, tepi yang tajam, dan ilustrasi dua dimensi. Dengan kata lain, gaya desain ini tidak menggunakan highlight, efek gelap, pilihan warna yang kompleks, dan gradasi. Untuk font yang akan digunakan adalah arial yang merupakan jenis font sans serif dan better personal use akan digunakan untuk tipografi pada tagline. Warna iklan layanan masyarakat yang menampilkan grafis lebih bersih dengan menggunakan warna-warna cerah.

B. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah suatu cara yang menjelaskan pendekatan kreatif dalam penyampaian visual. Agar informasi mencapai tujuan yang diharapkan maka informasi yang dilakukan harus menarik dan informasi yang efektif. Berdasarkan strategi komunikasi dibuatlah strategi kreatif dengan pembuatan media interaktif yang menarik secara visual dan informasi yang efektif yang bertujuan agar media yang dibuat bisa mencapai target sasaran.

1. Konsep

a. Strategi Verbal

1) Headline

Headline dapat diartikan sebagai berita utama. Secara bahasa Head berarti kepala. Line berarti garis. Jadi dapat diartikan kepala garis atau kepala berita. Headline sebagai judul berita atau sebagai berita utama yang ditonjolkan. Ciriya menggunakan huruf lebih besar dibanding dengan yang lain. Headline yang penulis gunakan menggunakan kalimat – kalimat yang bersifat kalimat tanya untuk

menarik perhatian audience, selain itu kalimat tanya juga bisa digunakan untuk mengingatkan kepada audience tentang isi dari pesan yang ingin disampaikan. Headline yang digunakan pada desain yang akan dibuat adalah ‘Kenapa harus ragu’ yang memiliki arti mempertanyakan kepada masyarakat untuk mempengaruhi emosi tentang keraguan vaksin yang akan digunakan padahal pemerintah sudah menjamin vaksin yang digunakan sesuai dengan standar keamanan dan melewati uji klinik yang ketat.

2) Sub Headline

Sub Headline atau yang juga disebut sebagai sub judul headline merupakan penghubung antara headline dan bodycopy. Sub headline di sini dibuat untuk membuat sedikit arahan akan maksud yang akan disampaikan. sebuah sub headline harus mengatakan sesuatu yang sangat penting kepada audience tidak peduli dalam suatu kalimat yang panjang atau pendek. Sub headline yang digunakan berfungsi sebagai penjelas informasi yang disampaikan pada headline. Sub Headline yang digunakan pada desain yang akan dibuat adalah pesan singkat yang memberi kejelasan headline karena setelah pembaca membaca headline dan kemudian penasarannya akan digiring untuk membaca informasi selanjutnya yaitu bodycopy. Sub headline pada desain yang akan dibuat adalah “Vaksin Covid-19 aman, halal, dan berkualitas”.

3) Body Copy

Body Copy adalah memberi penjelasan dari apa yang dituliskan dalam Headline. Body copy merupakan kalimat teks yang mengemukakan uraian pesan-pesan dari tujuan poster ini. Maka Body Copy disampaikan kepada audience secara lebih rinci. Apa yang ditulis dan seberapa rinci tergantung dari seberapa banyak informasi yang kita ingin sampaikan ke audience sebagai tahap dalam suatu proses penyampaian informasi. Body Copy yang digunakan pada desain yang akan dibuat adalah penjelasan mengenai informasi yang akan disampaikan mengenai vaksin covid-19. Body copy pada desain yang akan dibuat adalah “vaksinasi penting untuk menjaga kesehatan diri dan keluarga. Pemerintah menjamin vaksin yang digunakan sesuai dengan keamanan dan melewati uji klinik yang ketat.....”.

4) Tagline

Slogan atau bisa disebut juga dengan tagline merupakan frase singkat yang menyatakan janji merek (brand promise) untuk memberikan nilai kepada konsumen. Janji tersebut berhubungan dengan jaminan kualitas layanan produk yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Slogan biasanya di letakkan bersamaan dengan logo dan mempunyai makna yang kompleks. Artinya, slogan bisa diartikan bermacam-macam. Tagline pada

desain yang akan dibuat adalah “Sukseskan Vaksinasi Pulihkan Ekonomi”.

5) Base Line

Base Line menurut Madjadikara (2004: 25) adalah anatomi yang dipakai dalam media cetak yang biasanya terletak paling bawah di layout iklan. Di bagian bawah ini bisa dimasukkan, slogan, catch phrase, atau nama dan alamat perusahaan pengiklan. Base Line yang digunakan adalah logo Dinas Kesehatan Kota Surakarta dan Dinas Kementerian Kesehatan.

b. Strategi visual

1) Layout

Layout berkaitan dengan pengaturan huruf dan visual pada permukaan dua dimensi agar seluruh informasi dapat dibaca jelas dan menarik. Prinsip-prinsip desain yang paling penting yang berpengaruh pada layout adalah titik fokus hierarki visual kesatuan dan keseimbangan. Dalam mendesain layout, posisi elemen pada halaman, hubungan antara elemen satu dengan yang lainnya, yaitu ukuran, warna, kontras nilai, tekstur, dan bentuk serta hierarki visual harus dipertimbangkan.

Keseimbangan merupakan faktor penting dalam kesuksesan merancang layout. Untuk membuat keseimbangan desain harus mempertimbangkan bobot visual, posisi dan pengaturan. Layout yang akan digunakan dalam komunikasi perancangan visual ini nantinya

menyesuaikan dengan elemen-elemen yang menyusunnya seperti headline, teks, gambar dan bidang kosong (bidang yang tidak berisi elemen yang lain) yang kemudian dirancang/disusun/didesain menjadi sebuah tampilan yang menarik. Layout yang digunakan dalam perancangan iklan layanan masyarakat sukseskan program vaksinasi covid-19 adalah Axial Layout, axial merupakan jenis layout yang memiliki tampilan visual yang kuat di tengah halaman dengan element tampilan pendukung di sekeliling gambar utama biasanya berupa gambar atau tulisan yang berhubungan dengan tampilan ditengah halaman sebagai titik pusat cocok untuk menarik perhatian masyarakat.



Gambar 02. Layout Axial
 (<https://kelasdesain.com/macam-macam-jenis-layout/2021>)

2) Tipografi

Tipografi berkaitan dengan penggunaan teks dalam desain, termasuk pemilihan font atau huruf, ukuran, peletakan dan berbagai atribut lainnya yang akan digunakan dalam merancang sebuah iklan melalui Media Komunikasi Visual, dengan pemilihan Tipografi yang tepat maka pesan yang akan disampaikan mudah dipahami dan dapat menarik perhatian audience.

Tipografi yang digunakan dalam Perancangan iklan layanan masyarakat ini yaitu font Arial yang merupakan salah satu jenis dari font sans serif. Sans serif memiliki karakter yang sederhana, fleksible, dan mudah untuk dibaca. Sehingga, memiliki kesan yang ditimbulkan oleh font jenis sans serif ini adalah modern dan efisien. Sehingga bentuk yang digunakan nantinya dapat memenuhi 4 prinsip pokok typografi, yaitu legability, clarify, visibility, dan readability.



Gambar 03. Font Sans Serif
(<https://qomaruna.com/pengertian-tipografi/2021>)

Arial aaaa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 **01234567890**

Gambar 04. Font Arial
(<https://www.designworkplan.com/read/arial-is-everywhere/2021>)

Penggunaan font berikutnya adalah better – personal use font ini nantinya akan digunakan untuk desain tagline di desain karya yang akan dibuat.

better - Personal Use

Gambar 05. Font Better
(<https://blogfonts.com/better-4.font/2021>)

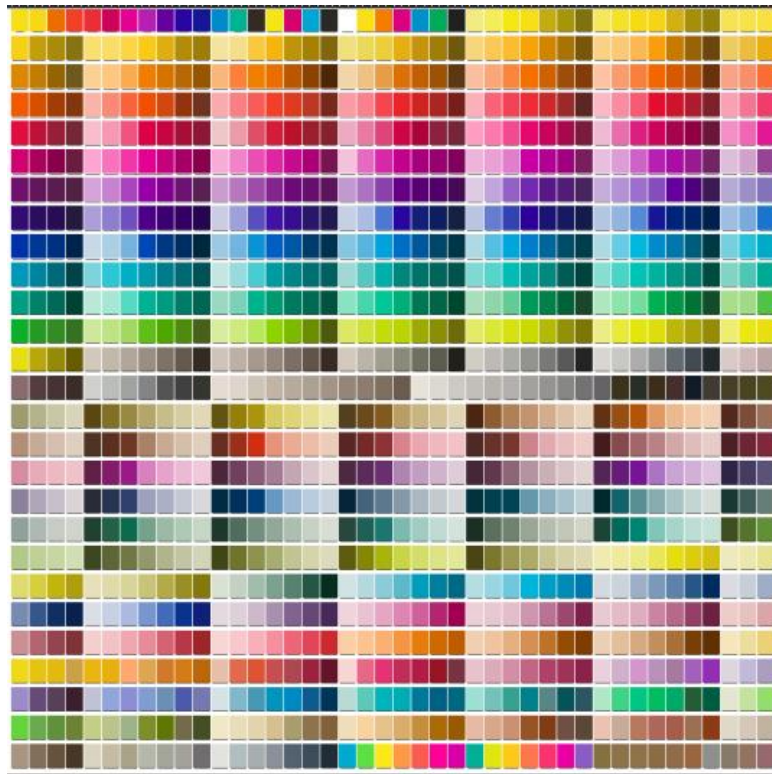
3) Warna

Haidar (2009: 23), warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Sedangkan Aminuddin (2009: 10), mengungkapkan bahwa warna merupakan unsur rupa yang terbuat dari pigmen (zat warna). Warna dapat didefinisikan secara objektif atau fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan secara subjektif atau psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan. Sadjiman (2010 : 13) mengemukakan bahwa setiap warna memiliki karakteristik dalam hal ini adalah ciri-

ciri sifat yang dimiliki suatu warna. Karakteristik warna-warna perlu dijadikan pertimbangan dalam aplikasi warna agar tercapai tujuan yang diinginkan oleh seniman maupun desainer.

Warna sebagaimana juga dibentuk dan tulisan merupakan media penyampaian pesan. Secara naluriah manusia menggunakan dan mempersepsikan warna dengan suatu konsep. Terkadang banyak yang tidak sadar bahwa warna mempunyai makna yang bisa dipetakan. Warna juga bisa digunakan untuk memperkuat nilai pesan yang hendak disampaikan melalui desain. Dalam promosi warna digunakan dengan pertimbangan warna dapat menjadi daya tarik sendiri. Warna dalam colour wheel dibagi menjadi 3 yaitu :

- a. Warna primer adalah warna utama yang terdiri dari merah, biru dan kuning yang disebut juga dengan Hue.
- b. Warna sekunder adalah warna-warna yang dihasilkan dari percampuran warna-warna primer dalam satu ruang warna seperti hijau orange dan ungu.
- c. Warna tersier merupakan warna-warna yang dihasilkan dari campuran satu warna primer dengan satu warna sekunder dalam sebuah ruang warna.



Gambar 06. Warna

Sumber: (<https://desingsaimari.blogspot.com/2019/01/paleta-de-colores-pantone-editable.html/2021>)

4) Logo

Logo digunakan sebagai tanda pengenal produk desain atau sumber dari produk desain tersebut agar mudah dikenali oleh audience, serta dengan logo tersebut dapat menandakan bahwa program tersebut didukung atau ditanggungjawabkan oleh lembaga atau instansi yang tercantum. Penulis menggunakan logo Dinas Kesehatan Kota Surakarta sebagai pihak yang bekerja sama untuk mempublikasikan poster tersebut.



Gambar 07. Logo dkk surakarta
Sumber (<https://dinkes.surakarta.go.id/2021>)



Gambar 08. Logo kemenkes
Sumber (<https://dinkes.bogorkab.go.id/logo-baru-kementerian-kesehatan/2021>)

5) Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah kata yang berasal dari bahasa Belanda *illustratie* yang memiliki arti suatu hiasan dengan gambar. Secara terminologi ilustrasi merupakan suatu gambar yang memiliki fungsi sebagai sarana untuk menjelaskan suatu kejadian. Menurut para ahli (Soedarso, 1990) menyatakan bahwa ilustrasi adalah sebuah gambar yang melukiskan tujuan tertentu seperti contohnya pada cerpen. Menurut para ahli lainnya juga berpendapat bahwa ilustrasi adalah sebuah gambar yang berkaitan dengan seni rupa. Ilustrasi ini dapat menjelaskan tentang makna dari sebuah tulisan sehingga membantu pembaca untuk memahami makna dari tulisan tersebut (Rohidi, 1984).



Gambar 09. Ilustrasi
(<https://www.freepik.com/2021>)

2. Konsep Teknis

Konsep teknis merupakan sebuah konsep media yang berkaitan dengan teknis pembuatan yang didalamnya menyangkut penggunaan material atau bahan yang akan digunakan untuk membuat sebuah media. teknis yang digunakan untuk mendukung media perancangan iklan layanan masyarakat sukseskan program vaksinasi covid-19 adalah :

a. Mengumpulkan Data

Proses yang pertama yaitu mengumpulkan data mengenai Program vaksinasi Pemerintah. Informasi tersebut dapat diperoleh dengan cara mengumpulkan data dari internet dan buku referensi.

b. Pembuatan Konsep Desain

Proses selanjutnya yaitu membuat konsep dari desain poster yang akan dibuat, disini penulis membuat sketsa kasar dari desain poster yang

akan dibuat serta menentukan komponen desain dan ilustrasi yang akan digunakan dalam desain poster.

c. Pembuatan Ilustrasi

Setelah konsep dari desain poster sudah ada, maka proses selanjutnya adalah membuat ilustrasi dari konsep desain poster. Disini penulis menggunakan program Corel Draw x5 dalam pembuatan ilustrasinya.



Gambar 10. Corel Draw X5

Sumber (<http://ruang-art.blogspot.com/2012/08/pengenalan-dan-toolbox.html/2021>)

d. Proses Pengaplikasian Ilustrasi

Setelah ilustrasi selesai dibuat, barulah ilustrasi tersebut diaplikasikan bersama dengan komponen desain data informasi tentang program vaksinasi Pemerintah. Penulis menggunakan program CorelDRAW X5 untuk mengaplikasikan ilustrasi menjadi desain poster.

e. Proses Cetak

Setelah semua tahap diatas selesai, proses selanjutnya adalah proses cetak. Karya tersebut dicetak menggunakan mesin cetak digital sehingga hasilnya bagus.

3. Media Plan

Media yang digunakan untuk mendukung media utama perancangan billboard perancangan iklan layanan masyarakat adalah :

a. Poster

Poster merupakan suatu media publikasi yang dipasang di tempat umum dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak yang biasa dipasang di tempat umum untuk memberikan pengumuman atau iklan.

b. Spanduk

Spanduk merupakan sebuah media informasi yang berisi propaganda, slogan, atau juga berita yang perlu diketahui oleh umum. Spanduk yang ada pada jaman sekarang merupakan media promosi yang cukup populer saat ini yang menampilkan sebuah gambar dan informasi yang dapat menunjang minat dari pembeli atau konsumen.

c. X-banner

X Banner ini sendiri bisa menjadi salah satu sarana informasi khalayak saat hendak memasuki ruangan atau sebuah acara. Biasanya X Banner bisa diletakkan di sebelah pintu masuk toko, ruang seminar, atau pintu kantor.

d. Kaos

Kaos merupakan Salah satu cara untuk memperkenalkan produk Iklan. memiliki tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai produk yang kita jual, baik itu barang atau jasa.

Informasi ini menjadi sangat penting terutama untuk produk yang baru dipasarkan.

e. Stiker

Stiker merupakan media informasi visual yang berupa lembaran kertas atau plastik yang dapat ditempelkan atau digunakan untuk dekorasi dengan tujuan fungsional, tergantung pada situasinya.

f. Masker

Masker pada pandemi covid-19 dapat digunakan sebagai sarana iklan untuk mendukung suksesnya iklan layanan masyarakat yang dibuat karena masker saat pandemi sangat dibutuhkan masyarakat untuk mendukung protokol kesehatan dengan menggunakan masker sebagai sarana media iklan sangatlah tepat.

g. Pin

Pin digunakan sebagai pendukung pada media utama yang akan dibagikan kepada masyarakat yang sudah melakukan vaksinasi dengan tujuan mendukung mensukseskan program vaksinasi covid-19.

h. Gantungan kunci

Gantungan kunci digunakan sebagai pendukung pada media utama yang akan dibagikan kepada masyarakat yang sudah melakukan vaksinasi dengan tujuan mendukung mensukseskan program vaksinasi covid-19.