

**Konsep Desain Perancangan Media Komunikasi Visual
Sebagai Sarana Sarana Kampanye Imunisasi Campak Di Denpasar Bali
Kiriman I Ketut Baskara, Mahasiswa PS. Desain Komunikasi Visual ISI Denpasar**

3.1 Konsep Dasar Perancangan

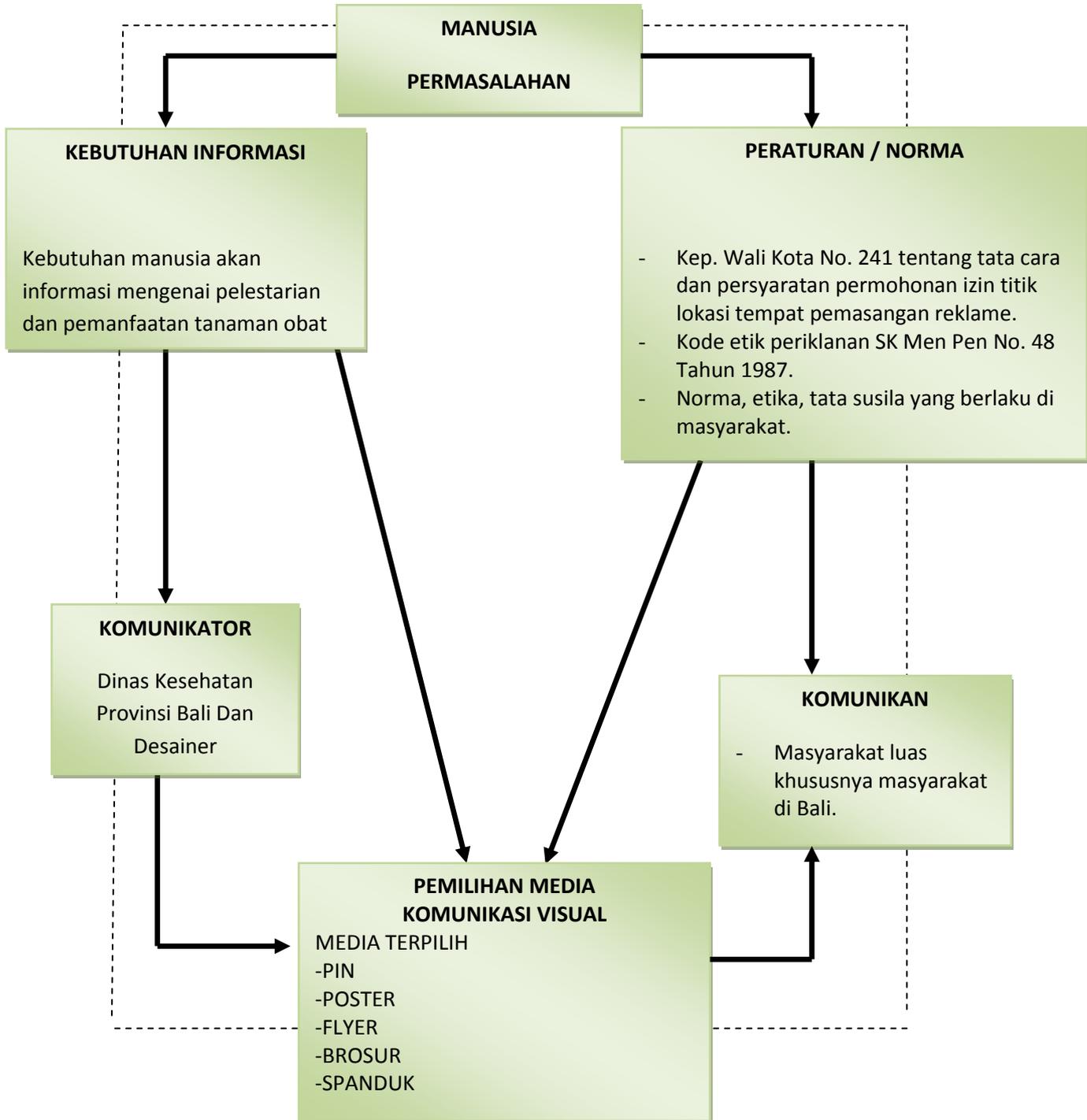
Konsep adalah salah satu hal yang paling penting dalam mendesain sesuatu, ini disebabkan tidak lain karena konsep sendiri adalah dasar inspirasi yang nantinya akan digunakan sebagai acuan desainer dalam mendesain media-media komunikasi visual. Selain itu konsep dapat memerikan “jiwa” pada suatu desain sehingga dapat menyajikan desain yang berkesan inofatif, kreatif serta memenuhi kriteria desain yang baik yang nantinya mampu memberikan informasi tentang pelestarian dan pemanfaatan tanaman obat keluarga.

Konsep dasar dalam merancang media-media komunikasi visual yang akan digunakan sebagai sarana bersosialisasi yaitu konsep yang berkesan formal dan tetap menggunakan warna primer. Konsep ini disesuaikan dengan kasus yang diambil yaitu bahaya penyakit campak serta imunisasi campak sebagai pencegahan penyakit campak, dimana merupakan sosialisasi dari pemerintah dan biasanya media sosialisasi yang dibuat tidak terlalu berbelit karena lebih mementingkan isinya. Begitu pula warna yang digunakan adalah warna primer dimana sasaran utama imunisasi ini adalah anak-anak yang pada awalnya hanya membedakan warna atas tiga warna primer. Konsep ini akan lebih banyak menggunakan ilustrasi fotografi berupa foto-foto dari akibat terkena penyakit campak.

Dari kriteria desain yang dipadukan dengan konsep tersebut desainer dapat merancang suatu media desain komunikasi visual yang baik, komunikatif dan tepat sasaran (efektif) sesuai dengan norma-norma yang berlaku, serta dapat memberikan ataupun menambah wawasan dan ketertarikan masyarakat mengenai

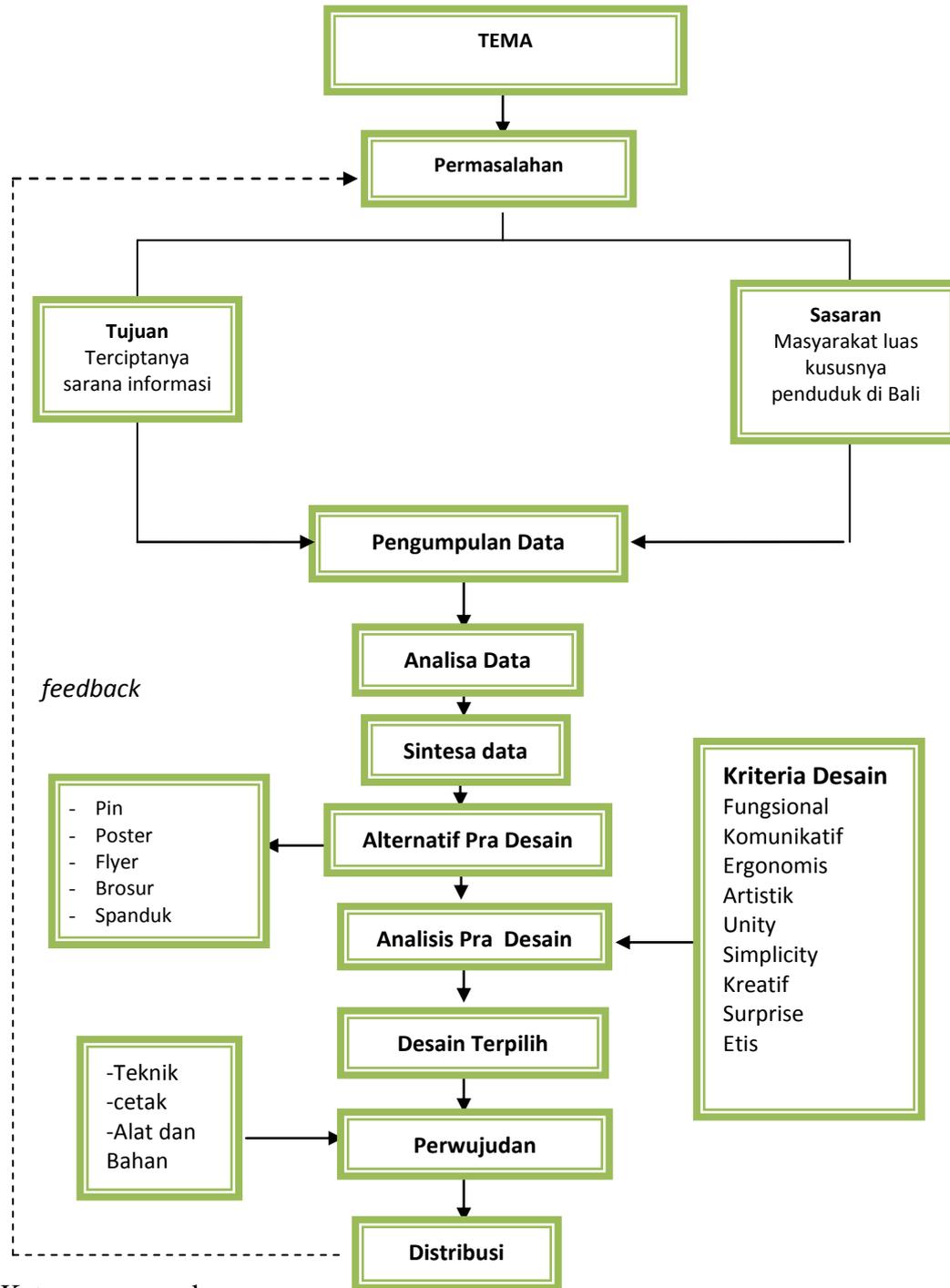
bahaya penyakit campak serta imunisasi campak sebagai pencegahan penyakit campak secara singkat padat dan jelas sehingga tujuan dapat tercapai

3.2 Pola Pikir



Keterangan gambar
→ Hubungan langsung

3.3 Skema Proses Perancangan



Keterangan gambar
 → Hubungan langsung
> Hubungan tak langsung

3.4 Strategi Media

3.4.1 Khalayak Sasaran

Sasaran yang dituju adalah masyarakat di Bali yang kurang mengetahui mengenai penyakit campak serta pencegahannya.

Adapun dalam strategi media ini penulis uraikan diantaranya :

1. Geografis

Segmentasi Geografis, meliputi: Wilayah propinsi, kabupaten, kota, dengan sifatnya: urbanis / semi urbanis / rural (Santoyo,2006;67). Jadi berdasarkan sasaran yang diinginkan adalah daerah yang menjangkau semua kalangan masyarakat. Secara geografis sendiri masih bisa diperdalam / diperjelas lagi mengenai lokasinya antara lain sebagai berikut:

- **Urbanis**

Kaum urbanis adalah kaum yang pada umumnya bertempat tinggal tetap seperti di wilayah yang telah disebutkan tadi seperti di kota, kabupaten, kecamatan.

- **Semi Urbanis**

Kaum semi urbanis adalah tipe kaum yang pada umumnya adalah pendatang atau orang yang sering berpeindah-pindah lokasi / tempat tinggal yang biasanya diakibatkan karena pekerjaan, masyarakat tipe seperti ini sering kita lihat / jumpai di daerah perkotaan.

- **Rural**

Adalah adalah masyarakat yang hidup didaerah pedesaan (perlu di ketahui desa di jaman sekarang ini ilmu dan pengetahuannya sudah cukup bagus karena sarana telekomunikasi dan transportasi yang memadai).

2. Demografis

Segmentasi Demografis, meliputi: jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, dan tingkat penghasilan (Santoyo,2006;67). Jadi

berdasarkan sasaran yang diinginkan adalah untuk semua kalangan masyarakat baik dilihat dari segi umur, kelamin, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, dan tingkat penghasilan.

3. Psikografis

Segmentasi Psikografis, meliputi: kepribadian, gaya hidup (seperti gaya hidup tidak sehat seperti jarang membersihkan debu yang ada dikamar karena kesibukan, polusi di kota yang sudah cukup berlebihan), kesukaan, dan tingkat sosial (Santoyo, 2006:67). Jadi desain yang akan dirancang dan dibuat harus sesuai dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat, tentunya nanti desain yang dibuat harus mampu mempengaruhi masyarakat untuk mau mengikuti imunisasi campak serta menciptakan Indonesia bebas campak.

4. Behavioristis

Segmentasi Behavioristis, meliputi: perilaku pembelian / penggunaan tentang: tingkat menggunakan, waktu menggunakan, dan status menggunakan (Santoyo, 2006:67). Yang dimaksud disini adalah desain yang dibuat harus sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat mengenai penyakit campak, pencegahannya serta imunisasi campak.

3.4.2 Panduan Media

Panduan media merupakan suatu media komunikasi dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Dalam Desain Komunikasi Visual V ini, penulis mengambil beberapa jenis media yang akan digunakan sebagai sarana informasi dalam usaha untuk menambah wawasan dan ketertarikan masyarakat terhadap imunisasi campak, antara lain sebagai berikut :

- Pin

Merupakan paku kecil, sepotong hiasan atau pengenalan yang ditempelkan pada pakaian (<http://www.total.or.id/info.php?kk=pin>). Alasan menggunakan media pin dikarenakan sangat efektif karena bisa ditempelkan pada pakaian sehingga orang lain pun bisa ikut melihat dan merasa terajak.

- Poster

Merupakan media grafis yang memuat unsur teks dan gambar/ilustrasi yang dipasang atau ditempel pada dinding, visualisasi pada setiap unturnya adalah rinci, jelas, realis, sederhana, dan singkat dengan warna yang mencolok sesuai

misinya (Pujiriyanto,2005;16). Alasan menggunakan media poster, dikarenakan media poster ini sangat efektif dalam kegiatan sosialisasi/kampanye karena dapat diletakkan ditempat-tempat umum.

- Flyer

Merupakan bentuk sederhana dari brosur berupa selebaran berisi tentang program khusus yang sifatnya sementara (temporary) (<http://jasasebar.multiply.com/reviews/item/1>). Alasan menggunakan media flyer yakni lebih mudah menginformasikan penyuluhan secara singkat dan jelas kepada masyarakat.

- Brosur

Brosur adalah bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang di susun secara bersistem. Brosur juga bisa di artikan cetakan yang hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipatannya di jilid. Atau juga bisa di artikan selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap tentang perusahaan atau organisasi (Hasan Alwi,2002:166). Brosur merupakan media komunikasi visual yang dapat memberikan informasi yang lengkap, oleh karena itu penulis menggunakan brosur sebagai salah satu media kampanyenya.

- Spanduk

kain rentang yg berisi slogan, propaganda, atau berita yg perlu diketahui umum (Ima Hardiman, 2006 :7). Spanduk akan dipasang pada saat adanya penyuluhan mengenai bahaya serta pencegahan campak dan akan berisi mengenai nama acara penyuluhan tersebut.

3.5 Program Tayangan Media

3.5.1 Kapan

Media informasi yang dirancang akan ditayangkan secara langsung kepada masyarakat setiap saat/waktu. Namun akan sangat baik apabila di informasikan kepada masyarakat pada saat ada acara tertentu seperti pada event-event yang dilakukan dinas kesehatan seperti penyuluhan mengenai bahaya serta pencegahan dari penyakit campak.

Media yang akan diletakkan sesuai dengan waktunya antara lain adalah;

- Pin : diberikan secara gratis kepada para masyarakat pada saat event penyuluhan.
- Poster : diletakkan pada fasilitas-fasilitas/instansi pemerintahan seperti rumah sakit,puskesmas,dll. Media ini juga dipasangkan menjelang event penyuluhan akan dipakai.
- Flyer : diberikan langsung kepada masyarakat atau diletakan disekitar lokasi penyuluhan sebelum menjelang event penyuluhan.
- Brosur : dibagikan pada saat event seperti yang tertulis diatas, namun bisa langsung diambil oleh masyarakat bila berkunjung ke puskesmas/rumah sakit.
- Spanduk : Dipasang pada saat penyuluhan mengenai bahaya penyakit campak serta pencegahannya.

3.5.2 Dimana

Media informasi yang dirancang akan ditayangkan secara langsung kepada masyarakat yaitu dengan menyebarkan poster, flyer dan brosur ke tempat-tempat yang strategis seperti di tempat yang sering dilalui oleh masyarakat seperti di rumah sakit negri /swasta, puskesmas, sekolah dll,tentunya harus sudah mendapat ijin dari pemerintah.

Letak media yang akan dibuat antara lain :

- Pin : Diletakkan dekat pintu masuk di lokasi penyuluhan.
- Poster : Diletakkan pada dinding instasi pemerintahan seperti pada ruang tunggu pada loket pendaftaran rujuk di rumah sakit/puskesmas mengingat ini jenis poster dalam atau Indoor.
- Flyer : Diletakan pada pintu masuk di lokasi penyuluhan serta ditempel pada dinding instansi pemerintah.
- Brosur : Diletakkan pada loket pendaftaran di rumah sakit atau puskesmas,bisa juga diletakkan pada receptionis, karena media tersebut (dalam hal ini brosur) nantinya akan diambil oleh masyarakat itu sendiri.
- Spanduk : Dipasang di depan pintu masuk dan di atas panggung pada saat penyuluhan mengenai bahaya serta pencegahan penyakit campak.

3.5.3 Frekuensi Tayangan

Frekuensi adalah tenggang waktu yang di gunakan dalam penyajian suatu pesan kepada sasaran(masyarakat di Bali). Supaya masyarakat tidak cepat jenuh atau bosan maka waktu pengiklanan telah diatur frekwensi penayangannya sekitar 1 sampai 4 bulan.

Waktu media yang akan digunakan antara lain :

- Pin : Setiap hari dimulai saat pin itu diberikan kepada peserta penyuluhan, dan setiap penyuluhan menyiapkan desain yang berbeda.
- Poster : Setiap hari dan biasanya setiap 2-3 bulan sekali akan diganti dengan desain yang baru,hal ini dilakukan agar orang yang melihat tidak mudah jenuh.
- Flyer : Sama seperti poster, setiap hari dan 2-3bulan sekali digantidengan desain yang berbeda.
- Brosur : Diletakkan saat jam buka instansi tersebut(rumah sakit,puskesmas,dinas kesehatan) sekitar pukul 08.00am-02.00pm pada hari Senin sampai Jumat,sedangkan pada hari sabtu biasanya tutup jam 12.00pm (siang).
- Spanduk : Karena akan dipasang pada saat adanya penyuluhan maka tergantung dari jam berapa penyuluhan mulai dan selesai.

3.6 Strategi Kreatif

3.6.1 Isi Pesan

Pada media yang dirancang terdapat beberapa pesan yang hendak di informasikan kepada masyarakat. Tentu saja pesan tersebut berisi mengenai bahaya dan pencegahan dari penyakit campak serta imunisasi campak itu sendiri dan media harus dibuat harus menarik dan komunikatif sehingga akan tepat sasaran dan tujuan dapat dicapai.

3.6.2 Bentuk Pesan

Bentuk pesan yang yang disampaikan kepada masyarakat di Bali harus mudah dimengerti dan dipahami ,dimana pesan yang disampaikan singkat dan padat

namun jelas, pesan yang ingin disampaikan disini mengenai bahaya penyakit campak serta imunisasi campak sebagai pencegahan penyakit campak.

3.6.3 Strategi Visual

Menggunakan ilustrasi yang bersifat realis dan natural dengan menggunakan tehnik fotografi, yang selanjutnya diolah dengan program grafis yang ada di komputer yang tentunya selalu berdasarkan gambar-gambar yang didapatkan di lapangan (hasil survey) yang kemudian diolah menjadi media komunikasi visual.

3.6.4 Gaya Visual

Agar media yang dibuat dapat mempengaruhi khalayak untuk memperhatikan isi pesan maka perlu digunakan suatu gaya visual untuk menginformasikan hal-hal mengenai bahaya penyakit campak serta imunisasi campak sebagai pencegahan penyakit campak. Gaya visual yang digunakan tentu bersifat naturalis yaitu menampilkan foto-foto orang yang terkena penyakit campak sehingga membuat masyarakat yang melihat tergerak hatinya dan merasa ngeri bila terkena penyakit tersebut. Gaya visual yang digunakan tentunya akan memadukan warna yang serasi agar mampu menarik sasaran (masyarakat di Bali).

3.6.5 Material

Material yang digunakan untuk mewujudkan media komunikasi visual untuk bahaya penyakit campak serta imunisasi campak sebagai pencegahan penyakit campak adalah *art paper 150 gsm, glossy paper , vinyl dan pin* serta menggunakan tehnik cetak *digital printing*.