

## **BAB III**

### **STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL**

#### **3.1 Strategi Perancangan**

##### **3.1.1 Khalayak Sasaran**

Tampilan dari sosial media merupakan salah satu penentu yang menghubungkan audience dari berbagai kalangan Masyarakat. Untuk menentukan bagaimana tampilan yang ingin ditayangkan penulis perlu menentukan pasar yang tepat. Dalam menentukan khalayak sasaran terdapat variable penentu sasaran diantaranya :

1. Demografis

Usia	: anak-anak dan masyarakat
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Pendidikan	: Semua Tingkat Pendidikan
Lingkungan	: Wilayah perkotaan, pinggiran kota. dan pedesaan

2. Geografis

Wilayah	: Indonesia
Kota/Kab	: Kota Metro
Provinsi	: Lampung

3. Psikografis

Gaya Hidup	: Sosial, Aktif, mengikuti trend dan berita terbaru
------------	---

4. Consumer Journey

Consumer journey digunakan agar promosi media kampanye tepat sasaran sesuai dengan kebiasaan dan aktivitas yang dilakukan oleh remaja di kota Metro.

Tabel 2.6 Consumer Journey  
(Observasi, 2024)

Suasana	Kegiatan	Tempat	<i>Point of Contact</i>
Pagi hari (06.00 – 07.15 WIB)	Mandi, menyiapkan alat sekolah, sarapan, berangkat sekolah atau kerja paruh waktu	Kamar tidur, kamar mandi, dapur, jalan raya	Piring, banner dan billboard di jalan.
Siang hari (12.00- 14.00 WIB)	Istirahat, makan siang, berangkat atau pulang perkuliahan, belajar, tidur	Sekolah, tempat kerja paruh waktu, kampus, kantin sekolah atau kampus, jalan raya, rumah	Buku, laptop, alat tulis, software, tempat makan, banner, billboard, sofa, kursi atau Kasur
Sore hari (15.00- 18.00 WIB)	Pulang sekolah, kuliah atau kerja paruh waktu, rumah, bermain ponsel, belajar	Sekolah, kampus atau tempat kerja paruh waktu, jalan raya, rumah, tempat belajar, ruang tamu	Motor, banner atau billboard, sticker, media sosial, aplikasi hiburan, iklan komersil non komersil, fotografi, video grafi, animasi, game, buku, laptop, software, alat tulis
Malam hari (19.00- 22.00 WIB)	Makan malam, nonton tv, belajar atau kerja <i>work form home</i> , bermain ponsel, tidur	Dapur, ruang makan, ruang tamu, kamar, meja belajar kamar tidur	Alat makan, film, videografi, iklan televise, buku, laptop, alat tulis, software, media social

## 5. Consumer Insight

Pengamatan Penulis menunjukkan bahwa masyarakat umum memiliki minat meningkat dalam isu-isu lingkungan karena meningkatnya kesadaran global tentang krisis sampah dan dampaknya. Mereka mencari informasi dan langkah-langkah praktis yang dapat mereka ambil dalam kehidupan sehari-hari untuk mengurangi dampak sampah di lingkungan.

### 3.1.2 Tujuan Komunikasi

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat berbentuk Animasi *Explainer* bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan ingin mengedukasi tentang dampak bahaya dari krisis sampah Selain itu, penulis ingin mengedukasi tentang pengelolaan sampah dan pengurangan penggunaan plastik melalui platform media sosial-

### 3.1.3 Pendekatan Komunikasi

Sebuah metode komunikasi diperlukan agar pesan yang dibuat dapat disampaikan sesuai dengan tujuannya dan menggunakan pendekatan visual dan verbal yang untuk hasil maksimal dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Pendekatan Verbal

Segmentasi atau pemilihan khalayak sasaran berdasarkan klasifikasi aspek demografis, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, memerlukan penjelasan dalam Bahasa Indonesia agar pesan dan strategi komunikasi yang disampaikan menjadi lebih mudah dimengerti oleh *audiens*. Dalam kata lain, penulis akan mengidentifikasi dan memilih *audiens* berdasarkan aspek demografis, geografis, dan psikografis. Tujuannya adalah supaya penyampaian pesan baik verbal maupun visual tidak menimbulkan missskomunikasi visual.

#### 2. Pendekatan Visual

Penulis menggunakan pendekatan visual dengan menggunakan bentuk visual berupa animasi 2 dimensi berjenis animasi *explainer*. Alasan

pemilihan karena, *explainer* adalah bentuk visual animasi yang memiliki sifat yang sangat informatif dan interaktif. Animasi ini bertujuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan secara atraktif, sehingga memudahkan pemahaman dan keterlibatan *audiens*.

### **3.1.4 Strategi Kreatif**

Strategi kreatif sangat penting dalam merancang media promosi untuk menarik minat target audiens melalui penyampaian pesan yang tepat, menarik, dan mudah dipahami. Penulis berencana menyampaikan informasi menggunakan strategi kreatif dengan merancang isi dan bentuk pesan dalam format Animasi *Explainer*.

#### **1. Isi Pesan**

Isi pesan akan berfokus pada memberikan pemahaman, dengan tujuan menjelaskan pentingnya mengelola dan mengurangi sampah demi menjaga dan melindungi lingkungan. Pesan-pesan kampanye akan menampilkan dampak negatif dari sampah serta bagaimana solusi untuk mengurangi dampak tersebut. yang bertujuan untuk merubah perilaku khalayak sasaran, membantu mereka memahami kepentingan menjaga dan melindungi lingkungan dari dampak negatif sampah terhadap lingkungan.

#### **2. Bentuk Pesan**

Bentuk pesan yang disampaikan untuk menyampaikan pesan kepada target audiens yaitu melalui pendekatan emosional. Bentuk pesan menggunakan pesan visual berbentuk animasi *explainer* yang dikemas dengan menampilkan dampak negatif dari sampah tersebut yaitu, pencemaran udara, tanah, dan perairan, serta menampilkan seberapa lama lagi Tempat Pembuangan Akhir itu dapat menampung sampah. Dan penulis ingin menyampaikan solusi untuk mengurangi dampak tersebut adalah dengan melakukan *reduce, reuse, dan recycle*. Serta mengajak para audiens untuk melakukan gerakan dimulai dari diri sendiri.

### **3.1.5 Strategi Media**

Strategi media sangat diperlukan untuk memperluas jangkauan penonton dan juga menanamkan banyaknya pengetahuan yang berhubungan tentang dampak krisis sampah di lingkungan. Untuk mewujudkan strategi tersebut penulis memerlukan media sebagai perantara untuk menyampaikan informasi. Media tersebut dibagi menjadi dua hal yaitu:

#### **1. Media Utama**

Untuk media utama perancangan Iklan Layanan Masyarakat mengenai krisis sampah, studi kasus kota metro. Penulis menggunakan media berbentuk animasi *explainer*. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram Reels sebagai media lini atas, atau media utama untuk publikasi.

#### **2. Media Pendukung**

Media pendukung yang akan digunakan penulis untuk menunjang media utama yaitu Poster Digital, X-banner, Tottebag, dan Kaos Custom. Media tersebut digunakan sebagai media pendukung untuk menarik minat para audiens.

### **3.1.6 Strategi Distribusi**

Strategi distribusi merupakan rencana dari pendistribusian dan penyberan media kepada target audiens yang sesuai dengan target sasaran. Jadwal penyebaran video Iklan Layanan Masyarakat didistribusikan pada media sosial Instagram yang mengacu pada ketertarikan Masyarakat.

## **3.2 Konsep Visual**

Konsep Visual diperlukan untuk perancangan Iklan Layanan Masyarakat untuk meningkatkan kesadaran tentang krisis sampah di lingkungan menggunakan animasi *explainer* melalui media sosial. Format video yang akan digunakan adalah format video digital dengan resolusi *full high definition* 1080 x 1920 pixel. Perancangan animasi *explainer* ini menggunakan software *Adobe Illustrator* dan *Adobe After Effect* dalam tahap produksinya, berikut konsep visual yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

### 3.2.1 Komposisi/Tata Letak

Tata letak dalam animasi *explainer* yaitu cara menampilkan elemen visual di layer suatu video. Tujuan dalam melakukan hal ini adalah agar video tersebut akan terlihat menarik karena komposisi yang disajikan tidak membosankan serta tidak keluar batas dari layer para audiens.



Gambar 3 1 Komposisi  
(Dimas P. Putra, 2024)

### 3.2.2 Jenis Huruf/Tipografi

Tipografi adalah salah satu elemen dalam desain komunikasi visual (DKV). Tipografi mengacu pada seni atau teknik menyusun huruf dan teks sedemikian rupa sehingga membuatnya mudah dibaca, jelas, dan menarik secara visual bagi pembaca. (I Gusti Made Budiarta et al., 2023) Salah satu elemen visual karena sifatnya yang informatif. Oleh karena itu huruf yang akan digunakan dalam *sans serif* . berjenis *montserrat*.

Font Yang di gunakan montserrat  
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
1234567890

Gambar 3 2 Google Font, Montserrat  
(Dimas P. Putra, 2024)

Jenis font ini memiliki tampilan simpel dan punya keterbacaan yang cepat. Kesan simpel, bersih, efisien, dan modern membuatnya cocok untuk perancangan media ini. Montserrat yaitu berjenis sans serif yang terkesan simpel, bersih, efisien, dan modern. Font montserrat dipergunakan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan pesan utama dalam perancangan media.

### 3.2.3 Gaya Visual Animasi

Menurut Arnold dalam (Arthur, 2021) menyebutkan Ilustrasi adalah seni visual yang menyampaikan narasi untuk berkomunikasi, menjelaskan, membentuk persepsi visual, dan berfungsi sebagai bahasa melalui gambar.



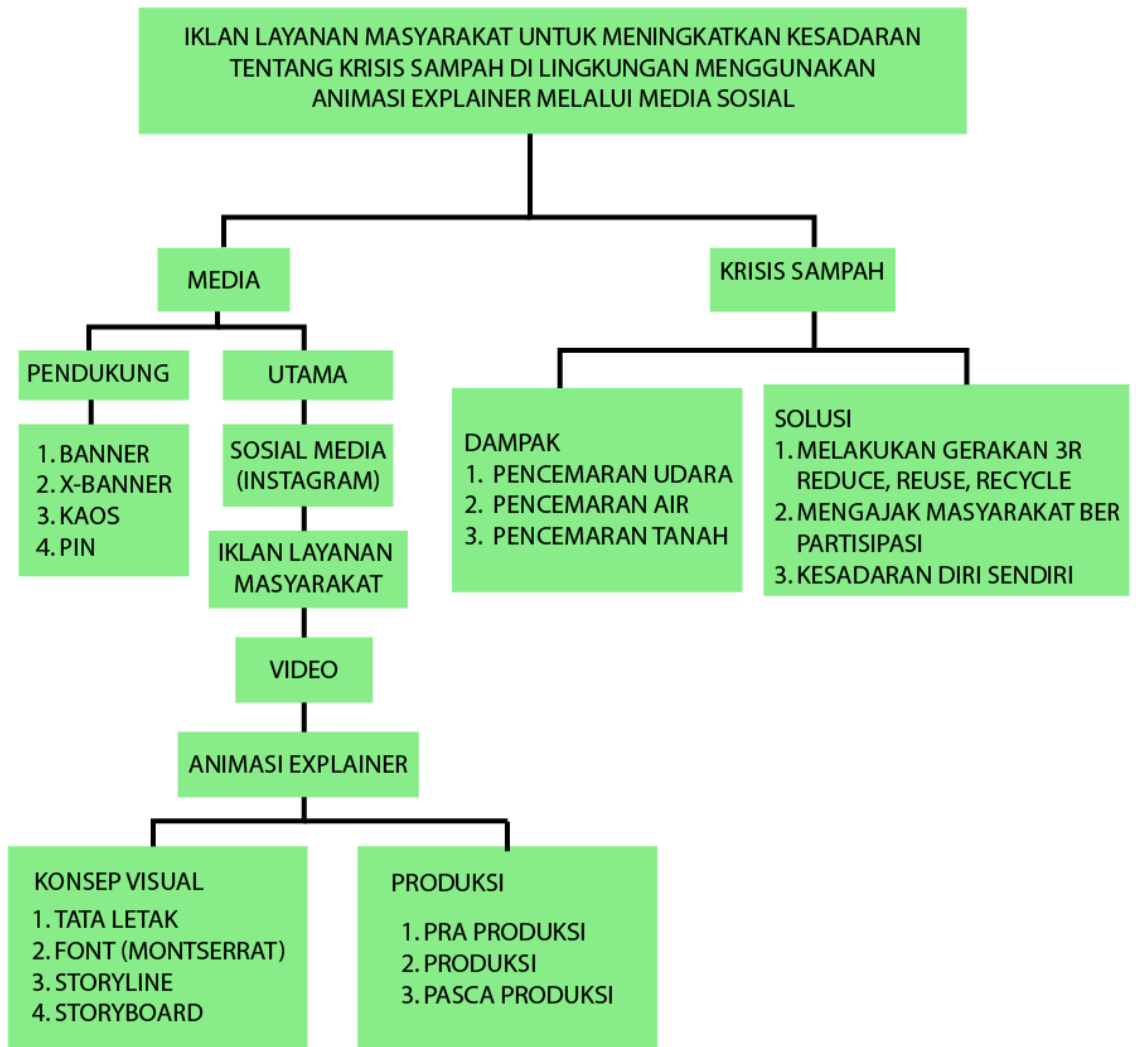
Gambar 3.3 Referensi Flat Ilustrasi

(sumber: <https://freepik.com>, 2024)

Penulis akan menggunakan gaya visual ilustrasi berbentuk *flat design* karena memberikan tampilan yang bersih, sederhana, dan mudah dipahami, serta membuat pengalaman pengguna lebih intuitif dan fokus pada konten utama tanpa distraksi visual yang berlebihan.

### 3.2.4 Mind Mapping

# MIND MAPPING



Gambar 3 4 Mind Mapping

(Dimas P. Putra, 2024)