

BAB IV

KONSEP PERANCANGAN

4.1 Strategi Komunikasi

Dengan memberikan sebuah edukasi serta informasi bagi target audiens terhadap segala bentuk tindak pelecehan seksual khususnya tindak *Catcalling* bahwa ada hukum yang melindungi korban dari tindak *Catcalling* itu sendiri, agar korban berani untuk melawan dan melapor segala tindak *Catcalling* dan memberi informasi mengenai dampaknya agar perempuan bisa lebih berhati-hati terhadap tindak *Catcalling*. Kemudian menggunakan gaya visual pada media kampanye yaitu berupa ilustrasi foto yang mana ilustrasi foto sebagai media penyampai yang mudah ditangkap dan menarik bagi target audiens. Dan menggunakan pendekatan *fear appeals*, dikarenakan untuk memperlihatkan kepada para target audiens bahwa ada hukum dan undang-undang yang melindungi korban dari *Catcalling*.

4.2 Strategi Pesan

Pesan yang akan disampaikan berupa pesan yang bersifat informatif dan persuasif, informatif berupa informasi hukum dan undang-undang yang melindungi perempuan dari *Catcalling*. dan bagaimana dampak dari *Catcalling* yang bisa menyebabkan terganggunya psikologi korban seperti menjadi pendiam, anti sosial, bahkan depresi. dan *persuasif* berupa ajakan untuk berani melawan segala aktivitas *Catcalling*.

4.3 Strategi Kreatif

Dalam kampanye sosial ini, menggunakan nama program yaitu “LAWAN CATCALLING BERSAMA”. Yang mana dimaksudkan untuk berani melawan segala tindak *Catcalling* bersama karena melawan pelecehan seksual sangat sulit untuk dilakukan sendirian, dibutuhkan orang ketiga, lembaga atau instansi terkait untuk memberantas pelecehan seksual secara verbal (*Catcalling*). Visual yang digunakan dalam kampanye ini sendiri memiliki pendekatan lewat ilustrasi foto

perempuan karena visual tersebut sangat cocok di gunakan untuk target audiens yang kebanyakan adalah perempuan.

4.3.1 Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan menggunakan visual yang sesuai dengan *moodboard* yang didapat dari hasil analisis terhadap target audiens yaitu dengan menggunakan ilustrasi foto yang menampilkan visual utama yaitu sosok perempuan sebagai korban *Catcalling* dan juga menggunakan tipografi yang memberi informasi mengenai undang-undang dan dampak dari *Catcalling*, dan mempersuasi target agar berani melawan segala tindak *Catcalling*.

a. Visual Utama

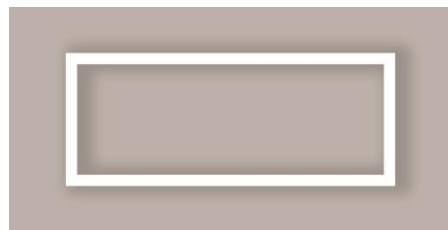


Gambar 4.1 Visual Utama Perempuan

b. Visual Pendukung



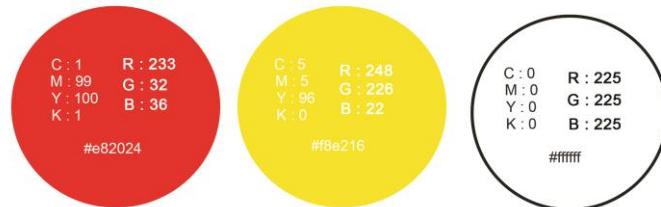
Gambar 4.3 Speech Bubbles Element



Gambar 4.4 Rectangle Element

4.3.1.1 Tone warna

Dalam penggunaan warna pada perancangan ini menggunakan warna yang berasal dari analisis *studi indicator* dan *moodboard* yang didapatkan dari target audiens. Tone warna yang digunakan sebagai berikut :



Gambar 4.5 Tone Warna

4.3.1.2 Tipografi

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan terhadap penggunaan tipografi yaitu sans serif. Contoh font yang digunakan sebagai berikut :

Headline

Nama font : Friday13

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ? !

Subheadline

Nama font : Exotc350 Bd BT

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ? !

Logo

Nama font : Trajan Pro

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ? !

4.3.1.3 Logo



Gambar 4.6 Logo program

Visual logo ini merupakan gambaran dari melawan segala tindakan *Catcalling*, dengan menampilkan visual berupa tangan yang sedang mengepal ke atas dan siluet wajah perempuan yang mengekspresikan sedang berteriak, dan menggunakan warna pink yang menggambarkan *feminis* karena target audiens yang merupakan perempuan dan warna biru yang mengartikan profesionalisme dan kepercayaan bahwa program ini sangat serius untuk memerangi kejahatan seksual khususnya pelecehan seksual secara verbal (*Catcalling*). Tipografi pada logo menggunakan 1 jenis huruf, yaitu :

Nama Font : Trajan Pro

“Lawan Catcalling Bersama”

4.3.2 Konsep Verbal

Konsep verbal yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial ini menggunakan bahasa Indonesia, untuk *Headline* menggunakan bahasa Indonesia yang sederhana dan mudah dimengerti, dan *Subheadline* juga menggunakan

bahasa Indonesia agar mudah dimengerti oleh target audiens. Nama program dalam perancangan ini yaitu “Lawan *Catcalling* Bersama” sebagai identitas dari perancangan kampanye sosial ini, yang mana dimaksudkan untuk mengajak target audiens agar berani melawan segala tindak *Catcalling*.

Headline

“Jangan Diam, Berani Bicara”

“Stop *Catcalling*”

“Kamu Melakukan *Catcalling*?”

“Lawan Dan Laporkan Segala Tindak *Catcalling*”

4.4 Konsep Media

Konsep media yang akan digunakan dalam perancangan ini menggunakan data dari *sample* media apa saja yang sering digunakan target audiens, sehingga pada akhirnya tujuan yang ingin dicapai tepat sasaran.

A. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah *Event*. Pemilihan *Event* sebagai media utama, karena dalam *Event* semua informasi mengenai pelecehan seksual secara verbal khusus nya *Catcalling* bisa tersampaikan dari ahli hukum, psikolog, dan aktivis perempuan. Di *Event* juga akan diberi tahu mengenai hukum dan dampak dari tindakan *Catcalling* sehingga pesan akan mudah disampaikan dengan media yang langsung bersentuhan dengan target audiens.

a. Media Pendukung

Media pendukung yang bertujuan untuk mengarahkan target audiens kepada media utama yaitu *Social Media* (Instagram, facebook, twitter) ada juga poster, flayer, road banner, youtube *ads*, *website ads* dan *merchandise* yang akan dibagikan didalam *Event*.

b. Strategi Perencanaan Media

Kegiatan kampanye sosial yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan tahapan AISAS, dengan pertimbangan *efektifitas* dan *efesiensi* media yang akan digunakan.

- *Attention* (Perhatian)

Membuat Informasi yang mampu menyita perhatian. Dalam tahapan ini berguna untuk memberikan kesan pertama kepada target audiens tentang pelecehan seksual secara verbal (*Catcalling*) media yang akan digunakan antara lain, poster, *social media*, dan x banner.

- *Interest* (Ketertarikan)

Interest adalah proses berikutnya, target audiens tertarik dengan kampanye jika kampanye tersebut memang memberi informasi ataupun manfaat langsung kepada target audiens media yang di gunakan adalah poster, *social media*.

- *Search* (Pencarian)

Setelah target audiens tertarik, target audiens akan berusaha mencari lebih banyak informasi lewat mesin pencari. Pada Tahap inilah pesan yang telah dibuat harus dapat di pertanggung jawabkan dengan menyiapkan informasi yang target audiens butuhkan. Media yang akan di gunakan berupa, youtube *ads*, dan *social media*.

- *Action* (Aksi)

Jika target audiens puas dan mendapat mandat dari informasi yang mereka dapatkan, maka mereka akan cenderung tergerak hatinya. Dibagian inilah kita berusaha *mentransmisi* seluruh informasi agar target audiens berani melawan *Catcalling* dan mengetahui dampak dari kejahatan seksual secara verbal (*Catcalling*) media yang digunakan adalah *Event*.

- *Share* (Berbagi)

Jika target audiens merasakan semua manfaat dari gerakan yang disosialisasikan, diharapkan mereka akan bersedia membagikan pengalamannya kepada orang lain. Media yang akan di gunakan berupa *merchandise*.

Tabel 4.1 Tabel Tahapan Media

AISAS	MEDIA
<i>Attention</i>	Poster (informasi), poster (instagram), billboard, x banner, flayer
<i>Interest</i>	Poster (persuasi) <i>social media</i> (e-flayer),
<i>Search</i>	<i>social media</i> (IG, facebook dan twitter), Youtube
<i>Action</i>	<i>Event</i>
<i>Share</i>	<i>Merchandise</i>

4.5.1. Jadwal Media dan *Budgeting*

Dalam kegiatan kampanye sosial ini, waktu yang di gunakan adalah selama 4 bulan. Serta menjelaskan dana yang harus di keluarkan dalam kegiatan promosi .

a. Jadwal Media

Berikut jadwal media pada kegiatan promosi :

Tabel 4.2 Jadwal Media

Media Planning																	
no	Media	Januari 2019				Februari 2019				Maret 2019				April 2019			
		Minggu															
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Poster 1																
2	Poster 2																
3	Flyer																
4	Sosmed																
5	X banner																
6	Billboard																
7	Flayer 2																
8	Spanduk 1																
9	Flayer 3																
11	Audio Visual																
12	Spanduk 2																
13	Merchandise																
14	Event																

To Inform	To Persuade	Action	Reminder
------------------	--------------------	---------------	-----------------

b. Budgeting

Berikut rancangan anggaran biaya pembuatan dan pemasangan media :

Tabel 4.3 Tabel Budgeting

No	Media	Bahan	ukuran	Jumlah	Harga	Biaya Pemasangan Media
1	Poster	Art Paper 210 gsm	A2	500 pcs	Rp. 1.350.000	Rp. 25 cm ² x 60 =Rp. 1500 /bulan
2	Billboard	flexi korchin	8m x 4m	1	Rp. 1.600.000	Rp. 3.800.000(sewa per- minggu)
3	X banner	Art Paper 210 gsm	B1	10 pcs	Rp. 650.000	Rp. 30.000 x 10 = Rp300.000
5	Flyer	Art Paper 100 gsm	A5	500 pcs	Rp. 150.000	Rp. 3000/lembar x 500 = Rp. 900.000
7	Spanduk	Fr 280 gr Eco Solvent	4m ²	5	- Rp. 600.000	Rp.3000 x 4m ² x 5= Rp. 60.000 x 14 hari = Rp. 720.000
8	Merchandise	vinyl (Sticker)	A3 +	20	- Rp. 200.000 (dapat 720 sticker)	
		Mug		100 pcs	Rp. 2.000.000	
		Tumbler	19 cm	100 pcs	Rp. 1 .500.000	
		Gantungan kunci	Ø 3 cm	100 pcs	Rp. 300.000	
		Jam dinding		100 pcs	Rp. 3.000.000	
9	Billboard	Flexi korchin	8m x 4m	1	Rp. 1.600.000	Rp. 3.800.000 (sewa per-minggu)

10	Audio Visual			1	Rp. 2.900.000	(sewa 1 bulan)
11	Event	Gedung (sabuga)	1200m ² (1000 orang)	1	Rp. 25.000.000/hari	
		Sound	1000wat	1 set	Rp. 500.000/hari	
		- Gate (flexi korchin)	- 4m x 10m	1	Rp. 3.000.00	
		- Umbul – umbul	- 3m ²	12	Rp. 540.000	
		Pembicara	3 jam	2 orang	Rp. 2.000.000	
		Panggung	15m ²	1	Rp. 450.000	
		Photobooth	2m x 4m	1	Rp. 300.000	
		Backdrop	2m x 3m	1	Rp. 750.000	
		Sofa		1 set	Rp. 200.000	
		Genset	50 KVA	1	Rp. 1.750.000	
		Meja		1	Rp. 10.000	
		Lighting	2000 watt	4	Rp. 1.400.000	
		Crew		25 orang	Rp. 2.000.000	
		Mic	wireless	2	Rp. 270.000/hari	
			Clip on	2	Rp. 300.000/hari	

4.5.2 Aplikasi Media

Berdasarkan Analisis yang telah dilakukan, berikut media yang akan digunakan :

- a. Poster ukuran 60cm x 40cm



Gambar 4.8 Poster

b. Flayer 148 x 210 mm



Gambar 4.9 Flayer

- c. X banner ukuran 60cm x 160cm



Gambar 4.10 X banner

d. Billboard ukuran 8 x 4 m



Gambar 4.11 Billboard

e. Social Media 1 : 1



Gambar 4.13 Sosial Media

f. Spanduk ukuran 1 x 5 m



Gambar 4.14 Spanduk

g. Merchandise



Gambar 4.15 Merchandise

h. Event



Gambar 4.15 Even

i. Audio Visual



Gambar 4.12 Sosial Audio Visual