# BAB IV

# STRATEGI KREATIF

## 4.1. Konsep Verbal

### 4.1.1. Konsep Strategi Komunikasi Verbal

Konsep strategi komunikasi verbal dari kampanye sosial ini, diharapkan akan mampu memberikan pemahaman mengenai pencegahan serta mengedukasi permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja) terhadap para wanita pekerja. Maka secara tidak langsung juga akan mengurangi tingkat permasalahan PAK ( Penyakit Akibat Kerja) yang sering di alami oleh pekerja wanita. Oleh sebab itu, guna menyampaikan pemahaman tersebut maka di bentuklah sebuah kampanye sosial dengan menggunakan judul " Siasat Sehat " yang di maksudkan agar para wanita pekerja mampu mensiasati dalam semua aktifitasnya baik sebagai wanita pekerja maupun sebagai ibu bagi suami serta keluarga. Dengan memperhatikan dari segi kesadaran terhadap keamanan ketika melakukan aktifitas bekerjanya, yang akan berdampak juga bagi para wanita pekerja maupun perannya pada keluarga

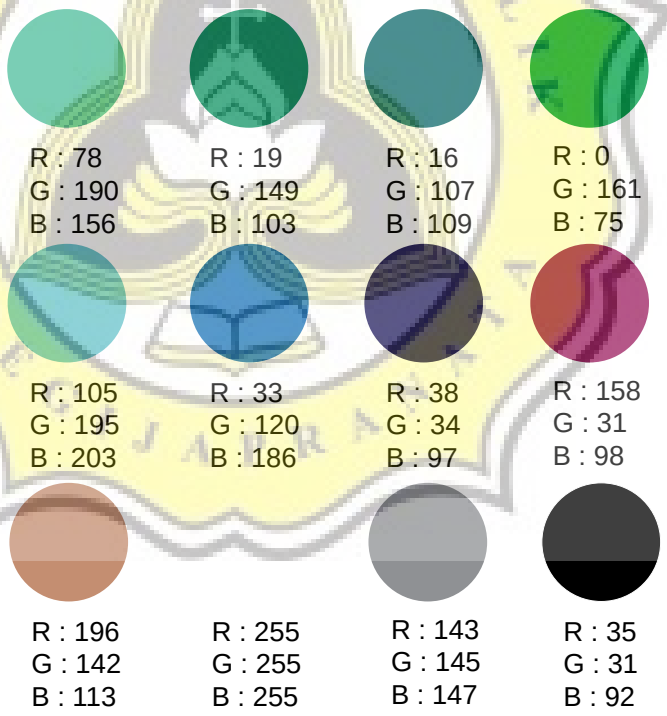
### 4.1.2. Konsep Strategi Komunikasi Visual

Dengan menggunakan penerapakan nilai kesadaran untuk mencegah serta pemahaman mengenai permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja) yang nantinya dengan melalui strategi media visual yang dekat dengan target sasaran dan di dalamnya akan menjelaskan visual mengenai *issue* yang menjelaskan mengenai permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja). Dalam strategi komunikasi visual ini menggunakan ilustrasi yang berbentuk vektor yang *simple* dengan menggunakan gaya desain *vintage illustration*, yang diharapkan agar lebih mudah dicerna serta diingat oleh target sasaran. Dan berdasarkan hasil kuisioner pada unsur warna dalam ilustrasi vektor menggunakan warna dingin yang bersifat mampu memberi kesejukkan serta ketenangan bagi para target sasaran wanita pekerja.

## 4.2. Konsep Visual

### 4.2.1. Warna

Dalam perancangan kampanye sosial ini, menggunakan unsur warna dingin karena berdasarkan dari hasil kuisioner yang di dapat. Ada beberapa warna yang dominan di gunakan dalam ilustrasi tersebut, diantaranya menggunakan warna hijau, violet/ ungu, biru. Unsur warna hijau yang di gunakan menggambarkan warna yang mempengaruhi unsur positif untuk memberikan motivasi serta pengertian edukasi bagi para wanita pekerja, pada unsur warna violet/ ungu di gunakan sebagai aksen pelengkap yang unik serta mewakili kesan fokus bagi para wanita pekerja dalam menghadiri kampanye sosial tersebut, dan yang terakhir warna biru yang mewakili warna corporate/ perusahaan yang mayoritas menggunakan warna biru sebagai bagian warna yang digunakan, serta memberikan kesan kesadaran serta menginspirasi bagi para wanita pekerja agar lebih sadar akan permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja).




Gambar 4.1. Warna Utama

(Sumber : Dokumen Pribadi 2017)

4.2.2. Tipografi

Jenis tipografi yang di gunakan dalam perancangan ini mengunakan jenis tipografi serif yang di dapat dari hasil kuesioner ada banyak macam *font* serif yang di gunakan karena mengikuti gaya desain *vintage illustration* yang banyak menggunakan macam *font* untuk menarik perhatian *audience*.

Gambar 4.2. Jenis Huruf *Carrera Jones*

(Sumber : https://www.dafont.com)

Gambar 4.3. Jenis Huruf *Fat Flamingo*

(Sumber : *https://www.dafont.com* )

Gambar 4.4. Jenis Huruf *Subway Black*

(Sumber : *https://www.dafont.com* )

4.2.3. Elemen

Unsur elemen yang di gunakan dalam perancangan ini, menggunakan unsur elemen ilustrasi seorang wanita pekerja yang sedang melakukan aktifitasnya dalam bekerja, serta memberikan juga unsur bunga. Yang di kemas dengan ilustrasi vektor sederhana dengan menggunakan warna dingin yang tidak senada, namun berperan kuat pada *body copy* yang di sampaikan terhadap *audience*.

Gambar 4.5. Elemen Logo

(Sumber : Dokumen Pribadi 2017)

4.2.4. Logo

4.2.4.1. Konsep Logo

Hasil data yang telah di dapatkan dari data kuesinoner, wawancara, observasi serta perancangan kampanye sosial ini di bentuklah sebuah judul yaitu “Siasat Sehat” yang bertujuan guna menerapkan nilai kesadaran untuk menurunkan serta pemahaman mengenai permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja) tentang pentingnya menggunakan peralatan keamanan dan keselamatan kerja. Dengan menggunakan gaya desain *vitage illustration* serta gaya *body copy* dengan bahasa yang melekat dengan keseharian supaya mudah untuk dicerna.

Pada unsur logo terdapat ilustrasi seorang wanita pekerja yang sedang melakukan aktifitas kerja dengan menggunakan peralatan

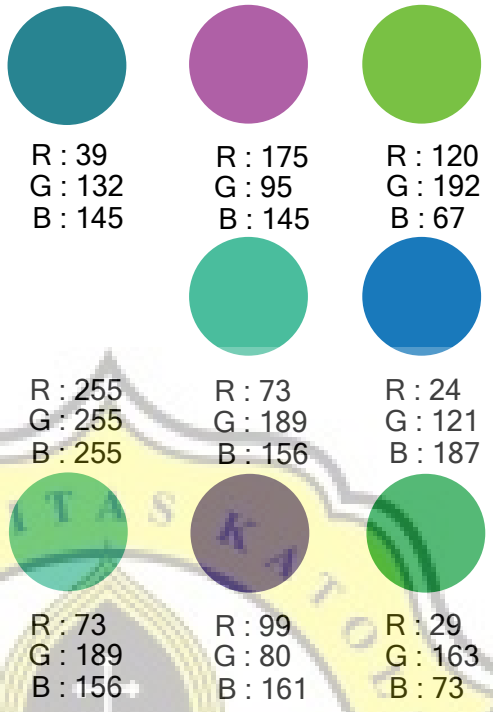
keamanan lengkap yang di harapkan mampu menjadi simbol motivasi bagi para wanita pekerja agar menyadari pentingnya menggunakan peralatan keamanaan saat bekerja.

Lalu pada unsur ilustrasi bungan dan daun yang membentuk *frame* mempunyai makna kesehatan serta energi positif yang senantiasa dirasakan para wanita pekerja yang mengubah kebiasaannya untuk selalu menggunakan peralatan keamanan kerja saat melakukan aktifitas kerjanya.

Gambar 4.6. Elemen Wanita Pekerja dan Bunga
(Sumber : Dokumen Pribadi 2017)

4.2.4.2. Pemilihan Warna

Pemilihan warna pada logo menggunakan 8 unsur warna dingin yaitu 3 unsur turunan warna hijau, ungu, serta coklat muda. Pemilihan warna ini berdasarkan hasil dari kuesinoner yang telah didapatkan yang pada hasil akhirnya lebih banyak memilih warna dingin untuk unsur pendekatan desain.




Gambar 4.7. Warna Logo

(Sumber : Dokumen Pribadi 2017)

4.2.4.3. Pemilihan Logotype

Pada judul kampanye " Siasat Sehat 2018 " ini menggunakan *logotype font Fette Egyeptenne* serta *Lady Copra Wide* yang mampu menyimbolkan sebagai gaya desain *Illustration Vintage* yang menggunakan elemen visual serta verbalnya kontras dengan rancangan *body copy* yang mampu di ingat serta di cerna.

**Nama Font**

**THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG**

**the quick brown fox jumps over the lazy dog**

**0123456789**

**,./;'–[]<>?:"{}&@*()**

Gambar 4.8. Jenis Huruf *Copra Wite* pada *Logotype*
(Sumber : *https://www.dafont.com*)

**Nama Font**

**THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG**

**the quick brown fox jumps over the lazy dog**

**0123456789**

**,./;'-[]<>?:"{}&@*()**

Gambar 4.9. Jenis Huruf *Fette Egyptenne* pada *Logotype*
(Sumber : https://www.dafont.com)

4.2.5. *Graphic Standart Manual* (GSM)

4.2.5.1. Logo Utama

Gambar 4.10. Logo Utama
(Sumber : Dokumen Pribadi 2017)

4.2.5.2. Rumus Skala Logo

Garis pinggiran hitam merupakan batas clear area dari logo ini pada media yang di gunakan dengan ketentuan 1 cm

Gambar 4.11. Rumus Skala Logo
(Sumber : Dokumen Pribadi 2017)

4.2.5.3. Logo Black and White

Gambar 4.12. Logo *Black and White*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

4.2.5.4. Logo Satu Warna

Gambar 4.13. Logo Satu Warna

(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

4.2.5.5. Logo Gray Scale

Gambar 4.14. Logo *GrayScale*

(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

4.2.5.6. Pengaplikasian Benar dan Salah

Gambar 4.15. Logo *Strech*

(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

Gambar 4.16. Warna Logo Berubah

(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

Gambar 4.17. *Backgorund* Menggunakan Warna
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

Gambar 4.18. Ukuran Terkecil Logo
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

## 4.3. Visualisasi Desain

### 4.3.1. Attention

Pengaplikasian poster promosi pada kaca di angkutan umum, bertujuan untuk menarik perhatian para target sasaran yaitu para wanita pekerja serta memberikan *issue social campaign* mengenai permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja) yang sering di alami para wanita pekerja. Dengan sering berlalu lalangnya angkutan umum ini di sekitar wilayah pabrik/ perusahaan mereka bekerja. Ada beberapa *body copy* yang telah di rancang untuk menarik perhatian para target di antaranya "Gerah Watuk Awage Bubrah" ( "Sakit Batu Membuat Berantakan"), "Mripat Lara Nambahi Perkara" (Mata Sakit Mengakibatkan Masalah"), "Gatel Teka Rejeki Lunga" ("Sakit Gatal Datang Rezeki Pergi"), "Ambegan Angel Merga Ngeyel" ("Sesak Nafas Karena Keras Kepala"). Dari beberapa *body copy* tersebut harapkan mampu mencerna serta membuat rasa penasaran mereka mengenai issue permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja).

Gambar 4.19. Poster Promosi pada Angkutan Umum

(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

Pengaplikasian lainnya tidak jauh beda dengan poster yang di letakkan pada angkutan umum, pada tahap ini mengunakan poster series yang akan di letakkan pada lokasi strategis yang kerap di lalui oleh para wanita pekerja. Dalam pengamplikasian ini menggunakan 4 macam poster series yang memberikan issue mengenai permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja).

Gambar 4.20. Poster *Series*

(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

Gambar 4.21. Poster *Series*

(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

4.3.2. Intersest

Pada tahap yang selanjutnya menggunakan media iklan radio yang akan di siarkan pada beberapa radio lokal yang akan menghadirkan *issue* permasalahan mengenai PAK (Penyakit Akibat Kerja) serta memberikan informasi mengenai *road show* yang akan dilaksanakan pada beberapa perusahaan/ pabrik.

Pada tahapan ini juga di imbangi dengan penyebaran poster infografis pada beberapa perusahaan/ pabrik yang bertujuan agar para wanita pekerja mampu mengetahui permasalahan mengenai PAK (Penyakit Akibat Kerja) serta pentingnya penggunaan peralatan keamanan kerja agar mampu mengurangi permasalahan penyakit PAK (Penyakit Akibat Kerja).

Berikut merupakan isi dari dialog iklan tersebut :

Jumani : Loh, kok awakmu ora nyambut gawe mar ?

Marfuah : Preii, watukku pating nyekriss …

Jumani : Laa gaweanmu pabrik piye ?

Marfuah : Wes gen di tandangi bocah – bocah liyane. Bar kapusan aku ju !!

Jumarni : Kosek, koiso kapusan ki piye ?

Marfuah : Wes tertipu aku tenan, temenan tergatak aku

Jumarni : Piye–piye ? koi so ?

Marfuah : Layo jelas to, wingi ono cah seng nawani aku dikon tuku maskere deknen. Karepanku yo lumayan tak tuku keno nggo tombo sementara ngurangi watukku ora nulari liyane pas nyambut gawe neng pabrik

Jumarni : Laa terus ? sidone mbo tuku ?

Marfuah : Layo tak tuku to, selak arep mlebu nyambut gawe.

Jumarni : Lah ? terus iso tertipune teko ndi ?

Marfuah : Nah basan tak tuku, bungkuse tak buka jebul isine masker pembersih wajahh. Lak yo tertipu to aku

Jumarni : HAHAHA …., ono-ono wae kowe mar ngono ko yo ora di sawang disik bungkuse

Marfuah : La terus kepriye ? kesusu arep mangkat nyambut gawe

Jumarni : Wes ngene wae, iki aku mau ntes ndelok neng poster ngarep cegatan angkot cedak pabrik yen sesok dina sabtu bakal ono Road Show kampanye " Siasat Sehat " seng isine bakal ngei edukasi tentang permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja), ono cek kesehatane mbarang, seng paling mantep bakal di bagikno peralatan keamanan kerja gratis. Cocok iku karo awakmu pas loro, iso entok ilmune, ngecek kesehatanmu, sisan iso entok peralatan keamanane …

Marfuah : Wahh yo jelas budhal nek ngono kui, mumpung geratisss !!!

Jumarni : Owalah padune njaluk seng geratis !!! yowes aku yo budhal

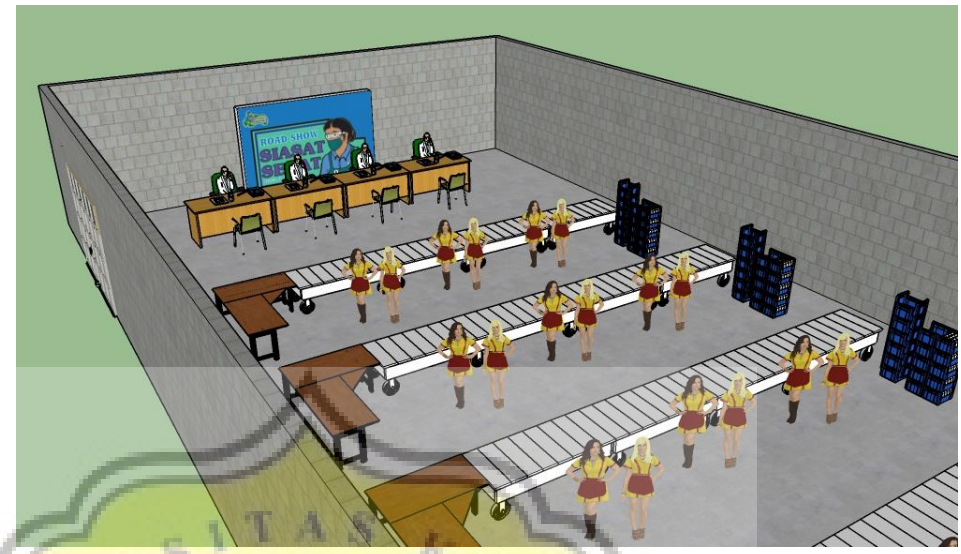
Marfuah : Weleh podo wae ….

4.3.3. Search

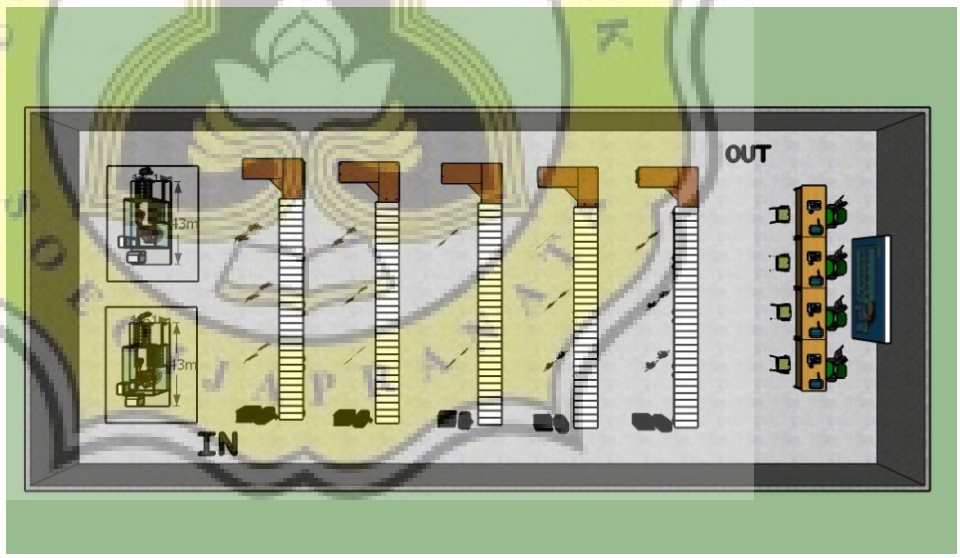
Pada tahapan *search* ini menggunakan media *interactive booklet* yang akan di bagian bagi para target sasaran. Yang di dalamnya akan terdapat ilustrasi permasalahan mengenai PAK (Penyakit Akibat Kerja) serta solusi untuk mengurangi permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja). Dengan menggunakan metode *interactive booklet* yang kreatif di harapkan juga mampu diaplikasikan kepada keluarga di rumah terutama pada anak agar mereka juga akan mendapatkan pengetahuan baru mengenai permasalahan PAK (Penyakit Akibar Kerja) dengan menarik serta menyenangkan.

4.3.4. Action

*Road Show* akan di gunakan pada tahapan *action* ini, dengan hadir di beberapa perusahaan/ pabrik yang di dalamnya akan memberikan edukasi mengenai permasalahan PAK (Penyakit Akibat Kerja) dari mengenalkan *issue* penyakit yang biasa dialami para wanita pekerja, penyebab, hingga solusi dari permasalahan tersebut. Dalam bal ini juga bekerja sama dengan Puskesmas sekitar guna melalukakan *medical check up* secara gratis guna memeriksakan keadaan kesehatan dari para pekerja.




Gambar 4.21. Gambar Alur R*oad Show* Tampak Serong
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

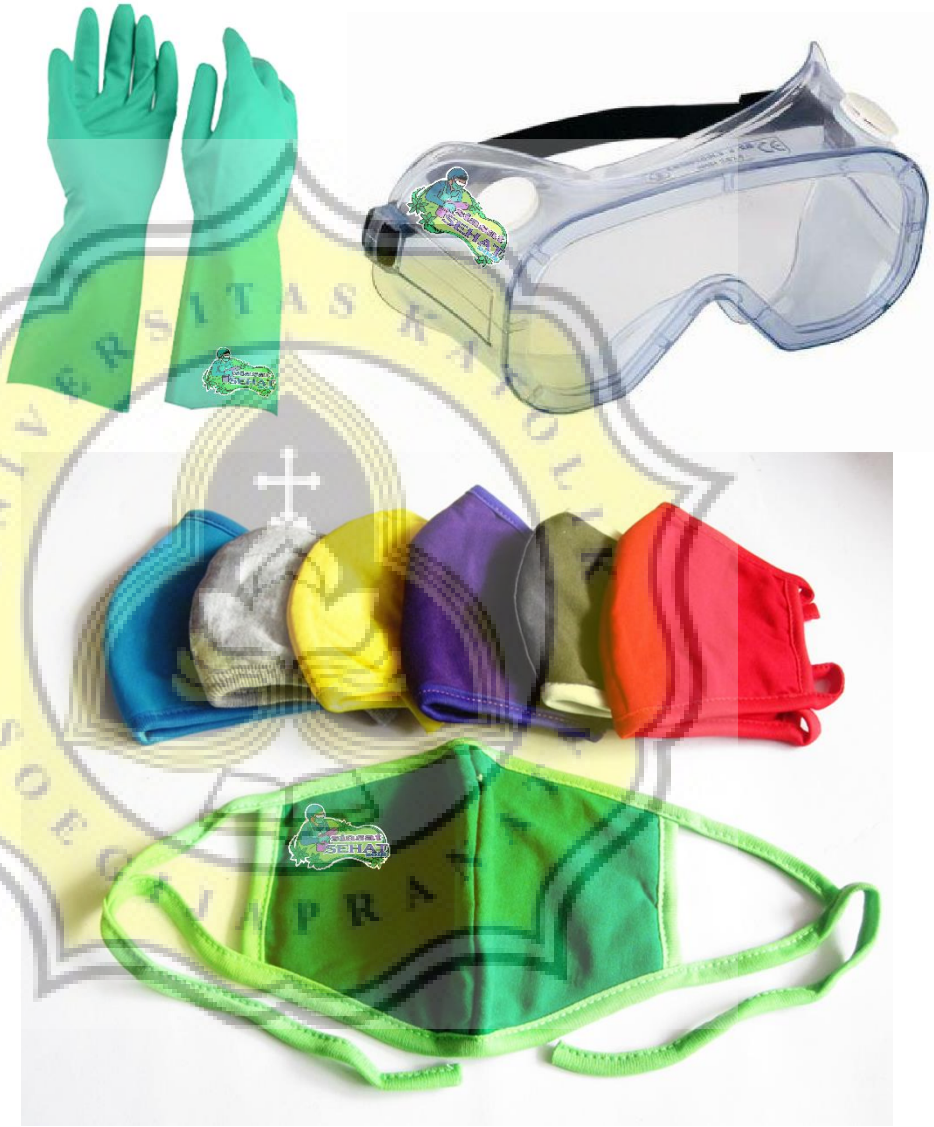



Gambar 4.22. Alur *Road Show* Tampak Atas
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2017)

4.3.5. Share

Pada tahapan terakhir ini, setelah di adakannya *Road Show* pada tiap perusahaan/ pabrik akan di berikan cindera mata untuk para wanita pekerja berupa peralatan keamanan kerja yang di antaranya kaca mata,

sarung tangan hingga masker yang akan di bagikan juga secara gratis. Yang nantinya dapat digunakan mereka dalam melakukan aktifitas pekerjaannya masing – masing.



Gambar 4.23. *Mercandise* Sarung Tangan, Kacamata, masker
(Sumber : Dokumen Pribadi 2017)