4. Strategi Kreatif

4.1. Strategi Verbal

Berdasarkan data yang didapat penggunaan jenis bahasa yang mendukung adalah bahasa Indonesia (non – formal) dirasa cocok dengan target sasaran agar dapat lebih mudah dicerna

4.2. Strategi Visual

Berdasarkan data yang didapat visual yang digunakan adalah visual yang akrab namun berdasarkan isi dari yang ingin disampaikan dimana dampak dari stigma ini dapat mempengaruhi ke dalam susahnya pencarian kerja dan keluarga dari mantan narapidana juga dapat terkena dampaknya sehingga pesan yang ingin disampaikan dirasa penting. Sehingga jalan tengah dari penyelesaian tersebut adalah semi - formal

4.3. Konsep Penyampaian Pesan

4.3.1. Tema

Inti dari apa yang ingin disampaikan adalah humanis meski terlalu luas dalam hal ini yang dimaksud adalah mantan narapidana dengan kasus kekerasan, namun karena mayoritas target takut tanpa harus mengatakan kasus maka lebih di ranahkan ke mantan narapidana

4.3.2. Judul dan tagline

Berdasarkan tema humanis dengan target remaja usia 20 dengan keseharian menggunakan Bahasa Indonesia dengan hasil judul "Memenjara Stigma" kata "Memenjara" identik berasal dari kata penjara dimana mantan narapidana adalah orang yang sudah terpenjara dan "Stigma" adalah hal yang menghambat kembalinya mantan narapidana kembali di masyarakat, dengan makna dari "Memenjara Stigma" adalah agar target dapat membendung sudut pandang buruk mereka pada mantan narapidana

4.4. Strategy Penyampaian Pesan

Dengan cara menggunakan model AISAS yaitu

4.4.1. Attention: Pada tahap ini agar isu diketahui oleh target berdasarkan hasil data yang didapat maka dilaksanakan di dalam caffee yang dibagi menjadi 3 wilayah dimana wilayah yang dituju adalah wilayah kampus yaitu Undip,

Unika, dan Udinus ditambah dengan Instagram Ads dengan tujuan mengarahkan ke akun Instagram. Dalam tahap ini pesan yang ingin disampaikan adalah agar tidak mudah menghakimi.

4.4.2. Interest: Dalam tahap ini menggunakan media sosia Instagram dengan pesan yang ingin disampaian adalah mengenai perubahan mantan narapida yang akan disamaikan oleh influenzer, influenzer yang memiliki pengalaman mengenai mantan naraidana salah satunya adalah Anne Avantie, dia membuka pelatihan untuk narapidana dan memperkerjakan mantan narapidana sehingga beliau dinilai memiliki kapasitas mengenai hal ini, selain itu pada tahap ini menggunakan Instastory yang mengajak target untuk bicara mengenai stigma dengan hadiah totbag dan kartu ucapan terimakasih

4.4.3. Search: Dalam tahap ini agar target target aktif menggunakan acara sesuai dengan hasil data yang didapat bahwa selain video hal yang diminati adalah acara dengan pesan yang ingin disampaikan adalah dampak dari adanya stigma sehingga menampilkan psikolog dan sosiolog, serta stand up comedy dan band berdasarkan ketertarikan target. Acara diselenggarakan di ruang terbuka yaitu di taman Indonesia Kaya dengan tujuan agar masyarakat luas juga dapat mengetahui mantan narapidana, disamping itu taman Indonesia Kaya juga merupakan tempat komunitas – komunitas yang usia dari komunitas itu tergolong masih muda selain itu juga dekat dengan SMA 1 dimana dari segi umur mereka masih masuk sebagai target

4.4.4. Action: Untuk menunjang acara ditampilkan video dengan pesan dari video adalah agar target merenungi mengenai apa yang terjadi di masyarakat sehingga pada akhir acara target mendapatkan cara pandang baru mengenai mantan narapidana

4.4.5. Share : Pada tahap share menggunakan photobooth yang diunggah ke dalam instastory.

4.5. Konsep Verbal

4.5.1. Pemilihan Bahasa

Dalam perancangan ini pemilihan bahasa yang akan digunakan adalah bahasa Indonesia (non – formal)

4.5.2. Judul

Judul yang akan digunakan adalah “Saling Memanusiakan” penggunaan bahasa Indonesia sehari – hari memiliki tujuan agar lebih mudah diterima oleh target, kata “Saling” mengacu pada ke akraban dan kata “Memanusiakan” mengacu pada humanis dimana humanis adalah isi pesan yang ingin disampaikan

4.5.3. Tagline

Tagline yang akan digunakan adalah “Kita Manusia“ dengan alasan dapat mendukung judul, dan nantinya akan digunakan sebagai “#KitaManusia “

4.6. Konsep Visual

4.6.1. Tone and Manner

Kesan yang ingin disampaikan dalam perancangan ini adalah semi – formal dan akrab karena target akan bosan jika terlau formal dan berdasarkan hal yang ingin disampaikan hal ini cukup pengting mengingat dampak dari stigma sendiri merambah ke hal lain

4.6.2. Konsep Logo

Konsep logo yang akan digunakan adalan perpaduan dari sidik jari, hati, dan air pemilihan sidik jari karena sidik jari adalah apa yang setiap orang baik itu orang terpidana maupun tidak memiliki disamping itu sidik jari juga sebagai petunjuk dalam kriminal, pemilihan hati berdasarkan pada konsep dari kampanye ini sendiri dimana kampanye ini bercerita mengenai humanis (memanusiakan manusia) dan air sebagai perwujudan sikap manusia dimana manusia itu dinamis. Dengan

4.6.3. Konsep Warna

Konsep dari warna sendiri diambil dari warna - warna hangat guna menyampaikan kesan akrab

4.6.4. Konsep Typography

Typface yang akan digunakan adalah DIN Black Alternative sebagai head, Din, Alternative sebagai body, Introvert sebagai alternative, pemilihan typface DIN Alterntive dikarenakan memiliki keterbacaan tinggi sehingga isi dari pesan

yang ingin di angkat dapat dicerna, pemilihan Introvert sebagai alternative dikarenakan memiliki kesan handwriting sehingga kesan yang ditimbulkan seperti bicara secara langsung shingga lebih akrab

4.6.5. Konsep Fotografi

Fotografi adalah salah satu elemen pendukung dalam perancangan ini digunakan dalam media pendukung, dalam foto yang akan digunakan akan menggunakan foto hitam – putih jika dominan berwarna primer (orange / putih) dan jika dominan adala warna hitam putih maka menggunakan warna orange hal ini bertujuan agar eyes catching sehingga target tertarik dan mau membaca pesan disamping itu pendekatan dengan warna hitam putih identik dengan baik atau buruk (sikap manusia)

4.7. Visualisasi Design

4.7.1. Attention

Pada tahap ini di prioritaskan membahas mengenai agar tidak mudah menghakimi melalui media yang dekat dengan target

4.7.1.1.Cup

Cup berisikan mengenai pesan agar tidak mudah menghakimi yang mengarahkan ke dalam Instagram yang akan di taruh di beberapa coffee shop yang dekat dengan wilayah kampus

4.7.1.2.Sign Display

Sign display ditaruh di depan kasir tempat target melakukan transaksi di caffe dengan pesan untuk tidak mudah menghakimi yang juga mengarahkan ke Instagram

4.7.1.3.Instagram Ads

Instagram ads dengan menggunakan influenzer Anne Avanti agar menarik perhatian target karena sang influenzer sedang aware mengenai sebuah isu

4.7.2. Interest & Iklan

Pada tahap ini Instagram digunakan sebagai media penyampai pesan dan target sudah mengikuti Instagram “Saling Memanusiakan” dengan pesan yang ingin disampaikan adalah mengenai perubahan sikap

4.7.2.1.Quize

Menggunakan future Instagram story untuk mengajak target bercerita mengenai pengalaman pribadi mereka tentang ketika mereka berubah menjadi lebih baik namun masih di cap buruk oleh orang – orang di sekitarnya dengan judul “Menjadi Lebih Baik” dengan hadiah totbag dan ucapan terimakasih,totbag sendiri biasa digunakan di dalam kegiatan kuliah

4.7.2.2.Influenser

Influenser yang digunakan disini adalah Anne Avanti, selain sebagai public figure beliau juga melakukan pelatihan dan memperkerjakan mantan narapidana sehingga masih relevan jika berbicara mengenai perubahan mantan narapidana

4.7.2.3.Search

Pada tahap ini acara sebagai media penyampai pesan mengenai dampak dari stigma sehingga memiliki judul acara “Memenjara Stigma” dengan maksud mengajak target untuk tidak mudah memiliki prasangka terhadap orang lain

a. Acara

Acara akan di adakan di taman Indonesia Kaya karena berada di pusat kota, sebagai tempat komunitas berkumpul, dekat dengan SMA 1 dimana masuk dengan target usia yang dituju dan cocok dengan tujuan awal yaitu memberikan sudut pandang lain mengenai mantan naapidana Berdasarkan pesan yang ingin disampaikan yaitu dampak dari stigma maka akan memiliki bintang tamu pakar psikologi dan pakar sosiologi, serta berdasarkan keter tarikan target mengikut sertakan stand up comedy dan band

b. Photo Booth

Photo booth bercerita mengenai dampak dari stigma seperti dikucilkan, dengan ajakan untuk dapat share melalui Instagram story agar dapat diketahui audient lain

4.7.3. Action

Media yang digunakan pada tahap ini adalah video dengan pesan yang ingin disampaikan adalah mengajak target merenung mengenai apa yang ada di masyarakat sehingga setelah acara selesai diharap target mendapa sudut pandang baru mengenai mantan narapidana

4.7.3.1.Video

Video berbicara mengenai harapan dari mantan narapidana kepada masarakat agar masyarakat dapat merenngi apa yang terjadi di masyarakat

4.7.3.2.Share

Pada tahap ini video akan di updoad di ke dalam akun Instagram dengan harapan dapat dilihat oleh khalayak yang lebih luas