

BAB IV

STRATEGI REATIF

A. Konsep Besar

Pada perancangan desain kampanye protokol kesehatan pada layanan rapid antigen di Stasiun Semarang Tawang ini memiliki konsep '**Melaju Bersama Kereta, Cegah Virus Corona**'. Maksud dari konsep tersebut adalah para calon penumpang masih bisa menggunakan kereta api dimasa pandemi namun dengan menerapkan protokol kesehatan covid-19.

1. Konsep Verbal

Bedasarkan sasaran khalayak, tujuan sebenarnya kampanye protokol kesehatan pada layanan rapid antigen di Stasiun Semarang Tawang ini. Untuk merubah perilaku target audience agar para calon penumpang mengetahui dan mematuhi aturan yang diberlakukan pada layanan kereta api dimasa pandemi. Khususnya pada masa libur natal 2020 dan tahun baru 2021. Sehingga memudahkan para calon penumpang untuk mempersiapkan diri ketika akan menggunakan kereta api dimasa pandemi.

a. Tagline

Melalui pemberian tagline KAI '**Melindungi Sepenuh Hati**' memberikan sebuah langkah awal kepada calon penumpang. Bahwa para calon penumpang yang ingin menggunakan kereta api akan mendapatkan perlindungan lebih sebelum melakukan perjalanan yaitu dengan rapid test antigen terlebih dahulu. Sehingga para calon penumpang lebih nyaman dan aman ketikan melakukan perjalanan menggunakan kereta api.

b. Slogan

Dengan pemberian slogan '**Sobat Sepur**', akan memberikan sebuah ingatan ketika akan menaiki kereta. Slogan Sobat Sepur sendiri terinspirasi dari para fans pecinta lagu Didik Kempot yaitu '**Sobat Ambyar**'. Sedangkan kosakata dari orang belanda dengan sebutan '**Spoor**' yang artinya jalur dua rel yang melintas diatas rel. Akhirnya masyarakat jawa tengah, terutama orang jawa lebih mengenal dengan sebutan '**Sepur**'. Sehingga digabungkan menjadi '**Sobat Sepur**'.

c. Iklan dan Promosi

Pada tahap selanjutnya, target audience diarahkan untuk mencari informasi seputar penggunaan kereta api pada masa pandemi covid-19 dengan penggunaan bahasa indonesia semi formal. Melalui media cetak seperti billboard, banner, x-banner, poster, stiker. sedangkan media online yaitu melalui instagram dan facebook. Dengan metode sebagai berikut:

1) Headline

Pada headline nantinya akan digunakan sebagai promosi untuk menarik perhatian target audience. Dengan contoh headline **‘Berita terbaru dari sobat sepur!.**



Gambar.58 Konten Instagram KAI Access.

Sumber: Dokumentasi dari hasil tangkapan layar penulis dari akun instagram kai121_.

Diakses dari <https://www.instagram.com/p/CPVCv1w18CV/>, pada pukul 01.55 WIB hari Senin, 7 Juni 2021.

2) Caption

Untuk tahap selanjutnya, pada caption nantinya akan digunakan sebagai penjelasan seputar informasi mengenai rapid antigen. Dengan contoh caption **‘Diwajibkan bagi seluruh penumpang sobat sepur. Pada masa libur Natal 2020 dan tahun baru 2021. Penggunaan kereta api antar provinsi, harus menyertakan surat antigen dengan menunjukan hasil negatif. #MelindungiSepenuhHati**



Gambar.59 Konten Instagram KAI Access.

Sumber: Dokumentasi dari hasil tangkapan layar penulis dari akun instagram kai121_. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/CPVCv1w18CV/>, pada pukul 01.59 WIB hari Senin, 7 Juni 2021.

3) Mandatory Verbal

Pada perancangan kampanye protokol kesehatan rapid antigen di stasiun Semarang Tawang ini, akan bekerja sama dengan KAI. Maka untuk media iklan dan promosi nantinya, yang akan dimunculkan dalam bentuk verbal yaitu sebagai berikut:

- a) Akun media sosial KAI
- b) Aplikasi KAI Access
- c) Email KAI
- d) Website KAI

Untuk penempatan nantikan akan di tempatkan di bagian bawah sisi kiri pada artboard.

2. Konsep Visual

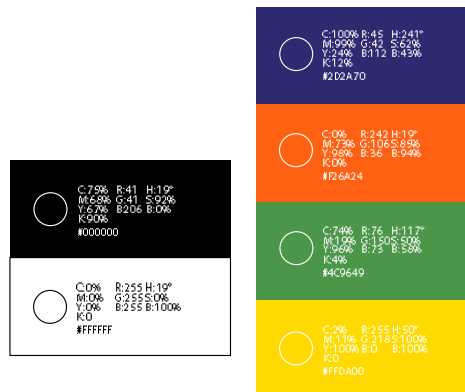
Secara visual, konsep '**Melaju Bersama Kereta, Cegah Virus Corona**' digambarkan dengan desain yang sederhana, minimalis, dan modern. Sehingga target audience pada nantinya akan lebih fokus dan memahami informasi melalui pesan tersebut.

a. Warna

Pemilihan warna desain yang digunakan dalam kampanye protokol kesehatan pada layanan antigen di Stasiun Semarang Tawang menggunakan warna sebagai berikut:

1) Warna Primer

Untuk warna primer yang digunakan yaitu warna kontras.



Gambar 60. Warna Primer.

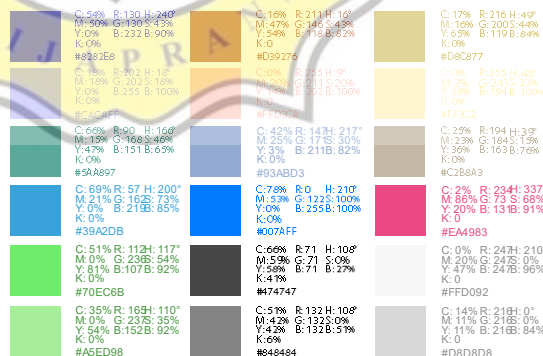
Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 011:03 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Dengan tujuan untuk memberikan kesan jelas. Warna biru yang mengartikan ketenangan, sejuk, damai. Sedangkan warna oranye yaitu penyegaran, kreatifitas.

2) Warna Sekunder

Sedangkan untuk warna sekunder diambil dari warna primer yang kemudian menjadi warna turunan.



Gambar 61. Warna Sekunder.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 11:12 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

b. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam desain kampanye protokol kesehatan pada layanan antigen di Stasiun Semarang Tawang sebagai berikut:

1) Primary Font

Untuk primery font yang digunakan yaitu dengan jenis font Work Sans dengan karakter huruf Bold.

Work Sans - Bold
ABCDEFGHIJKLMN**OPGRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmn**opgrstuvwxyz**
<>.,/?;:~"[]{}|\~`!@#%&^*()_+ -=
1234567890

Gambar 62. Primery Bold.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 11:12 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

2) Secondary Font

Untuk secondary font yang digunakan yaitu dengan jenis font Work Sans dengan karakter huruf Regular dan Italic.

Work Sans - Regular
ABCDEFGHIJKLMN**OPGRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmn**opgrstuvwxyz**
<>.,/?;:~"[]{}|\~`!@#%&^*()_+ -=
1234567890

Work Sans - Italic
ABCDEFGHIJKLMN**OPGRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmn**opgrstuvwxyz**
<>.,/?;:~"[]{}|\~`!@#%&^*()_+ -=
1234567890

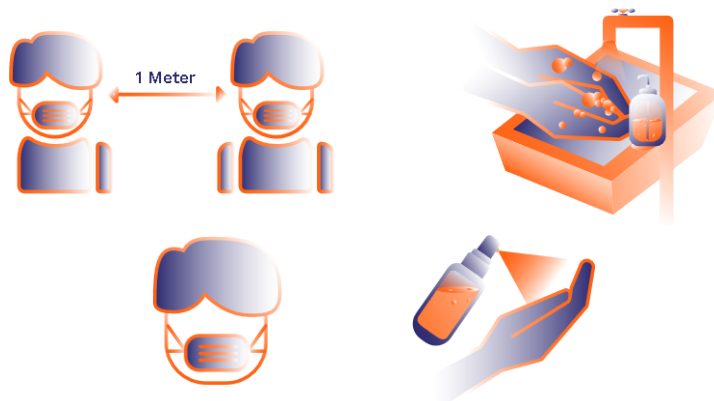
Gambar 63. Secondary Font.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 11:13 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

c. Ilustrasi

Didalam kampanye protokol kesehatan pada layanan antigen di Stasiun Semarang Tawang gaya ilustrasi yang akan digunakan yaitu gaya ilustrasi flat desain. Dengan karakter sederhana.



Gambar 64. Ilustrasi Flat Design.
Sumber: Dokumentasi pribadi 2021
Diambil pada pukul 11:16 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

d. Layout

1) Sequence

Alur membaca menggunakan alur I dan L.

2) Emphasis

Untuk poin penekanan pada perancangan kampanye ini yaitu sebagai berikut:

a) Menggunakan ukuran huruf yang lebih besar

b) Pemilihan warna kontras dari latar belakang. Sehingga dapat terlihat jelas.

c) Peletakan poin terpenting di bagian tertentu pada artboard, sehingga dapat menarik perhatian pada target audience.

d) Penggunaan bentuk dan style berbeda tetapi tetap satu makna.

3) Keseimbangan

Perancangan kampanye yang akan dibuat pada nantinya akan menggunakan keseimbangan simetris dan asimetris.

4) Unity

Didalam desain rapid antigen pada nantinya akan terdapat pengulangan seperti warna, bentuk, garis sehingga menciptakan satu kerhamonisan yang lebih nyaman untuk dilihat.

5) White Space

Desain kampanye pada nantinya akan diberikan ruang kosong (white space) agar target audience lebih fokus dan memahami informasi yang disampaikan. Dan memberikan kesan tidak terlalu ramai atau clean pada artboard sehingga tidak memberikan kesan membingungkan.

e. Mandatory Visual

Pada perancangan kampanye protokol kesehatan rapid antigen di stasiun Semarang Tawang ini, akan bekerja sama dengan BUMN dan KAI. Maka untuk media iklan dan promosi nantinya, yang akan dimunculkan pada elemen visualnya yaitu sebagai berikut:

1) Logo BUMN

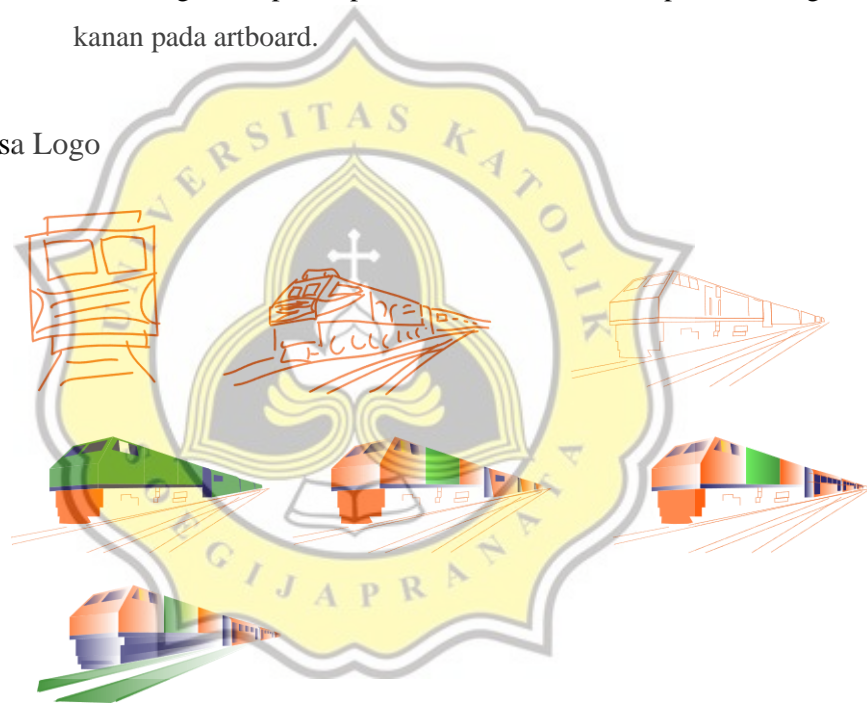
Untuk logo BUMN penempatan nantinya akan ditempatkan di bagian atas sisi kiri pada artboard.

2) Logo KAI

Untuk logo KAI penempatan nantinya akan ditempatkan di bagian atas sisi kanan pada artboard.

B. Sketsa

1. Sketsa Logo

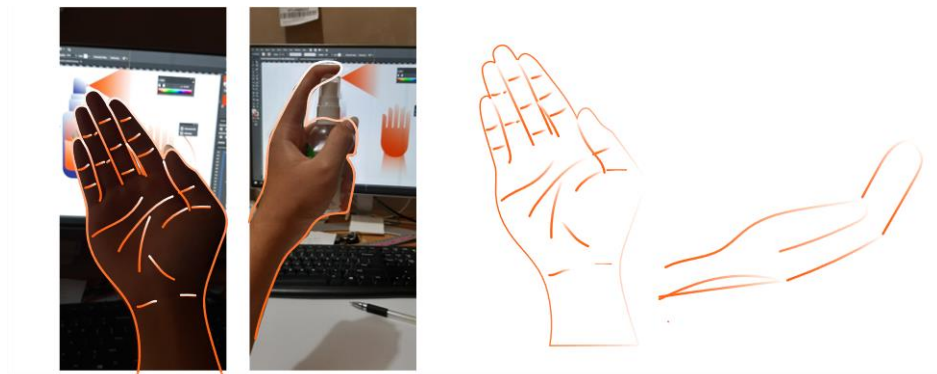


Gambar.65 Sketsa Logo.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 11:34 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

2. Sketsa Ilustrasi



Gambar 66. Sketsa Ilustrasi.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 11:35 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

C. Logo

1. Filosofi Logo



Gambar 67. Logo Sobat Sepur.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 11:37 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Logo Kampanye Protokol Kesehatan Rapid Antigen pada penumpang kereta api yaitu dengan tema, “Melaju Bersama Kereta, Cegah Virus Corona”. Dari tema tersebut mendeskripsikan nilai-nilai keramahan, semangat dalam memberikan pelayanan agar tetap prima, melindungi, serta menjaga amanah masyarakat yang sudah diberikan oleh KAI dalam moda transportasi darat yang cepat dan efisien.

Deskripsi tersebut digambarkan dalam komposisi bentuk geometrik yang sederhana, namun tegas, dan dalam perpaduannya yang saling melengkapi satu dengan yang lain. sehingga menghasilkan energi yang positif.

2. Konsep Logo



Gambar 68. Konsep Logo Sobat Sepur.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 11:37 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Kereta Api adalah transportasi darat yang cepat dan efisien. Melaju diatas rel dijaluinya sendiri. Seperti halnya PT KAI dalam memberikan sebuah informasi kepada seluruh pelanggannya secara cepat, tepat, dan presisi.



Gambar 69. Konsep Logo Sobat Sepur.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 11:37 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Dimasa pandemi covid-19, KAI berusaha untuk dapat secara (Adaptif) yaitu dengan menyesuaikan diri dimasa transisi sesuai intruksi dari pemerintah salah satunya yaitu wajib menggunakan masker.



Gambar.70 Konsep Logo Sobat Sepur.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

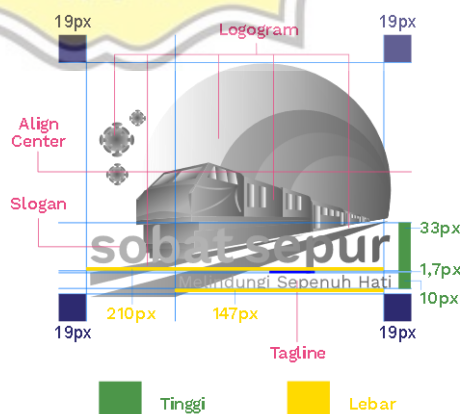
Diambil pada pukul 11:37 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Dengan adanya warna orage, dapat mengoptimalkan kembali pada layanan kereta api dimasa pandemi covid-19 secara kreatif dan inovatif.

Melalui warna kuning yaitu dengan adanya harapan baru, pelanggan setia KAI tidak perlu khawatir karna semua armada dan tempat pelayanan kereta api sudah menerapkan protokol kesehatan secara ketat.

3. Logo Grid

Logo yang digunakan secara komposisi dan proporsinya harus mengikuti ketentuan pada logo grid yang sudah ditetapkan. Karna pembentukannya sudah disesuaikan dengan perhitungan dan dipertimbangan secara tepat dan presisi.



Gambar 71. Logo Grid.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 11:37 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

4. Pengaplikasian Logo Salah



Gambar 72. Pengaplikasian Logo Salah.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:03 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Untuk mengaplikasikan logo Sobat Sepur, tidak diperbolehkan untuk menambahkan efek bayangan (Shadow) ke dalam logo.



Gambar 73. Pengaplikasian Logo Salah.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:03 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Tidak diperbolehkan juga untuk merubah warna.



Gambar 74. Pengaplikasian Logo Salah.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:03 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Tidak diperbolehkan untuk mempersempit atau memperlebar logo.



Gambar 75. Pengaplikasian Logo Salah.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:03 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Tidak diperbolehkan untuk merubah layout atau tatanan dari logo Sobat Sepur.

5. Pengaplikasian Logo Benar



Gambar 76. Pengaplikasian Logo Benar.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:31 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Pengaplikasian logo Sobat Sepur dengan Warna Putih.



Gambar 77. Pengaplikasian Logo Benar.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:32 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Pengaplikasian logo Sobat Sepur dengan background berwarna.



Gambar 78. Pengaplikasian Logo Benar.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:32 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Pengapliaksian logo Sobat Sepur dengan background *Greyscale*.



Gambar.78 Pengaplikasian Logo Benar.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:33 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

Pengapliaksian logo Sobat Sepur dengan background Hitam.

D. Visualisasi Desain

1. Attention

Pada kampanye ini, perancang ingin menunjukkan kepada masyarakat mengenai informasi yaitu berdasarkan Surat Edaran Kementerian Perhubungan nomor 23 tahun 2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perjalanan Orang dengan Transportasi Perkeretaapian Selama Masa Natal Tahun 2020 dan Tahun Baru 2021 dalam masa pandemi Covid-19

a. X-Banner



Gambar.79 Attention X-Baneer.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12: 57 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

b. Poster



Gambar 80. Attention Poster.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12: 57 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

c. Instagram dan Facebook



Gambar 81. Attention Sosial Media.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12: 57 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

2. Interest

Kemudian pada tahap ini, perancang membuat desain dengan maksud untuk memberikan informasi bahwa diStasiun Tawang Semarang sudah menyediakan fasilitas layanan rapid test antigen untuk para calon penumpangnya dengan menunjukkan kode booking tiket dan membayar sebesar Rp105.000,- saja..

a. Banner

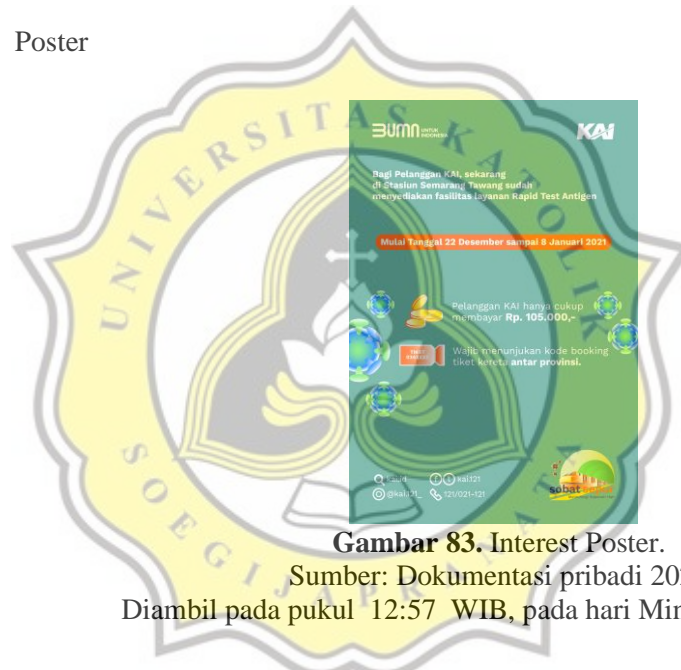


Gambar 82. Interest Banner.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:57 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

b. Poster



Gambar 83. Interest Poster.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 12:57 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

c. Instagram dan Facebook



Gambar 84. Interest Sosial Media.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13.00 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

3. Search

Tahap selanjutnya yaitu memberikan informasi tentang petunjuk menggunakan layanan kereta api antar provinsi dimasa Covid-19 pada libur Natal 2020 dan tahun baru 2021 dimasa covid-19.

a. X-Banner

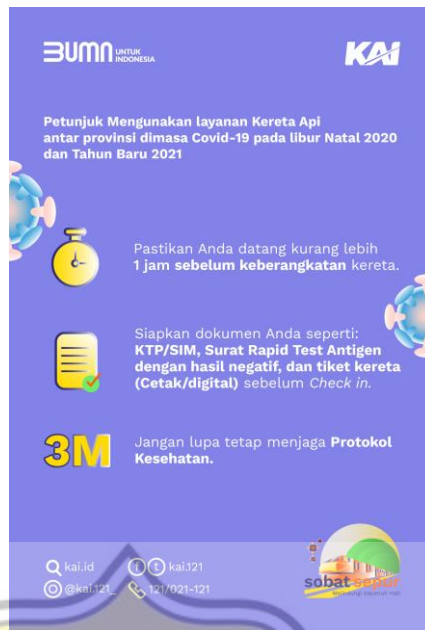


Gambar 85. Serach Banner.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13.00 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

b. Poster



Gambar 86. Serach Poster.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13.05 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

c. Instagram dan Facebook



Gambar87. Serach Sosial Media.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13.09 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021\

4. Action

Tahap Selanjutnya yaitu memberikan informasi petunjuk cara untuk menggunakan layanan rapid test antigen bagi calon penumpang kerta api yang sudah disediakan di Stasiun Semarang Tawang.

Kemudian petunjuk cara untuk menggunakan layanan rapid test antigen dari rumah sakit atau klinik yang sudah dipercaya dan kemudian dari surat hasil negatif akan digunakan untuk perjalanan menggunakan kereta api.

a. Billboard



Gambar 88. Action Billboard.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13.17 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

b. X-Banner



Gambar 89. Action X-Banner.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13.18 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

c. Instagram dan Facebook



Gambar 90. Action Media Sosial.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13.18 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

5. Share

Memanfaatkan Scan barcode untuk memperlihatkan isi dari berdasarkan Surat Edaran Kementerian Perhubungan nomor 23 tahun 2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perjalanan Orang dengan Transportasi Perkeretaapian Selama Masa Natal Tahun 2020 dan Tahun Baru 2021 dalam masa pandemi Covid-19.

a. Billboard



Gambar 91. Share Billboard.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13:36 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

b. X-Banner



Gambar 92. Share X-Baneer.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13: 32 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021

c. Poster



Gambar 93. Share poster.

Sumber: Dokumentasi pribadi 2021

Diambil pada pukul 13: 36 WIB, pada hari Minggu, 4 Juli 2021