

BAB IV

STRATEGI KREATIF / KONSEP DESAIN

4.1 Konsep Verbal

4.1.1 Tema Kampanye

Tema kampanye yang diambil adalah pola kebiasaan baik bagi kesehatan. Tema yang di ambil ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kebiasaan baik selama di rumah saja, mengajak para remaja untuk bisa lebih sadar tentang kesehatan apalagi masih dalam masa pandemi covid-19 dan mengurangi kebiasaan kurang baik remaja seperti pola tidur dan makan yang kurang terjaga serta kurang teratur.

4.1.2 Konsep Judul Kampanye

Konsep judul kampanye yang diambil adalah “Kebiasaanmu adalah Cerminan Kesehatanmu”. Arti dari judul tersebut adalah kebiasaan yang dimiliki seseorang jika itu kebiasaan baik maka mencerminkan kesehatan yang dimilikinya juga baik, tidak hanya kesehatan secara fisik saja tetapi juga kesehatan mental dan sosialnya.

4.1.3 Tone and Manner

Perancangan ini menggunakan warna pastel dan dengan jenis warna dingin. Dalam artikel lenteramata.com yang ditulis oleh Lentera Mata dan berjudul Warna Pastel (Pengertian, Arti, Karakter dan Kombinasi Warna Pastel) menjelaskan tentang warna pastel diketahui pertama kali dipakai oleh Leonardo da Vinci pada tahun 1495 untuk melukis. Warna pastel itu sendiri sudah dipakai oleh seniman sejak era Renaissans. Warna pastel memiliki manfaat bagi kesehatan karena warna ini dapat mempengaruhi suasana hati seseorang, seperti kesan tenang dan rileks bagi yang menggunakan maupun yang melihat warna ini, beberapa warna pastel dalam psikologi warna yang memiliki kesan positif untuk diri seseorang, yaitu : warna hijau pastel, kuning pastel, dan biru pastel. Dengan memilih warna yang tepat diharapkan pesan yang akan disampaikan dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh target.

4.1.4 Bahasa yang digunakan

Bahasa pada dasarnya merupakan sarana untuk berinteraksi dengan orang lain. Bahasa yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan bahasa Indonesia dikarenakan target yang dituju merupakan kalangan SES B-C. Penyampain pesan yang paling efektif adalah dengan menggunakan bahasa

Indonesia sebagai cara agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh target sasaran.

4.1.5 KEMINKES

Media komunikasi visual ini diberi nama KEMINKES agar mudah diingat oleh target sasaran. Kepanjangan dari KEMINKES sendiri adalah Kebiasaanmu Cerminan Kesehatanmu. KEMINKES adalah media dan sarana informasi bagi masyarakat khususnya remaja dan dewasa awal yang masih memiliki kebiasaan begadang, pola tidur kurang teratur dan pola makan kurang terjaga. Dari perancangan media komunikasi visual ini diharapkan dapat mengajak para remaja dan dewasa awal agar lebih sadar tentang kesehatan dan sebagai bentuk dukungan masyarakat pada kesehatan diri sendiri di masa pandemi Covid-19.

4.1.6 Headline

Headline yang di pakai dalam perancangan ini menggunakan 2-4 kata dengan fungsi sebagai topik perhatian pembaca kepada sebuah informasi yang di berikan. Salah satu contoh headlinenya adalah Batasi Meminum Kafein / Kopi.

4.1.7 Sub – headline

Sub-headline yang di pakai untuk menjadi penghubung headline dengan isi, sub-headline ini menggunakan 1-3 kata.

4.1.8 Slogan

Slogan dalam perancangan ini adalah Kebiasaanmu Cerminan Kesehatanmu, yang artinya jika seseorang memiliki kesehatan yang baik maka kebiasaan yang sudah dilakukan telah menerapkan gaya hidup sehat.

4.1.9 Hastags

Hastags yang digunakan dalam pencarian di akun sosial media adalah #kck#keminkes#kebiasaanmucerminankesehatanmu. Hastags ini berfungsi untuk mempermudah target mencari akun KEMINKES.

4.2 Konsep Visual

4.2.1 Konsep Logo

a. Elemen Logo



Gambar 4.1 Elemen logo
 Sumber : Dokumentasi pribadi

b. Bentuk Logo

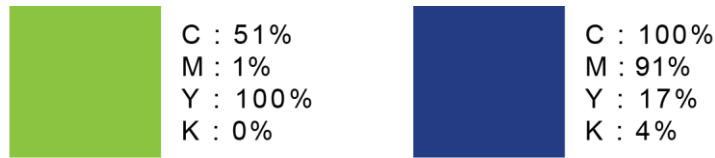


Gambar 4.2 Bentuk logo
 Sumber : Dokumentasi pribadi

Logo yang dipakai dalam media komunikasi visual ini menggunakan logogram dan logotype. Logogram terdiri dari simbol kesehatan, penutup mata sebagai simbol tidur serta bentuk garpu dan sendok sebagai simbol makan yang digabungkan dengan simbol berulang untuk menjelaskan makna kebiasaan yaitu tindakan yang dilakukan secara berulang setiap harinya. Dari penggabungan elemen-elemen tersebut menciptakan kesatuan bentuk dan makna yaitu kebiasaan yang berdampak baik bagi kesehatan. Logotype dalam logo tersebut menggunakan jenis font sans serif dengan bentuk bulat pada ujung hurufnya agar terkesan ramah dan kuat tetapi tidak terlalu kaku. Logotype tersebut dibuat tebal supaya menonjolkan nama dari singkatan judul kampanye yang sudah dipilih dan agar mudah diingat oleh target yang

melihatnya.

c. Warna Logo



Gambar 4.3 Warna logo
Sumber : Dokumentasi pribadi

Warna utama pada logo ini di tempatkan pada background berwarna putih adalah warna biru tua dan hijau muda. Logotype pada logo tersebut di buat dua warna karena berkaitan dengan kepanjangannya yaitu “Kebiasaan Cerminan” yang di beri warna biru tua dan “Kesehatan” yang di beri warna hijau sebagai simbol warna kesehatan. Kedua warna ini memiliki makna yang saling berkaitan dan berhubungan dengan kesehatan. Penggunaan warna biru tua memiliki arti stabil dan diyakini bisa membantu meningkatkan konsentrasi, mengatasi rasa cemas bahkan insomnia. Penggunaan warna hijau merepresentasikan keseimbangan, kenyamanan dan melambangkan kesehatan.

d. Typeface

Gotham Rounded - bold

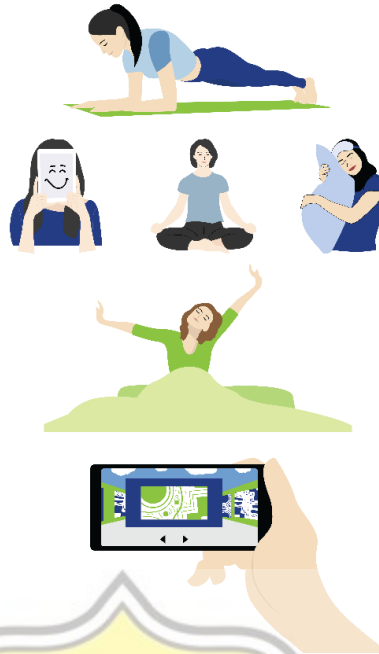
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

!@#\$\$%^&*()_+{}:”<>?.,

Font yang dipakai dalam logotype adalah font berjenis sans serif yaitu Gotham Rounded. Berbentuk bulat pada ujung sudut hurufnya dengan ketebalan huruf yang pas membuat logotype terkesan kuat, tegas tetapi tidak kaku, ramah dan mudah di baca karena antara tiap hurufnya di buat sedikit berjarak.

4.2.2 Ilustrasi



Gambar 4.4 Ilustrasi
Sumber : Dokumentasi pribadi

Gaya desain yang di pakai adalah flat desain dengan tampilan edukatif, hangat dan gaul. Karakteristiknya datar dan sederhana serta terkesan minimalis dan bersih. Gaya desain ini sangat populer dan diminati oleh kalangan remaja. Beberapa objek ilustrasi tersebut antara lain adalah remaja perempuan, laki-laki, dan handphone.

4.2.3 Tipografi

Perancangan ini menggunakan font sans serif dengan dua jenis font yaitu gotham dan gotham rounded. Font gotham terkesan rapi, bersih dan juga moderen sedangkan font gotham rounded terkesan kuat, tegas tetapi tidak kaku, dan ramah.

Gotham

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

!@#\$%^&*()_+{}:”<>?.,

Gotham Rounded - bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

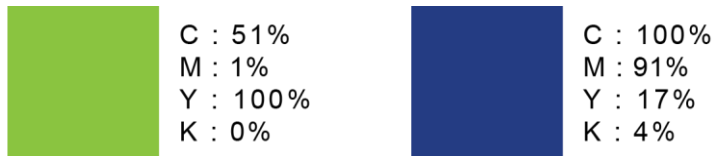
1234567890

!@#\$%^&*()_+{}:”<>?.,

Dari penggabungan kedua font ini melambangkan KEMINKES tegas memberikan segala informasi dengan tetap terkesan hangat dan santai.

4.2.4 Warna

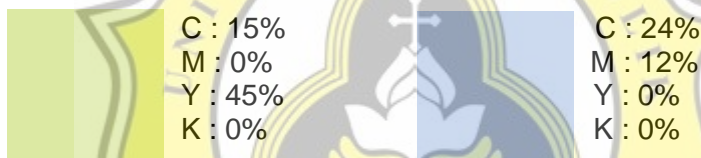
a. Primary



Gambar 4.5 Warna primary
Sumber : Dokumentasi pribadi

Warna utama yang di pakai dalam perancangan ini adalah hijau dan biru. Kedua warna ini memiliki makna yang saling berkaitan dan berhubungan dengan kesehatan. Penggunaan warna biru tua memiliki arti stabil dan diyakini bisa membantu meningkatkan konsentrasi, mengatasi rasa cemas bahkan insomnia. Penggunaan warna hijau merepresentasikan keseimbangan, kenyamanan dan melambangkan kesehatan.

b. Secondary



Gambar 4.6 Warna secondary
Sumber : Dokumentasi pribadi

Warna kedua yang di pakai adalah warna turunan dari warna hijau dan biru. Jika keseluruhan warna digabungkan akan tercipta kesan stabil dan nyaman untuk di lihat.

4.2.5 Layout

- Event online : menempatkan titik fokusnya di bagian tengah seperti ilustrasi ataupun tipografi yang ingin menjadi sorotan.
- Instagram ads : menempatkan titik fokusnya di bagian atas berupa Headline dan sub-headline. Lalu di bagian bawahnya berisi beberapa informasi dan di bagian bawah adalah ilustrasi dan beberapa informasi tambahan.
- Feed Instagram : menempatkan titik fokusnya sebagian di tengah dan sebagian lagi pada kanan kiri seperti ilustrasi ataupun tipografi yang ingin menjadi sorotan.

4.3 Visualisasi Desain

4.3.1 Tahap Attention dan interest

Poster instagram ads



Gambar 4.7 Poster Instagram ads
Sumber : Dokumentasi pribadi

Poster online pada media instagram ads ini bisa diatur usia, minat dan wilayah target yang akan dijangkau supaya target yang dituju tepat sasaran. Di dalam poster tersebut akan berisi judul event online yaitu pameran poster kesehatan dan juga webinar kesehatan, jadwal dan informasi mengenai event online tentang kebiasaan baik bagi kesehatan remaja, dan informasi akun media sosial beserta kontak yang bisa dihubungi.

Ukuran poster 9:16

Timeline : 1-31 Juli 2021

4.3.2 Tahap Search

Feed instagram

WEBINAR KESEHATAN
KEBIASAAN REMAJA ADALAH
INVESTASI KESEHATAN
DI MASA DEPAN

Narasumber
dr. Puri Dwi Andina
Dokter Umum /
T.P. ALOKDOKTER

Penyelenggara
KEMIKES
KEMENKES RI

Hubungi kami
0355-3432-0830

DAPATKAN MERCHANDISE MENARIK UNTUK 7 ORANG PEMENANG!

1. Kacang
2. Stiker
3. Tote bag
4. Masker kain
5. Botol minum

*Spesial dan eksklusif tersedia

Penyelenggara
KEMIKES
KEMENKES RI

PAMERAN VIRTUAL
KEBIASAAN (M) INVESTASI KESEHATAN DI MASA DEPAN
25 - 31 Juli 2021

BOOTH VIRTUAL POSTER & INFOGRAFI
Tema: MERSI-INFOGRAFI

Booth ID: A305 Me. KUI

Terima Untuk-Urutan

Booth ID: A305 Me. KUI

H-1

“ SALAH SATU KEBIASAAN BAIK UNTUK SUKSES ITU ADALAH HIDUP TERATUR & SEHAT. ”

Andi W. Wicaksono

H-2

“ DIKEJAR DEADLINE, LEMBUR TAPI JANGAN ABAIKAN KESEHATANMU. ”

Meliani Cahyaning

H-3

“ KESEHATAN SELALU TAMPAK BERHARGA SETELAH KITA KEHILANGANNYA. ”

Jusuf bin Saifit

WAKTU YANG BAIK UNTUK MINUM KOPI

Jam 9.30 - 11.30 pagi
sangat penting untuk tubuh karena kondisi hormonal kortisol berperan untuk pengendalian gula darah dan lemak dalam metabolisme tubuh.

Perbedaan

PERBEDAAN

INSOMNIA
Insomnia adalah kondisi yang menyebabkan seseorang mengalami kesulitan untuk tertidur, sering terbangun saat tidur, dan bangun terlalu dini.

HIPERSOMNIA
Hipersomnia adalah kondisi yang ditandai dengan terlalu banyak tidur melebihi durasi normal, dan sering merasa lelah dan mengantuk.

Pilih yang Mana? TEH vs KOPI

TEH
Teh kaya akan antioksidan yang dapat melindungi kesehatan tubuh.

KOPI
Kopi memiliki kandungan kafein yang dapat meningkatkan metabolisme tubuh.

Manfaat L-theanine yang dapat meningkatkan fokus dan ketenangan.

Kopi dapat diadukan dengan susu yang mengandung lemak dan gula untuk memperlancar pencernaan saluran cerna.

MAKANAN SEHAT UNTUK TEMAN BEGADANG

Telur rebus, Oatmeal, Air mineral, Biskuit, Buah pinggang

5 JENIS OLAHRAGA YANG MUDAH

Berhenti sebentar rumah, Berhenti sebentar jalan, Berhenti sebentar kerja, Jalan kaki, Nyalakan lampu

SAYURAN MENAMBAH KUALITAS TIDUR

Sayur bayam, Sawi putih, Brokoli, Wortel, Timun, Buncis

SAYUR-SAYURAN YANG MENGANDUNG VITAMIN B

MANFAAT SARAPAN DI PAGI HARI

Mencegah risiko obesitas, Mengonsumsi makanan yang baik, Meningkatkan kesehatan sistem pencernaan, Meningkatkan energi untuk beraktivitas sehari-hari

TEKATEKI KCK

Pertanyaan :

Menurun
1. Struktur tulang
2. Gejala penyakit pada lambung
3. Gagal energi

Mondatar
1. Kegiatan yang dilakukan berulang kali setiap hari
2. Rasa bengkak pada tubuh

MANFAAT BANGUN DI PAGI HARI

Memasukkan udara yang lebih banyak untuk mengisi paru-paru, Lebih berkeaktifan, Meningkatkan kualitas tidur, Meningkatkan kesehatan otak, Membantu memperlancar pola makan yang lebih sehat

WEBINAR KESEHATAN
KEBIASAAN REMAJA ADALAH
INVESTASI KESEHATAN
DI MASA DEPAN

Narasumber
dr. Puri Dwi Andina
Dokter Umum /
T.P. ALOKDOKTER

Penyelenggara
KEMIKES
KEMENKES RI

Hubungi kami
0355-3432-0830

KALENDER ACARA KEMIKES

JUNI 2021

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Perayaan Virtual, Webinar Kesehatan

PAMERAN VIRTUAL
KEBIASAAN (M) INVESTASI KESEHATAN DI MASA DEPAN
25 - 31 Juli 2021

BOOTH VIRTUAL POSTER & INFOGRAFI
Tema: MERSI-INFOGRAFI

Booth ID: A305 Me. KUI

Terima Untuk-Urutan

Jangan Lupa Untuk Bergabung Dengan Kami

Booth ID: A305 Me. KUI



Gambar 4.8 Feed Instagram
 Sumber : Dokumentasi pribadi

Berisikan konten informasi singkat tentang event online yang akan diadakan, dampak negatif dari kebiasaan kurang baik bagi kesehatan, informasi tentang aktivitas apa saja yang dapat dilakukan untuk mengurangi kebiasaan kurang baik dan meningkatkan kebiasaan baik. Target juga bisa mencari tahu informasi mengenai event online (pameran virtual & webinar kesehatan) dan konten postingan lainnya dengan menggunakan hastag.

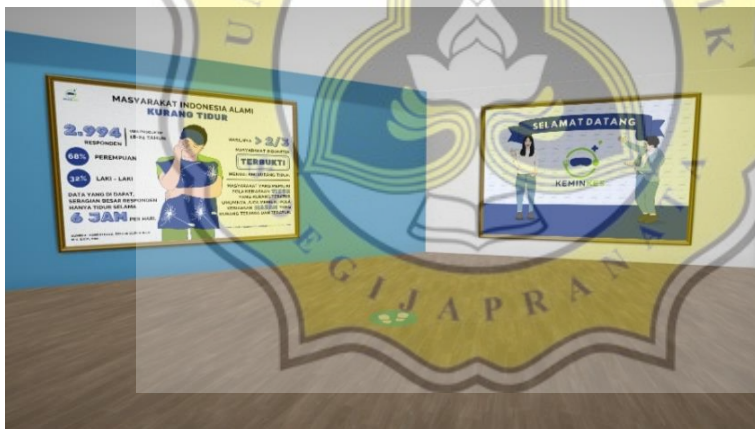
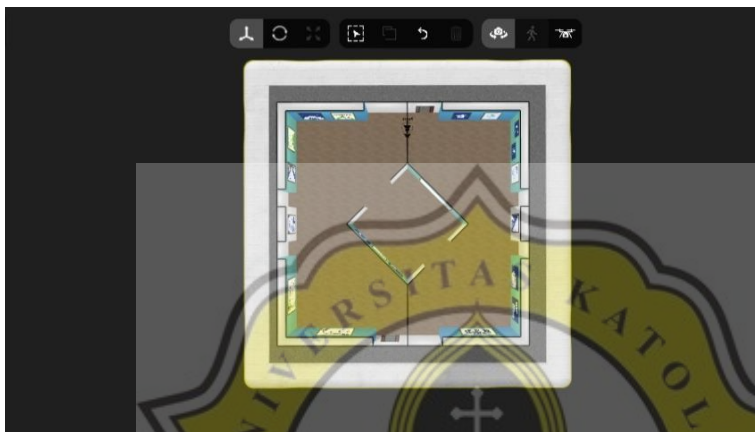
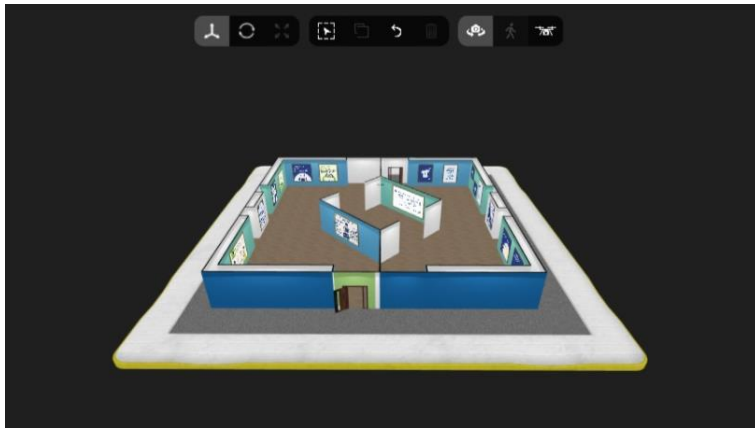
Ukuran poster 1:1

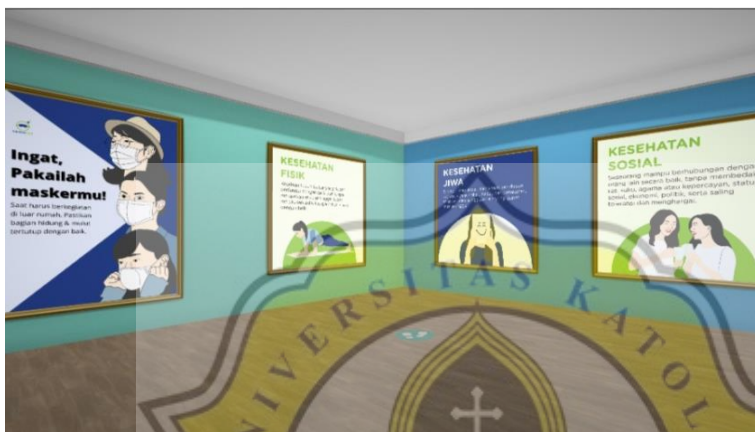
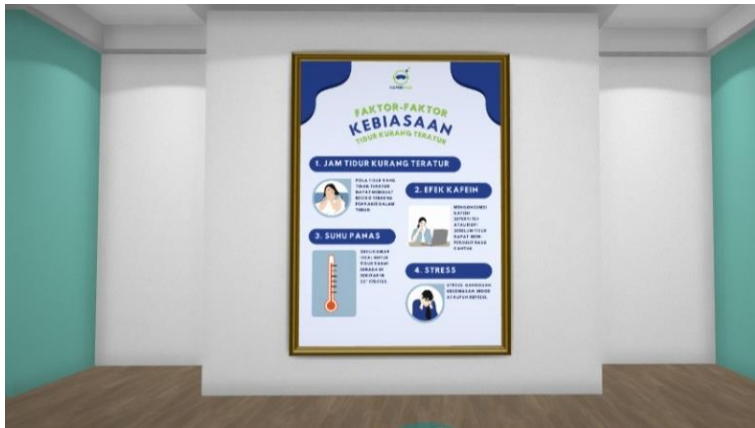
Timeline : 1-31 Juli 2021

4.3.3 Tahap Action

Event online

<https://www.artsteps.com/embed/60dff686f0df0a37e142b7dd/560/315>









Gambar 4.9 Event online
Sumber : Dokumentasi pribadi

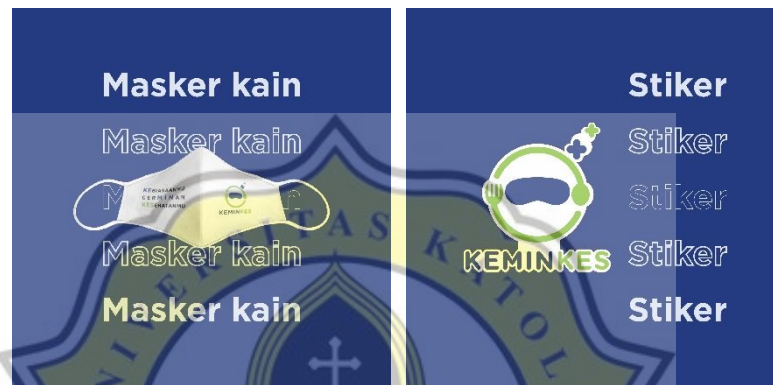
Event online ini berisikan konten informatif pada pameran booth poster seperti dampak dari kebiasaan buruk, manfaat memiliki kebiasaan baik, kegiatan yang bisa mendukung kebiasaan baik, menu makanan dengan gaya hidup sehat, serta tips memiliki kebiasaan baik, booth brosur infografis, booth pameran merchandise. *Event online* ini juga memiliki kelebihan dalam menjangkau lebih banyak target secara luas dan menggunakan aplikasi *artsteps* supaya target tidak perlu untuk pergi ke luar rumah untuk mengunjungi event ini dan dapat dilihat tanpa batas waktu.

Ukuran A2 dan kelipatannya

Timeline : 25-31 Juli 2021

4.3.4 Tahap Share

Merchandise



Gambar 4.10 Merchandise
 Sumber : Dokumentasi pribadi

Merchandise yang di pakai adalah kaos, stiker, tote bag, masker kain, dan botol minum. Pengunjung event online bisa mendapatkan merchandise dengan cara tag minimal 5 orang teman dan memberikan sedikit kesan & pesan setelah melihat event online. Bagi 7 orang pengunjung virtual yang beruntung akan mendapatkan merchandise dan akan di kontak lebih lanjut melalui DM Instagram / Whatsapp.
 Timeline : 25-31 Juli 2021