

## **BAB IV STRATEGI KREATIF**

### **4.1 Konsep Verbal**

#### **4.1.1 Tema Besar Kampanye Sosial**

Perancangan kampanye sosial ini mengangkat masalah limbah masker yang mencemari lingkungan laut. Tujuan kampanye sosial ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya para dewasa muda dengan kelas ekonomi size A sampai B.

Kampanye sosial ini bermediakan video iklan layanan masyarakat, yang menggunakan ilustrasi animasi flat 2 Dimensi yang bertujuan agar audiens bisa langsung menangkap pesan yang disampaikan dengan visual yang sederhana dan tidak memiliki banyak detail. Video iklan layanan masyarakat ini juga menggunakan audio visual untuk menerangkan pesan-pesan yang ingin disampaikan ke audiens, audio visual digunakan agar audiens tidak perlu repot-repot membaca dan hanya tinggal mendengarkan pesan-pesan tentang bahaya limbah masker dan cara mengurangi penggunaan limbah masker.

#### **4.1.2 Bahasa yang digunakan**

Bahasa yang digunakan dalam video iklan layanan masyarakat adalah Bahasa Indonesia yang tidak formal. Pemilihan Bahasa Indonesia yang tidak formal tersebut dikarenakan target audiens dari perancangan ini adalah dewasa muda yang berumur 18 hingga 26 tahun di Indonesia. Maka pemilihan yang digunakan adalah Bahasa Indonesia sehari-hari.

### **4.2 Konsep Visual**

#### **4.2.1 Konsep Video layanan masyarakat**

Video layanan masyarakat ini memiliki konsep yang memberi info tentang bahaya limbah masker di lingkungan laut dan cara mengurangi bertambahnya limbah masker tersebut. Dimensi dari video layanan masyarakat ini adalah 1080x1920 dan

vertikal, dimensi video layanan iklan masyarakat ini disesuaikan dengan ukuran standard layar smartphone pada umumnya, yaitu 9:16. Hal ini bertujuan karena target audiens memiliki habit menggunakan smartphone, dan sering menggunakan media sosial instagram.

Berikut pembagian isi video untuk penyampaian pesan:

Scene 1	Scene pertama akan menampilkan judul dari Social Campaign ini, yaitu “Masker Masa Depan” yang memiliki makna bahwa masker kain yang akan direkomendasikan oleh Social Campaign ini memiliki tujuan untuk menjaga lingkungan untuk masa depan yang lebih baik.
Scene 2	Scene kedua akan menunjukkan mulai dari kapan pandemi COVID-19 ini dimulai.
Scene 3	Scene ketiga menunjukkan ilustrasi bumi yang dikemudian nanti akan ditemeli oleh ilustrasi virus COVID-19.
Scene 4	Scene keempat akan menunjukkan ilustrasi seseorang yang tidak menggunakan masker dan background berwarna merah. Hal ini bertujuan untuk memberi pesan sederhana saat kita tidak memakai masker, maka kita akan berhadapan dengan bahaya yang dilambangkan dengan background warna merah. Setelah itu Dimunculkanlah masker medis yang muncul dan mengcover wajah ilustrasi manusia tersebut. Akan tetapi, setelah masker medis mengcover wajah ilustrasi manusia tersebut, background dibelakang orang tersebut masih berwarna merah, lalu narrator mengungkapkan bahwa menggunakan masker medis tidak cukup. Karena menggunakan masker medis dapat menimbulkan pencemaran di laut dan dapat berakibat buruk bagi manusia dikehidupan kedepannya.
Scene 5	Setelah scene 4 selesai, maka scene 5 akan menunjukkan ilustrasi tentang keadaan laut sebelum COVID-19 yang tidak ada limbah

	masker medis didalamnya. Setelah narator memberitahu audiens tentang limbah masker medis, maka munculah ilustrasi masker-masker medis yang jatuh ke laut, sebagai penggambaran bagaimana limbah masker medis masuk ke lingkungan laut.
Scene 6	Ilustrasi orang yang masih menggunakan masker tersebut lalu digambarkan sedang menggaruk-garuk kepala, seakan dia sedang berpikir bagaimana cara menangani pencemaran lingkungan laut yang terjadi karena limbah masker.
Scene 7	Narator akan menyarankan audiens untuk menggunakan masker kain yang reusable, setelah itu ilustrasi orang yang menggunakan masker medis sekali pakai tersebut lalu mengganti maskernya dengan masker kain. Untuk melambangkan symbol masker kain, maka design masker kain akan didesign dengan menggunakan motif kain batik.

#### 4.2.2 Gaya Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang dipakai pada perancangan ini merupakan gaya ilustrasi flat 2 dimensi yang bertujuan agar audiens dapat langsung terfokus pada pesan dan objek yang disampaikan di video.

#### 4.2.3 Warna

Pemilihan warna rata-rata menggunakan warna yang cerah, dikarenakan karena ini adalah iklan layanan masyarakat yang mengangkat tema lingkungan. Warna-warna seperti hijau muda dan biru muda sering dipakai karena alasan tersebut. Pemilihan warna merah untuk background dipilih agar dapat memberikan kesan danger didalamnya.

### 4.3 Visualisasi Desain

Karena mengingat perancangan akan menggunakan media Instagram, maka dimensinya pun memakai dimensi 1080x1920 agar iklan bisa pas di layar handphone.





#### 4.4 Pemilihan Media

Pemilihan media dilakukan agar karya yang dirancang dapat sampai ke target, berikut adalah media-media yang dipilih di perancangan ini:

#### 4.4.1 Iklan layanan masyarakat animasi 2 dimensi

Dalam perancangan ini, media iklan layanan masyarakat animasi 2 dimensi adalah media utama dari perancangan ini, pemilihan penggunaan iklan layanan masyarakat animasi 2 dimensi ini bertujuan agar para audience dapat memahami elemen-elemen yang ingin disampaikan dengan ilustrasi-ilustrasi flat sederhana yang ada di dalam iklan layanan masyarakat animasi 2 dimensi ini.

#### 4.4.2 Instagram

Media yang dipakai selanjutnya adalah Instagram. Sebelum mendesign, telah dilakukan riset yang berhubungan dengan target, yaitu tentang media sosial apa yang mereka suka. Dan 50% dari responden menjawab Instagram adalah media sosial favorit mereka. Pemilihan media sosial favorit target adalah keputusan yang bertujuan agar para target dapat melihat media iklan yang telah kita buat, karena iklan tersebut dipublish di media sosial yang mereka sering pakai.

