

BAB IV STRATEGI KREATIF

4.1 Konsep Perancangan

Berdasarkan latar belakang pada perancangan ini yang mengangkat permasalahan di lingkungan masyarakat yang masih ada melakukan pengolahan sampah dengan cara di bakar tanpa memperhatikan dampak yang di timbulkan. Dari permasalahan tersebut penulis memberikan sebuah perancangan komunikasi visual dengan menggunakan media yang berupa iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat yang di rancang agar masyarakat mengurangi kegiatan membakar sampah rumah tangga secara liar. Iklan yang ditujukan untuk target utama yang sudah di jelaskan yaitu usia 45-55 tahun dan target lainnya yang menggunakan media sosial atau gadget dalam kehidupan sehari-hari akan mempermudah di dalam penyampaian pesan yang berupa video iklan. Terdapat poin pada video iklan layanan masyarakat tentang bahaya membakar sampah rumah tangga secara liar yang dapat mengakibatkan gangguan pada lingkungan dan kesehatan masyarakat.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, target di dalam kehidupan sehari-hari menggunakan gadget sebagai media komunikasi dan media informasi melalui platform aplikasi media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram, dan you tube. Dengan menggunakan video iklan yang dapat di sebar luaskan melalui media sosial yang dapat diakses oleh masyarakat pengguna gadget dan media sosial, pesan dari iklan layanan masyarakat dapat tersampaikan secara efektif.

4.2 Konsep Verbal

Pada perancangan ini menggunakan video sebagai media iklan layanan masyarakat dengan menggunakan gaya bahasa yang ada di dalam kehidupan sehari-hari warga Semarang (bahasa Jawa) namun tetap memperhatikan kalimat yang di gunakan dan juga tetap memperhatikan arti dari kata-kata tersebut dengan menggunakan subtitle/arti kata yang di ucapkan.

Dengan demikian pesan yang akan disampaikan dapat mudah di terima dan di ingat oleh target.

4.2.1 Tema Video

Tema pada iklan yaitu penyampaian tentang pembakaran sampah rumah tangga secara liar yang masih ada masyarakat melakukan pengolahan sampah rumah tangga dengan cara di bakar.

Dengan memeberikan informasi tentang dampak yang di akibatkan dari pembakaran sampah rumah tangga secara liar yang masih di lakukan oleh masyarakat kota Semarang diharapkan dapat memberikan kesadaran bagi masyarakat dan dapat mengetahui tentang peraturan yang sudah ada pada Pasal 29 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang

Pengelolaan Sampah (Undang-Undang Pengelolaan Sampah) agar dapat mengurangi kegiatan membakar sampah rumah tangga secara liar. Menggunakan video iklan layanan masyarakat sebagai media utama agar penyampaian informasi kepada masyarakat khususnya target dapat tersampaikan secara efisien dan mudah di pahami.

Berdasarkan observasi yang telah di lakukan, bahwa target di dalam kehidupan sehari-hari menggunakan gadget sebagai alat untuk membuka aplikasi media sosial seperti whatsapp, instagram, face book, dan you tube. Maka dari itu video iklan layanan masyarakat akan di bagikan melalui aplikasi media sosial yang sering di akses oleh target agar informasi dapat tersampaikan kepada target.

Menggunakan video iklan layanan masyarakat dengan durasi kurang lebih 2 menit yang di kemas secara cinematik agar lebih nyata/hidup dan bisa lebih menarik perhatian masyarakat dan genre video yaitu comedy berdasarkan observasi yang telah dilakukan.

4.2.2 Judul Video

Berdasarkan permasalahan pada perancangan dan sesuai tema video yang sudah disebutkan tentang pembakaran sampah rumah tangga secara liar. Judul pada video yang di gunakan sebagai iklan adalah "AWAS BAHAYA BAKAR SAMPAH". Dengan menggunakan judul tersebut target akan mengetahui tentang dampak yang di dihasilkan dari membakar sampah rumah tangga secara liar serta peraturan yang sudah ada.

Sehingga kegiatan membakar sampah rumah tangga secara liar dapat berkurang dan dapat mengurangi polusi udara yang di timbulkan.

4.2.3 Ide Cerita

Video iklan layanan masyarakat ini memberikan visual permasalahan membakar sampah rumah tangga secara liar yang masih di lakukan oleh masyarakat. Pemeran pertama sebagai masyarakat yang melakukan pembakaran sampah rumah tangga yang masih berfikir jika dari dahulu melakukan pembakaran sampah rumah tangga sudah di lakukan. Pemeran kedua memberikan informasi tentang dampak dari pembakaran sampah rumah tangga yang dapat mengganggu lingkungan dan kemudian memberikan informasi tentang peraturan yang sudah ada tentang tentang Pengelolaan Sampah (Undang-Undang Pengelolaan Sampah), di mana salah satu poinnya menyebutkan bahwa "setiap orang dilarang membakar sampah yang tidak sesuai dengan persyaratan teknis pengelolaan sampah".

4.2.4 Alur Cerita Video

Alur cerita video iklan sesuai dengan kegiatan target yang di dapat dari obeservasi yang melakukan kegiatan di rumah selain bekerja.

Video di awali dari pemeran satu yang diperankan oleh dewasa dengan usia 40-55 tahun sedang bersih-bersih rumah kemudian membakar sampah. Pada saat yang bersamaan pemeran kedua yang di perankan oleh seorang anak muda yang sedang bersantai dan

bermain gadget. Kemudian pemeran kedua melihat pemeran satu membakar sampah dan kemudian datang untuk menegur.

Di tempat bakar-bakar datang pemeran kedua dan menegur pemeran satu. Namun saat pemeran kesatu di tegur oleh pemeran kedua yang berbeda usai dan generasi, pemeran kesatu tidak bisa menerima yang menurut pemeran kesatu membakar sampah sudah di lakukan sejak lama.

Karena kurangnya pengetahuan pemeran kesatu tentang aturan undang-undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah (Undang-Undang Pengelolaan Sampah) membuat pemeran kesatu masih tetap melakukan membakar sampah. Kemudian pemeran kedua memberikan pengertian jika membakar sampah dapat memberikan dampak buruk bagi lingkungan dan kemudian memberi tahu jika membakar sampah di lingkungan rumah sudah di atur di dalam undang-undang.

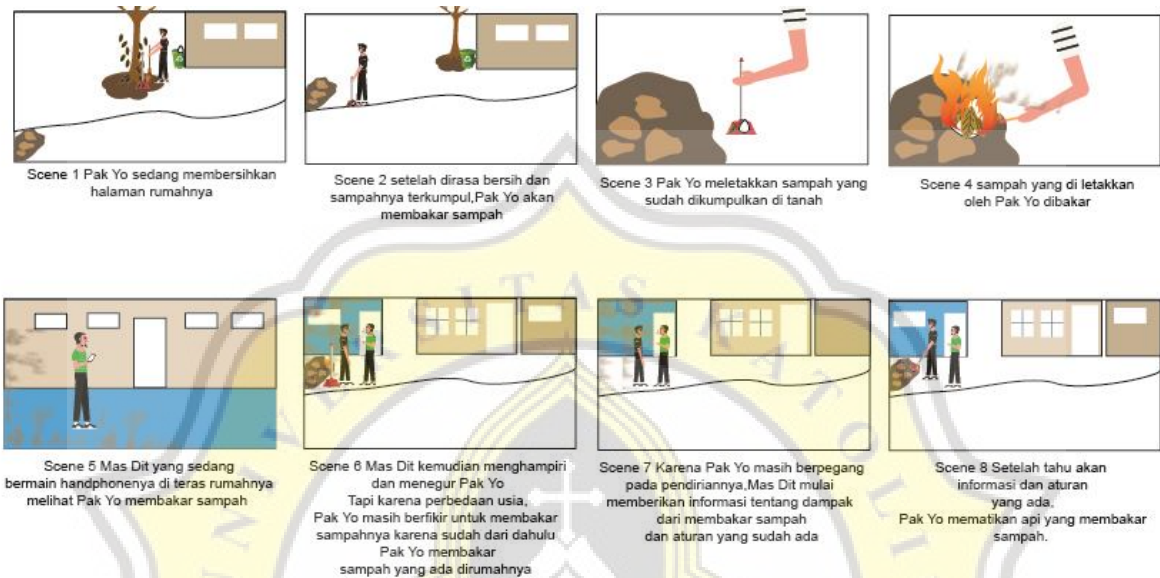
4.3 Konsep Visual

4.3.1 Stori Line

No	Lokasi	Adegan
1	Di lingkungan rumah	Pemeran satu sedang bersih-bersih halaman dirumahnya
2	Di teras rumah	Pemeran kedua sedang bersantai dan bermain gadgetnya di teras rumah
3.	Di halaman rumah	Pemeran satu membawa sampah yang sudah terkumpul untuk di bakar di halaman rumahnya
4	Di teras rumah	Melihat pemeran satu membawa sampah yang akan di bakar segera berdiri untuk menghampiri pemeran satu
5	Di halaman rumah	Api sudah dinyalakan oleh pemeran satu dan mulai menimbulkan asap
6	Di halaman rumah	Pemeran kedua menghampiri pemeran satu dan mulai menegur. Tetapi pemeran satu masih tetap pada pendiriannya untuk membakar sampah, karena sudah di lakukan sejak dahulu
7	Di halaman rumah	Pemeran dua memberi tahu bila membakar sampah dapat memberikan dampak bagi lingkungan dan kemudian memberi tahu pemeran satu bahwa sudah ada undang-undang yang mengatur tentang pengelolaan sampah

8	Di halaman rumah	Setelah memahami apa yang di sampaikan oleh pemeran kedua,pemeran satu mematikan api yang membakar sampah
---	------------------	---

4.3.2 Stori board



Gambar 29 Story Board

4.3.3 Script

Berdasarkan permasalahan untuk perancangan ini yaitu tentang bahaya membakar sampah secara liar yang sudah di sesuaikan dengan konsep perancangan.Maka dalam proses perancangan video iklan ini memerlukan script yang dapat membantu saat proses produksi.

Video iklan layanan masyarakat ini juga di sesuaikan dengan tema video iklan layanan masyarakat yang sudah di sebutkan.

No	Lokasi	Dialog
1	Suasan sore hari	Judul iklan
2	Di halaman rumah	Pak Yo yang sedang menyapu halaman rumahnya yang kotor.
3		Setelah terkumpul sampah yang ada di rumahnya,Pak Yo membawa ke halaman rumahnya untuk dibakar.

4		<p>Pak Yo meletakkan sampah yang akan dibakar dan mengeluarkan korek api dan mulai membakar sampah.</p> <p>“wah aman ki,wayahe di obong”</p>
5	Di teras rumah	<p>Mas dit yang sedang bermain handphone melihat Pak Yo yang membakar sampah.</p> <p>“wah mesti meh obong-obong ki,wah tak tegure sek ah”</p>
6	Di halaman rumah	<p>Mas Dit datang mengampiri Pak Yo yang sedang membakar sampah.</p> <p>Mas Dit :</p> <p>“Waduh,dhe ngapunten niki sampahae ampun di bakar,marai ganggu lingkungan niku asappe”</p> <p>Pak Yo:</p> <p>“Wah la pie to,ket ndisik yo nek ngene iki yo”</p> <p>Mas Dit:</p> <p>“La nek jaman saiki sampun ono aturane lo dhe,asapnya itu lo saget ganggu tetangga”</p> <p>Pak Yo:</p> <p>“wah iyo to,ono peraturanne to”</p> <p>Mas Dit:</p> <p>“Enten Dhe,niku lo peraturane”</p>
7	Masuk ke narasi	<p>VO beserta kutipan UU No.18 tahun 2008</p> <p>“Membakar sampah sangat tidak dianjurkan,selain mencemari lingkungan asap dari pembakaran</p>

		<p>sampah juga dapat mengganggu kesehatan manusia.</p> <p>Jika hal ini tidak di kurangi,maka akan menambah polusi udara yang disebabkan oleh pembakaran sampah.</p> <p>Jadi jangan asal bakar sampah karena sudah diatur dalam undang-undang no.18 tahun 2008.</p> <p>Membakar sampah bukan mengurangi tapi menambah masalah bagi lingkungan”</p>
8	Di halaman rumah	<p>Pak Yo mematikan api yang membakar sampahnya</p> <p>Pak Yo: “wah yo nek ono aturane matikan wae ki apine,bahaya ki wahh”</p> <p>Mas Dit: “Inggih matikan saja ben mboten ganggu”</p>

4.3.4 Tipografi

Perancangan ini menggunakan font **SCARY NIGHT** untuk memberikan kesan urgent.Penggunaan font ini dapat di gunakan untuk media utama dan media pendukung perancangan.

4.3.5 Warna

Penggunaan warna pada font yang di gunakan untuk memberikan kesan urgent dan bahaya



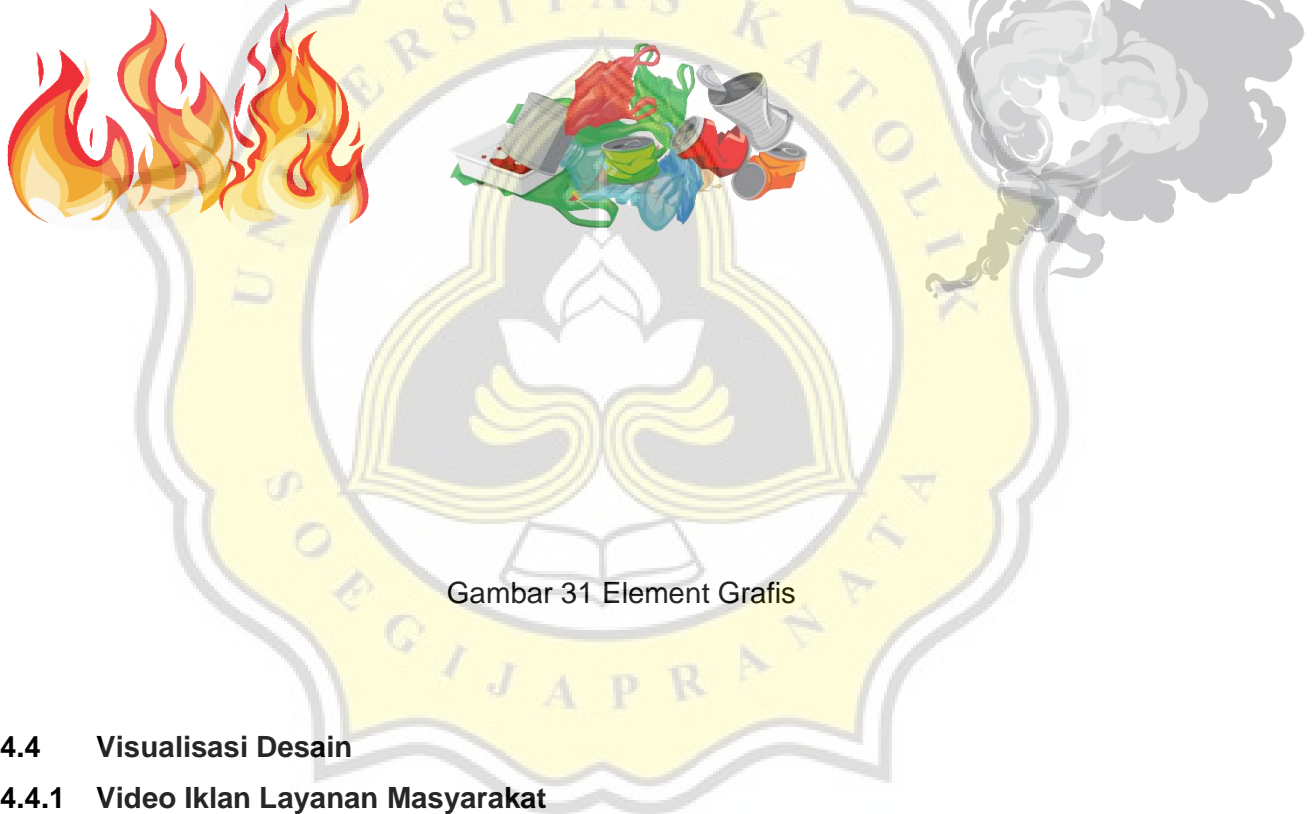
R :158 C :25%
G :37 M :97%
B :37 Y :95%
K :21%

#9E2525

Gambar 30 Warna

4.3.6 Element Grafis

Penggunaan element grafis disesuaikan dengan permasalahan pada perancangan ini. Menggunakan element grafis api, asap, dan sampah



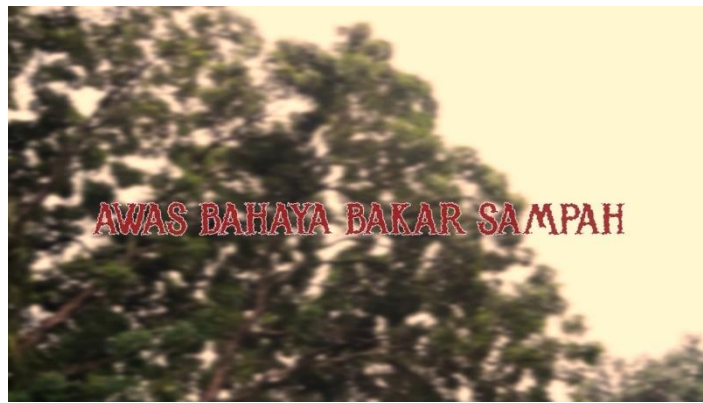
Gambar 31 Element Grafis

4.4 Visualisasi Desain

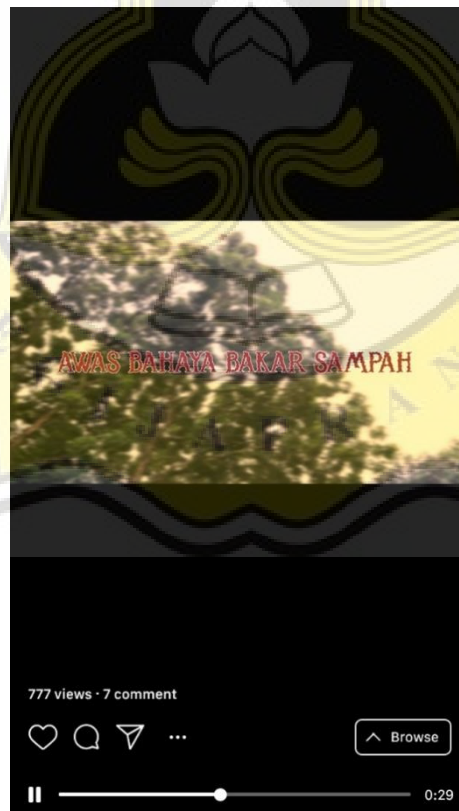
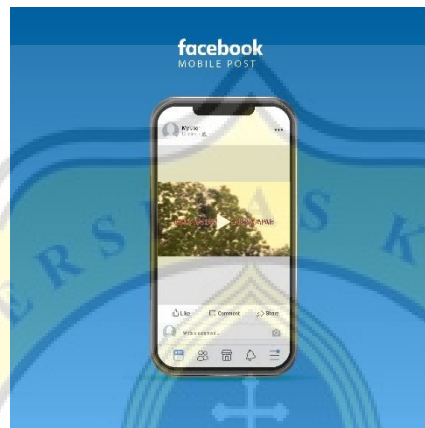
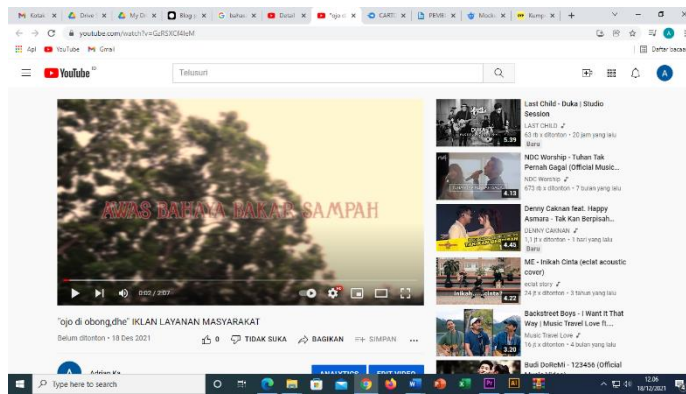
4.4.1 Video Iklan Layanan Masyarakat

Video iklan layanan masyarakat yang merupakan media utama dirancang sesuai dengan permasalahan yang sudah di sebutkan pada latar belakang dan berdasarkan dengan konsep perancangan.

Video dengan durasi kurang lebih 2 menit dapat di bagikan melalui platform media sosial seperti Face book, Youtube, dan Instagram.



Gambar 32 Media utama video iklan layanan masyarakat



Gambar 33 Media sosial yang digunakan untuk membagikan iklan layanan masyarakat

4.4.2 Video Iklan 30 Detik

Dengan menggunakan video iklan dengan durasi 30 detik yang sudah sesuai dengan permasalahan dan video iklan layanan masyarakat dengan layout potrait untuk menyesuaikan media gadget yang sering di gunakan oleh target.Video iklan memberikan informasi tentang dampak dan aturan tentang pembakaran sampah rumah tangga secara liar.

Video iklan 30 detik ini juga dapat di bagikan melalui media sosial seperti whatsapp,instagram,dan face book.Menggunakan durasi yang pendek namun tetap memperhatikan informasi yang akan di sampaikan akan membantu media utama.



Gambar 34 Video iklan layanan masyarakat yang dikemas 30 detik

4.4.3 Poster

Poster merupakan media pendukung dalam perancangan ini, dengan menggunakan poster sebagai media offline yang dapat di pasang di sekitar rumah masyarakat, pos ronda, papan pengumuman, dan fasilitas kesehatan seperti klinik, puskesmas.



Gambar 35 Poster yang dapat dicetak maupun di gunakan untuk media sosial

4.4.4 Poster Digital

Penggunaan poster digital yang dapat di bagikan melalui media sosial whatsapp,facebook,dan instagram agar dapat mendukung media utama yang berupa iklan video.



Gambar 36 Poster digital

4.4.6

Banner

Pada banner ini memberikan informasi tentang dampak yang di hasilkan dari pembakaran sampah rumah tangga. Banner di letakkan pada fasilitas kesehatan dan fasilitas umum yang di kunjungi oleh target dan masyarakat.



Gambar 37 Banner

4.4.7 Gelas



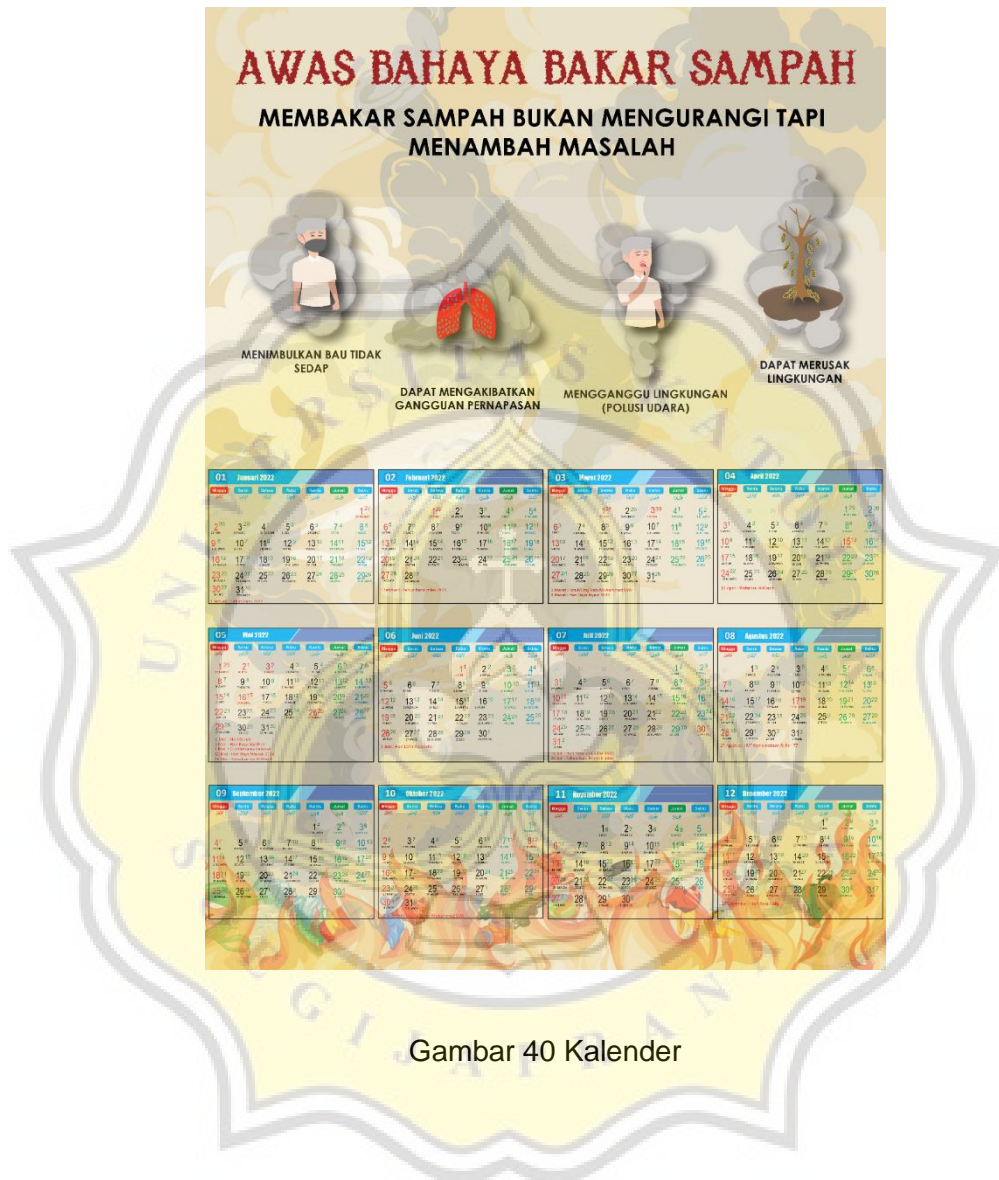
Gambar 38 Gelas

4.4.8 Totebag



Gambar 39 Totebag

4.4.9 Kalender



Gambar 40 Kalender