

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
KAMPANYE HIDUP SEHAT DENGAN VEGETARIAN**

TUGAS AKHIR KARYA DESAIN



**Disusun oleh:
GANJAR PRIASMORO
NIM : 011 1252 024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2007**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
KAMPANYE HIDUP SEHAT DENGAN VEGETARIAN**

TUGAS AKHIR KARYA DESAIN



**Disusun oleh:
GANJAR PRIASMORO
NIM : 011 1252 024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2007**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
KAMPANYE HIDUP SEHAT DENGAN VEGETARIAN**

TUGAS AKHIR KARYA DESAIN



**Disusun oleh:
GANJAR PRIASMORO
NIM : 011 1252 024**

Tugas Akhir ini diajukan kepada
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
dalam bidang desain komunikasi visual
2007

Tugas Akhir Karya Desain Berjudul:

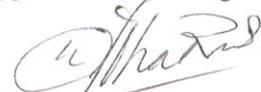
Perancangan Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Kampanye Hidup Sehat dengan Vegetarian diajukan oleh Ganjar Priasmoro, NIM 0111252024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 14 Desember 2007

Ketua / Pembimbing I



Drs. H. M. Umar Hadi, M.S.
NIP 131 474 284

Anggota / Pembimbing II



Dra. Th. Suwarni
NIP 130 521 294

Anggota / Cognate



Hesti Rahayu, S. Sn
NIP 132 206 674

Anggota / Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



Drs. Lasman, M. Sn
NIP 131 773 135

Anggota / Ketua Jurusan Desain



Drs. A. Hendro Purwoko
NIP 131 773 135



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Drs. Sukarman
NIP 130 521 245



The hardest part of a rocket to reach orbit is to get through the earth's gravity
(Bagian terberat agar sebuah roket mencapai orbit adalah saat
melalui gravitasi bumi untuk melewati atmosphere)

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang lebih pantas diucapkan pertama kali selain mengucapkan Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas kesempatan yang diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan karya tugas akhir **Perancangan Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Kampanye Hidup Sehat dengan Vegetarian.**

Tugas akhir ini merupakan pertanggung jawaban dan bukti serta hasil dari seluruh mata kuliah yang telah ditempuh selama mengenyam pendidikan di program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejak tahun 2001 sampai dengan 2007.

Tugas akhir ini juga merupakan salah satu syarat dalam pemenuhan tugas perkuliahan untuk mencapai gelar kesarjanaan dalam program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Sebagai penutup, semoga penulisan tugas akhir ini sedikit banyak dapat memberikan manfaat bagi yang membutuhkan. Disisi lain penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa kesempurnaan hanyalah milik dan kekuasaan Allah SWT sehingga banyak kekurangan dalam penyusunan penulisan ini. Segala kritik dan saran sangat membantu dan sangat dibutuhkan demi kemajuan pada masa yang akan datang.

Yogyakarta, 2 November 2007

Penyusun

Ganjar Priasmoro

UCAPAN TERMA KASIH

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini saya telah mendapat banyak dukungan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak dari awal hingga akhir. Dalam sebuah hadits yang pernah saya baca bahwa “belum dikatakan bersyukur kepada Allah apabila belum bersyukur pada manusia, oleh karena itu perkenankan saya untuk menyampaikan rasa syukur dan terima kasih saya yang sebesar-besarnya kepada:

- Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan hidayah-Nya.
- Istri saya tercinta atas kesabarannya menunggu kelulusan saya selama ini dan doa-doa yang diberikan setiap saat kepada saya, AJKH.
- Papa yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan sangat baik.
- Mama tercinta (alm) atas kasih sayang yang selalu dicurahkan untuk saya.
- Mas Yogi atas segala dukungan dan bantuannya.
- Bapak, Ibu, dan adik-adik saya di Balikpapan atas doa-doa, kesabaran dan pengorbanannya selama ini, AJKH.
- Bapak Drs. H. M. Umar Hadi, M.S. dosen Pembimbing I tugas akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual, terima kasih telah dengan sabar membimbing saya sampai terselesaikannya tugas akhir ini.
- Ibu Dra. Th. Suwarni dosen Pembimbing II terima kasih atas dukungannya.
- Mas Andy Pixel studio beserta artis-artis dan kru-krunya yang telah membantu saya dalam proses praproduksi sampai produksi.

- AJKH buat semua yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.
- Terima kasih buat semua orang-orang yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung, maaf saya tidak bisa menyebutkan namanya satu persatu disini.



ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi yang canggih, peradaban manusia yang semakin maju, serta status sosial di masyarakat yang meningkat menyebabkan kebanyakan manusia tidak mempedulikan pola kehidupannya terutama pola makannya. Padahal pola makan adalah hal yang sangat penting bagi kesehatan tubuh di masa sekarang maupun di masa mendatang. Makan tidak teratur dan tidak memperhatikan zat-zat yang terkandung dalam makanan yang dimakan menjadi penyebab tubuh mudah terserang penyakit. Hal ini diperparah dengan munculnya berbagai jenis makanan yang belum terjamin kesehatannya. Sehingga tidak mengherankan apabila di zaman sekarang bermunculan berbagai penyakit dalam kategori ganas dan mematikan.

Sebenarnya hidup sehat itu mudah, namun disadari kebanyakan manusia sulit menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Makan dan olahraga secara teratur, gizi seimbang dan istirahat yang cukup adalah cara yang untuk memperoleh kesehatan yang prima. Untuk masalah gizi seimbang memang diperlukan pengetahuan yang cukup tentang zat-zat yang terkandung dalam makanan dan mengerti makanan mana yang berbahaya bagi kesehatan tubuh, sehingga bisa dihindari. Dan untuk menghindari resiko terkena penyakit ganas dan mematikan, kuncinya adalah apa yang dimakan hari ini, sebab yang dimakan hari ini berpengaruh bagi kondisi kesehatan esok hari.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SUB JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Perancangan.....	7
D. Batasan Lingkup Perancangan.....	8
E. Manfaat Perancangan.....	9
F. Tinjauan Pustaka.....	9
G. Metode Perancangan.....	11
H. Orisinalitas Perancangan.....	12
I. Skematika Perancartgan.....	13

BAB II IDENTIFIKASI	14
A. Identifikasi Data.....	14
1. Pola Makan Sehat Alami.....	17
2. Pengertian Vegetarian.....	19
3. Pola Makan Vegetarian.....	20
4. Fakta dan Hasil Penelitian.....	25
5. Penganut Vegetarian Terkenal di Dunia.....	28
6. Data Klien.....	32
B. Analisis Data.....	33
1. Kekuatan (<i>Strength</i>).....	34
2. Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	35
3. Peluang (<i>Opportunities</i>).....	35
4. Ancaman (<i>Threats</i>).....	36
C. Kesimpulan Analisis.....	38
 BAB III KONSEP PERANCANGAN	 40
A. Sintesis.....	40
1. Tujuan Komunikasi.....	40
2. Strategi Komunikasi.....	40
B. Perencanaan Media (<i>Media Plan</i>).....	41
1. Tujuan Media (<i>Media Objective</i>).....	42
a. Jangkauan (<i>Reach</i>).....	42
b. Frekuensi (<i>Frequency</i>).....	43

c. Kesenambungan / Kontinuitas (<i>Continuity</i>).....	43
2. Strategi Media (<i>Media Startegy</i>).....	43
a. Segmentasi <i>Target Audience</i>	44
1) Segmentasi Geografis.....	44
2) Segmentasi Demografis.....	44
3) Segmentasi Psikografis.....	45
4) Segmentasi Behavioristis.....	45
b. Paduan Media (<i>Media Mix</i>).....	46
1) Seleksi Media (<i>Media Selection</i>).....	46
2) Prioritas Media (<i>Media Priority</i>).....	53
3) Penjadwalan Media (<i>Media Scheduling</i>).....	55
3. Program Media (<i>Media Program</i>).....	58
a. Program Penjadwalan Media.....	60
b. Program Realisasi Media.....	63
4. Biaya Media (<i>Media Budget</i>).....	64
C. Perencanaan Kreatif (<i>Creative Plan</i>).....	68
1. Tujuan Kreatif (<i>Creative Objective</i>).....	68
2. Strategi Kreatif (<i>Creative Strategy</i>).....	68
a. <i>Target Audience</i> (TA) Kreatif.....	69
b. Paduan Kreatif (<i>Creative Mix</i>).....	69
1) Isi Pesan (<i>Content</i>).....	70
2) Bentuk (<i>Form</i>) Pesan.....	71
3) Strategi Visual.....	78

3. Program Kreatif (<i>Creative Program</i>).....	81
a. Dasar Tema.....	81
b. Pendukung Dasar Tema.....	81
1) Ilustrasi Visual.....	81
2) Audio.....	82
3) Copywriting.....	83
4) Tipografi.....	83
c. Program Serial Iklan.....	83
d. Program Kreatif Media Selain Media Televisi.....	85
1) Media Surat Kabar.....	85
2) Media <i>Outdoor</i>	87
3) <i>Merchandise</i>	88
BAB IV VISUALISASI DESAIN	90
A. Konsep Tata Desain.....	90
1. Tujuan Tata Desain.....	91
2. Strategi Tata Desain.....	92
a. <i>Target Audience</i> (TA) Tata Desain.....	92
b. Paduan Tata Desain.....	93
1) Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.....	93
2) Prinsip-prinsip Dasar Tata Desain.....	93
3. Program Tata Desain.....	103
4. Program Tata Desain Media Televisi.....	103

a. Tahap Praproduksi.....	104
1) Sinopsis.....	104
2) Naskah Iklan.....	104
3) <i>Story Board</i>	105
4) Teknik Produksi.....	106
b. Tahap Produksi.....	107
1) Syuting.....	107
2) Perekaman Suara.....	107
3) Pengaturan Pencahayaan.....	108
c. Tahap Pascaproduksi.....	108
1) Editing.....	108
B. Program Tata Desain Media Terpilih.....	109
1. Layout Media Surat Kabar.....	110
2. Layout Media Poster.....	116
3. Layout Merchandise (T-shirt).....	121
4. Layout Merchandise (Pin).....	126
5. Layout Merchandise (Mug).....	131
C. Laporan Hasil Desain Final.....	136
D. Production Book ILM Hidup Sehat Dengan Vegetarian.....	146
BAB V PENUTUP	181
A. Kesimpulan	181
B. Saran	182

DAFTAR PUSTAKA	184
LAMPIRAN	185

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.....	10
Gambar 2.....	29
Gambar 3.....	29
Gambar 4.....	30
Gambar 5.....	30
Gambar 6.....	31
Gambar 7.....	94
Gambar 8.....	95
Gambar 9.....	96
Gambar 10.....	96
Gambar 11.....	97
Gambar 12.....	98
Gambar 13.....	99
Gambar 14.....	100
Gambar 15.....	101
Gambar 16.....	101
Gambar 17.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	23
Tabel 2.....	24
Tabel 3.....	37
Tabel 4.....	37
Jadwal Media 1.....	60
Jadwal Media 2.....	61
Jadwal Media 3.....	62
Program Realisasi Media.....	63

DAFTAR BAGAN

Skematika Perancangan.....	13
----------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesehatan adalah nikmat yang terbesar yang diberikan Tuhan kepada manusia. Karena dengan kesehatan manusia dapat menjalani hidup dengan baik. Bagaimana manusia bisa melakukan berbagai aktivitas seperti beribadah, belajar, bekerja dan sebagainya tanpa didukung kesehatan yang prima. Jadi, sudah sepatutnya manusia menjaga kesehatan dengan sebaik-baiknya. Namun pada kenyataannya banyak diantara manusia yang kurang memperhatikan kesehatannya. Kalau sudah sakit, barulah manusia menyadari bahwa kesehatan itu ternyata sangat penting.

Di zaman modern seperti saat ini, ternyata tidak hanya teknologi saja yang semakin modern, penyakit pun ikut-ikutan modern. Banyak penyakit-penyakit baru yang bermunculan beberapa tahun belakangan ini. Penyakit tersebut bukan hanya penyakit biasa, yang bisa disembuhkan dengan hanya membeli obat di warung dan sekali minum langsung sembuh. Tetapi penyakit tersebut adalah penyakit ganas dan mematikan, Diperlukan dokter-dokter spesialis untuk menanganinya. Penyembuhannya pun melalui terapi-terapi yang terkadang membuat kita merasa tidak 'bebas, belum lagi biaya besar yang harus dikeluarkan. Terlambat sedikit saja dalam penanganannya bisa berakibat fatal dan berujung pada kematian.

Penyakit jantung koroner dan stroke misalnya, kedua penyakit ini sepertinya sudah tidak asing ditelinga kita pada saat ini. Banyak orang harus menerima kenyataan bahwa keluarga atau kerabatnya meninggal dunia akibat penyakit jantung koroner maupun stroke. Kedua penyakit ini kini menjadi pembunuh utama di dunia, termasuk di Indonesia. Apa penyebabnya? Terlalu banyak mengonsumsi daging ditengarai sebagai penyebab utama. Karena di dalam daging kadar kandungan lemak jenuh sangat tinggi. Jenis lemak ini kadar kandungan kolesterolnya pun sangat banyak, yang dapat mengendap pada dinding pembuluh darah sehingga pembuluh darah menjadi keras dan menyempit, akibatnya pasokan darah berkurang. Bila hal ini terjadi pada pembuluh darah jantung, maka suplai oksigen dan nutrisi ke otot jantung akan berkurang dan akhirnya terjadilah penyakit jantung koroner. Bila penyumbatan terjadi di otak, maka akan terjadi pendarahan dalam otak yang disebut stroke. Kelebihan konsumsi jenis lemak ini tidak hanya berisiko terkena penyakit jantung dan stroke, tetapi juga gangguan pembuluh darah lain seperti hipertensi, diabetes dan gangguan fungsi ginjal. Mengonsumsi lebih banyak sayur dan buah segar mempunyai risiko jauh lebih rendah terserang penyakit jantung koroner dan stroke. Karena di dalam sayuran dan buah segar mengandung lemak tak jenuh ganda yang dapat menurunkan risiko penyakit jantung koroner dan stroke.¹

Orang yang lebih banyak atau hanya mengonsumsi sayur dan buah segar biasa disebut dengan sebutan Vegetarian. Vegetarian adalah pola hidup yang berpantang terhadap segala jenis makanan yang berasal dari makhluk hidup

¹ <http://www.balipost.co.id/balipostcetak/2004/6/27/ink1.html>

(bernyawa) seperti daging, ikan dan telur. Vegetarian merupakan cara yang lebih modern, ilmiah dan lebih baik untuk mempertahankan kesehatan tubuh ketimbang “makan daging”.²

Akhir-akhir ini banyak sekali wacana tentang pola hidup vegetarian atau semakin banyaknya peminat vegetarian. Hal ini dibuktikan dengan semakin berkembangnya rumah makan atau warung yang khusus menyediakan menu vegetarian. Yaitu menu yang bukan berasal dari daging, ikan dan telur. Namun penyajiannya persis seperti menu pada umumnya seperti sate, capcay, pepesan dan sebagainya.³

Di Yogyakarta sendiri kini mulai bermunculan rumah makan dengan menu vegetarian, meskipun jumlahnya tidak sebanyak rumah makan dengan menu nonvegetarian, namun ini menandakan bahwa masyarakat di kota Yogyakarta mulai menyadari manfaat vegetarian. Beberapa rumah makan dengan menu vegetarian yang terdapat di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Depot Vegetarian "Lusidus"

Alamat: Kompleks Ruko Babarsari No.21

Telp: (0274) 7416866

Cabang:

Alamat: Jl. Mozes Gatot Kaca No.14, Gejayan - Mrican

Telp: (0274) 549751

² Lakhota, R.N., *All You Wanted To Know About Vegetarian*, PT BIP Kelompok Gramedia, Jakarta, 2007, hal. 13.

³ <http://www.balipost.co.id>, *loc. cit.*

2. Pondok Vegetarian "Caritas"

Alamat: Samirono CT VI/272

Telp: (0274) 550105, 56484

3. Rumah Makan "Food Square"

Alamat: Jl. Mozes Gatot Kaca A18, Gejayan - Mrican

Telp: 08156517411

4. Rumah Makan Vegetarian "Kafedaun"

Alamat: Kepuh GK 3 No.925 B

Telp: (0274) 551874

5. Rumah Makan "MILAS"

Alamat: Jl. Prawirotaman IV 127 B Yogyakarta

Telp: (0274) 7423399

6. Warung Vegetarian "Flexi"

Alamat: Jl. Beo Papringan , Selatan kartika yani

Telp: 0274-565646

7. Kedai Vegetarian "Madame Dati"

Alamat: Jl. Kaliurang Km. 15

Cabang:

Belakang Kompleks Jogja Expo Center (JEC)

Tetapi sejauh ini masyarakat Yogyakarta umumnya belum begitu banyak memahami tentang vegetarian secara keseluruhan atau dari berbagai aspek termasuk dari aspek kesehatannya, sehingga banyak orang tua melarang anaknya

untuk vegetarian atau banyak bidan dan dokter yang melarang pasien hamil atau menyusui untuk vegetarian. Semua itu tentu saja dengan alasan klasik: kekurangan gizi, menghambat pertumbuhan anak dan sebagainya. Belum lagi mitos-mitos terhadap pola hidup vegetarian yang bernuansa negatif berkembang di masyarakat sehingga banyak yang ragu-ragu untuk berpola hidup sehat ala vegetarian.

Ironisnya, kini banyak orang menjalani vegetarian setelah menderita penyakit jantung, stroke, hipertensi, kencing manis dan sebagainya. Apakah tidak lebih baik kita mencegahnya dengan pola hidup vegetarian sebelum kita terkena penyakit-penyakit ganas dan mematikan tersebut. Tentunya mencegah lebih baik daripada mengobati. Namun informasi tentang manfaat vegetarian dirasa kurang. Masyarakat baru sadar manfaat dari vegetarian setelah terkena penyakit ganas, dan informasinya pun diperoleh dari dokter yang merawatnya.

Untuk mencegah mitos-mitos yang negatif tentang vegetarian dan juga mensosialisasikan manfaat vegetarian kepada masyarakat, perlu diadakan kampanye. Kampanye ini berupa iklan layanan masyarakat (ILM) melalui media massa cetak dan elektronik. Alasan dipilihnya kedua media ini karena masyarakat umumnya mengkonsumsi berita atau informasi melalui kedua media tersebut. Dan tidak diragukan lagi bahwa peranan ILM sebagai media komunikasi adalah untuk menginformasikan kepentingan umum.

Demi mewujudkan kampanye ILM ini maka IVS (*Indonesia Vegetarian Society*) sebagai organisasi vegetarian Indonesia yang berdiri di Jakarta pada tanggal 8 Agustus 1998, berinisiatif untuk memprakarsai kampanye ini.

Kampanye ini juga diproyeksikan untuk menyambut hari vegetarian sedunia, yang jatuh pada tanggal 1 Oktober setiap tahunnya. Hari vegetarian sedunia pertama kali diperingati pada tahun 1977 oleh *North American Vegetarian Society* (Masyarakat Vegetarian Amerika Utara), kemudian disahkan oleh *Internasional Vegetarian Union (IVU)*.⁴ Dijadikan perayaan tahunan karena untuk memasyarakatkan kebahagiaan, rasa simpati dan manfaat dari hidup bervegetarian.

B. Rumusan Masalah

Mengajak masyarakat untuk berpola hidup sehat ala vegetarian bukanlah perkara yang mudah. Masyarakat sudah terbiasa mengkonsumsi makanan nonvegetarian, karena sejak dini tidak pernah dibiasakan untuk mengkonsumsi makanan vegetarian. Seperti kita ketahui bahwa umumnya anak kecil tidak menyukai atau susah makan sayur dan buah. Ini disebabkan minimnya pengetahuan tentang vegetarian dan manfaatnya bagi kesehatan. Masyarakat umum sebenarnya tidak asing dengan kata vegetarian. Mereka mengerti apa itu vegetarian, tetapi hanya sebatas definisi saja. Masyarakat belum mengerti manfaat dari orang yang lebih banyak makan sayur dan buah (vegetarian), yang ternyata berdampak baik bagi kesehatan tubuh dan menghindarkan dari berbagai penyakit ganas dan mematikan. Sebaliknya, masyarakat pun tidak sadar bahwa terlalu banyak mengkonsumsi daginglah yang menjadi pemicu penyakit ganas.

⁴ <http://www.mandalamaitreya.org/docs/mading/harivege.php>

IVS (*Indonesia Vegetarian Society*) didirikan dengan tujuan sebagai organisasi untuk:

1. Menyebarluaskan informasi seputar kehidupan vegetarian di Indonesia.
2. Mengembangkan cinta kasih universal dan menyelamatkan kehidupan dunia melalui vegetarianism.⁵

Berdasarkan tujuan tersebut maka IVS menganggap perlu diadakannya kampanye melalui iklan layanan masyarakat sebagai media komunikasi untuk menginformasikan manfaat vegetarian kepada masyarakat. Namun yang menjadi pertanyaan adalah: “Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat sebagai sarana komunikasi untuk menginformasikan manfaat vegetarian ke masyarakat secara tepat, komunikatif, dan persuasif?”.

C. Tujuan Perancangan

Diadakannya perancangan komunikasi visual iklan layanan masyarakat tentang gaya hidup vegetarian bebas penyakit ini bertujuan untuk mencapai hasil yang maksimal, yaitu:

1. Memperoleh rancangan iklan layanan masyarakat yang komunikatif-persuasif tentang manfaat vegetarian ke masyarakat.
2. Memperoleh media yang tepat sehingga pesan atau informasi tentang manfaat vegetarian benar-benar sampai ke masyarakat.
3. Memperoleh visualisasi yang artistik sehingga menarik minat masyarakat untuk berpola hidup vegetarian.

⁵ <http://www.ivs-online.org/v2/aboutus.php>

4. Dengan memperoleh tiga poin diharapkan program kampanye ini berhasil menimbulkan kesadaran masyarakat Yogyakarta bahwa vegetarian adalah salah satu cara terbaik untuk memperoleh kesehatan dan terhindar dari resiko terkena penyakit ganas dan mematikan.

D. Batasan Lingkup Perancangan

Banyak alasan untuk seseorang menjadi vegetarian diantaranya adalah kepercayaan, etika, dan kesehatan. Dalam perancangan ini vegetarian dilihat dari aspek kesehatan. Alasannya, karena banyak orang yang menjadi vegetarian lantaran faktor kesehatan dan vegetarian ditinjau dari aspek kesehatan berada dalam posisi yang netral, dalam artian tidak menimbulkan pro dan kontra. Tidak bisa dipungkiri bahwa setiap individu mendambakan kesehatan, tidak ada individu yang tidak ingin sehat. Lain halnya jika vegetarian ditinjau dari aspek kepercayaan, sudah pasti menimbulkan pro dan kontra karena ada sebagian kepercayaan/agama yang menganjurkan (bahkan mewajibkan) umatnya untuk berpola hidup vegetarian sedangkan sebagian kepercayaan/agama lainnya memiliki pandangan yang berbeda terhadap vegetarian.

Kampanye dilaksanakan sebatas wilayah Propinsi DIY, karena yang menjadi sponsor adalah IVS cabang Yogyakarta. Lama kampanye tiga bulan, dimulai pada bulan September - November dan menggunakan media lini atas (*Above the line*) sebagai media utama. Media lini atas adalah media yang

memerlukan luar ruang seperti media cetak (surat kabar dan majalah), radio, dan televisi.⁶

E. Manfaat Perancangan

Diharapkan perancangan ini dapat memberi manfaat:

1. Bagi bidang desain komunikasi visual, perancangan ini dapat digunakan sebagai referensi metode perancangan komunikasi visual kampanye iklan layanan masyarakat yang dalam perancangan ini mengangkat tema “hidup sehat dengan vegetarian”.
2. Bagi masyarakat untuk memudahkan masyarakat Yogyakarta memperoleh informasi tentang manfaat vegetarian bagi kesehatan.

F. Tinjauan Pustaka

Kampanye tentang vegetarian sebelumnya pernah dilakukan, salah satunya dilakukan oleh PETA (*People for the Ethical Treatment of Animals*). PETA melakukan kampanye vegetarian dengan media poster (lihat Gambar 1.). Pada kampanye ini PETA menonjolkan vegetarian dari aspek belas kasihan terhadap binatang. Alasannya, binatang juga mempunyai hak untuk hidup, namun manusia dengan segala kekejamannya membunuh binatang setiap harinya untuk dijadikan bahan makanan sehari-hari.

⁶ Agustrijanto, *Copywriting Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002, hal. 115.



Gambar 1. beberapa contoh poster iklan layanan masyarakat bertema vegetarian yang pernah dibuat oleh PETA (*People for the Ethical Treatment of Animals*).⁷

⁷ <http://www.petaliterature.com/products.asp?dept=84>

G. Metode Perancangan

1. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain dengan survey, wawancara, dan mengakses dari internet.
2. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*).
3. Metode konsep perancangan dilakukan melalui tiga pembahasan, yaitu:
 - a. Perencanaan media.
 - b. Perencanaan kreatif.
 - c. Perencanaan tata desain.
4. Metode visualisasi desain dibagi menjadi dua berdasarkan medianya.

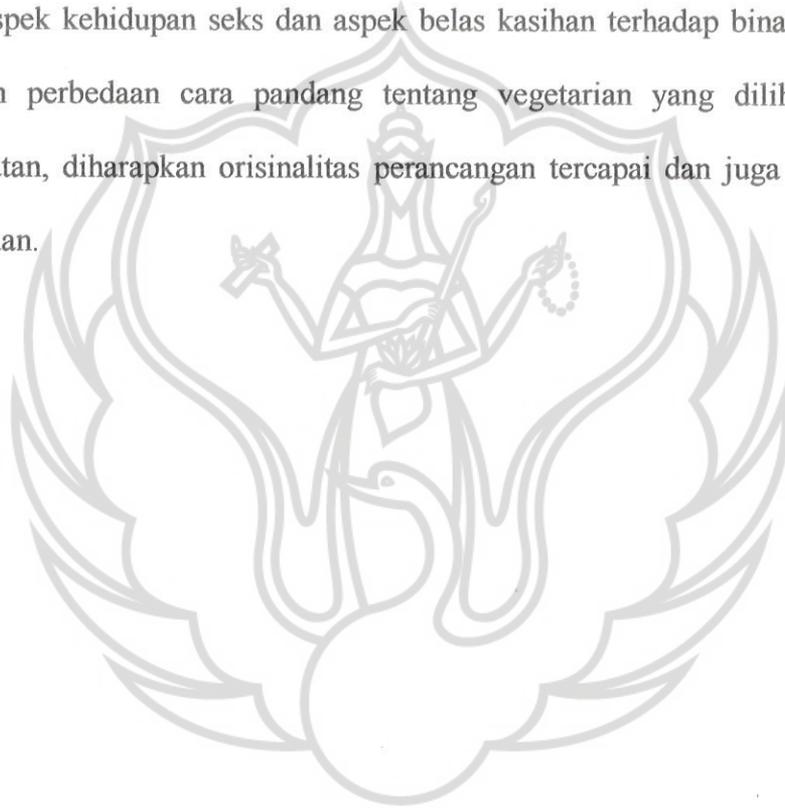
Adapun pembagiannya sebagai berikut:

- a. Media elektronik melalui tiga tahapan, yaitu:
 - a. Pra produksi.
 - b. Produksi.
 - c. Pasca produksi.
- b. Media cetak melalui tiga tahapan, yaitu:
 - a. *Layout ide (idea layout)*.
 - b. *Layout kasar (rough layout)*.
 - c. *Layout lengkap (comprehensive layout)*.

H. Orisinalitas Perancangan

Dalam perancangan ini vegetarian dilihat dari aspek kesehatan. Vegetarian sangat bermanfaat bagi kesehatan karena dengan pola hidup vegetarian, dapat mencegah resiko terkena penyakit ganas dan mematikan.

Alasan lebih menonjolkan aspek kesehatan karena, kampanye tentang vegetarian yang sudah pernah dilakukan yaitu mempromosikan vegetarian dilihat dari aspek kehidupan seks dan aspek belas kasihan terhadap binatang. Sehingga dengan perbedaan cara pandang tentang vegetarian yang dilihat dari aspek kesehatan, diharapkan orisinalitas perancangan tercapai dan juga memiliki nilai kebaruan.



I. Skematika Perancangan

