

**KAMPANYE ADOPSI ANJING KAMPUNG BALI OLEH BALI
ANIMAL WELFARE ASSOCIATION DI UBUD – BALI
MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**



Nama : Rizky Dwi Gusmy

NIM : 2010 06 062

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia

Email : degolson10@gmail.com

ABSTRAK

“ KAMPANYE ADOPSI ANJING KAMPUNG BALI OLEH BALI ANIMAL WELFARE ASSOCIATION DI UBUD – BALI MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL”

BAWA Bali adalah organisasi *non-profit* yang terdaftar di Indonesia. BAWA bekerja untuk melindungi dan merawat seluruh satwa di Bali dan sekitarnya. Organisasi ini merespon semua hewan yang mengalami penderitaan dari ular sampai lumba – lumba, namun organisasi ini lebih terfokus kepada anjing kampung Bali yang tidak terawat dan terabaikan. Salah satu program yang dilakukan oleh BAWA Bali yaitu mengasuh dan melayani adopsi anjing kampung Bali menjadi salah satu program utama yang dilakukan agar masyarakat ikut berperan dalam menjaga dan melindungi anjing kampung Bali.

Dalam upaya mengkampanyekan program adopsi anjing kampung yang dilakukan oleh BAWA Bali, maka dirancang berbagai media yang nantinya diharapkan dapat membuat masyarakat mengetahui tentang manfaat dan cara mengadopsi anjing kampung di BAWA Bali.

Dalam perancangan media - media tersebut digunakan berbagai metode seperti metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi, dan juga kepustakaan. Kemudian digunakan juga metode analisis data yang nantinya metode – metode tersebut dapat membantu terwujudnya media yang akan dirancang. Pada perancangan media tersebut akan digunakan konsep *Love and Care* dimana menggunakan teknik ilustrasi *doodling* dan warna monokromatik.

Media – media komunikasi yang akan dirancang meliputi poster, infografik, stiker, notebook, kartu pos, tote bag, markah buku, kalender, gantungan kunci dan katalog karya. Konsep yang digunakan dalam perancangan media disesuaikan dengan khalayak sasaran yaitu seluruh lapisan masyarakat khususnya remaja agar lebih mencintai dan peduli terhadap anjing kampung Bali.

Kata Kunci : Perancangan Media Kampanye, Adopsi, Anjing Kampung Bali, BAWA

Latar Belakang

Anjing Kampung adalah sebutan untuk anjing – anjing yang tidak jelas asal – usulnya dan tidak dapat dibuktikan dengan surat silsilah. (<http://www.pecintabinatang.com/2015/05/kelebihan-anjing-kampung-dengan-anjing-ras.html#0>, diakses tanggal 18/10/2015) Di Bali, banyak terdapat anjing kampung yang berkeliaran, selain banyak yang dipelihara oleh masyarakat Bali, banyak juga anjing kampung liar yang tidak terjamin kesehatannya dan terabaikan. Oleh sebab itu banyak lembaga pencinta hewan salah satunya adalah BAWA (*Bali Animal Welfare Association*) Bali yang beralamat di Jl. Monkey Forest 100x, Ubud – Bali yang melakukan pemeriksaan kesehatan bagi anjing kampung liar seperti vaksin dan memberi makan setiap harinya.

BAWA Bali didirikan pada tahun 2007 oleh Janice Girardi yang merupakan wanita berkebangsaan Amerika, ia telah tinggal dan menetap lebih dari 30 tahun di Gianyar, Bali. Janice Girardi bekerja sama dengan Dr Dewa Made Dharma yang merupakan ketua dokter hewan Indonesia pada saat itu. BAWA Bali adalah organisasi *non-profit* yang terdaftar di Indonesia. BAWA bekerja untuk melindungi dan merawat seluruh satwa di Bali dan sekitarnya. Organisasi ini merespon semua hewan yang mengalami penderitaan dari ular sampai lumba – lumba, namun organisasi ini lebih terfokus kepada anjing kampung Bali yang tidak terawat dan terabaikan.

Kurangnya peran dan pengetahuan masyarakat tentang hal tersebut membuat upaya yang dilakukan BAWA Bali tidak selalu berjalan dengan lancar. Maka dari itu salah satu program yang dilakukan oleh BAWA Bali yaitu mengasuh dan melayani adopsi anjing kampung Bali menjadi salah satu program utama yang dilakukan agar masyarakat ikut berperan dalam menjaga dan melindungi anjing kampung Bali.

Rumusan Masalah

1. Media apa saja yang efektif untuk memkampanyekan adopsi anjing kampung Bali oleh Bali Animal Welfare Association (BAWA) Bali ?
2. Bagaimana cara merancang media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif untuk untuk memkampanyekan adopsi anjing kampung Bali?

Batasan Masalah

Batasan masalah yang dibahas difokuskan pada permasalahan yang ada pada upaya program kampanye anjing kampung bali oleh BAWA Bali yang ada dalam perumusan masalah dan media yang akan dibuat dan alternatifnya kemudian prototype dengan perwujudannya dari beberapa media.

Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mengetahui konsep yang tepat dan efektif dalam perancangan media kampanye yang digunakan dalam mengkampanyekan dan meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap anjing kampung Bali melalui program adopsi anjing kampung Bali..

Metode Perancangan

Adapun langkah-langkah berupa metode pengumpulan data dan kemudian metode analisa data yang digunakan yaitu proses desain menggunakan metode pengumpulan data berupa teks, dokumen, hasil wawancara yang ditemukan di lapangan selama penelitian di lakukan metode ini dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan sekunder.

Data Aktual

Adapun data-data mengenai teori-teori perancangan media komunikasi visual yang akan diterapkan berhubungan dengan pengerjaan tugas akhir ini adalah data-data ilmiah yang bisa dipertanggung jawabkan berasal dari sumber yang berkompeten.

Prinsip Desain Komunikasi Visual

Prinsip-prinsip desain ini nantinya digunakan sebagai patokan dalam memberikan penilaian terhadap alternatif desain yang dibuat untuk menentukan desain yang terbaik. Adapun prinsip-prinsip desain komunikasi visual yaitu, Prinsip Keseimbangan (*Balance*), Prinsip Ritme/Irama (*Rhythm*), Proporsi, Prinsip Kesatuan (*Unity*).

Aspek Teknis Perwujudan

Pada teknik perwujudan ini untuk menghasilkan media yang akan diwujudkan, harus melalui tahap atau proses cetak. Dalam hal ini proses cetak pada keseluruhan media menggunakan teknik cetak digital *print*.

Teori Pendukung Kasus

Teori yang digunakan dalam merancang media untuk mengkampanyekan adopsi anjing kampung Bali adalah teori semiotika.

Pendekatan teori semiotika terhadap desain komunikasi visual bertujuan untuk mengkaji tanda verbal (judul, subjudul, dan teks) dan tanda visual (ilustrasi, logo, tipografi, dan tata visual) yang diharapkan dapat menganalisis semiotika komunikasi visual.

Pesan yang dikemukakan dalam pesan karya desain komunikasi visual disosialisasikan kepada khalayak sasaran melalui tanda. Secara garis besar tanda dapat dilihat dari dua aspek, yaitu tanda verbal dan tanda visual. (Tinarbuko, 2013 : 9).

Data Lapangan / Faktual

Data faktual merupakan data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan atau berdasarkan dilapangan yang sebenarnya. Data ini digunakan sebagai materi dan sample untuk merancang.

Nama Objek

Dalam penyusunan Skripsi Karya Studio ini judul yang diangkat adalah “Kampanye Adopsi Anjing Kampung Bali Oleh Bali Animal Welfare Association di Ubud – Bali Melalui Desain Komunikasi Visual”.

Pengelola

BAWA Bali didirikan pada tahun 2007 oleh Janice Girardi yang merupakan wanita berkebangsaan Amerika, ia telah tinggal dan menetap lebih dari 30 tahun di

Gianyar, Bali. Janice Girardi bekerja sama dengan Dr Dewa Made Dharma yang merupakan ketua dokter hewan Indonesia pada saat itu.

Potensi Kasus

Kurangnya peran dan pengetahuan masyarakat tentang hal tersebut membuat upaya yang dilakukan BAWA Bali tidak selalu berjalan dengan lancar. Maka dari itu salah satu program yang dilakukan oleh BAWA Bali yaitu mengasuh dan melayani adopsi anjing kampung Bali menjadi salah satu program utama yang dilakukan agar masyarakat ikut berperan dalam menjaga dan melindungi anjing kampung Bali.

Sintesa

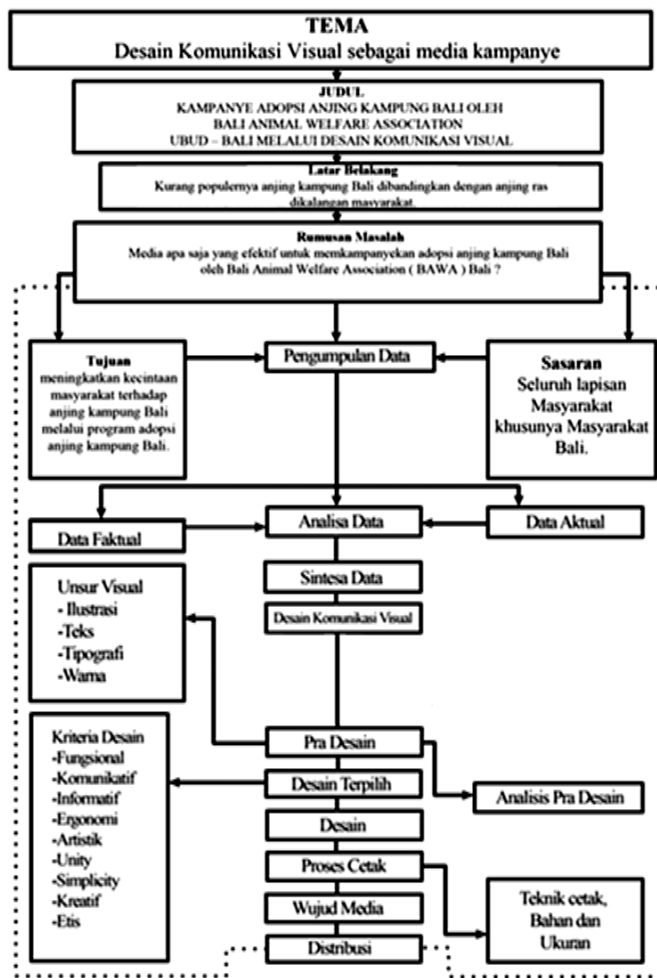
Berdasarkan analisa yang telah dilakukan maka akan dirancang media komunikasi visual yang dapat menambah jenis media dan dapat mudah dimengerti oleh masyarakat dan dapat meningkatkan perhatian terhadap kampanye adopsi anjing kampung Bali. Maka pada sintesa dapat diperoleh sebagai berikut : Media, Ilustrasi, Warna, Teks, Huruf, dan Teknik Cetak

Konsep Desain

Konsep dasar yang digunakan dalam merancang media-media dalam mengkampanyekan program adopsi anjing kampung Bali adalah "*Love and Care*". Kata *Love* dalam Bahasa Indonesia adalah cinta, kasih, dan kasih sayang. (kamusbahasainggris.com, diakses tanggal 7/12/2015). Konsep *love* atau kasih sayang ini digunakan untuk media kampanye karena berhubungan dengan target audience dimana calon adopter harus sayang terhadap binatang terutama anjing kampung sebagai objeknya. Konsep *Care* dalam bahasa Indonesia memiliki arti peduli, perlindungan, perawatan, dan pemeliharaan. (kamusbahasainggris.com, diakses tanggal 7/12/2015). Media yang digunakan untuk kampanye adopsi anjing kampung ini memiliki tujuan agar masyarakat, khususnya masyarakat Bali peduli terhadap anjing kampung Bali dengan cara merawat, memelihara dan melindunginya dengan kasih sayang. Gaya visual yang digunakan berupa gaya kartunal yang akan diaplikasikan keseluruh media.

Skema Proses Perancangan

Skema proses perancangan digunakan sebagai acuan dalam membuat media desain komunikasi visual dan untuk mendukung pemecahan masalah. Skema ini menunjukkan proses terbentuknya desain dari latar belakang permasalahan yang kemudian dipecahkan melalui media komunikasi visual terpilih yang digambarkan sebagai berikut:



keterangan gambar

→ hubungan langsung

..... hubungan tak langsung feedback

Strategi Media

Strategi sangat di perlukan agar tujuan untuk memkampanyekan adopsi anjing kampung Bali dapat berjalan tepat dan optimal. Strategi Media juga ditetapkan agar

media yang akan dirancang dapat berfungsi dengan baik. Ada dua hal yang mempengaruhi yaitu khalayak sasaran dan paduan media. Target *audience* yaitu khalayak yang merupakan pendengar, hadirin, penonton, atau pembaca suatu media yang menjadi sasaran usaha atau kegiatan periklanan:

- a. Demografi: meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, dan tingkat penghasilan (Sanyoto, 2006:67).
- b. Geografis: meliputi wilayah, provinsi, kabupaten, kota, dengan sifatnya urbanisasi/semi urbanisasi/ rural (Sanyoto, 2006:67).
- c. Psikografis: meliputi kepribadian, gaya hidup, kesukaan, dan tingkat sosial (Sanyoto, 2006:67). Segmentasi ini mengelompokkan pasar dalam gaya hidup, nilai, dan kepribadian
- d. Behavioristik: meliputi perilaku pembelian/ penggunaan tentang tingkat penggunaan, waktu menggunakan, dan status menggunakan (Sanyoto, 2006:67).

Panduan media

Panduan media adalah petunjuk tentang media komunikasi yang nantinya berfungsi dalam memberikan informasi pada masyarakat atau khalayak sasaran. Dalam Tugas Akhir ini penulis mengambil beberapa jenis media yang akan digunakan dalam mengkampanyekan adopsi anjing kampung Bali, antara lain sebagai berikut:

- a. Poster

Poster adalah media grafis yang memuat unsur teks dan gambar/ilustrasi yang dipasang dan ditempel pada dinding. Visualisasi setiap unsurnya sangat rinci, jelas, realis, sederhana, dan singkat dengan warna yang mencolok sesuai misinya, (Pujirianto, 2005 : 16).

- b. Infografik

Infografik adalah data atau ilmu pengetahuan secara grafis. Grafik ini memperlihatkan informasi rumit dengan singkat dan jelas (id.wikipedia.org/infografik, diakses tanggal 7/12/2015).

- c. Stiker

Stiker merupakan media komunikasi visual tentang produk, jasa, atau identitas yang dapat ditempel pada berbagai tempat. Umumnya berbahan kertas *Vinyl* yang mengandung perekat (Pujiriyanto 2005:17).

d. Kartu pos

Selebar kertas tebal atau karton tipis berbentuk persegi panjang yang digunakan untuk menulis dan pengiriman tanpa amplop dengan harga yang lebih murah daripada surat. (id.wikipedia.org/kartupos, diakses tanggal 7/12/2015).

e. Buku saku

Notebook (buku saku) buku berukuran kecil yang dapat dimasukkan ke dalam saku dan mudah dibawa ke mana-mana. (http://id.wiktionary.org/wiki/buku_saku, diakses tanggal 7/12/2015).

f. *Tote bag*

Tas besar yang tidak terikat dengan tali pararel yang muncul dari sisi tas. (Wikipedia.org/totebag, diakses tanggal 7/12/2015).

g. Markah buku

Suatu markah yang diberikan untuk menandai lokasi suatu karya cetak. (id.wikipedia.org/markahbuku, diakses tanggal 7/12/2015).

h. Kalender

Sebuah system untuk member nama pada periode waktu (id.wikipedia.org/kalender, diakses tanggal 7/12/2015).

i. Gantungan Kunci

alat untuk menggantungkan kunci, terbuat dari kayu, plastik, atau logam, bentuknya bermacam-macam (https://id.wiktionary.org/wiki/gantungan_kunci, diakses tanggal 7/12/2015).

j. Katalog Karya

Katalog merupakan kumpulan media komunikasi grafis berbentuk buku yang di dalamnya berisi aneka jenis produk, harga, formulasi, dan cara penggunaannya (Pujiriyanto, 2005:20).

Visualisasi Desain

1. Poster



Nama Media : Poster

Ukuran : 30 x 30 cm

2. Infografik



Nama Media : infografik

Ukuran : 85 x 200 cm

3. Stiker



Nama Media : Stiker

Ukuran : 10 x 10 cm

4. Notebook



Nama Media : Notebook

Ukuran : 10.5 x 14.8 cm

5. Kartu Pos



Nama Media : Poster

Ukuran : 9.5 x 14 cm

6. Tote Bag



Nama Media : Tote bag

Ukuran : 30 x 35 cm

7. Markah Buku



Nama Media : Markah buku

Ukuran : 5 x 15 cm

8. Kalender



Nama Media : Kalender
Ukuran : 20 x 20 cm

9. Gantungan Kunci



Nama Media : Gantungan kunci
Ukuran : 4 x 8 cm

10. Katalog Karya



Nama Media : Katalog karya
Ukuran : 20 x 20 cm

Penutup

Kesimpulan

Dari uraian bab-bab di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam proses perancangan media yang digunakan untuk kampanye adopsi anjing kampung Bali oleh BAWA, lewat metode-metode yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat media-media yang cocok digunakan. media-media tersebut antara lain berupa poster, infografik, stiker, notebook, kartu pos, tote bag, markah buku, kalender, gantungan kunci dan katalog karya.
2. Adapun perancangan media-media yang dilakukan juga disesuaikan dengan konsep yang digunakan. dalam pembuatan media kampanye untuk mengkampanyekan program adopsi anjing kampung Bali oleh BAWA, menggunakan konsep “*Love and Care*”. Pemilihan konsep ini adalah karena dalam pencapaian target *audiance*, mengadopsi dan merawat anjing membutuhkan perhatian dan kasih sayang dari calon pengadopsi agar anjing tidak terlantar kembali setelah diadopsi.

Saran

Dari kedua hal diatas, dapat diberikan saran-saran yang ingin disampaikan oleh penulis, antara lain:

1. Agar nantinya media-media yang ada dapat berfungsi dengan baik sesuai dengan target yang ingin dicapai.
2. Perancangan media-media hendaknya disesuaikan dengan khalayak sasaran. Hal tersebut memiliki dampak yang besar terhadap fungsi-fungsi media sehingga media yang dirancang dapat berfungsi secara efektif.