

PERANCANGAN IKLAN KAMPANYE PENGHARGAAN ADIWIYATA KABUPATEN GRESIK MELALUI ANIMATION EXPLAINER SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN LINGKUNGAN HIDUP

M. Fauzil Ali¹⁾ Muh. Bahruddin²⁾ Thomas Hanandry Dewanto³⁾
S1 Desain Komunikasi Visual

Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298
Email : 1) mfax.art@gmail.com, 2) muh.bahruddin@yahoo.com, 3) thomashanandrydst@gmail.com

Abstract: *The goal of the design campaign advertising Adiwiyata Gresik is to raise awareness of the environment in the school district. Further research was conducted using qualitative research methods that do interviews, observation, documentation, and literature to obtain the data used to support the manufacture of the design concept of the ad campaign. Data were analyzed using several stages, namely data reduction, data presentation, and conclusion. After analyzing the data, found a design concept or keyword advertising campaign is "Truly". Description of "Truly" is a being who really or actually owned. The concept of "Truly" aims to show that Gresik is the region that has the identity of environmentally education. That is, the concept of truly presented to instill public perception that environmentally education in Indonesia is Gresik. Results from the design ad campaign is to raise awareness on the environment and is expected to schools that have not received awards Adiwiyata compelled to care for the environment, so as to achieve the award Adiwiyata.*

Keywords: *Advertising Campaign, Adiwiyata, Environment, Animation Explainer.*

Kabupaten Gresik merupakan peraih penghargaan piala Adiwiyata secara berturut-turut. Namun peraih penghargaan piala Adiwiyata di Kabupaten Gresik belum merata. Hal ini tentu tidak sebanding dengan penghargaan yang di raih oleh sekolah-sekolah yang ada di kota Gresik, karena sekolah-sekolah di Gresik tersebar luas di seluruh wilayah Gresik.

Kesadaran sekolah terhadap lingkungan hidup tidak dapat tumbuh seketika tanpa adanya pendidikan lingkungan hidup. Pada dasarnya kesadaran berkaitan dengan pandangan manusia terhadap realitas dunia atau keadaan lingkungan. Menurut Sriyanto selaku

Kasubid. Pemulihan Kualitas BLH, salah satu kendala dari program Adiwiyata di Kab.Gresik ini adalah kendala yang ada pada potensi dari Guru di sekolah, sehingga perlu di kembangkan lagi.

Adiwiyata merupakan salah satu program Kementerian Lingkungan Hidup dalam rangka mendorong terciptanya pengetahuan dan kesadaran warga sekolah dalam upaya pelestarian lingkungan hidup. Pelaksanaan untuk mewujudkan sekolah yang peduli dan berbudaya lingkungan, warga sekolah perlu dilibatkan dalam berbagai aktivitas pembelajaran lingkungan hidup. Selain itu sekolah juga diharapkan melibatkan masyarakat di sekitarnya dalam melakukan

berbagai kegiatan yang memberikan manfaat baik bagi warga sekolah, masyarakat maupun lingkungannya.

Melihat persoalan pelestarian dan lingkungan hidup yang terjadi, seperti permasalahan bencana lingkungan hidup antara lain : banjir, kebakaran hutan, longsor yang dapat menyebabkan kerugian baik materi maupun korban manusia. Maka program Pendidikan Lingkungan Hidup pada jenjang pendidikan dasar dan menengah perlu terus dikembangkan untuk memberikan pemahaman, kesadaran, dan tuntunan kepada siswa dalam bersikap dan berperilaku peduli dan berbudaya lingkungan.

Menurut Kementerian Lingkungan Hidup (2013:vii), program Adiwiyata perlu mendapat dukungan dan partisipasi semua pemangku pendidikan untuk mewujudkan sekolah peduli dan berbudaya lingkungan. Program Adiwiyata merupakan salah satu tujuan perwujudan sekolah tanggung jawab dalam upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup melalui tata kelola sekolah yang baik untuk mendukung pembangunan berkelanjutan.

Kepedulian terhadap lingkungan hidup di kawasan sekolah wilayah Gresik belum merata. Hal ini disebabkan kurangnya dukungan dari potensi guru, masyarakat dan instansi lain terhadap adanya sekolah berwawasan pendidikan lingkungan hidup. Antusiasme dan dukungan terhadap sekolah yang sering meraih Adiwiyata sangat berbeda dibandingkan yang belum mendapatkan Adiwiyata. Melihat persoalan lingkungan hidup yang terjadi di sekolah-sekolah tersebut, maka program Pendidikan Lingkungan Hidup perlu terus dikembangkan dan ditingkatkan untuk memberikan pemahaman, kesadaran, dan tuntunan kepada siswa dalam bersikap dan berperilaku peduli dan berbudaya lingkungan.

Tingkat kepedulian terhadap program Adiwiyata di Kabupaten Gresik masih rendah dengan berdasarkan perolehan Adiwiyata yang diraih. Dibutuhkan kampanye penghargaan Adiwiyata di Kabupaten Gresik yang merupakan salah satu upaya program untuk menangani hal ini. Menurut Maxine Paetro (2002: 7), kampanye adalah serangkaian iklan untuk produk (atau layanan atau perusahaan) yang bekerja secara individual dan secara kumulatif untuk mengkomunikasikan pesan pengiklan kepada konsumen. Hal ini dikarenakan kampanye dapat memberikan kesadaran, pemahaman, keyakinan, dan tujuan dalam jangka waktu tertentu kepada khalayak

maka dengan kata lain, harus ada strategi kampanye (Altstiel, 2010: 133)..

Keberhasilan kampanye dapat ditentukan berdasarkan komunikasi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak. Jika komunikasi menerima pemahaman terhadap pesan dan melakukan proses, maka akan berdampak efek dari proses komunikasi tersebut berupa perubahan tindakan atau sikap. Dalam hal ini, proses komunikasi adalah pesan yang dikirim dan masih dalam tahapan kognitif. (Mulyana, 2007:134).

Dalam buku *Advertising Creative : Strategy, Copy, And Design* (Altstiel, 2010:135) menjelaskan bahwa diusahakan tidak membuat ide yang sama atau strategi yang sama dalam bagian-bagian kampanye tapi disarankan untuk menggunakan strategi kreatif dengan eksekusi yang berbeda. Kesenambungan pada sebuah kampanye tidak selalu berarti memiliki kesesuaian atau keselarasan. Perbedaan terbesar antara satu tampilan iklan dan kampanye adalah kontinuitas. Kesenambungan tidak memerlukan bahwa TV spot menggunakan dialog yang sama dengan radio komersial.

Kampanye merupakan serangkaian iklan untuk produk (atau layanan atau perusahaan) yang bekerja secara individu dan kumulatif sehingga rangkaian iklan menjadi fokus utama dalam tugas akhir ini. Iklan merupakan bentuk kegiatan komunikasi non personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat persuasif kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersial, maupun pribadi yang berkepentingan (Dunn & Barban 1978:8).

Menurut Paetro (2002:2), kampanye memiliki banyak komponen yang dapat mempengaruhi konsumen. Beberapa komponen yang dapat menjadi bagian dari kampanye terpadu adalah *Advertising, Promotion, Public Realtions, Internet Marketing, Social Media, Direct Marketing, dan Mobile*. Pada perancangan iklan kampanye ini hanya fokus menggunakan sebagian dari komponen kampanye yaitu *Advertising*. *Advertising* ini meliputi antara lain *Consumer magazines, trade magazine and professional magazines, broadcast television, cable/satellite television, radio, local newspaper, national and trade newspapers, billboards, transit*.

Rangkaian iklan yang disampaikan harus mampu memberikan kesadaran terhadap pelestarian

lingkungan hidup di sekolah se-Kabupaten Gresik. Maka target *audience* harus diberikan penjelasan dan rangkaian iklan yang di rancang berjenis *explainer*. Menurut Angus (2014:3), *explainer video* bertujuan untuk khalayak penonton dan untuk memahami sebuah hal yang akan di jelaskan (produk/layanan) dan bagaimana hal itu berfungsi kepada khalayak. *Explainer* ini menggunakan grafis sederhana dan kata-kata sederhana untuk menceritakan kisah mereka, maka hasil yang dicapai menggunakan *explainer*, dapat menghasilkan hampir 10 juta penonton.

Gaya eksekusi pesan dalam iklan melalui gaya animasi sudah sangat maju belakangan ini sejalan dengan perkembangan teknologi. Alasan utama untuk menggunakan gaya pesan animasi adalah kemampuan untuk menutupi kekurangan, atau bahkan untuk meningkatkan kemampuan visual. Penggunaan bentuk pendekatan animasi adalah untuk menyampaikan kompleksitas suatu produk agar mudah di pahami khalayak.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti melakukan perancangan kampanye melalui iklan animation explainer dan media pendukung lainnya. Perancangan iklan kampanye ini diharapkan dapat memberikan kesadaran dan meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan hidup di kawasan sekolah se-Kabupaten Gresik.

METODE PENELITIAN

Perancangan penelitian ini menggunakan metodologi dengan metode pendekatan kualitatif. Penelitian ini membutuhkan informasi lebih mendalam mengenai Penghargaan Adiwiyata di Kabupaten Gresik. Peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut.

Dalam Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Berdasarkan hasil pengumpulan data secara langsung di lapangan, selanjutnya data-data untuk merancang iklan kampanye baik dalam hal pemilihan media, unsur-unsur visual desain dianalisis berdasarkan metode deskriptif kualitatif. Dengan pendekatan tersebut dan metode kualitatif, diharapkan data yang diperoleh dapat sesuai dan terperinci untuk menunjang perancangan iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kab. Gresik ini.

Teknik Pengumpulan Data

Sebelum mendapatkan sebuah data dalam suatu penelitian maka diperlukannya teknik pengumpulan data. Pengumpulan data ini dilakukan dengan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Jadi teknik pengumpulan data ini merupakan cara dilakukan oleh seorang peneliti untuk mendapatkan data-data dari masyarakat agar ia dapat menjelaskan permasalahan penelitian tersebut. Menurut Sugiyono (2009 : 225) bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dengan cara mengamati Adiwiyata dan non-Adiwiyata di Kab.Gresik. Observasi ini penting untuk melihat lebih dalam tentang sekolah Adiwiyata di Gresik., wawancara kepada dengan informan dari Badan Lingkungan Hidup Kabupaten Gresik, Dispendik, kepala sekolah, dan guru, yang dianggap mengetahui lebih dalam tentang Adiwiyata di Kab.Gresik., serta dokumenter dan studi literatur.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data didalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan-lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Hal itu hendaknya dilakukan seperti orang merajut sehingga setiap bagian ditelaah satu demi satu. Pertanyaan dengan kata tanya “mengapa”, “alasan apa”, dan “bagaimana terjadinya” akan senantiasa dimanfaatkan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti tidak akan memandang bahwa sesuatu itu sudah memang demikian keadaannya.

Setelah data yang diperlukan dalam penelitian terkumpul. Baik data melalui observasi, wawancara, dokumenter, dan studi literatur. Selanjutnya data akan dianalisis sesuai dengan prosedur metode analisis deskriptif sehingga didapatkan data yang relevan. Berdasarkan hasil tersebut, akan dibuat perancangan

iklan kampanye Adiwiyata Kabupaten Gresik yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

KONSEP DAN PERANCANGAN

Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor mengacu pada pesaing iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik yaitu iklan kampanye Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung yang melalui teknik iklan *animation explainer*.

Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung

Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung telah memiliki identitas dan karakteristik kampanye yang diaplikasikan dalam sebuah iklan kampanye *animation explainer*, sampai sejauh ini Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung mampu memberikan pengaruh baik kepada masyarakat Kota Bandung. Hal ini yang diharapkan masyarakat Kota Bandung untuk sadar dan peduli terhadap lingkungan hidup di Kota Bandung.



Gambar 1 Iklan Kampanye Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung (Sumber: www.youtube.com)

Pada gambar 1 menunjukkan bahwa Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung telah memberikan pesan ajakan ke masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan hidup di Kota Bandung melalui iklan kampanye *animation explainer*



Gambar 2 Iklan Kampanye Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung di Media Sosial Youtube (Sumber: www.youtube.com)

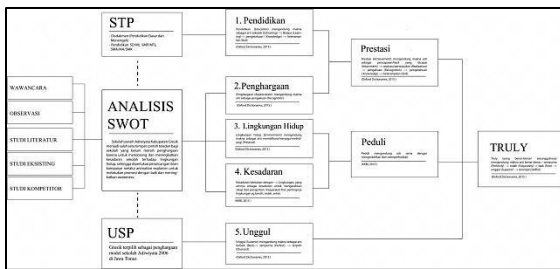
Pada gambar 2 menunjukkan bahwa Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung mampu melakukan kampanye sesuai dengan mengaplikasikannya pada salah satu media sosial youtube melalui video iklan *kampanye animation explainer*.

Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung memosisikan dirinya sebagai “BERMARTABAT (Bersih, Makmur, Taat, dan Bersahabat)” dimana badan pengelola ini lebih memprioritaskan pada meningkatkan kualitas lingkungan hidup Kota Bandung.

Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung telah melakukan kampanye melalui iklan kampanye dengan teknik *animation explainer* di media sosial youtube, hal ini merupakan salah satu ancaman bagi Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung karena akan banyak munculnya teknik iklan kampanye yang serupa serta lebih menarik membuat Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung harus berusaha keras untuk mengelola iklan kampanye dengan berpegang kepada teknik yang berupa *animation explainer*.

Analisis Keyword/Konsep

Pemilihan kata kunci atau keyword dari perancangan iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik ini sudah dipilih melalui penggunaan dasar acuan terhadap analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan keyword diambil berdasarkan data yang sudah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, STP, studi literatur, studi eksisting, dan studi kompetitor.



Gambar 3 Analisis *Keyword* dari pengumpulan hasil penelitian (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Pemilihan kata kunci atau keyword dalam perancangan iklan kampanye Adiwiyata Kabupaten Gresik adalah “**TRULY**”. Pemilihan kata tersebut berdasarkan hasil analisis dari beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, SWOT, STP, & USP. Pemilihan keyword tersebut ditetapkan berdasarkan acuan terhadap analisis data yang telah dilakukan sebelumnya.

Perencanaan Kreatif

1. Tujuan kreatif

Perancangan iklan kampanye merupakan suatu hal penting untuk mengundang daya tarik sekolah Kabupaten Gresik terhadap hasil perancangan iklan kampanye yang berupa iklan animation explainer dan didukung dengan aplikasi media lainnya yaitu videotron, poster, banner, billboard, dan iklan koran. Maka hal ini dibutuhkan sebuah konsep yang matang.

Dengan adanya keyword, diharapkan akan memberikan visualisasi yang sesuai dengan iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik dalam upaya meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan hidup di kawasan sekolah. Keyword yang digunakan adalah “benar-benar” atau truly yang merupakan hasil dari penggabungan antara wawancara, observasi, STP, studi literatur, studi eksisting, serta studi kompetitor yang sudah melalui proses reduksi sehingga menjadi sebuah hasil konsep truly sebagai dasar acuan dalam perancangan iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik sebagai upaya meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan hidup di kawasan sekolah.

Konsep truly memiliki tujuan kreatif visual yang disajikan dengan tampilan visual yang bertemakan lingkungan hidup. Tujuan kreatif disetiap visual memiliki gaya penyampaian pesan animasi, agar sekolah di Kabupaten Gresik tertarik untuk

berpartisipasi pada program Adiwiyata dan terdorong untuk peduli terhadap lingkungan hidup sehingga mampu meraih penghargaan Adiwiyata.

2. Strategi Kreatif

Perancangan iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik diperlukan strategi kreatif sebagai upaya meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan hidup di kawasan sekolah. Pesan visual merupakan salah satu hal penting dari sebuah iklan kampanye agar mampu menunjukkan identitas Kabupaten Gresik sebagai pendidikan berwawasan lingkungan hidup yang sesuai dengan konsep “Truly”. Konsep truly yang akan dikemas dalam iklan kampanye menggunakan gaya desain yang bertemakan lingkungan hidup serta memberikan kesan nyaman dan tenang.

Dalam setiap aplikasi desain media yang akan digunakan Adiwiyata Kabupaten Gresik membutuhkan Tagline yang akan dicantumkan dalam setiap karya iklan kampanye tersebut. Tagline yang dipilih untuk perancangan iklan kampanye ini adalah “Truly Education Environment”. Tagline yang dipilih mampu memberikan persepsi kepada masyarakat bahwa pendidikan berwawasan lingkungan hidup di Indonesia adalah Kabupaten Gresik. Dalam hal ini diharapkan sekolah-sekolah yang belum memperoleh penghargaan Adiwiyata terdorong untuk peduli terhadap lingkungan hidup sehingga mampu meraih penghargaan Adiwiyata.

Headline atau pesan utama yang akan diaplikasikan pada iklan kampanye adalah “Adiwiyata Gresik” sesuai dengan tujuan konsep yaitu mampu memberikan identitas Adiwiyata Kabupaten Gresik serta meningkatkan kesadaran terhadap kepedulian lingkungan hidup di sekolah. Jenis huruf headline yang digunakan adalah Sans Serif dan menggunakan karakter font BPreplay.

Jenis tipografi yang sesuai dengan konsep “Truly” adalah jenis huruf Sans Serif dengan karakter font BPreplay dan Tekton Pro karena karakter dari huruf tersebut memberikan kesan nyaman dan tenang yang menjadi salah satu identitas Adiwiyata Kabupaten Gresik. Menurut Ambrose (2005:54) mengatakan bahwa karakter huruf sans serif yang rounded atau huruf dengan ujung bulat, memiliki kesan santai, nyaman, dan menarik pada visual. Berikut penerapan bentuk tipografi :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 01234567 !@^&_=-.,<>:;"/'/?

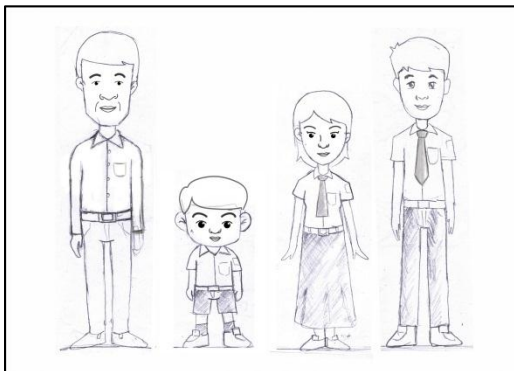
Gambar 4 Tipografi “BPreplay”
 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 01234567 !@^&_=-.,<>:;"/'/?

Gambar 5 Tipografi “Tekton Pro”
 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Penggunaan warna di setiap aplikasi media Adiwiyata kabupaten Gresik adalah menggunakan warna yang sesuai dengan karakter konsep “truly” yang tidak lepas dari karakter warna khas Adiwiyata yang memiliki kesan nyaman dan tenang. Maka psikologi warna yang digunakan dan mampu menunjukkan identitas Adiwiyata Kabupaten Gresik diambil dari buku Nirmana dari Sadjiman Ebdri Sanyoto.

Pada perancangan iklan kampanye diciptakan suatu karakter tokoh yang penting untuk menjadi visualisasi iklan kampanye, sebagaimana penyampaian pesan iklan kampanye ini melalui animation explainer. Visualisasi karakter yang ingin dimunculkan yang berjumlah 4 karakter dengan konsep karakter seorang guru dan siswa-siswi sekolah. Berikut karakter seorang guru dan siswa-siswi sekolah yang sudah terpilih :



Gambar 6 Hasil Pemilihan Karakter Tokoh
 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Konsep iklan yang disampaikan adalah memberikan informasi dan mengajak sekolah untuk peduli lingkungan hidup dan terdorong mengikuti program Adiwiyata Gresik dengan adanya berbagai manfaat dari sekolah Adiwiyata sesungguhnya. Pesan dari adanya berbagai manfaat ini diharapkan dapat

meningkatkan kesadaran sekolah terhadap kepedulian lingkungan hidup di sekolah sehingga mampu meraih penghargaan Adiwiyata. Dengan berlandaskan konsep *truly* menghadirkan untuk menanamkan persepsi masyarakat bahwa pendidikan berwawasan lingkungan hidup di Indonesia adalah Kabupaten Gresik.

Penggunaan *storyboard* dan layout pada iklan kampanye berbasis *animation explainer* ini menggunakan konsep yang sama dan eksekusi setiap alur cerita storyboard berbeda-beda. Aplikasi media yang digunakan adalah media TVC dan videotron. Berikut alur cerita storyboard dan layout pada pengaplikasian media TVC :



Gambar 7 Hasil Storyboard dan Layout TVC
 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Tahap alur cerita storyboard dan layout selanjutnya pada pengaplikasian media Videotron :



Gambar 8 Hasil Storyboard dan Layout Videotron
 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

IMPLEMENTASI DESAIN

Dalam hal ini pembahasan implementasi desain meliputi pemilihan media iklan dan implementasi konsep pada setiap media iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik. Berikut media yang digunakan sebagai sarana komunikasi visual dalam upaya perancangan iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik.

Sketsa desain yang terpilih diimplementasikan pada masing-masing media yang sudah ditetapkan dalam perancangan iklan kampanye sebagai berikut :

1. TVC



Gambar 9 Iklan Kampanye di TVC (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Konsep iklan yang disampaikan adalah memberikan informasi dan mengajak sekolah untuk peduli lingkungan hidup dan mendorong mengikuti program Adiwiyata Gresik dengan adanya berbagai manfaat dari sekolah Adiwiyata sesungguhnya.

Headline pada iklan kampanye animation explainer, menggunakan headline sebagai ajakan kepada sekolah di Gresik. Kalimat ajakan yang digunakan adalah “Ayo! Wujudkan Sekolah Berbasis Lingkungan Hidup”. Dengan kalimat ajakan ini diharapkan dapat mempengaruhi khalayak untuk peduli dan mewujudkan sekolah menjadi sekolah Adiwiyata. Headline ini diletakkan pada bagian akhir scene iklan kampanye animation explainer. Durasi iklan yang digunakan berdurasi 30 detik. Untuk bagian setiap scene terdapat identitas logo Pemerintah Kabupaten Gresik dan logo Adiwiyata dari KLHI.

2. Videotron

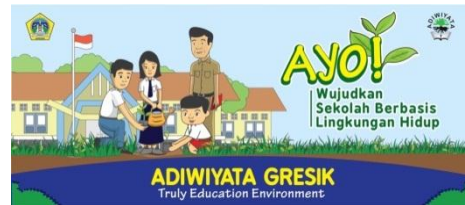


Gambar 10 Iklan Kampanye di Videotron (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Videotron untuk iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik ini ditempatkan pada

jalan raya yang memiliki *traffic light* atau lampu merah berada perempatan jalan raya utama Kabupaten Gresik yang berada di jalan veteran dengan memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi dikarenakan laju kendaraan relatif lambat dan berhenti dikarenakan *traffic light* atau lampu merah.

3. Billboard

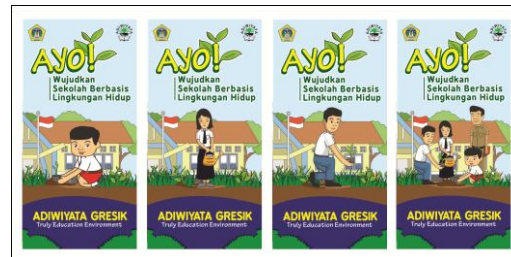


Gambar 11 Desain *Billboard* (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Konsep desain pada media billboard menggunakan model dengan ilustrasi karakter seorang guru, siswa, dan penggabungan ilustrasi latar suasana sekolah dikarenakan untuk memperkuat identitas yang berkesan pendidikan yang ingin diangkat oleh konsep “truly” didalam iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik. Ukuran dimensi yang digunakan untuk media ini adalah dengan dimensi landscape.

Ilustrasi karakter digambarkan dengan seorang guru dan siswa-siswi yang sedang melakukan kegiatan peduli lingkungan di sekolah. Kegiatan yang dilakukan adalah menanam tanaman di sekolah. Ilustrasi kegiatan peduli lingkungan ini diberikan warna-warna yang tidak lepas dari warna konsep truly, warna-warna yang memiliki kesan suasana sesungguhnya pendidikan lingkungan hidup.

4. Banner

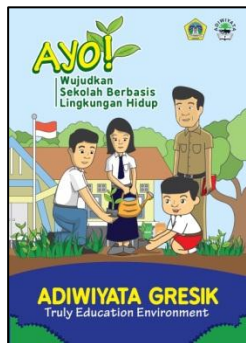


Gambar 12 Desain *Banner* (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Katalog Konsep desain banner sama halnya dengan konsep desain billboard, perbedaan terletak pada eksekusi pada ilustrasi karakter dan pesan yang disampaikan. Penggunaan visualisasi pada media banner menggunakan model dengan ilustrasi karakter seorang guru, siswa, dan penggabungan ilustrasi latar suasana sekolah dikarenakan untuk memperkuat identitas yang berkesan pendidikan yang ingin diangkat oleh konsep “truly” didalam iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik.

Ilustrasi karakter pada banner ini digambarkan dengan menonjolkan setiap gerakan kampanye peduli lingkungan hidup di sekolah. Konsep ilustrasi ini dengan visual gerakan peduli yang berbeda-beda seperti menanam tanaman, menyiram tanaman, dan membuang sampah pada tempatnya. Visualisasi banner ini bertujuan untuk mengajak khalayak peduli lingkungan hidup dengan melakukan gerakan ilustrasi yang disampaikan oleh media banner tersebut. Ilustrasi kegiatan peduli lingkungan ini diberikan warna-warna yang tidak lepas dari warna konsep truly, warna-warna yang memiliki kesan suasana sesungguhnya pendidikan lingkungan hidup.

5. Poster



Gambar 13 Desain Poster
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Konsep desain poster ini menggunakan ilustrasi gerakan peduli lingkungan hidup, dengan melakukan gerakan ilustrasi menanam tanaman secara bersama-sama. Visualisasi poster ini bertujuan untuk mengajak khalayak peduli lingkungan hidup dengan secara bersama-sama membangun sekolah menjadi sekolah Adiwiyata.

Penggunaan visualisasi pada media poster menggunakan model dengan ilustrasi karakter seorang guru, siswa, dan penggabungan ilustrasi latar suasana sekolah dikarenakan untuk memperkuat identitas yang berkesan pendidikan yang ingin diangkat oleh konsep

“truly” didalam iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik.

6. Iklan Koran



Gambar 14 Desain Iklan Koran
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Konsep desain ini menggunakan sama dengan konsep yang digunakan media banner. Konsep iklan koran ini berbeda dengan banner, dari segi dalam bentuk ukuran dimensi yang berbentuk landscape. Penempatan desain iklan ini memuat dimensi dengan ukuran 170x120 mm dan di muat pada halaman koran Jawapos bagian Jawa Timur. Tujuan penempatan iklan tersebut agar dapat menyampaikan pesan lebih efektif, jelas, dan dapat mempertajam ingatan khalayak.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan implementasi karya yang telah dibahas di bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Perancangan iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik ini adalah salah satu upaya meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan hidup di kawasan sekolah. Oleh karena itu, perancangan iklan kampanye ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan hidup sehingga mampu meraih penghargaan Adiwiyata di Kabupaten Gresik.
2. Konsep untuk perancangan iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik adalah “Truly”. Deskripsi dari “Truly” adalah suatu wujud yang benar-benar atau sesungguhnya dimiliki. Konsep “Truly” bertujuan untuk menunjukkan bahwa Kabupaten Gresik adalah wilayah yang memiliki identitas pendidikan berwawasan

- lingkungan hidup. Artinya, konsep *truly* dihadirkan untuk menanamkan persepsi masyarakat bahwa pendidikan berwawasan lingkungan hidup di Indonesia adalah Kabupaten Gresik.
3. Perancangan iklan kampanye penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik ini diharapkan sekolah-sekolah yang belum memperoleh penghargaan Adiwiyata terdorong untuk peduli terhadap lingkungan hidup sehingga mampu meraih penghargaan Adiwiyata. Hal ini ditunjukkan dengan pembuatan iklan kampanye melalui *animation explainer* serta penggunaan dan penempatan media.
 4. Media iklan kampanye yang digunakan dalam perancangan ini disesuaikan dengan target konsumen yaitu videotron, TVC, billboard, banner, poster dan iklan koran.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Altstiel, Tom. 2010. *Advertising Creative – Strategy, Copy, and Design*. California : SAGE Publications, Inc
- Angus, Andrew. 2014. *The Definitive Guide to Corporate Explainer Video*. Amerika Serikat : Createspace Independent Pub
- Cram101. 2012. *e-Study Guide for Business Driven Technology*. Cram101 Textbook Reviews
- Harjanto, Rudy. 2009. *Prinsip-prinsip Periklanan*. Jakarta: Dewan Perguruan Periklanan Indonesia
- Hermawan, Agus. 2013. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta.: Erlangga
- Ishaq, Isjoni. 2006. *Pendidikan Sebagai Investasi Masa Depan*. Jakarta : Obor
- Kementrian Lingkungan Hidup. 2013. *Panduan Adiwiyata 2013 – Sekolah Peduli dan Berbudaya Lingkungan*. Jakarta
- Madjadikara, Agus S. 2004. *Bimbingan Praktis Penulisan Naskah Iklan (Copywriting)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Munir, M.IT. 2012. *MULTIMEDIA –Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan*. Bandung : ALFABETA
- Raco, J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cikarang : Grasindo
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Rustan, Suriyanto. 2011. *Font dan TIPOGRAFI*. Jakarta: Gramedia
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2009. *Nirmana Elemen-Elemen Seni Dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sulaksana, Uyung. 2007. *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS – Teks dan Kasus*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Supriyanto, Sugeng. 2008. *Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard*. Yogyakarta : Pustaka Grhatama
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : ANDI
- Weilbacher, William M. 1984. *Advertising – Second Edition*. New York : Macmilan Publishing Company

Website:

<https://gresikkab.go.id/profil/sejarah>
(diakses tanggal 15 Oktober 2014)

<http://gresikkab.go.id/berita/08112013/sukse-s-adiwiyata-kasek-dipromosikan.html>
(diakses tanggal 15 Oktober 2014)

http://gresikkab.go.id/profil/visi_misi
(diakses tanggal 15 Oktober 2014)