

## **Bab IV**

### **STRATEGI KREATIF**

#### **4.1 Strategi Komunikasi**

Menggunakan pendekatan pesan yang bersifat emosional dan persuasif bertujuan untuk membangun kesadaran serta kedekatan antara pesan dengan kehidupan sehari-hari remaja. Melalui pesan yang disusun, kampanye ini mengajak target audiens untuk menyadari pentingnya konsumsi air putih untuk tubuh serta dampaknya, terutama dalam masa pertumbuhan pada anak remaja usia 12-18 tahun.

Pemakaian bahasa yang disampaikan melalui narasi visual yang ringan namun naratif, dengan mengandalkan karakter yang menggambarkan tingkat hidrasi melalui warna urine. Menggunakan gaya bahasa kasual, ringan dan tidak menggurui, agar dapat membangun koneksi dengan audiensnya. Kalimat-kalimat pendek seperti “kamu”, penggunaan humor ringan, dan ekspresi sehari-hari, digunakan untuk menyesuaikan karakteristik komunikasi remaja di media sosial yang bersifat cepat, visual, dan interaktif.

*Inherit drama* digunakan untuk memperkuat pesan dengan alur cerita pendek yang mengandung konflik – konflik ringan namun emosional. Seperti, dehidrasi saat beraktivitas atau terlalu banyak meminum minuman manis, tiap cerita akan menampilkan tokoh yang menghadapi masalah kecil yang mencerminkan kebiasaan remaja. Dengan pendekatan ini kampanye tidak hanya bersifat informatif tetapi juga dramatik hingga mendorong audiens secara personal dan termotivasi untuk bertindak.

#### **4.2 Analisis Segmentasi, Targeting dan Position**

##### **a. Segmentasi**

Sofjan Assauri (2004) dalam jurnal “Analisis Segmentasi, *Targeting, Positioning* (SPT) pada *Zakkiya House* Bojonegoro” oleh Mujahidin dan Khoirianingrum (2019), pengertian segmentasi pasar adalah bertujuan untuk

pembagian pasar menjadi bagian-bagian dan menggunakan pembagian ini untuk sebagai dasar penciptaan yang diinginkan pada kelompok yang berbeda.

Segmentasi pada penelitian ini terbagi menjadi 4 segmen yaitu:

Tabel 4. 2 Strategi Segmentasi

Demografis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 - 18 tahun.</li> <li>• Laki – laki dan perempuan</li> <li>• Menengah ke bawah.</li> <li>• Pelajar tingkat menengah</li> </ul>
Geografis	Wilayah Jakarta dan sekitarnya.
Psikografis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Remaja yang aktif di sosial media Instagram.</li> <li>• Menyukai konten visual komik.</li> <li>• Remaja yang memiliki kebiasaan jarang meminum air putih setiap hari.</li> </ul>
Perilaku	Sering lupa meminum air putih.

*b. Targeting*

Berdasarkan dari target audiens utama perancangan kampanye #MinumAjaDulu, anak remaja usia 12-18 tahun yang aktif pada sosial media Instagram.

*c. Positioning*

Perancangan komik strip #MinumAjaDulu ini sebagai media edukasi yang ringan, visual dan menyenangkan, bagi para pembaca anak remaja dalam kehidupan sehari-hari.

**4.3 Analisis SWOT**

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan kesadaran faktor-faktor yang dapat memengaruhi efektivitas perancangan kampanye sosial ini. Tujuan lainnya dapat membantu peneliti mendapatkan strategi yang tepat untuk menyusun kampanye dan komik strip yang telah dibuat. Detailnya sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Analisis SWOT



Berdasarkan Analisis tersebut dapat disimpulkan, perancangan ini berfokus pada *Awareness* terhadap pentingnya air putih kepada anak remaja usia 12-18 tahun melalui kampanye sosial dengan media komik strip. Komik strip tidak hanya dapat berfungsi sebagai hiburan, namun dapat dijadikan sebagai media edukasi yang interaktif. Fokus permasalahan di penelitian ini merupakan kurangnya media informatif kreatif untuk remaja mengenai pentingnya meminum air putih. Namun, konten kreatif lain yang lebih menarik menjadi ancaman dalam penelitian ini. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang mendukung visual dan narasi komik serta konsistensi pada visual *branding* agar kampanye mampu bersaing dan berdampak luas.

#### 4.4 Analisis Model 5W+1H

Tujuan dari penggunaan 5W + 1H pada penelitian ini adalah untuk mendapatkan rumusan-rumusan pertanyaan yang perlu dijawab dalam perancangan ini. Pertanyaan-pertanyaan tersebut terdiri dari:

a. *What?* (Apa)

Kampanye #MinumAjaDulu yang menggunakan komik strip sebagai media utama, sebagai *awareness* terhadap remaja mengenai pentingnya meminum air putih setiap hari.

b. *Why?* (Mengapa)

Hasil dari survei yang dilakukan oleh Jakpat 2023, survei tersebut yang mendasari kampanye. Total dari 600 responden sebanyak 40 persen, remaja melupakan meminum air putih dengan cukup setiap hari.

c. *Who?* (Siapa)

Target audiens dari kampanye ini remaja usia 12-18 tahun, khususnya yang aktif dan memakai media sosial.

d. *Where?* (Dimana)

Komik ini akan disebarakan melalui media sosial Instagram sebagai platform populer di kalangan remaja, dengan kolaborasi brand Le Minerale.

e. *When?* (Kapan)

Periode perancangan kampanye ini dilakukan dari bulan Desember 2024 hingga Juni 2025. Komik strip akan di publikasikan pada bulan Agustus 2025, dan dapat di baca oleh anak remaja usia 12-18 tahun.

f. *How?* (Bagaimana)

Kampanye dirancang menggunakan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) dan visual metode storytelling. Pesan disampaikan melalui komik strip dengan karakter yang relevan dan ilustrasi yang mendukung. Semua elemen visual termasuk warna, tipografi, karakter di sesuaikan dengan target audiens.

## **4.5 Strategi Perancangan Media**

### **4.5.1 Tujuan Media**

Pemilihan media pada kampanye #MinumAjaDulu bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai pentingnya minum air putih, dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh remaja. Komik strip dipilih sebagai media utama karena kemampuannya dalam menggabungkan elemen visual dan naratif yang dapat membentuk cerita secara komunikatif, sekaligus memudahkan audiens memahami alur dan pesan yang disampaikan. Selain itu, komik merupakan media visual yang populer di kalangan remaja dan sering ditemui melalui platform media sosial terutama Instagram. Komik strip tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk keterlibatan emosional audiens dan mendorong perubahan. Oleh karena itu, penggunaan komik pada kampanye bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga bentuk visual yang menarik dan sesuai dengan target audiens.



alat promosi kampanye tetapi juga mendorong orang untuk berpartisipasi secara aktif mengenai pentingnya air putih untuk tubuh.

#### A. *Totebag*

*Totebag* yang berbahan kanvas putih, desain yang ditampilkan karakter pada komik strip serta slogan kampanye “#MinumAjaDulu”.



Gambar 4. 1 *Totebag*

#### B. *Notebook*

*Notebook* berfungsi sebagai barang efektif dalam menyampaikan pesan pada sampul utamanya. Setiap digunakan, secara tidak langsung dapat mengingatkan penggunanya untuk meminum air putih.



Gambar 4. 2 *Mockup Notebook*

#### C. *Lanyard*

*Lanyard* dapat digunakan sehari-hari oleh remaja, dengan menampilkan visual karakter komik dan pesan “#MinumAjaDulu”.



Gambar 4. 3 Mockup Lanyard

#### D. Tumbler botol

Tumbler botol dengan bahan *stainless steel* di dalamnya menahan air panas sampai dingin selama berjam-jam. *Tumbler* di desain khusus dengan menampilkan visual karakter komik dan pesan pengingat untuk remaja.



Gambar 4. 4 Mockup Tumbler Botol

#### E. Sticker Sheet

*Sticker Sheet* menampilkan beberapa karakter seperti Ela, Si Bening, Si Keruh dan Si Kelam. Serta beberapa pesan mengenai *awareness* pentingnya air putih untuk tubuh, dapat di tempelkan sesuai keinginan remaja untuk pengingat sehari-hari.



Gambar 4. 5 Mockup Sticker Sheet

#### 4.5.2.2 Pelaksanaan kampanye #MinumAjaDulu

Untuk mendukung kampanye #MinumAjaDulu, dengan mengadakan lomba seni kreatif tingkat SMP se-Jabodetabek dengan kategori *fanart*, poster info grafis dan video pendek edukatif. Lomba yang diadakan gratis tanpa biaya pendaftaran sebagai bentuk partisipatif pada kampanye ini dan terbuka untuk seluruh siswa SMP yang ingin berpartisipasi memberikan karya dan membagikan pesan pentingnya minum air putih pada tubuh. Syarat utama setiap karya harus melibatkan karakter yang ada pada komik kampanye seperti Ela dan Si Bening, serta objek botol Le Minerale sebagai elemen visual utama. Karya yang dapat dibuat bisa manual maupun digital, dengan kebebasan gaya kreativitas peserta.

Seluruh karya akan diunggah melalui Instagram Le Minerale dan menyertakan tagar #MinumAjaDulu. Dari seluruh peserta akan dipilih 20 pemenang terbaik yang akan mendapatkan *hampers* eksklusif yang berisi *notebook*, dua gantungan kunci, *lanyard*, dan *sticker set*. Lomba ini bertujuan mendorong remaja untuk saling menyampaikan pesan kesehatan untuk tubuh melalui cara yang kreatif dan menyenangkan, seperti tujuan utama pada kampanye ini.



Gambar 4. 6 Hampers kampanye

## 4.6 Moodboard

*Moodboard* disusun untuk merancang arah visual komik digital meliputi desain karakter, pemilihan warna, tipografi, dan elemen visual pendukung. Penyusunan ini menjadi panduan agar tampilan komik tetap konsisten dan sesuai tujuan. Fokus utamanya adalah menyajikan konten edukatif secara ringan dan menarik, sehingga memudahkan anak remaja dalam membaca dan memahami isi pesan melalui visual yang sesuai dengan anak remaja.



Gambar 4. 7 Moodboard

Peneliti menggunakan gaya visual *flat design* kartun dengan *lineart* tegas untuk memperjelas karakter, serta latar belakang sederhana dengan satu warna dominan agar tidak mengalihkan fokus visual. Warna cerah dipilih berdasarkan teori Faber Birren dan Albert Munsell untuk membangun respons emosional audiens. Narasi disusun secara singkat dalam *bubble text* seperti komik pada

umumnya, dengan komposisi 4–6 panel per halaman. Finalisasi difokuskan pada efektivitas pesan dan daya tarik visual yang sesuai bagi remaja.

#### 4.7 Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang digunakan dalam perancangan ini melalui visual, latar belakang, dan karakter yang dapat memberikan kesadaran remaja terhadap pentingnya konsumsi air putih pada kehidupan sehari-hari. Perancangan karakter kreatif komik '#MinumAjaDulu' meliputi karakter utama dan karakter pendukung, penamaan karakter yang disesuaikan, serta mengadaptasi gaya kartun sederhana yaitu *semi-chibi* karena lebih ekspresif untuk komik strip.

#### 4.8 Konsep Visual (AISAS)

Strategi kampanye ini peneliti memakai model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sebagai pendekatan efektif untuk mengarahkan motivasi audiens menjadi komunikasi satu arah. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan media visual kampanye yang dirancang dapat informatif, dapat memberikan pesan yang tepat pada remaja, memancing ketertarikan untuk mencari informasi lebih lanjut, hingga mendorong aksi dan penyebaran pesan secara mandiri di sosial media.

##### 1. *Attention* (Perhatian)

Untuk memikat anak remaja, peneliti menggunakan visual yang cerah dan gaya ilustrasi *flat* dan lucu yang digemari oleh anak remaja. Pengenalan pertama dari para karakter dan singgahannya.

##### 2. *Interest* (Minat)

Setelah mendapatkan perhatian target, peneliti akan memberikan informasi dengan dialog yang singkat dan tidak bertele-tele. Serta karakter yang *relatable* pada remaja agar lebih merasakan adanya koneksi antar audiens dan karakter komik.

##### 3. *Search* (Pencarian)

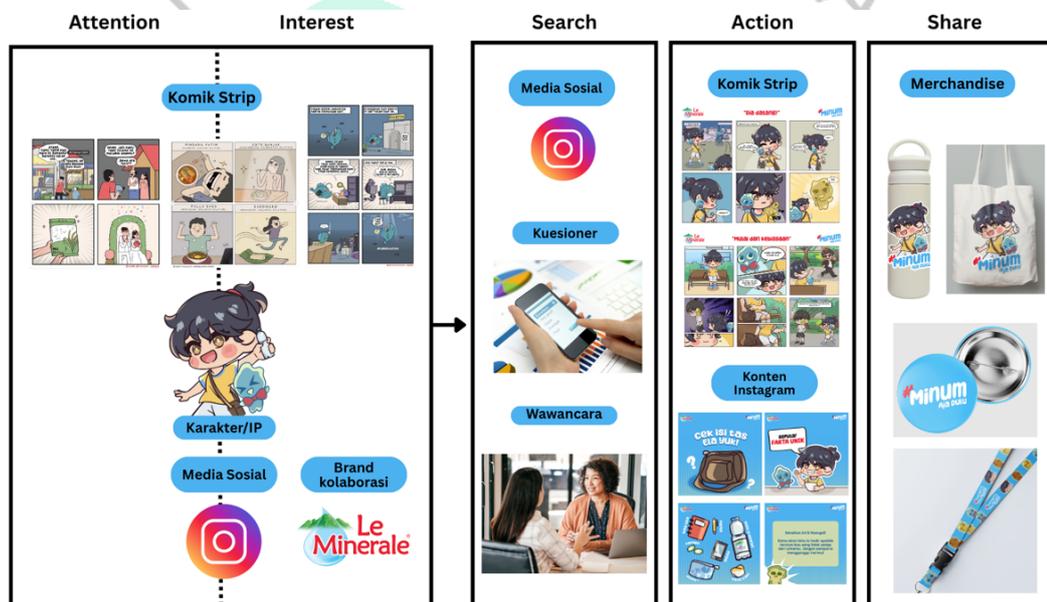
Isian komik akan memberikan informasi secara langsung, menggunakan *hashtag* dan ajakan *Call to Action* setiap postingan, seperti “Pelajari lebih lanjut manfaat air putih di sini!” atau “Ikuti untuk mengenal informasi lebih banyak!” untuk mendorong audiens mengunjungi akun.

#### 4. Action (Tindakan)

Mengunggah konten tanya jawab dalam komentar, seputar komik mengenai air putih atau membuat mini *games* di salah satu konten yang melibatkan informasi air putih dan karakter pada komik.

#### 5. Share (Berbagi)

Melalui media sosial platform Instagram, peneliti ingin menciptakan konten yang menyenangkan, lucu dan mudah dibagikan, mendorong remaja untuk membagikan ke *Instagram stories*. Tahapan akhir dengan mendorong audiens memperluas konten sebagai aktivitas antar audiens dan penyebaran pesan lebih luas.



Gambar 3. 7 Konsep Visual AISAS

#### 4.8.1 Visual Utama

Konsep visual ini terdiri dari desain karakter, palet warna, jenis huruf yang digunakan, elemen visual, serta komik strip. Jenis ilustrasi karakter yang akan digambar menyesuaikan alur cerita. Terdapat 2 karakter utama dan 4 karakter pendukung untuk komik strip.

#### 4.8.2 Visual Karakter

1. Si Bening (Karakter Utama)

Nama yang digunakan pada karakter ini di ambil dari tahapan warna urine dalam tingkat dehidrasi. Si bening merepresentasikan warna urine sehat serta tubuh terhidrasi dengan baik, digambarkan dengan bentuk fleksibel seperti tetesan air, berwarna biru muda dan kuning transparan serta ekspresif yang positif dan ceria.



Gambar 4. 8 Karakter Si Bening

Si Bening memiliki sifat ramah dan informatif, menjadikannya salah satu tokoh utama yang membantu tokoh utama lainnya dalam memberikan informasi. Dengan memakai pita sebagai ciri khas salah satu karakter utama serta melambangkan sebagai karakter bijaksana dan desain karakter yang lucu dan kepribadian yang menyenangkan, Si Bening menjadi pengingat visual tanda bahwa tubuh terhidrasi cukup.

## 2. Ela (Karakter Utama)

Nama yang digunakan pada karakter ini di ambil dari kata 'minerale' dan di ubah dengan gabungan nama yang memiliki kesan lucu dan ceria. Ela adalah seorang anak perempuan yang berusia 13 tahun yang menyukai olahraga basket dan menjalani kehidupan sehari-hari layaknya anak remaja pada umumnya. Digambarkan sebagai pribadi yang aktif dan ingin memiliki rasa keingintahuan yang besar dan masih suka hal-hal baru.



Gambar 4. 9 Karakter Ela

Karakter Ela mengenakan pakaian kasual baju bermain, dengan celana pendek selutut yang membebaskan dia bergerak lebih leluasa, sepatu sneaker yang berwarna dan tas selempang. Rambutnya yang pendek dan di ikat, memberikan kesan polos, energik dan manis. Ekspresi wajah yang bervariasi mengikuti situasi, mewakili remaja yang sedang belajar.

### 3. Si Keruh

Si Keruh di ambil dari tahapan warna urine dalam tingkat dehidrasi yang kekurangan cairan dan terlalu banyak mengonsumsi gula. Karakteristik dari karakter ini berwarna kuning pucat dan kusam, menggambarkan urine yang tidak jernih. Secara visual sama seperti karakter lainnya menyerupai gumpalan air yang tidak stabil, dengan bintik hitam di dekat matanya.



Gambar 4. 10 Karakter Si Keruh

Ekspresi yang diberikan sering tampak lesu dan emosi, mencerminkan kondisi tubuh yang tidak nyaman. Meskipun tampak lemas dan tidak berenergi Si Keruh bukan karakter jahat/antagonis, ia hanya sinyal dari tubuh untuk pengingat untuk mulai memperbaiki pola minumnya.

#### 4. Si Kelam

Nama Si Kelam diambil dari tahapan air urine berwarna gelap kecokelatan, mewakili kondisi tubuh dehidrasi berat. Warna tubuhnya dominan coklat kuning tua dan agak kusam. Permukaannya tidak ada yang bening, ekspresinya murung dan matanya sayu.

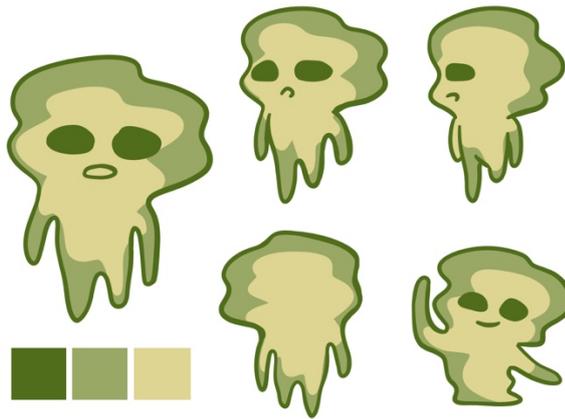


Gambar 4. 11 Karakter Si Kelam

Si Kelam cenderung pendiam dan pesimis, ia muncul ketika seseorang jarang minum air putih dan terlalu sering mengonsumsi minuman manis. Ia muncul diam-diam dan tidak diketahui oleh tokoh yang di tempelkan untuk menyadari keberadaannya.

#### 5. Si Nyengat

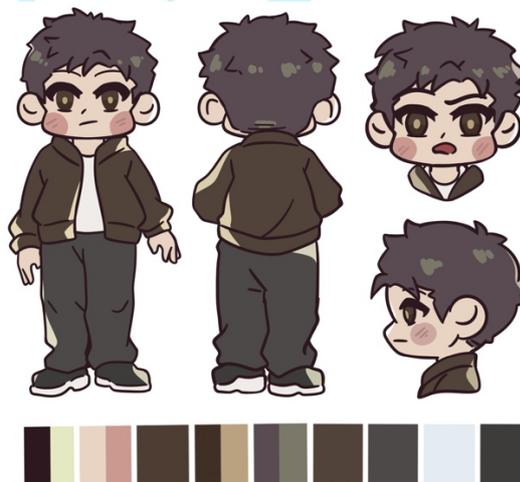
Si Nyengat adalah karakter yang berasal dari uap atau bau urine yang menyengat. Karakteristik berwarna kuning kehijauan dan melayang-layang, ia sering muncul di daerah toilet dengan bau yang tajam karena hasil dari kurang minum air putih dan setelah konsumsi *junk food* atau kafein.



Gambar 4. 12 Karakter Si Nyengat

#### 6. Lemi

Lemi di ambil dari kata “Le Minerale” dan disingkat menjadi “Lemi” untuk menciptakan nama yang sederhana. Lemi adalah seorang anak laki-laki berusia 15 tahun yang jarang minum air putih dan menjalankan kesehariannya dengan tubuh yang lesu dan kurang bersemangat. Mempunyai kepribadian yang pendiam, mudah lelah dan malas, warna kulitnya pucat, mata sayu dan sering terlihat tidak fokus. Dalam kesehariannya, ia ditemani oleh Si Kelam, yaitu bentuk negatif dari dehidrasi seperti kelelahan, mood buruk dan badan yang tidak fit.



Gambar 4. 13 Karakter Lemi

#### 4.8.3 Story Line

Alur cerita dari komik strip ini mengambil dari observasi kebiasaan remaja yang sering lupa minum air putih saat beraktivitas, dan diolah dalam bentuk

cerita yang menyenangkan. Cerita ini berfokus pada Ela dan si Bening, dan keseharian mereka mempelajari informasi baru mengenai kesehatan dirinya terhadap air putih.

<p><i>Episode 1</i></p>	<p>Judul : Sehat luar dan dalam</p> <p>Informasi : Penting menjaga kesehatan luar namun jangan biarkan tubuh kalian dehidrasi.</p>	<p>Ela sedang bersiap-siap untuk olahraga basket di lapangan dekat rumah favorit-Nya, namun dia tidak meminum air putih sebelumnya, Si Bening sudah memperingatinya, namun peringatannya tidak di gubris. Beberapa jam berlalu tanpa sedikit pun cairan yang masuk pada Ela selama olahraga, sampailah ia pingsan karena kelelahan dan lemas.</p>
<p><i>Episode 2</i></p>	<p>Judul : Satu Botol</p> <p>Informasi : Malas meminum air putih dapat membuat tubuh dehidrasi seperti pusing dan lemas.</p>	<p>Ela sedang bermain basket sendirian di lapangan, dan Bening sedang duduk di bawah pohon. Bening memuji Ela karena hari itu Ela minum air putih dengan teratur. Kemudian terlihat Lemi sedang lemas karena pusing dan terlihat Kelam sedang menempel di atas Lemi. Lalu Ela menghampiri Lemi dan menawarkan minumannya.</p>
<p><i>Episode 3</i></p>	<p>Judul : Haus bukan satu-satunya tanda</p> <p>Informasi : Selain haus di tenggorokan, tanda di fisik juga salah satu tanda tubuhmu dehidrasi..</p>	<p>Ela sedang bercermin dan berfokus kepada wajahnya, kemudian Si Bening bertanya apa yang sedang Ela lakukan. Ela merasa bahwa bibir dan kulitnya kering, padahal Ela sudah menggunakan pelembab. Kemudian panel berfokus kepada kondisi wajah Ela yang kering, dan hal tersebut membuat Si Bening takut sampai Si Bening berteriak..</p>

<p><i>Episode 4</i></p>	<p>Judul : Dia Datang!</p> <p>Informasi : Munculnya tanda dehidrasi “Si Keruh”</p>	<p>Ela sedang mengunjungi Pasar Malam, banyak sekali stan makanan dan minuman di sana. Ela membeli minuman seperti es coklat, es teh manis, dan tidak lama kemudian muncullah karakter baru yaitu Si Keruh. Si Bening memperingati Ela apabila harus berhati-hati apabila Si Keruh muncul.</p>
<p><i>Episode 5</i></p>	<p>Judul : Mimpi Buruk</p> <p>Informasi : Terkadang pertemanan bisa dimulai dari peduli hal kecil. Seperti lewat dari satu botol air mineral.</p>	<p>Pada malam hari, Ela terlihat sedang bermain handphone-nya dengan mata yang kantuk. Setelah dia terlelap, dan masuk ke dunia mimpi, Ela di datangi oleh sesosok monster yaitu Si Kelam, mengancam dan menakuti Ela karena tidak minum sebelum tidur. Ela terbangun karena mimpi buruknya dan bergegas meminum air putih yang ia siapkan di meja tidurnya.</p>
<p><i>Episode 6</i></p>	<p>Judul : Si Bening</p> <p>Informasi : Bentuk urine jika over hidrasi dan terlalu banyak minum tanpa jeda yang tepat.</p>	<p>Ela sedang mengerjakan tugas sekolahnya sambil rutin meminum air putih setiap 30 menit sekali. Di meja belajarnya terlihat beberapa gelas kosong yang menumpuk, ia berkali-kali minum untuk tetap fokus pada tugas sekolahnya. Di tengah kesibukannya, muncul sosok misterius Si Bening, simbol dari dehidrasi saat tubuh kekurangan cairan. Kehadiran Si Bening menjadi pengingat pada Ela pada hari seterusnya.</p>
<p><i>Episode 7</i></p>	<p>Judul : Sekali (an) minum</p>	<p>Ela minum air mineral lebih dari 8 gelas pada hari itu dalam sekali teguk. Si Bening kemudian bertanya mengapa Ela</p>

	<p>Informasi :</p> <p>Terlalu banyak air putih secara bersamaan tidak baik untuk tubuh.</p>	<p>melakukan hal itu, dan Ela menjawab agar ia tidak perlu minum lagi. Kemudian Ela merasa mual dan muntah, hal tersebut terjadi karna Ela terlalu banyak minum air putih di waktu yang bersamaan.</p>
<i>Episode 8</i>	<p>Judul :</p> <p>Bau apa ini?</p> <p>Informasi :</p> <p>Bau urine yang menyengat juga menjadi salah satu tanda tubuhmu tidak baik-baik saja.</p>	<p>Ela sedang cuci tangan di wastafel toilet umum, kemudian Ela mencium bau yang kurang sedap dari salah satu toilet. Kemudian mencari sumber dari bau tersebut dan ketika memasuki salah satu toilet yang mengarah sumber bau, Ela dan Si Bening terkejut bersama karena bertemu dengan Si Nyengat.</p>
<i>Episode 9</i>	<p>Judul :</p> <p>Keruh pamit</p> <p>Informasi :</p> <p>Mengatasi cara menghilangkan tanda dehidrasi 'Si Keruh'</p>	<p>Ela sedang belajar di meja, terlihat Si Keruh juga sedang duduk di pojok meja dengan ekspresi murung. Si Keruh bilang bahwa Ia sudah menemani Ela selama seminggu, Ela pun sadar akan hal itu dan merasa karena Ia jarang minum air mineral pada saat itu. Lalu Si Bening memberitahu Ela apabila Ela tidak mencoba untuk minum air mineral, maka Si Kelam yang akan muncul dan menemani Ela. Karena takut, Ela mulai minum air putih lagi, dan akhirnya Si Keruh pergi.</p>
<i>Episode 10</i>	<p>Judul :</p> <p>Mulai dari kebiasaan</p> <p>Informasi : Kebiasaan sehat bisa menular,</p>	<p>Ela sedang duduk di taman sambil melihat pemandangan sekitar taman, Ela dan Si Bening saling bercerita bahwa ia tidak perlu diingatkan lagi oleh Si Bening untuk meminum air mineral, karena</p>

	<p>dan bisa dimulai dari sebotol Le Minerale.</p>	<p>sudah terbiasa. Kemudian Ela melihat Lemi sedang lari pagi dan menyapa Ela. Ela menyadari bahwa Lemi sudah lebih baik sekarang, karena terlihat Si Kelam semakin transparan. Lalu Ela melihat ada Si Keruh sedang berada di pundak orang lain, Si Keruh pun tersenyum sinis kepada Ela. Lalu Ela mengambil botol minuman cadangannya dan berjalan menuju orang tersebut, sambil memberikan botol minumannya</p>
--	---	--

#### 4.8.4 Format Komik

Komik strip ini dibuat persegi berukuran 1080 x 1080 px setiap panelnya, yang berjumlah total 6 panel gambar dan 1 panel informasi kesehatan yang berjudul #ElaPedia.

#### 4.8.5 Warna

Warna yang digunakan pada perancangan komik strip ini menggunakan palet warna sesuai dengan teori Albert Munsell, yang mengklarifikasi warna sebagai 3 dimensi (*Hue, Value, dan Chroma*) (Munsell Color, n.d.) dan teori Faber Birren yang menggunakan konsep psikologi warna untuk mempengaruhi suasana hati, pikiran dan tindakan (Birren, 2016).

Penggunaan kedua teori tersebut di tuangkan pada komik strip dari perancangan ini untuk mempengaruhi suasana dan aplikasi warna pada sebuah desain maupun ilustrasi.



Gambar 4. 14 *Template* warna

#### 4.8.6 Visual Pendukung

##### 4.8.6.1 Logo kampanye

Logo kampanye yang dibuat untuk perancangan ini, memakai konsep air mengalir pada *font*-nya, mengutamakan kata “minum” sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Warna *template* yang dipilih terinspirasi dari branding Le Minerale.



Gambar 4. 15 Logo Kampanye

##### 4.8.6.2 *Background*

Beberapa latar tempat yang dipakai pada komik strip berada di lapangan basket dan sekitar taman, beberapa bagian ruangan di rumah seperti kamar, dan ruang keluarga. Adapun beberapa latar tempat lainnya seperti toilet umum dan pasar malam. Semua visual *background* yang digunakan didasari untuk kebutuhan cerita pada komik dan disederhanakan dengan gaya kartun yang mendukung visual karakter dan cerita pada komik.



Gambar 4. 16 Latar belakang Komik

#### 4.8.6.3 Elemen Statis

Elemen statis pada perancangan kampanye “#MinumAjaDulu” berfungsi sebagai pendukung visual yang memfokuskan pesan utama tentang pentingnya konsumsi air putih. Desain botol yang dirancang dibuat simpel, namun terlihat sebagai fokus utama sang karakter pada komik.



Gambar 4. 17 Elemen Statis Botol Minum

### 4.9 Konsep Verbal

#### 4.9.1 Tagline/Slogan

Kampanye ini memiliki *tagline* yaitu Minum Aja Dulu, *tagline* ini akan dipakai di setiap konten, seperti akan digunakan di setiap panel komik, dan ada pada setiap *caption* di Instagram. Hal ini dilakukan agar audiens dapat mengingat dengan mudah akan kampanye ini.

#### 4.9.2 Headline

Pada perancangan komik strip ini, di setiap komik yang diunggah pada Instagram memaki judul *episode* yang berbeda-beda menyesuaikan informasi dan topik yang ingin disampaikan pada *episode* tersebut.

### 4.9.3 Tipografi/Jenis Huruf

Font yang akan digunakan pada perancangan kampanye untuk kebutuhan *post feed* dan promosi lainnya, yaitu *Motley Forces* dan *f Feeling soon*. Logo kampanye menggunakan font *motley Forces* sedangkan sub font-nya *f Feeling Soon*. Peneliti memilih font tersebut untuk menyesuaikan dengan tema yang di angkat, bentuknya tegas namun *playful*.

**MOTLEY FORCES**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**f Feeling Soon**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Gambar 4. 18 Font untuk kampanye

Sedangkan font yang digunakan pada komik strip, memakai standar komik lainnya yaitu, *Laffayette Comic Pro* dan *Badaboom BB* sebagai percakapan ekspresif.

**LAFFAYETTE COMIC PRO**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

**BADABOOM BB**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Gambar 4. 19 Font untuk komik strip

## 4.10 Konsep Perancangan (Layout & Komposisi)

### 4.10.1 *Layout* komik strip

*Layout* atau tata letak dalam komik strip memiliki peran penting untuk pembimbing dalam alur cerita dan pesan pada komik. Komik strip dibagi menjadi 6 panel per *episode*-nya, dengan memakai teks yang menyesuaikan ukuran panel dan percakapan yang dibahas. Hal ini mempermudah pembaca untuk mengetahui isi cerita yang singkat dan pesan yang ingin di sampaikan. *Layout* pun dapat digunakan secara bervariasi yang menyajikan momen tertentu karakter pada cerita yang sedang di sampaikan.



Gambar 4. 20 *layout* komik strip

*White space* turut digunakan pada komik strip, dengan memakai satu warna pada latar belakang. Membantu meringankan visual maupun karakter yang tidak membebani mata audiens, dan lebih fokus pada pesan dan karakter yang di ceritakan.



Gambar 4. 21 *White Space* pada komik

## 4.11 Penerapan Desain (Final Artwork)

Hasil perancangan kampanye #MinumAjaDulu dengan media komik strip sebagai media *awareness* mengenai pentingnya air putih pada anak remaja usia 12-18

tahun, dirancang berdasarkan studi literatur, observasi, wawancara dan kuesioner yang telah di lakukan. Visual ilustrasi dan informasi ini di buat berdasarkan data yang telah di kumpulkan, Penggunaan dari warna, tipografi, ilustrasi juga menyesuaikan dengan target audiens perancangan dan konsep kreatif yang sudah dijelaskan pada poin sebelumnya.

Beberapa nilai informasi yang disampaikan melalui cerita maupun karakter, yaitu:

- Ciri-ciri dehidrasi dalam tubuh
- Pentingnya air putih untuk kesehatan tubuh remaja
- Sebab akibat dehidrasi

#### 4.11.1 Komik Strip

Berikut merupakan susunan episode pada komik strip kampanye #MinumAjaDulu yang dilengkapi dengan #Elapedia sebagai bagian inti pesan yang di sampaikan pada setiap episode komik strip.

##### 1. Episode 1 : Sehat luar dan dalam



Gambar 4. 22 Komik Strip: Sehat luar dan dalam



### #ElaPedia



Gambar 4. 23 #ElaPedia Informasi 1

## 2. Episode 2 : Satu botol



### "satu botol"



Gambar 4. 24 Komik Strip: Satu botol

#ElaPedia

Terkadang lemas bukan berarti karena capek aja, tapi bisa karena lupa minum air putih. Lebih baik #MINUMAJADULU Pakai Le Minerale.



Gambar 4. 25 #ElaPedia Informasi 2

3. Episode 3 : Haus bukan satu-satunya tanda

"Haus bukan satu-satunya tanda"



Gambar 4. 26 Komik Strip: Haus bukan satu-satunya tanda

#ElaPedia

Bibir pecah-pecah dan kulit kusam bisa disebabkan dari dehidrasi ringan pada tubuh. CUKUPI minum air putih kamu setiap hari ya-



Gambar 4. 27 #ElaPedia Informasi 3



4. Episode 4 : Dia datang!

"Dia datang!"



Gambar 4. 28 Dia Datang!

#ElaPedia

Jajanan Pasar malam memang menggoda, tapi secukupnya saja. kalau nggak 'dia' bisa datang lho!



Gambar 4. 29 #ElaPedia Informasi 4

5. Episode 5 : Mimpi buruk

"Mimpi buruk"



Gambar 4. 30 Komik Strip: Mimpi buruk



### #ElaPedia

Dehidrasi bisa terjadi saat tidur, bahkan mendatangi mimpi mu! agar si keruh tidak datang, biasakan meminum air putih sebelum tidur



Gambar 4. 31 #ElaPedia Informasi 5

### 6. Episode 6 : Si Bening



### "Si Bening"



Gambar 4. 32 Komik Strip: Si Bening

#ElaPedia



Gambar 4. 33 #ElaPedia Informasi 6

7. Episode 7 : Sekali(an) Minum

"sekali (an) minum"



Gambar 4. 34 Komik Strip: Sekali(an) minum

#ElaPedia

Minum air putih 8 gelas setiap hari memang ideal, tapi dicicil bukan di hajar sekali teguk lho ya~



Gambar 4. 35 #ElaPedia Informasi 7

8. Episode 8 : Keruh Pamit

"Keruh Pamit"



Gambar 4. 36 Komik Strip: Keruh Pamit

#ElaPedia

Biar si keruh nggak balik lagi, pastikan kamu cukup minum air putih setiap hari!



Gambar 4. 37 #ElaPedia Informasi 10

9. Episode 9 : Bau apa ini?

"Bau apa ini?"



Gambar 4. 38 Komik Strip: Bau apa ini?

#ElaPedia

Nyengat bisa muncul kapan aja,  
seimbangkan makan dan minumu  
supaya urine nggak bau!



Gambar 4. 39 #ElaPedia Informasi 9

10. Episode 10 : Mulai dari kebiasaan

"Mulai dari kebiasaan"



Gambar 4. 40 Komik Strip: Mulai dari kebiasaan

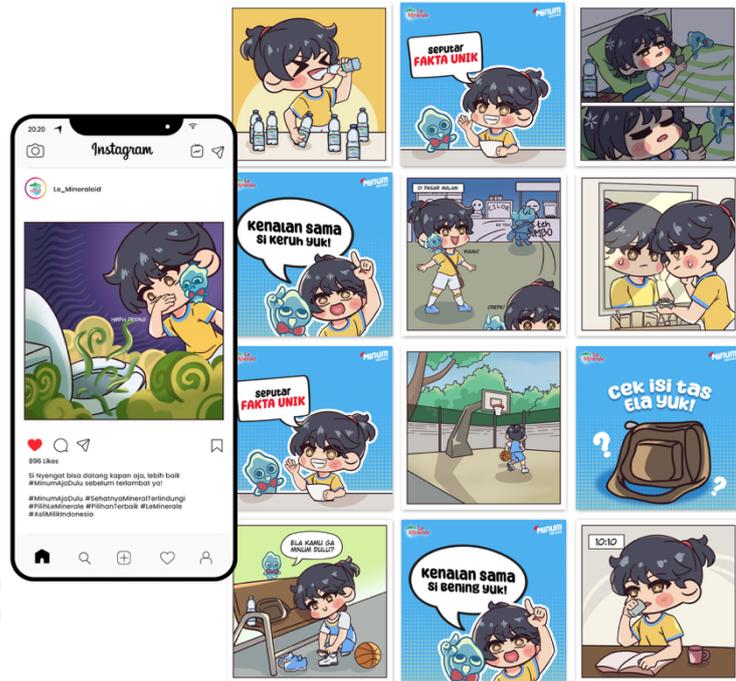
## #ElaPedia



Gambar 4. 41 #ElaPedia Informasi 10

Hasil dari komik strip kampanye #MinumAjaDulu, mengangkat cerita ringan seputar kebiasaan remaja dalam mengonsumsi air putih, seperti lupa minum saat beraktivitas, lebih memilih minuman manis, sampai tanda-tanda dehidrasi dari urine. Setiap episode menampilkan sang karakter utama seperti Ela dan Si Bening yang berperan sebagai contoh dan pengingat pada cerita, serta karakter samping seperti Si Keruh, Si Nyengat dan Si Kelam yang merepresentasikan kondisi tubuh akibat kurang minum air putih. Komik strip ini disusun secara naratif, ringan dan edukatif yang memanfaatkan pendekatan emosional pada audiens, serta dilengkapi segmen informatif #ElaPedia di setiap akhir cerita untuk menyampaikan fakta kesehatan terkait hidrasi secara sederhana dan mudah dipahami remaja.

### 4.11.2 Instagram Feeds



Gambar 4. 42 Instagram Feeds



Gambar 4. 43 Instagram feeds : Kenalan Yuk! Si Bening



Gambar 4. 44 Instagram feeds : Kenalan Yuk! Si Keruh



Gambar 4. 45 Instagram feeds : Seputar FAKTA UNIK



Gambar 4. 46 Instagram feeds : Cek isi tas Ela yuk!

