
PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL LARANGAN MAKAN DAGING ANJING DI BALI

I Made Herry Dwi Suputra, I Gusti Ngurah Wirawan, Wahyu Indira

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar
Jl. Nusa Indah Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail: herry.dwi.suputra@gmail.com

Abstrak

Daging merupakan salah satu bahan pangan yang penting untuk tubuh, daging diperoleh dari penyembelihan hewan-hewan ternak, hewan yang tidak termasuk kedalam kategori hewan ternak tidak boleh dijadikan bahan makanan untuk dikonsumsi, salah satu contohnya adalah anjing. Mengonsumsi daging anjing sangat berbahaya bagi tubuh dan dapat menyebarkan berbagai macam penyakit berbahaya kedalam tubuh salah satunya adalah rabies. Oleh karena itu kampanye ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat akan bahaya mengonsumsi daging anjing dan menumbuhkan rasa empati terhadap hewan khususnya anjing. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, metode wawancara, metode dokumentasi dan metode kepustakaan.

Perancangan media kampanye ini menggunakan konsep Ekspresi Emosional, dalam hal ini penulis memvisualisasikan ekspresi emosional yang diperlihatkan oleh anjing seperti menangis, sedih dan takut dan lainnya, adapun gaya visual yang digunakan yaitu kartun. Media yang tepat digunakan sebagai media kampanye ini antara lain yaitu Poster Online, Instagram Stories, Infografis, Web Banner, Flyer, T-Shirt, Totebag, Tumbler, Dog Collar dan Katalog Karya.

Kata Kunci: Anjing, Daging Anjing, Kampanye

Abstract

Meat is one of the important food for the body, meat is obtained from the slaughter of livestock, animals that are not included in the category of livestock may not be used as food for consumption, one example is dogs. Consuming dog meat is very dangerous for the body and can spread various kinds of dangerous diseases into the body one of which is rabies. Therefore this campaign aims to provide information to the public about the dangers of consuming dog meat and foster a sense of empathy for animals, especially dogs. In this study the data collection methods used were the observation method, the interview method, the documentation method and the literature method.

The design of this campaign media uses the concept of Emotional Expression, in this case the writer visualizes the emotional expressions shown by dogs such as crying, sadness and fear and others, while the visual style used is cartoon. Appropriate media used as media for this campaign include Online Posters, Instagram Stories, Infographics, Web Banners, Flyers, T-Shirts, Totebags, Tumblers, Dog Collars and Work Catalogs.

Keywords: Dog, Dog Meat, Campaign

PENDAHULUAN

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok sehari-hari manusia yang memiliki peran yang sangat penting karena menjadi sumber tenaga bagi tubuh, pertumbuhan tubuh dan dapat melindungi tubuh dari penyakit. Mengonsumsi makanan yang sehat dan aman akan meningkatkan produktifitas kerja pada tubuh seseorang. Segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati atau air yang diperuntukan untuk makanan atau minuman bagi konsumsi manusia baik yang diolah maupun tidak diolah disebut produk makanan. Dalam pengolahannya, bahan yang paling sering digunakan berasal dari hewan atau binatang seperti ikan, telur, daging dan sebagainya. Daging merupakan salah satu bahan pangan yang penting untuk memenuhi kebutuhan tubuh. Daging diperoleh dari hasil penyembelihan hewan-hewan ternak di antaranya ayam, bebek, babi, domba, kambing, kerbau, sapi dan lain-lain. Hewan yang bukan sebagai hewan ternak tidak boleh dijadikan bahan makanan untuk dikonsumsi oleh manusia, salah satu contohnya adalah anjing.

Anjing merupakan salah satu hewan yang umum dijadikan sebagai hewan peliharaan oleh masyarakat khususnya di Bali. Sejak dulu masyarakat pulau Bali selalu hidup berdampingan dengan anjing. Tidak hanya memiliki tempat di masyarakat, anjing bali juga terikat dengan budaya bali khususnya dalam upacara agama. Dalam upacara *Bhuta Yadnya*, masyarakat di Bali menggunakan anjing sebagai sarana *caru*, hal ini bertujuan untuk menjaga dan menyeimbangkan alam, akan tetapi jenis anjing yang digunakan tidak sembarangan, melainkan harus menggunakan anjing *belang bungkem*, anjing ini memiliki tubuh berwarna merah sedangkan moncongnya berwarna hitam.

Di beberapa daerah di Bali saat ini sering terjadi pencurian maupun peracunan terhadap anjing, banyak anjing yang dicuri dari hewan peliharaan keluarga dan banyak juga yang dipungut dari jalanan, hal ini berkaitan dengan maraknya penjualan daging anjing yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab, perdagangan daging anjing sendiri sudah diatur oleh hukum (undang-undang) yang terdapat pada UU RI No. 41 tahun 2014 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan. Maka dari itu kampanye larangan makan daging anjing sangat diperlukan, secara tidak langsung kampanye ini ikut serta

melindungi anjing bali dari ancaman kepunahan. Selain untuk meminimalisir konsumsi terhadap daging anjing, kampanye ini juga bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa mengonsumsi daging anjing dapat berpotensi terkena penyakit rabies.

Disebutkan dalam data kesehatan Disnakkeswan, daging anjing berpotensi menyebarkan penyakit maupun virus berbahaya kedalam tubuh. Mengonsumsi daging anjing dapat mengakibatkan terkena penyakit rabies dikarenakan mengonsumsi daging yang sakit atau positif rabies. Selain rabies penyakit yang beresiko saat mengonsumsi daging anjing adalah infeksi cacing pita, cacing jenis ini merupakan salah satu parasit bagi tubuh manusia, cacing ini dapat berkembang dengan cepat dalam tubuh, hal ini terjadi karena mengonsumsi daging anjing yang sakit. Selain itu, dan mengonsumsi daging anjing dapat meningkatkan penyebaran bakteri pada usus yang menyebabkan diare akut. Daging hewan yang sakit jelas tidak boleh dikonsumsi, apalagi yang positif rabies. Hal ini akan mengakibatkan resiko terkena penyakit semakin tinggi.

Dalam Intruksi Gubernur Bali Nomor 524 / 5913 / DISNAKKESWAN / 2019 menjelaskan tentang Pelarangan Peredaran dan Perdagangan Daging Anjing. Dalam intruksi tersebut gubernur meminta bupati dan walikota untuk terus menerus melakukan komunikasi informasi dan edukasi kepada masyarakat bahwa daging anjing bukanlah bahan pangan yang berasal dari hewan yang layak dikonsumsi masyarakat. Terdapat empat poin yang harus dilaksanakan yaitu: Pertama, pendataan terhadap lokasi penjualan daging anjing. Kedua, sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat bahwa daging anjing bukan merupakan bahan pangan asal hewan yang layak dikonsumsi. Ketiga, pengawasan terhadap kemungkinan adanya penjualan daging anjing namun dengan merek daging lain. Keempat, penertiban terhadap penjualan daging anjing dikarenakan tidak menjamin kesehatan dan berpotensi menularkan penyakit terutama rabies.

Pelarangan mengonsumsi daging anjing ini diberlakukan agar tidak terjadi penyebaran penyakit rabies dan resiko penyakit lainnya melalui mengonsumsi daging anjing. Status zona merah rabies yang disandang pulau Bali menyebabkan mengonsumsi daging anjing akan sangat

berbahaya maka dari itu konsumsi daging anjing harus dihentikan.

Solusi dari masalah ini yaitu dengan memberi informasi kepada masyarakat tentang bahaya mengkonsumsi daging anjing serta menumbuhkan kesadaran dan empati masyarakat terhadap kesejahteraan hewan khususnya anjing, sehingga budaya konsumsi terhadap daging anjing dapat dihilangkan di masyarakat, dan anjing bali mendapatkan tempatnya kembali sebagai penjaga serta sahabat manusia. Maka dari itu, perancangan media komunikasi visual sangat diperlukan untuk mendukung kampanye sosial ini, media yang akan digunakan harus bersifat komunikatif dan informatif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat dengan berdasarkan ilmu desain komunikasi visual.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data primer yang digunakan yaitu Metode Observasi dan Metode Wawancara. Metode Observasi dilakukan dengan mengunjungi Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provisnsi Bali yang terletak di Jl. WR Supratman No. 71, Sumerta Kaja, Kec. Denpasar Timur, untuk mengamati situasi, lingkungan serta melakukan wawancara dengan kabid dan staff Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Bali, dan Metode Wawancara dilakukan dengan mewawancarai staff dan Kabid Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Bali yang bernama Dr. I Made Angga Prayoga dan Drh. Ni Made Sukerni. Adapun instrumen atau alat yang digunakan adalah catatan kecil dan kamera (dokumentasi). Sedangkan metode pengumpulan data sekunder yaitu Metode Dokumentasi dan Metode Kepustakaan. Metode Dokumentasi dilakukan dengan mengambil dokumtasi foto suasana tempat Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Bali, dan Metode kepustakaan yang dilakukan adalah dengan mencari informasi pada buku, artikel dan jurnal.

Kemudian metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif kualitatif. Metode Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam

kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilah mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2014:335). Sedangkan metode analisis deskriptif kualitatif yaitu merupakan data yang dideskripsikan yang diperoleh dari hasil pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Selanjutnya data-data pemilihan jenis media, unsur visual desain, teknik cetak dianalisa berdasarkan metode deskriptif kualitatif dan diperoleh kesimpulan. Berdasarkan kesimpulan tersebut dibuatlah alternatif-alternatif desain. Desain dianalisa secara deskriptif kuantitatif berdasarkan unsur-unsur desain dan kriteria-kriteria yang ada, maka akan didapat desain terpilih sesuai dengan ketentuan-ketentuan diatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditunjukan untuk mempengaruhi orang lain agar dia memiliki wawasan, perilaku dan sikap sesuai dengan kehendak penyebar atau pemberi informasi (Cangara, 2011:223). Kampanye memiliki tujuan yang beragam, kegiatan komunikasi di dalam kampanye harus tersusun dan terlembaga, lembaga tersebut dapat dari pemerintah, swasta atau dari pihak swadaya masyarakat. Secara umum tujuan kampanye adalah untuk menggugah isu tertentu dengan menyampaikan informasi produk, gagasan atau ide yang dikampanyekan sehingga masyarakat menyukai, simpati, peduli atau berpihak kepada yang melakukan kampanye. Perubahan yang dilakukan kampanye selalu terkait dengan aspek pengetahuan, sikap dan perilaku.

Di beberapa daerah di Bali saat ini marak terjadi pencurian maupun penculikan terhadap anjing, banyak anjing yang dicuri dari hewan peliharaan keluarga dan banyak juga yang dipungut dari jalanan, hal ini berkaitan dengan maraknya penjualan daging anjing yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Daging anjing sendiri sebenarnya tidak boleh dikonsumsi oleh masyarakat, hal ini dikarenakan daging anjing bukanlah bahan pangan yang berasal dari hewan ternak sehingga dagingnya tidak layak untuk dimakan.

Daging anjing secara kesehatan beresiko menyebarkan penyakit dan virus berbahaya kedalam tubuh jika mengkonsumsinya, seperti penularan virus rabies, infeksi cacing pita dan diare akut. Hal ini dapat terjadi jika mengkonsumsi daging yang sakit atau positif terkena rabies.

Masyarakat kurang tanggap terhadap dampak yang akan terjadi jika mengkonsumsi daging anjing dalam hal ini penyebaran penyakit rabies dan penyakit lainnya, edukasi terhadap permasalahan ini masih kurang sehingga banyak dari masyarakat yang masih suka mengkonsumsi daging anjing, mencuri bahkan membunuhnya untuk dijadikan sebagai olahan bahan pangan.

Adapun faktor yang mendukung permasalahan dari kasus ini yaitu Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Bali bekerja sama bersama penegak hukum dalam mengurangi warung-warung penjual daging anjing, hal ini sekaligus akan berdampak pada masyarakat terutama masyarakat pengonsumsi daging anjing untuk berhenti mengkonsumsinya. Terdapat yayasan-yayasan dan *shelter* di Bali yang ikut serta dalam mengkampanyekan larangan makan daging anjing dan perlindungan terhadap hewan serta edukasi kepada masyarakat tentang kesejahteraan hewan khususnya anjing seperti Yayasan Seva Bhuana, Stop Buang Anjing, BAWA (Bali Animal Welfare Association), Mission Pawsible.

Adanya Intruksi Gubernur Bali Nomor 524 / 5913 / DISNAKKESWAN / 2019 yang menjelaskan tentang Pelarangan Peredaran dan Perdagangan Daging Anjing. Dalam intruksi tersebut gubernur meminta bupati dan walikota untuk terus menerus melakukan komunikasi informasi dan edukasi kepada masyarakat bahwa daging anjing bukanlah bahan pangan yang berasal dari hewan yang layak dikonsumsi masyarakat.

Adapun hukum yang mengatur dalam UU (undang-undang) RI No. 41 Tahun 2014 tentang peternakan dan kesehatan hewan, setiap orang yang melanggar pasal-pasal yang tertulis dalam UU RI No. 41 Tahun 2014 ini akan dikenakan sanksi berupa denda dan penjara berlaku bagi pemasok, penjual dan pembeli. Selain faktor pendukung, ada juga faktor penghambat dari mengadakan kampanye sosial ini, yaitu kurangnya kesadaran dari masyarakat tentang pentingnya menjaga hewan peliharaan dengan baik khususnya anjing dan kesadaran tentang bahaya mengkonsumsi daging anjing yang bisa beresiko menularkan berbagai penyakit berbahaya seperti rabies. Kurangnya empati dan simpati masyarakat

terhadap anjing yang dijadikan sebagai olahan makanan, di beberapa daerah masih marak terjadi penganiayaan, pembunuhan dan pencurian anjing untuk dimanfaatkan sebagai olahan makanan berbahan daging anjing.

Dari hasil analisis diatas maka terdapat beberapa usulan untuk memecahkan masalah tersebut, antara lain dengan merancang media-media yang fungsional yang bersifat komunikatif dan informatif sebagai pendekatan yang mudah dipahami dikarenakan tujuan utama kampanye ini untuk mengingatkan dan menginformasikan kepada masyarakat tentang resiko dan bahaya jika mengkonsumsi daging anjing.

Dalam merancang media kampanye “Larangan Makan Daging Anjing di Bali” penulis menggunakan konsep Ekspresi Emosional “*Emotional Expression*”, dalam hal ini penulis memvisualisasikan ekspresi emosional yang diperlihatkan oleh Anjing seperti menangis, sedih dan takut dan lainnya, pemilihan konsep ini bertujuan untuk menarik perhatian dan empati masyarakat terhadap Anjing yang diolah menjadi bahan makanan yang sebenarnya tidak layak untuk dikonsumsi. Pada perancangan media ini, gaya visual yang digunakan adalah kartun. Gaya visual ini banyak digunakan sebagai media kampanye dikarenakan mampu menarik perhatian publik atau khalayak umum dan dapat diterima dengan mudah oleh semua kalangan umur, terutama anak-anak muda.

Setelah menentukan konsep media, penulis menggunakan strategi media berdasarkan demografis, geografis, psikografis dan behaviora.

1. Demografis

Segmentasi demografi adalah pasar dikelompokkan berdasarkan variabel-variabel pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pekerjaan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan dan kelas sosial (Suyanto, 2004:3). Berdasarkan faktor demografi sasaran utama dari media kampanye ini adalah remaja (12 – 21 tahun) sampai orang dewasa (22 – 35 tahun) karena pengetahuan tentang larangan makan daging anjing yang berbahaya bagi tubuh dan kesehatan harus ditanamkan sejak dini.

2. Geografis

Segmentasi geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis

yang berbeda, negara, negara bagian, provinsi, kota dan kepulauan (Suyanto, 2004:2). Berdasarkan faktor geografis, wilayah sasaran dari kampanye ini yaitu di Bali.

3. Psikografis

Segmentasi psikografi merupakan pengelompokan pasar dalam variable gaya hidup, nilai dan kepribadian. Gaya hidup ditunjukkan oleh orang-orang menonjol dari kelas sosial. Minat terhadap suatu produk dipengaruhi oleh gaya hidup, maka barang-barang yang dibeli oleh orang-orang menunjukkan gaya hidupnya (Suyanto, 2004:4). Ditinjau dari sudut pandang psikografi, khalayak sasaran yang dituju adalah kalangan masyarakat yang mengkonsumsi daging anjing khususnya remaja sampai orang dewasa.

4. Behaviora

Segmentasi behavioral merupakan segmentasi perilaku yang membagi pasar kedalam beberapa segmen berdasarkan pengetahuan, kegiatan pembelian, perilaku pemakaian, respon konsumen terhadap produk atau jasa atau penggunaan suatu produk secara nyata (Michael, 2018:23). Media kampanye ini memprioritaskan kepada kalangan masyarakat yang mengkonsumsi daging anjing, khususnya remaja dan orang dewasa untuk memberikan pemahaman bahwa mengkonsumsi daging anjing berbahaya bagi tubuh dan kesehatan.

PEMILIHAN MEDIA

Dalam mengkampanyekan pesan “Larangan Makan Daging Anjing di Bali” penulis memilih media yang tepat untuk mengkomunikasikan pesan, adapun media yang terpilih antara lain: Poster Online, Instagram Story, Infografis, Web Banner, Flyer, T-Shirt, Totebag, Tumbler, Dog Collar dan Katalog Karya.

1. Poster Online



Gambar 1. Final Desain Poster Online
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain poster online ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan seekor anjing yang dibakar yang berada pada sebuah panggangan dengan mulut dan kaki terikat. Ilustrasi ini menceritakan tentang kekejaman yang dilakukan manusia dalam membunuh anjing untuk diambil dagingnya yang kemudian dijadikan sebagai olahan makanan. Tipografi yang digunakan dalam desain poster online ini berjenis *sans serif* yaitu “Muli Black” dan “Ramona Bold” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah dan abu-abu. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline*, *sub headline*, *body copy* dan *tagline*. Desain poster ini menggunakan ukuran 1080px x 1350px (4:5).

2. Instagram Story



Gambar 2. Final Desain Instagram Story
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain *Instagram Story* ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan seekor anjing yang berada pada sebuah mangkuk dengan mulut terikat. Ilustrasi ini memperlihatkan kesedihan anjing yang dijadikan sebagai bahan olahan makanan. Tipografi yang digunakan dalam desain *instagram story* ini berjenis *sans serif* yaitu “*Muli Black*” dan “*Ramona Bold*” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah, hijau dan abu-abu. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline*, *body copy* dan *tagline*. Desain *instagram story* ini menggunakan ukuran 1080px x 1920px (9:16).

3. Infografis

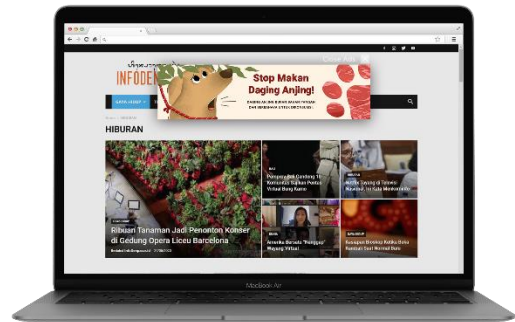


Gambar 3. Final Desain Infografis
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain infografis ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan kekerasan dan kekejaman terhadap anjing dengan direbus hidup-hidup untuk diambil dagingnya yang kemudian dijadikan sebagai olahan makanan. Tipografi yang digunakan dalam desain infografis ini berjenis *sans serif* yaitu “*Muli Black*” dan “*Ramona Bold*” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah, hijau dan abu-abu. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline*,

sub headline, *body copy* dan *tagline*. Desain infografis ini menggunakan ukuran 42cm x 59.4 cm (A2).

4. Web Banner



Gambar 4. Final Desain Web Banner
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain *web banner* ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan seekor anjing yang ketakutan ketika digantung. Tipografi yang digunakan dalam desain *web banner* ini berjenis *sans serif* yaitu “*Muli Regular*” dan “*Ramona Bold*” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah dan hijau. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline* dan *sub headline*. Desain *web banner* ini menggunakan ukuran 970px x 250px.

5. Flyer



Gambar 5. Final Desain Flyer
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain *flyer* ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan seekor anjing yang dihidangkan pada sebuah piring lengkap dengan bahan olahan makanan lainnya seperti sayuran dan tomat, referensi ilustrasi ini terinspirasi dari penyajian babi panggang (*pig roast*). Tipografi yang digunakan dalam desain *flyer* ini berjenis *sans serif* yaitu “*Muli Black*” dan “*Ramona Bold*” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah, hijau dan abu-abu. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline*, *sub headline* dan *body copy*. Desain *flyer* ini menggunakan ukuran 14.8 cm x 21cm (A5).

6. T-Shirt



Gambar 6. Final Desain T-Shirt
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain *T-Shirt* ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan seekor anjing yang dikurung dan menggunakan siluet jejak kaki anjing. Tipografi yang digunakan dalam desain *t-shirt* ini berjenis *sans serif* yaitu “*Muli Black*” dan “*Ramona Bold*” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah, pada tulisan stop makan daging anjing terdapat penambahan serat daging anjing. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah dan abu-abu. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline* dan *sub headline*. Desain *T-shirt* ini menggunakan ukuran 18.5 cm x 26.5 cm x 23.5 cm (S) , 19.5

cm x 27 cm x 24 cm (M) , 20.5 cm x 27.5 cm x 24.5 cm (L) , 21.5 cm x 28 cm x 25 cm (XL).

7. Totebag



Gambar 7. Final Desain Totebag
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain *totebag* ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan tiga ekor anjing yang diikat, ilustrasi ini terinspirasi maraknya penangkapan maupun pencurian anjing di Bali. Tipografi yang digunakan dalam desain *totebag* ini berjenis *sans serif* yaitu “*Muli Black*” dan “*Ramona Bold*” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah dan hijau. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline* dan *tagline*. Desain *totebag* ini menggunakan ukuran 35 cm x 42 cm (A5).

8. Tumbler



Gambar 7. Final Desain Totebag
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain *tumbler* ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan penangkapan anjing yang diikat, ilustrasi ini terinspirasi maraknya penangkapan anjing-anjing di Bali. Tipografi yang digunakan dalam desain *tumbler* ini berjenis *sans serif* yaitu “*Muli Black*” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah dan hijau. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline* dan *tagline*. Desain *tumbler* ini menggunakan ukuran 18.5 cm x 5.5 cm x 5.5 cm (500ml).

9. Dog Collar



Gambar 9. Final Desain Dog Collar

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain kalung anjing (*dog collar*) ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan bagaimana kehidupan anjing seharusnya, hidup bahagia dan dapat bermain dengan bebas. Tipografi yang digunakan dalam desain *dog collar* ini berjenis *sans serif* yaitu “*Arial Bold*” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah dan hijau. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline*. Desain *dog collar* ini menggunakan ukuran 3.5 cm x 35 cm.

10. Katalog Karya



Gambar 10. Final Desain Katalog Karya

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain katalog karya ini menerapkan ilustrasi gambar tangan (*hand drawing*) yang memvisualisasikan anjing yang ditangkap dengan mulut yang diikat. Tipografi yang digunakan dalam desain katalog karya ini berjenis *sans serif* yaitu “*Muli Black*” dan “*Ramona Bold*” font ini memberi kesan yang tegas dan jelas sehingga dapat dibaca dengan mudah dan pada tulisan stop makan daging anjing terdapat penambahan serat daging anjing. Warna yang digunakan dominan menggunakan warna monokromatik coklat, merah dan hijau. Sedangkan teks yang digunakan pada desain yaitu *headline* dan *sub headline*. Desain katalog karya ini menggunakan ukuran 14.8 cm x 21 cm (A5).

PENUTUP

Berdasarkan data yang diperoleh adapun media-media yang sesuai sebagai media untuk mengkampanyekan Larangan Makan Daging Anjing di Bali yaitu Poster Online, Instagram Story, Infografis, Web Banner, Flyer, T-Shirt, Tote Bag, Tumbler, Dog Collar dan Katalog Karya. Semua media tersebut saling mendukung satu sama lain dan akan diwujudkan dalam bentuk produk.

Perancangan Media Kampanye Sosial Larangan Makan Daging Anjing di Bali menggunakan pendekatan dengan konsep “*Emotional Expression*”, berdasarkan konsep tersebut visualisasi desain yang dirancang memperlihatkan ekspresi emosional pada anjing seperti takut, menangis, sedih dan lainnya. Dengan ini diharapkan dapat menumbuhkan dan menarik empati target audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suyanto, M. 2004. *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Michael. 2018. *Segmentasi Milenial Di Jakarta Berdasarkan Faktor-Faktor Yang*

Mempengaruhi Behavior Intention Dalam Konteks Leisure Activity. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Sekolah Bisnis dan Manajemen. Universitas Bina Nusantara: Jakarta.