

BAB III
STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisis

3.1.1 Analisis Studi Literatur

Berdasarkan studi literatur yang dilakukan oleh penulis, penulis mendapatkan beberapa data yang mendukung topik perancangan sebagai berikut :

- a) Seiring dengan perkembangan jaman dan kemajuan teknologi membawa dampak yang positif dan negatif bagi semua orang khususnya bagi para remaja, dengan kemajuan teknologi .Manusia modern jaman sekarang jadi lebih narsis dan teknologi pun mengikuti kebutuhan manusia hingga dapat kita lihat sekarang kamera handphone ada di depan dan belakang dan segalanya menjadi mudah dalam menjangkau tempat tempat yang tidak pernah kita kunjungi, bahkan di belahan dunia lain
- b) Butuh suatu konsep yang matang dalam pengambilan fotografi agar sesuai dengan lokasi dan tema dalam pengambilan,bukan hanya asal jepret kamera, pengetahuan tentang lokasi fotografi juga sangat penting diketahui

3.1.2 Analisis Hasil survey

Penulis telah mendapatkan banyak konsumen fotografi di kota Semarang yang berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa dan pemuda dengan usia 15 – 28 tahun dengan SES A-B. Survey ini bertujuan untuk mencari tahu sampai mana mereka membutuhkan informasi mengenai lokasi dan konsep mereka dengan pemotretan untuk presweet dan prewedding.

3.1.2.1 Target Sasaran

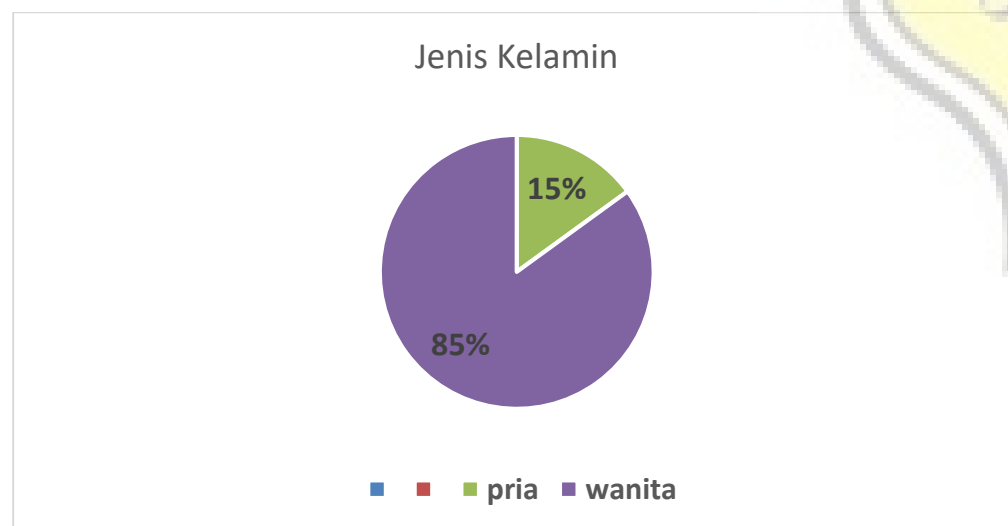


Diagram 3.1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data survey jenis kelamin responden di dominasi oleh kaum wanita sebesar 85% atau 12 orang dari 15 jumlah konsumen fotografi.

3.1.2.2 Usia.

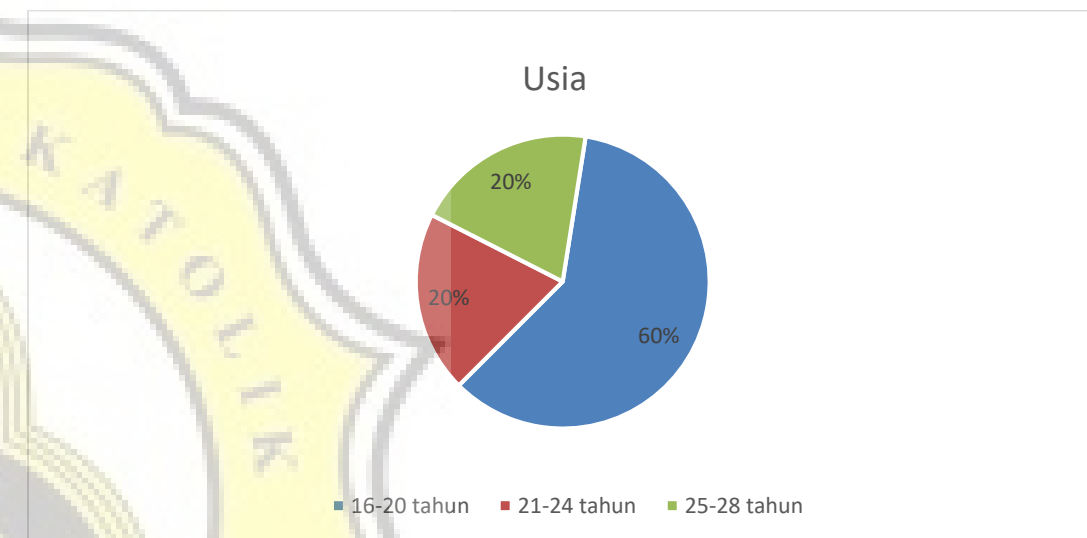
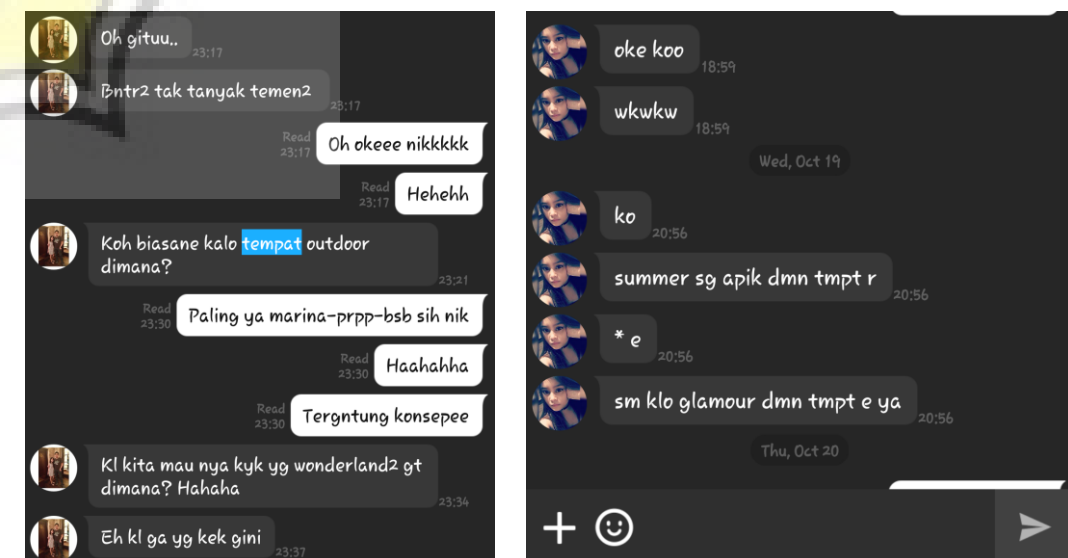


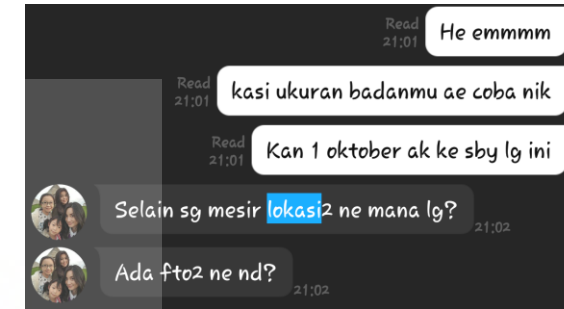
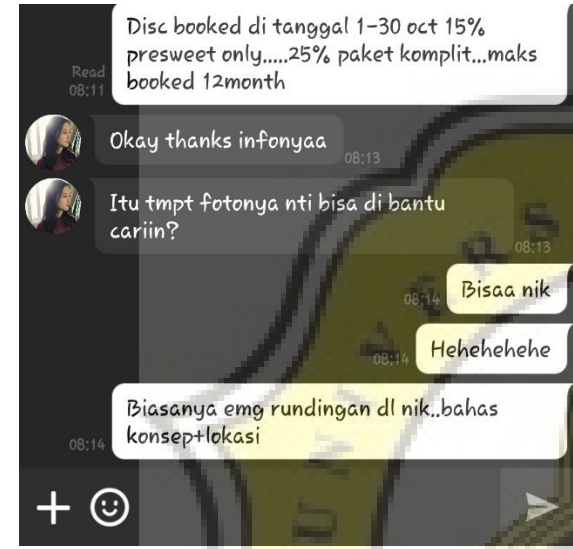
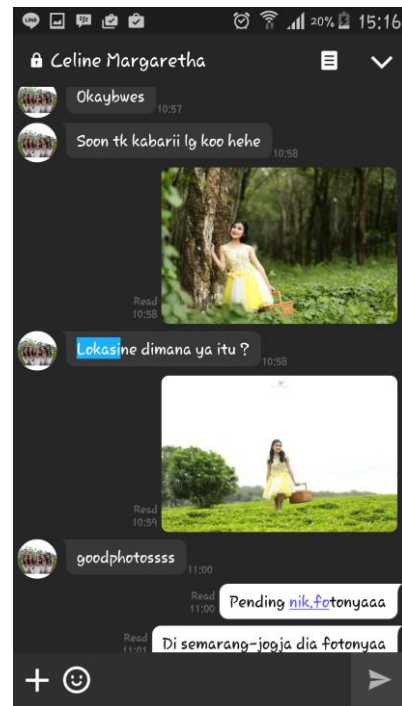
Diagram 3.2 Jenis Usia

Berdasarkan data survey konsumen fotografi sebanyak 60% / 9 orang adalah berusia 16-20 tahun, 20% usia 21-24 tahun dan 25-28 tahun masing masing 3 orang

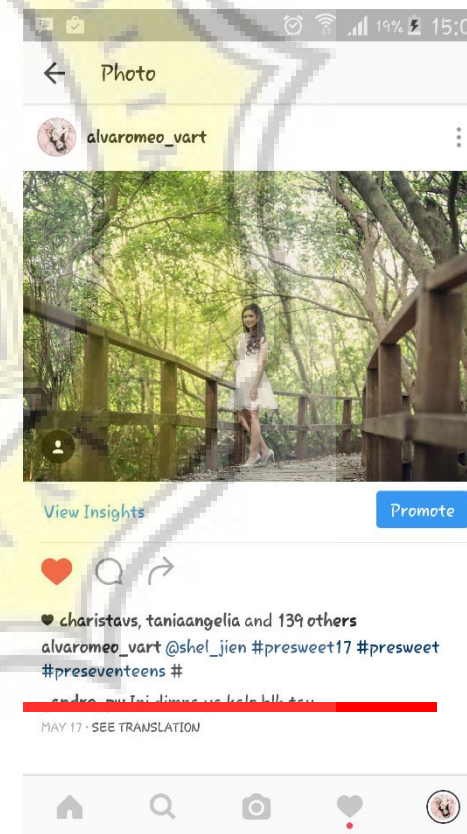
3.1.2.3 Hasil Pengambilan Data



Gambar 3.3

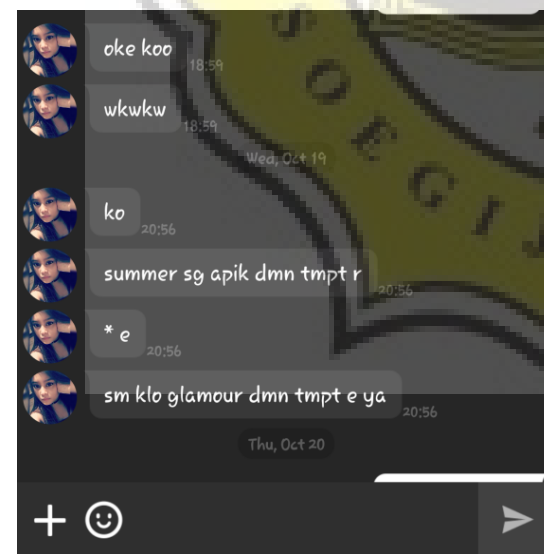


Gambar 3.6



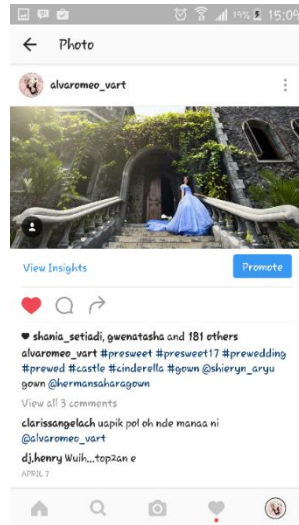
Gambar 3.7

Gambar 3.4



Gambar 3.5

Semarang Tengah	Marabunta Harvest Café MR.k Café Rustico.id Café	Kampung Laut BSB danau BSB hutan karet Lakers Resto	Semarang Barat
Semarang Utara	Royal Dome	Wonderia Kota Lama	Semarang Tengah



Gambar 3.8

Berdasarkan hasil survey bersumber dari aplikasi Line dari Screenshoot diatas menunjukkan bahwa banyak konsumen yang belum mengetahui dimana lokasi pemotretan dan konsep apa yang cocok digunakan pada saat pemotretan tersebut

3.1.3 Analisa Pembagian Lingkup Pembahasan Lokasi didalam Website

Pembagian lingkup pembahasan lokasi dibagi menjadi 3 karena di 3 daerah semrang tersebut memiliki banyak potensi yang bias dijadikan untuk spot foto. Pembagian spot foto sendiri dibagi menjadi 2 indoor dan outdoor , sebagai berikut

Wilayah	Indoor	Outdoor	Wilayah
Semarang Tengah	Lawang Sewu Bernic Castle Studio Creative Studio 47 Goodfelas Café Bringin Café Spiegel Café	Marina Tree Pantai Marina Maerokoco PRPP Gudang container Pelabuhan Sampokong	Semarang Utara

3.1.4 Analisa Hasil Wawancara Sejarah Lokasi

3.1.4.1 Lawang Sewu

Lawang sewu adalah gedung bersejarah di Indonesia yang berlokasi di Kota Semarang, Jawa Tengah. Gedung ini dulu merupakan kantor dari Nederlands-Indische Spoorweg Maatschappij atau NIS. Yang Dibangun pada tahun 1904 dan selesai pada tahun 1907. Terletak di area bundaran Tugu Muda semarang yang dahulu disebut Wilhelminaplein. Masyarakat setempat menyebutnya Lawang Sewu karena bangunan itu punya pintu yang sangat banyak, walaupun semua jumlah pintunya tidak mencapai seribu. Bangunan ini memiliki banyak jendela yang tinggi dan lebar, sehingga masyarakat sering menganggapnya sebagai pintu . Dahulu Lawang sewu terkenal sangat angker karena sering terjadi pembantain pada jaman penjajahan belanda. Tetapi sekarang setelah dipugar oleh PT Kereta Api Persero , kesan angker sudah tidak terlalu nampak lagi di lawing sewu, dan sekarang dijadikan sebgai objek wisata olah banyak pengunjung

3.1.4.2 Bernic Castle

Berada di Jalan Kyai Saleh, rumah ini dahulu merupakan istana dari seorang Raja Gula Asia, Oei Tiong Ham, pebisnis top keturunan Tiong Hoa yang lahir pada tahun 1866 di Semarang. Mewarisi bisnis sembako dari sang ayah, Oei Tjie Sien, Oei Tiong Ham kemudian mendirikan perusahaan dagang, dan gula merupakan bisnis terbesarnya.

Dengan berbagai gejala krisis dan perang yang ada di Indonesia pada saat itu di dalam negeri dan undang undang era kolonial yang tidak mengakomodasi pemikirannya, kemudia Oei Tiong Ham pindah ke Singapura, hingga meninggalnya pada 1924. Di tangan

keturunannya OTHC meredup dan bangkrut pada era pasca kemerdekaan Indonesia. Dan pasca kebangkrutan, aset aset OTHC dinasionalisasi oleh Pemerintah Indonesia.

Sebagian besar dari Istana Balekambang rusak dan kini berganti menjadi bangunan rumah warga. Salah satu area yang menjadi taman dari istana Oei Tiong Ham kini digunakan menjadi kantor Polda Jateng, sedangkan sebagian istana yang masih utuh kini dapat disaksikan, sebuah rumah di jalan Kyai Saleh No 12-14 (dekat jalan Veteran), Bernic Castle biasa rumah ini disebut. Sebelumnya disebut dengan Balai Prajurit pada awal masa nasionalisasi dan digunakan oleh Kodam.

3.1.4.3 Spiegel Café

Bangunan kuno ini berorientasi ke selatan. Seluruh bangunan berlantai dua. Pondasi bangunan dengan batu dan sistem struktur dinding bata. Dinding dari batu bata, bagian kaki bangunan diberi ornamen dan seluruh dinding diselesaikan dengan plester dan dicat. Atap bangunan pelana dengan bahan penutup genteng. Facade entrance menghadap ke barat daya (menyorong). Terdapat jendela loteng di sepanjang facade bangunan. Tritisan tidak begitu lebar karena terjadi dari dinding yang menjorok ke dalam. Cornice terdiri dari garis-garis mendatar. Dinding facade entrance dipertinggi dan diselesaikan dengan hiasan di atasnya. Bangunan tidak mempunyai serambi. Pintu masuk utama menjorok ke dalam dan dinaungi atap lengkung yang membentuk balkon di atasnya. Balkon tanpa nangungan. Pintu berdaun ganda dengan panel kayu. Di atas pintu terdapat bouvenlicht. Di atas cornice di sepanjang facade bagian barat terdapat jendela dari kaca yang berfungsi sebagai ventilasi. Jendela berambang atas lengkung dan berdaun ganda. panel jendela dari kaca dan kayu. Gaya bangunan sedikit terpengaruh oleh gaya Spanish Colonial. Bangunan kantor ini tidak mempunyai halaman dengan posisinya tepat di tepi jalan Raya Letjend Suprpto, Kota Lama Semarang. Di sebelah barat adalah Paradeplin Gereja Blenduk.

3.1.4.4 Marabunta

Sebagai salah satu Bangunan Kuno di Kota Semarang, Gedung Marabunta memiliki ciri yang unik, yaitu adanya patung semut raksasa di atapnya. Tanggal didirikannya bangunan ini belum dapat dipastikan, tetapi ada beberapa dugaan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan. Pada tahun 1854 di kalangan masyarakat Eropa berdiri sebuah pementasan tetap yang dikatakan berlangsung sebulan sekali. Kemungkinan besar Marabunta sudah ada pada masa itu dan dipakai oleh perkumpulan ini dan perkumpulan

yang lain untuk mementaskan karya seni drama. Dugaan ini diperkuat oleh gaya bangunan lengkung busur dan kolom langsing yang ada di dalam auditorium merupakan dua hal yang digemari pada sampai dengan akhir abad yang lalu. Sistem dinding menyangga dan pasangan bata rollag di atas ambang pintu maupun jendela juga dapat memperkuat dugaan tersebut.

Bagaimanapun, Marabunta mempunyai arti penting dalam perkembangan seni pentas terutama drama, tari dan musik di Semarang. Gedung cantik Marabunta ini pernah menjadi tempat pertunjukan seorang spionase wanita cantik bernama Matahari. Pada awal kemerdekaan setelah tidak dipakai lagi sebagai gedung pertunjukan, gedung ini ditempa oleh yayasan Empat Lima, yang anggotanya antara lain almarhum mantan presiden Suharto dan almarhum Supardjo Rustam. Yayasan ini kemudian berganti nama menjadi Yayasan Kodam.

3.1.4.5 Kota Lama

Kota lama di Semarang adalah salah satu kota tua yang ada di Indonesia yang masih dilestarikan. Dapat dilihat dari beberapa bangunan yang sudah dibeli oleh umum untuk dijadikan café dan terutama gereja blenduk yang menjadi pusat wisata bagi pendatang dari luar kota bahkan luar negeri.

3.1.4.6 Sampokong

Adalah sebuah petilasan, yaitu bekas tempat persinggahan dan pendaratan pertama seorang Laksamana Tiongkok beragama Islam yang bernama Zheng He / Cheng Ho. Terletak di daerah Simongan, sebelah barat daya Kota Semarang. Tanda yang menunjukkan sebagai bekas petilasan yang berciri keislaman dengan ditemukannya tulisan berbunyi "marilah kita mengheningkan cipta dengan mendengarkan bacaan Al Qur'an".

Disebut Gedung Batu karena bentuknya merupakan sebuah Gua Batu besar yang terletak pada sebuah bukit batu, orang Indonesia keturunan Cina menganggap bangunan itu adalah sebuah kelenteng - mengingat bentuknya memiliki arsitektur bangunan Cina sehingga mirip sebuah kelenteng. Sekarang tempat tersebut dijadikan tempat peringatan dan tempat pemujaan atau bersembahyang serta tempat untuk berziarah. Untuk keperluan tersebut, di dalam gua batu itu diletakkan sebuah altar, serta patung-patung Sam Po Tay Djien. Padahal laksamana Cheng Ho adalah seorang muslim, tetapi oleh mereka dianggap dewa. Hal ini dapat dimaklumi mengingat agama Kong Hu Cu atau Tau menganggap orang yang sudah meninggal dapat memberikan pertolongan kepada mereka

3.2 Sasaran Khalayak

3.2.1 Target Primer

Target sasaran dalam kampanye sosial ini ditujukan bagi para konsumen fotografi dan fotografer di Indonesia dengan batasan wilayah Ibu kota Jawa Tengah. Target sasaran berusia 16 – 28 tahun yang berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa.. Target sasaran adalah konsumen fotografi SES A-B yang akan melakukan fotosesion

3.3 Strategi Komunikasi

3.3.1 Metode 5W + 1H

Pada perancangan Website Venue Fotografi prewedding dan presweet di semarang penulis menggunakan prinsip Harol D. Lasswell 5W (*What, When, Where, Who, Why*) + 1H (*How*) sebagai berikut :

3.3.1.1 What

Pada perancangan *Website* Venue Fotografi prewedding dan presweet di semarang diciptakan dengan harapan dapat menginfokan ke kalangan konsumen dan produsen fotografi tentang lokasi lokasi yang bias digunakan di Kota Semarang.

3.3.1.2 When

Website ini dibuat dalam jangka waktu 6 bulan dimulai dari bulan Desember 2017 – Mei 2018 sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan.

3.3.1.3 Where

Pembuatan *website* akan difokuskan di lokasi Semarang tengah, Semarang Utara dan Semarang barat.

3.3.1.4 Who

Website ini ditujukan kepada para remaja berusia 16 – 28 tahun di kota Semarang .

3.3.1.5 Why

Perancangan website dilaksanakan oleh penulis karena tingginya keinginan konsumen fotografi baik penikmat atau yang akan melakukan pemotretan tentang informasi lokasi foto tersebut

3.3.1.6 How

Website ini akan memberikan informasi mengenai lokasi yang dapat dijadikan objek foto di semarang. Pemasaran website ini akan menggunakan perpaduan media ATL, BTL dan TTL untuk mendukung penyebarluasan informasi adanya website ini.

3.4 Strategi Pembuatan Website

3.4.1 Tahapan Search

Tahapan ini adalah tahapan dimana penulis mencari informasi tentang lokasi yang ada dan mencari dari berbagai sumber yang valid hasil dari foto di lokasi tersebut untuk dijadikan bahan dalam pembuatan *website*

3.4.2 Tahapan Action

Tahapan pemilihan foto dan penglayoutan website agar sesuai dengan target audiens setelah selesai semua akan diluncurkan *website* berbayar yang dapat menginformasikan ke konsumen fotografi.

3.4.3 Tahapan Share

Dalam tahapan ini penulis akan melakukan *sharing* URL atau alamat dari *website* ini untuk dapat di infokan kepada konsumen fotografi agar informasi dapat diterima dengan baik oleh konsumen foto melalui media sosial, dan iklan di radio dan televisi.

3.5 Strategi Media

Tahapan	Media	Periode Waktu
<i>Search</i>	Pencarian lokasi lokasi yang cocok digunakan untuk melakukan pemotretan. Penulis membatasi menjadi 3 daerah batasan.	1 Bulan
<i>Action</i>	Media Website : Perancangan Website akan dimulai dari pengambilan foto lokasi beserta model kemudian melakukan desain website sesuatu dengan konsep dan tema yang diangkat dari semarang	4 Bulan t

	dan perancangan desain media pendukung seperti Spanduk MMT Merchandise Media Facebook Iklan di media social Iklan di radio dan tv	
Share	Melakukan share ke radio dan televise serta media social lainya yang bertujuan untuk mensosialisaikan website seputar semarang	31 Mei 2017

No	Media	Jumlah	Harga	Total
1	website	1	4.000.000	4.000.000
2	Brosur	100	750	75.000
3	Spanduk MMT (1 x 3 m)	1	18.000	54.000
4	X Banner	2	75.000	150.000
5	Backdrop (3 x 6 m)	1	18.000	324.000
6	Merchandise	200	35.000	7.000.000
	TOTAL			11.459.000

3.5.1 Objektif Media

3.5.1.1 Pendekatan Media

a) Media Utama

- b) Website
Media Fanpage – Facebook

c) Media Pendukung

Media utama menggunakan media *Below the Line* seperti poster A3 dan spanduk MMT

d) Above the Line

Iklan di radio dan televise dan media social lainya

e) Below the Line

Poster A3
Spanduk MMT
Merchandise

3.5.2 X Banner Strategi Anggaran

3.5.2.1 Tahap Search Januari 2017

No	Media	Jumlah	Harga	Total
1	bensin	5	7500	420.000
	TOTAL			420.000

3.5.2.2 Tahap Action Seminar Februari 2017 - Mei 2017

