

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

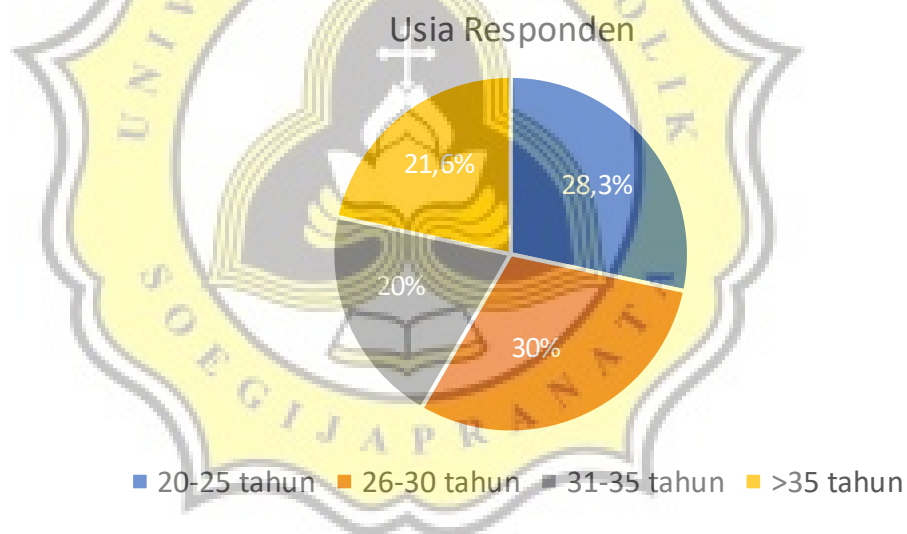
III.1. Analisis

III.1.1. Data Kuisisioner

Untuk mendapatkan data kualitatif peneliti menyebarkan kuisisioner kepada target sasaran secara spesifik yaitu ibu-ibu muda baik yang sudah memiliki anak maupun belum. Dari hasil kuisisioner tersebut didapat 60 responden yang berasal dari Semarang maupun luar Semarang. Berikut adalah hasil dari kuisisioner tersebut:

III.1.1.1. Profil Responden

1. Berapa usia anda?

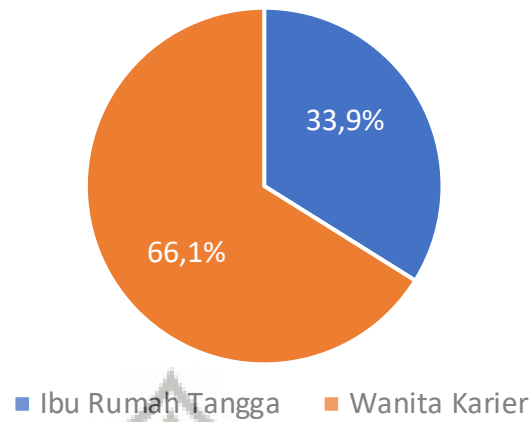


Gambar 3.1. Grafik usia responden

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak berusia antara 26-30 tahun yaitu sebanyak 18 orang disusul oleh responden berusia 20-25 tahun sebanyak 17 orang. Kemudian responden berusia lebih dari 35 tahun sebanyak 13 orang dan terakhir adalah responden berusia antara 31-35 tahun sebanyak 12 orang.

2. Pekerjaan / kesibukan sehari-hari

Pekerjaan / kesibukan sehari-hari

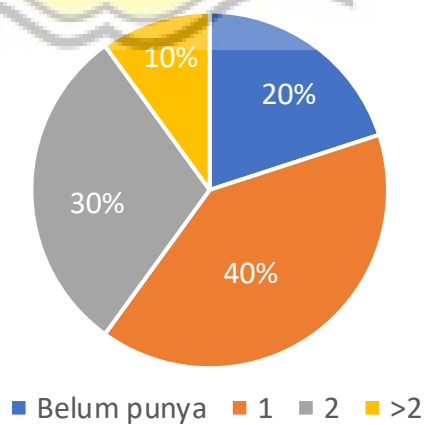


Gambar 3.2. Grafik pekerjaan / kesibukan sehari-hari responden

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah wanita karier yaitu sebanyak 38 orang sedangkan sisanya adalah ibu rumah tangga sebanyak 22 orang. Responden yang memiliki kesibukan sebagai wanita karier mempunyai waktu luang yang lebih sedikit dibandingkan dengan ibu rumah tangga, oleh karena itu desain yang dirancang harus praktis, efisien dan tidak memakan banyak ruang karena wanita karier terbiasa untuk membawa banyak benda dalam tasnya.

3. Berapa jumlah anak anda?

Jumlah Anak Responden

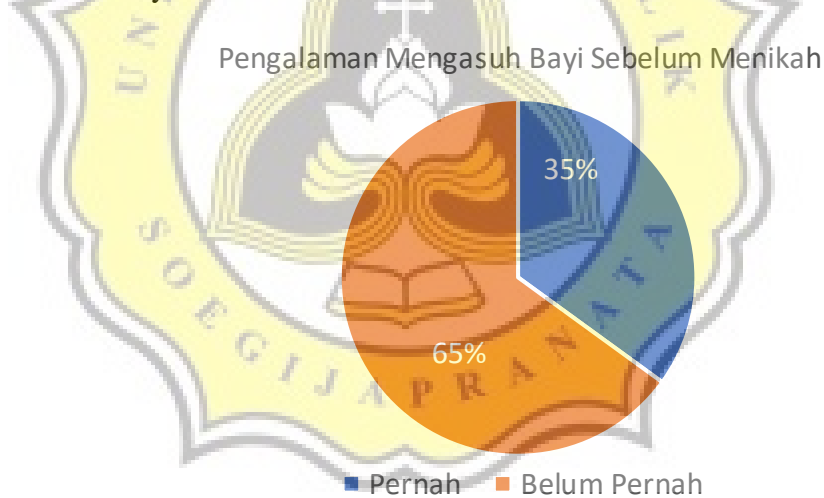


Gambar 3.3. Grafik Jumlah Anak Responden

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah memiliki anak yaitu sebanyak 48 responden sedangkan sisanya sebanyak 12 responden belum memiliki anak. Dari 48 responden yang sudah memiliki anak, 24 responden memiliki 1 orang anak, 18 responden memiliki 2 orang anak, dan 6 responden memiliki lebih dari 2 anak. Jumlah anak yang dimiliki oleh responden berpengaruh pada tingkat pengetahuan yang dimilikinya. Karena sebagian besar responden memiliki jumlah anak tidak lebih dari 2 diperkirakan sebagian besar responden masih membutuhkan referensi pengetahuan seputar pengasuhan bayi.

III.1.1.2. Pertanyaan Seputar Pendapat Responden

1. Apakah sebelum menikah anda pernah memiliki pengalaman mengasuh bayi?

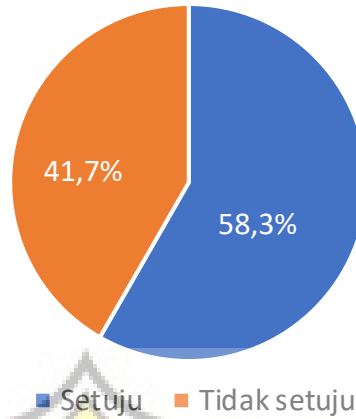


Gambar 3.4. Grafik pengalaman ibu mengasuh bayi sebelum menikah

Sebagian besar responden mengaku belum pernah memiliki pengalaman mengasuh bayi sebelum menikah yaitu sebanyak 39 orang. Sedangkan sisanya sebanyak 21 orang telah memiliki pengalaman mengasuh bayi sebelum menikah. Dari data tersebut dapat menjadi masukan bagi perancang agar nantinya dapat menyajikan tips-tips yang dapat berguna bagi ibu yang belum pernah mengasuh bayi sebelumnya.

2. Menurut anda apakah mengasuh bayi adalah pekerjaan yang sulit?

Mengasuh Bayi Adalah Pekerjaan yang Sulit

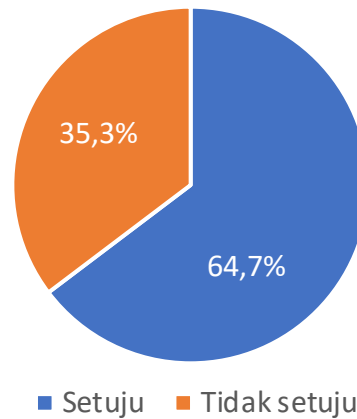


Gambar 3.5. Grafik mengasuh bayi adalah pekerjaan yang sulit

Sebanyak 35 responden setuju bahwa mengasuh bayi adalah pekerjaan yang sulit, hal tersebut bertolak belakang dengan 25 responden yang berpendapat bahwa mengasuh bayi bukanlah pekerjaan yang sulit. Dengan pemikiran responden seperti itu perlu adanya pemberian motivasi melalui perancangan yang dibuat sehingga dapat mengubah *mindset* bahwa mengasuh bayi adalah hal yang mudah dan menyenangkan.

3. Memahami bahasa tubuh bayi seperti menangis, menendang, menggeliat itu seringkali membingungkan, setuju atau tidak?

Bahasa Tubuh Bayi Itu Membingungkan

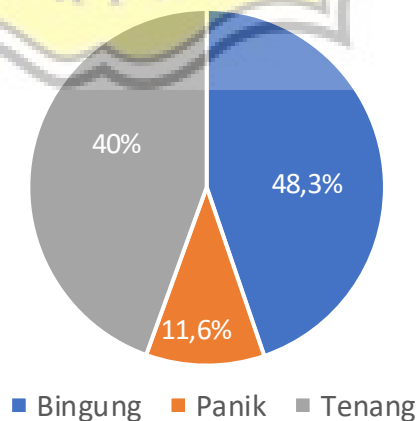


Gambar 3.6. Grafik Bahasa tubuh bayi itu membingungkan

Sebanyak 38 responden mengaku bahwa bahasa tubuh bayi itu membingungkan, sedangkan sisanya sebanyak 22 responden tidak setuju bahwa bahasa tubuh bayi itu membingungkan. Dari data tersebut dapat diasumsikan bahwa sebagian besar ibu muda masih kesulitan dalam mengartikan gerakan tubuh bayi.

4. Jika anda menghadapi bayi yang rewel reaksi apa yang pertama kali muncul?

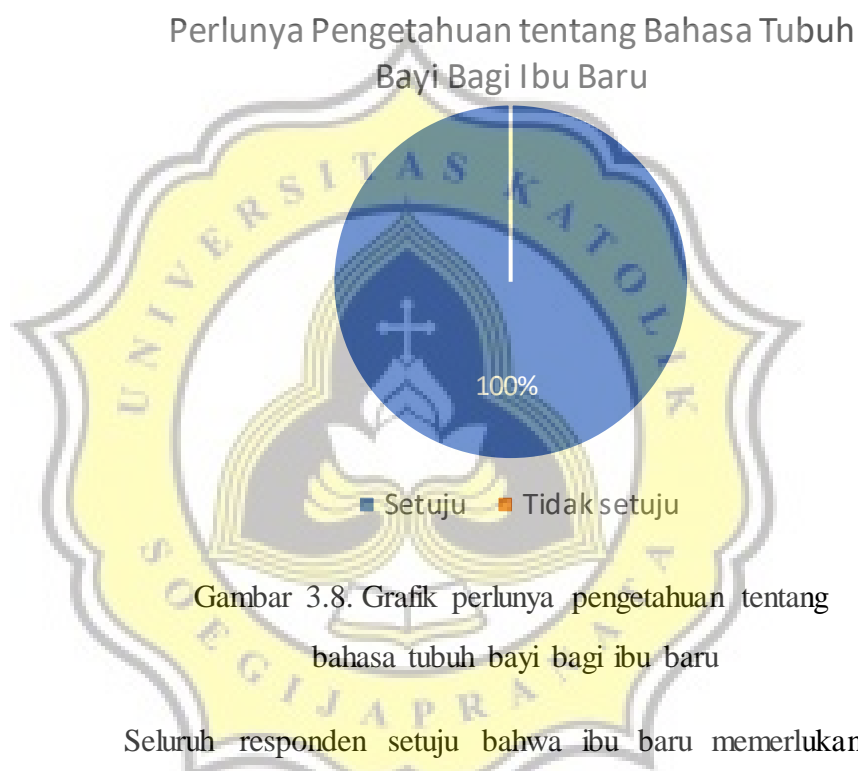
Reaksi Pertama Menghadapi Bayi Yang Rewel



Gambar 3.7. Grafik reaksi pertama ketika menghadapi bayi yang rewel

Sebanyak 29 responden mengaku bingung ketika menghadapi bayi yang rewel, bertolak belakang dengan responden yang tetap tenang sebanyak 24 responden sedangkan sisanya sebanyak 7 responden akan panik ketika menghadapi bayi yang rewel. Data tersebut menunjukkan bahwa Ibu yang sudah terbiasa mengasuh bayi biasanya akan lebih tenang daripada ibu yang belum memiliki banyak pengalaman

5. Menurut anda apakah ibu baru memerlukan pengetahuan tentang bahasa tubuh bayi?

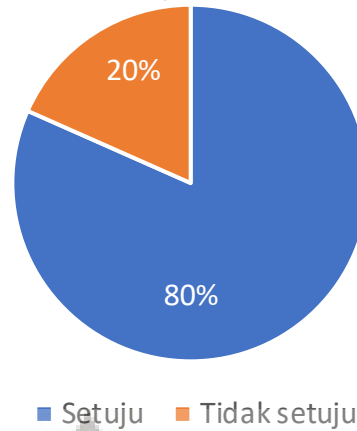


Gambar 3.8. Grafik perlunya pengetahuan tentang bahasa tubuh bayi bagi ibu baru

Seluruh responden setuju bahwa ibu baru memerlukan pengetahuan tentang bahasa tubuh bayi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa responden mengakui pentingnya pengetahuan memahami bahasa tubuh bayi bagi ibu baru dan memperkuat alasan peneliti untuk mengembangkan perancangan ini karena relevan dengan pendapat responden.

6. Apakah menurut anda media buku dapat memberikan pengetahuan kepada ibu baru secara efektif?

Media Buku Sebagai Media Pengetahuan Yang Efektif

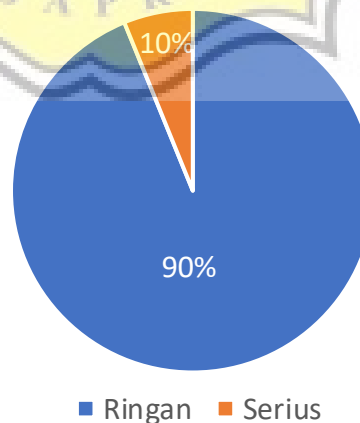


Gambar 3.9. Grafik media buku sebagai media komunikasi yang efektif

Dari 60 responden yang ada, 48 responden setuju bahwa buku dapat menjadi media yang efektif untuk memberikan pengetahuan kepada ibu baru. Sedangkan sisanya sebanyak 12 responden tidak setuju. Dari data tersebut dapat diasumsikan bahwa media buku dapat menjadi media yang efektif dalam memberikan pengetahuan tentang bahasa tubuh bayi kepada ibu baru.

7. Buku dengan gaya penulisan seperti apakah yang menurut anda menarik untuk dibaca?

Gaya Penulisan Yang Menarik



Gambar 3.10. Grafik gaya penulisan yang menarik

Hampir sebagian besar responden yaitu sebanyak 54 orang berpendapat bahwa buku dengan gaya penulisan yang ringan dan menggunakan

bahasa sehari-hari lebih menarik dibandingkan dengan buku yang menggunakan gaya penulisan serius atau formal. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa target sasaran lebih menyukai buku dengan gaya bahasa penulisan yang ringan.

8. Pilih salah satu gambar dibawah ini yang menurut anda paling menarik:

- Cartoon style



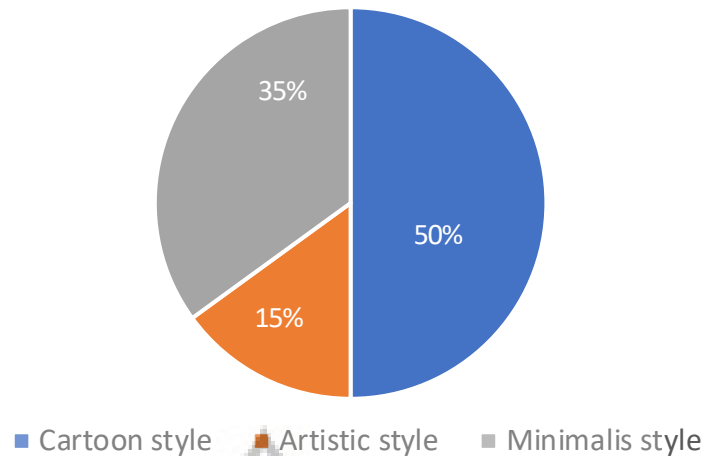
- Artistic style



- Minimalist style



Gaya Ilustrasi Yang Paling Menarik



Gambar 3.11. Grafik gaya ilustrasi yang paling menarik

Dari 60 responden yang ada, 30 responden memilih gaya ilustrasi komik atau kartun dengan warna-warna *soft* sebagai gambar yang paling menarik. Sedangkan 21 responden menyukai gambar dengan gaya ilustrasi *minimalist* dengan warna-warna terang. Sisanya sebanyak 9 responden memilih gambar dengan banyak ornament-ornamen *artistic* sebagai gambar yang paling menarik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ilustrasi bergaya kartun dengan warna soft paling sesuai dengan target sasaran perancangan ini.

III.1.2. Hasil Wawancara

Untuk mendapatkan pernyataan yang dapat memperkuat arti penting dari perancangan yang diangkat maka dilakukan wawancara dengan seorang Psikolog Perkembangan bernama. Abimanyu, M.Psi. Dari hasil wawancara tersebut didapatkan pernyataan-pernyataan sebagai berikut:

Komunikasi antara ibu dan bayi sudah terjadi bahkan sejak masih dikandung oleh ibu. Seorang ibu yang mengajak janinnya berbicara walaupun tidak terjadi komunikasi dua arah antara ibu dan anak, tetapi ketika janin mampu mendengar dan mengenali suara ibunya. Komunikasi akan terus berlanjut hingga bayi lahir dan sejak tahun pertamanya bayi sudah mampu berkomunikasi. Masa setahun pertama ini merupakan masa penting bagi bayi dalam perkembangan bicaranya dan perkembangan emosinya oleh karena itu bayi sangat memerlukan

kehadiran ibunya karena setiap ibu berperan sebagai komunikator pertama dalam kehidupan seorang anak.

Mengajak anak berkomunikasi sejak dini adalah suatu tugas penting yang dimiliki seorang ibu disamping memenuhi kebutuhan fisik anaknya. Sebagian orang mungkin menganggap bahwa berbicara dengan bayi adalah sesuatu yang tidak penting karena bayi tidak akan mengerti dengan ucapan kita. Padahal seorang bayi walaupun belum dapat berkata-kata namun ia memiliki kemampuan mendengarkan dan merekam setiap kata yang anda ucapkan dalam memori otaknya. Bayi yang sering diajak bicara akan merasakan bahwa ibunya selalu ada baginya dan merasa aman.

Jika mengasuh bayi diumpamakan dengan merawat seekor kucing maka pemilik yang benar-benar menyayangi kucingnya akan berusaha memahami setiap arti meongan yang dikeluarkan oleh kucingnya, karena setiap isyarat yang disampaikan oleh kucingnya akan memiliki arti yang berbeda. Bisa saja kucing tersebut mengeong karena lapar atau bisa saja karena kucing tersebut merasa tidak aman atau terganggu. Kemudian pemilik kucing tersebut akan berusaha merespon apa yang kucing itu sampaikan. Begitu pula dengan bahasa bayi, mereka belum bisa berbicara dengan kata-kata layaknya orang dewasa sehingga menggunakan tangisan dan gerak tubuh sebagai bentuk komunikasi kepada orang lain. Sangat penting bagi seorang ibu untuk mengetahui arti dari bahasa bayinya. Jika ibu tidak bisa memahami bahasa dari si bayi akan mengakibatkan kebutuhan dari bayi tersebut tidak terpenuhi, atau kemungkinan terburuknya bisa saja kejadian yang tidak diinginkan terjadi karena kelalaian ibu dalam mendeteksi isyarat yang disampaikan oleh bayinya.

Memahami isyarat yang diberikan oleh bayi tidak selalu mudah karena satu bayi dengan bayi yang lain memiliki karakter yang unik. Ada bayi yang cenderung "*high demand*" atau mudah rewel ketika keinginannya tak kunjung dipenuhi, adapula bayi yang lebih *calm* dan tidak cepat menangis. Oleh karena itu dibutuhkan kesabaran untuk mengenal dan memahami karakter masing-masing bayi. Seorang ibu yang sudah pernah memiliki anak sebelumnya mungkin akan lebih mahir dan responsif dalam memahami bahasa bayi, namun kenyataannya setiap ibu dan bayi memiliki kecepatan yang berbeda dalam membentuk irama komunikasi ini. Hal tersebut bukanlah masalah bahkan

meskipun sesekali ibu memberikan “reaksi” yang salah itu lebih baik daripada hanya diam saja atau tidak memberi respon. Sebab respon yang kita berikan cukup membuat bayi mengerti bahwa kita peduli padanya dan berusaha ada untuknya.

Dari hasil wawancara tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan yaitu:

1. Mengajak bayi berbicara sejak dini memiliki pengaruh positif baik bagi bayi maupun bagi ibu.
2. Membentuk pola komunikasi antara ibu dan bayi adalah sebuah proses dibutuhkan waktu yang tidak sebentar.
3. Kemampuan setiap ibu untuk merespon bahasa bayi berbeda-beda, bergantung pada pengalaman, pengetahuan dan kepekaan masing-masing ibu.
4. Ibu harus mampu merespon dengan cepat karena bayi sangat bergantung pada orang lain untuk memenuhi kebutuhannya.

III.1.3. Analisis SWOT Perancangan Buku Ilustrasi Panduan Memahami Bahasa Tubuh Bayi

Berikut analisis SWOT mengenai perancangan buku ilustrasi panduan memahami bahasa tubuh bayi dengan pendekatan ilustrasi bergaya kartun:

Tabel 3.1 Analisis SWOT

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Belum ada buku yang membahas tentang bahasa tubuh bayi melalui pendekatan ilustrasi • Ilustrasi dapat menyampaikan informasi lebih efektif dan menarik dibandingkan dengan kata-kata saja • Memiliki target yang spesifik dan fokus yaitu kaum ibu muda • Buku dapat dikoleksi secara pribadi maupun sebagai hadiah untuk calon ibu / ibu muda.
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membutuhkan biaya produksi yang tidak sedikit untuk menghasilkan buku cetak

	<ul style="list-style-type: none"> • Karena berbahan baku kertas maka harus memperhatikan penyimpanan buku supaya tetap awet
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi melalui teknologi media digital dapat mengenalkan buku lebih luas
Threats	<ul style="list-style-type: none"> • Maraknya buku dalam format <i>digital</i> atau <i>e-book</i>, yang dapat mengancam penjualan buku dalam format cetak • Minat dan selera dari target sasaran yang dapat berubah sewaktu-waktu

III.2. Khalayak Sasaran

III.2.1. Geografis

Sasaran yang dituju tidak terpaut dalam satu cakupan daerah saja melainkan lingkup nasional Indonesia karena topik yang diangkat adalah bahasa tubuh bayi yang sebagian besar bersifat universal sehingga bisa dipelajari oleh para ibu muda dimana saja.

III.2.2. Demografis

Usia produktif wanita dimulai pada usia 20-35 tahun, menurut ilmu kedokteran umur tersebut adalah umur yang paling baik bagi seorang wanita untuk memiliki anak. Target sasaran adalah calon ibu maupun ibu muda yang baru saja memiliki anak atau bisa disebut “ibu baru” dengan kesibukan sehari-hari sebagai ibu rumah tangga maupun wanita karier. Target sasaran yang dituju berasal dari golongan SES A-B karena dianggap memiliki kemampuan finansial yang menunjang untuk membeli sebuah buku.

III.2.3. Psikologis

Target sasaran yang dituju memiliki kecenderungan untuk:

- Suka membaca dan belajar hal-hal baru
- Kritis dan tidak mudah percaya mitos
- Memiliki keingintahuan yang besar
- Senang berbagi informasi dengan orang lain

III.3. Strategi Komunikasi

III.3.1. Creative Brief

Tujuan kreatif dari perancangan ini adalah untuk memberi solusi bagi calon ibu maupun ibu baru yang masih merasa kurang percaya diri dan kebingungan dalam memahami bahasa tubuh bayinya melalui sebuah buku panduan yang disajikan secara praktis, edukatif dan menghibur. Melalui perancangan ini dapat merubah persepsi kepada calon ibu maupun ibu baru yang semula mempunyai ketakutan, kekhawatiran, ketidakmengertian, serta rasa tak percaya diri menjadi termotivasi dan berpikir bahwa mengasuh bayi itu menyenangkan dan tidaklah sulit namun hanya membutuhkan kasih sayang dan kesabaran ekstra serta dalam menghadapi si kecil. Dengan begitu perilaku (*behavior*) dari target sasaran akan berubah ke arah positif, ibu muda akan merasa percaya diri dan mendorong terjadinya *performance* yang diharapkan yaitu membagikan pengalaman yang telah didapat dari solusi tersebut kepada orang lain.

Creative Brief yang digunakan menggunakan prinsip dasar 5W + 1H

- **What?**

Perancangan ini adalah sebuah gagasan sebagai media edukasi bagi ibu muda. Sebagai calon ibu maupun ibu baru yang belum memiliki pengalaman mengasuh bayi sebelumnya, akan menjadi suatu tantangan tersendiri karena ibu harus memahami cara bayi berkomunikasi melalui bahasa non verbal yaitu melalui gerak-gerik si bayi.

- **Who?**

Perancangan ini ditujukan untuk calon ibu maupun ibu muda yang baru memiliki bayi dan mengalami keresahan dan kebingungan dalam menghadapi bayinya.

- **When?**

Perancangan ini ditujukan kepada calon ibu sehingga mereka dapat memperoleh suatu wawasan yang bisa diterapkan nantinya setelah memiliki bayi, maupun ibu muda yang baru saja memiliki bayi dan membutuhkan panduan dalam memahami isyarat-isyarat yang disampaikan oleh bayi.

- **Where?**

Para ibu muda dapat menemukan dan membeli buku ini baik di toko buku maupun di situs yang menjual buku secara online.

- **Why?**

Alasan mengapa buku ini dirancang adalah karena ibu baru perlu membekali dirinya dengan banyak pengetahuan agar tetap rasional dan tak kenal lelah belajar mengenai keperawatan dan pengasuhan bayi.

- **How?**

Melalui strategi pemasaran yang tepat dan terpadu akan mampu menarik minat target sasaran. Promosi yang dilakukan harus memperhatikan kesesuaian untuk siapa perancangan ini dibuat, apa yang menjadi minat dan ketertarikan dari target sasaran dan juga *key message* apa yang akan dikomunikasikan pada target konsumen.

III.3.2. Key Message

Key message yang akan dikomunikasikan kepada target sasaran adalah pentingnya berkomunikasi dengan buah hati sejak dini. Buku ini akan mengajarkan ibu baru bagaimana memberikan respon yang cepat sesuai dengan kebutuhan bayi sehingga selain kebutuhan bayi tersebut terpenuhi ia juga akan tumbuh menjadi anak yang percaya diri dan berkomunikasi dengan baik. Dan yang tidak kalah penting, ibu baru yang mempelajari bahasa tubuh bayi akan mempererat ikatan antar ibu dan bayi, serta dapat menikmati perannya sebagai ibu meskipun bukan hal yang mudah.

III.3.3. Tema Perancangan

Tema perancangan yang diangkat bertajuk “*I Hear You, I Heart You*” artinya ibu mendengarkan setiap pesan yang disampaikan buah hatinya dan berusaha merespon pesan tersebut atas dasar rasa cinta dan kasih sayang. Esensi dari perancangan ini adalah komunikasi yang baik antara ibu dan bayi menciptakan keharmonisan dan kehangatan.

III.3.4. Konsep dan Strategi Pemasaran

Untuk memperkenalkan buku ini kepada target audiens diperlukan suatu strategi penyampaian pesan yang tepat, dari hasil analisa terhadap target

sasaran ditetapkan *event marketing* sebagai usaha untuk mengkomunikasikan pesan tersebut. Beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dari *event marketing* yaitu:

- Menyampaikan *key message* secara langsung
- Pengenalan dan pemahaman akan isi buku
- Menciptakan komunikasi dua arah dengan audiens
- Memberikan *experience* bagi audiens
- Menciptakan penjualan

Untuk mencapai semua itu diperlukan strategi promosi yang matang dan terstruktur. Konsep sebuah *event* berpengaruh pada komunikasi yang terjalin dengan audiens, keberhasilan suatu *event* tidak hanya dilihat dari kinerja selama keberlangsungan *event* saja namun juga setelah *event* itu berakhir harus melihat *impact* apakah yang dihasilkan. Oleh karena itu komunikasi yang terjalin harus dapat menarik perhatian target sasaran, rasa ingin tahu, keinginan dan respon dari target sasaran. Tema dan *key message* dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan pada masyarakat dan akhirnya dituangkan pada media-media yang dibutuhkan. *Event* merupakan media lini bawah yang dapat langsung menyampaikan pesan kepada target sasaran, untuk mendukung jalannya *event* tersebut dibutuhkan media lini atas untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat secara luas.

Media utama yang digunakan berupa sebuah *event* peluncuran buku yang dikemas dengan konsep *talk show* yang interaktif dan komunikatif. *Event* ini akan bekerjasama dengan komunitas ibu muda yang selama ini aktif sebagai wadah bagi wanita terutama ibu muda dalam berbagi pengalaman seputar *parenting*. Untuk membentuk komunikasi dan penyampaian pesan yang sempurna, maka diperlukan konsep AISAS (*Awareness, Interest, Search, Action, Share*). Berikut adalah tahapan pemasaran dengan konsep AISAS:

Tabel 3.2. Strategi Komunikasi AISAS

Tahapan	Media	Tujuan	Timeline
Attention	<ul style="list-style-type: none"> Animasi 	<ul style="list-style-type: none"> Menarik perhatian audiens dengan memainkan animasi singkat 	Minggu IV bulan Mei
Interest	<ul style="list-style-type: none"> Medsos 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan sekilas informasi mengenai pentingnya memahami komunikasi bayi bagi ibu baru 	Minggu I-II bulan Juni
Search	<ul style="list-style-type: none"> Facebook Instagram Twitter Poster 	<ul style="list-style-type: none"> Menginformasikan <i>event</i> yang akan berlangsung 	Minggu III bulan Juni
Action	<ul style="list-style-type: none"> Event Merchandise 	<ul style="list-style-type: none"> Peluncuran buku dengan <i>talk show</i>, menanamkan pesan-pesan kepada audiens, mengajak untuk membeli 	Minggu II bulan Juli
Share	<ul style="list-style-type: none"> Media sosial 	<ul style="list-style-type: none"> Target sasaran membagikan pengalaman pribadinya ke media sosial yang tertaut akun dalam buku Target sasaran membagikan <i>review</i> buku dari mulut ke mulut 	Minggu II Juli - seterusnya

III.3.5. Media Promosi Yang Digunakan Dalam Perancangan

Dalam perancangan ini selain buku ilustrasi sebagai produk perancangan utama terdapat pula beberapa media pendukung lain sebagai media publikasi dan media promosi antara lain:

- Poster
- Animasi
- *Social Media Promotion* (Facebook, Instagram, Twitter)
- *X-Banner*
- *Merchandise*

III.3.6. Estimasi Biaya Produksi Buku

Buku ini dirancang dalam format *small square* berukuran $7,5 \times 7,5$ inch, atau 19×19 dalam cm karena ukuran tersebut termasuk dalam ukuran standar untuk buku non fiksi yang menggunakan banyak elemen grafis di dalamnya. Karena sebagian besar responden adalah wanita karier maka ukuran buku dipertimbangkan sehingga dapat dibawa bepergian dengan nyaman tanpa memakan banyak tempat. Bahan yang digunakan adalah kertas CTS 150 gsm untuk bagian isi karena merupakan jenis kertas standar yang bisa ditemukan di percetakan. Serta menggunakan *finishing hard cover* supaya buku lebih kuat dan awet. Berikut estimasi dari biaya yang dibutuhkan untuk mencetak 1 buah buku dengan isi sebanyak 40 halaman:

Ukuran Plano A3	: 32×48 cm
Ukuran halaman isi	: 19×19 cm

Dalam 1 lembar A3 dapat mencetak 4 halaman isi, dengan biaya cetak full color A3 sebesar \pm Rp. 5.000,00 untuk 2 muka dan biaya *finishing* meliputi cover, jilid, laminasi sebesar \pm Rp. 20.000,00.

Cetak isi 15×5.000	: Rp. 75.000,00
Finishing	: Rp. 25.000,00
Total	: Rp. 100.000,00

Perhitungan diatas hanya untuk memproduksi 1 jilid buku saja, apabila dalam konteks skala produksi massal maka biaya produksi dapat jauh lebih kecil dari perhitungan diatas.