

BAB III STRATEGI KOMUNIKASI

III.1 Analisis Data Hasil penelitian

III.1.1 kuisisioner penggunaan *smartphone*

Kuesioner digunakan untuk mencari data yang valid, relevan dan tepat sasaran dengan keadaan lapangan, berikut menurut hasil data rangkuman dari penggunaan *smartphone* :

No	Pengguna <i>Smartphone</i>	Responden	Persentase	Ya/Tidak
1	Minat terhadap <i>smartphone</i>	60 orang	98 %	Ya
2	Intersitas <i>smartphone</i> sebagai media komunikasi dan mobilitas keseharian	60 orang	98.3%	Ya
3	Frekuensi pengguna aplikasi pada <i>smartphone</i>	60 orang	88.3%	Ya
4	Tingkat seberapa penting aplikasi pada <i>smartphone</i>	60 orang	80 %	Ya

Tabel 3.1 Tanggapan responden mengenai penggunaan *smartphone*

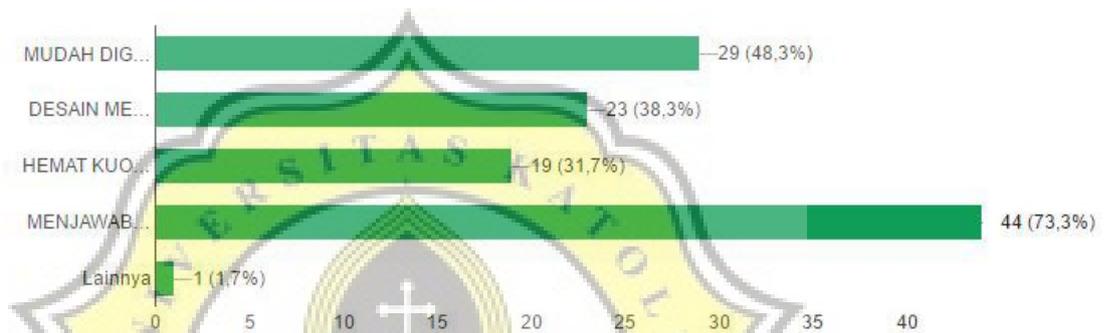
Menurut hasil data yang di peroleh melalui kuisisioner pada pertanyaan nomor 1 mengenai minat terhadap *smartphone* didapatkan hasil bahwa 98.3% atau 59 dari 60 orang tertarik dan menggunakan *smartphone* untuk berbagai hal sebagai media mobilitas keseharian. Untuk pertanyaan nomor 2 mengenai penggunaan aplikasi dalam menunjang kegiatan komunikasi dan mobilitas, di dapatkan tanggapan bahwa intensitas pengguna aplikasi *smartphone* mencapai 98.3% responden sebagai media komunikasi dan mobilitas keseharian.

Untuk pertanyaan nomor 3 mengenai frekuensi dari pemaksimalan pengaksesan aplikasi *smartphone* yang dapat dibuktikan menurut data yang diambil dari kuisisioner yaitu sebesar 88.3 % atau sekitar 53 dari 60 responden. Selanjutnya mengenai pertanyaan nomor 4 tentang tingkat pemenuhan kebutuhan dan kepuasan dapat diartikan dari seberapa penting suatu aplikasi itu berguna, dari data responden diatas 80% atau 48 orang dari 60 orang responden mengatakan sangat penting yang dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan dalam media aplikasi *smartphone* menjawab kebutuhan dan yang

kedua sebesar 18,3 % atau 11 orang responden biasa aja / netral dan sisanya tidak.

Pertanyaan selanjutnya yaitu mengenai banyaknya pilihan aplikasi yang beredar di *playstore* dan *appstore* membuat *user*/pengguna menjadi selektif dalam mengunduh suatu aplikasi yg efektif dan berdaya guna untuk mobilitas keseharian, hal tersebut dapat dibuktikan melalui data berikut :

Jika anda memilih untuk mendownload aplikasi, seperti apakah spesifikasi yang anda inginkan ?
(60 tanggapan)



Gambar 3.1. Tanggapan responden mengenai spesifikasi aplikasi yang dibutuhkan

Dari hasil data kuesioner di atas menunjukkan berbagai pertimbangan *user* dalam menggunakan / mengunduh suatu aplikasi. Salah satu pertimbangan tertinggi dari responden di atas adalah sebagai pemenuhan kebutuhan yang menjadi dasar atau yang melatarbelakangi pengunduhan suatu aplikasi yaitu 73.3% 44 orang responden dan yang kedua adalah mudah digunakan sebesar 48.3% 29 orang responden dan desain yang menarik menjadi pilihan ketiga yaitu sebesar 38.3% atau 23 atau 23 orang responden, hemat kuota menjadi pilihan keempat dengan 31.7% atau 19 orang responden dan yang lainnya hanya mendapat 1.7%

Dari data kuesioner yang disusun dari 60 responden diatas mengindikasikan bahwa secara garis besar aplikasi pada *smartphone* telah menjadi bagian di era modern pada responden yang berumur 21- 30tahun dan dan dimana responden mempunyai profesi sebagai pelajar dan karyawan yang telah *aware* terhadap perkembangan zaman melalui *smartphone* sebagai media komunikasi.

III.1.2 Kuisisioner masalah sosial sampah dan solusi *mobile application*

Kuisisioner selanjutnya yaitu mengulas tentang masalah sosial dan solusi *mobile application*.

No	Permasalahan Sampah	Responden	Persentase	Ya/Tidak
1	Tingkat kepedulian permasalahan sampah	60 orang	88.3%	Ya

Tabel 3.2. Tingkat kepedulian permasalahan sampah

Menurut hasil data yang di peroleh melalui kuisisioner yang mencapai 88.3% responden atau 53 dari 60 orang menyatakan mereka peduli dengan masalah sosial sampah. Apabila kita menggali lebih dalam lagi terhadap permasalahan sampah menurut data kuisisioner, responden mempunyai kecenderungan yang sama perihal masalah sampah dimana sebagian besar dari responden yang berusia 21- 30 tahun yang berprofesi sebagai pelajar dan karyawan mengeluhkan kesadaran dari masyarakat luas untuk hidup bersih dan ada sebagian yang mulai peduli terhadap lingkungan yang bersih dan bebas sampah.

No	Permasalahan Sampah	Responden	Pernah	Belum	Tidak
1	Inovasi aplikasi mengatasi permasalahan sampah	60 orang	35 %	56.7 %	8.3%

Tabel 3.3. Tanggapan responden tentang inovasi aplikasi

Untuk pertanyaan nomor 2, menurut hasil data yang diperoleh melalui kuisisioner yang berjumlah 60 orang responden 21 orang atau 35% pernah memikirkan adanya inovasi terhadap penanggulangan permasalahan sampah melalui media aplikasi dan 56.7% atau 34 orang responden belum terpikirkan akan adanya inovasi tersebut dan hanya 5 orang atau sekitar 8.3% tidak sama sekali. Melalui data tersebut, besar peluang yang di peroleh mengingat angkut yang mendominasi adalah 56.7% untuk “belum terpikirkannya inovasi” pada khalayak orang umur 21 – 30 yang berprofesi sebagai pelajar dan karyawan untuk hadirnya suatu inovasi penanggulangan sampah melalui *mobile application*.

Pertanyaan selanjutnya mengenai inovasi aplikasi sebagai solusi mengatasi permasalahan sampah didapatkan hasil sebagai berikut,

No	Permasalahan Sampah	Responden	Iya	Biasa	Tidak
1	Inovasi aplikasi sebagai solusi mengatasi permasalahan sampah	60 orang	71.7 %	23.3	5%

Tabel 3.4. Tanggapan responden mengenai inovasi aplikasi

Menurut hasil data yang diperoleh melalui kuesioner yang berjumlah 60 orang responden 71.7% atau 43 orang merasa antusias dan terbantu apabila dalam mengatasi permasalahan sampah mengingat penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan sampah secara efektif melalui *mobile application*. Dari data diatas, sebagian besar responden akan lebih terbantu dengan hadirnya *mobile application* yang bertujuan sebagai media komunikasi antara individu dan individu dan atau individu dengan pemerintah terkait masalah sosial sampah yang belakangan ini menjadi sorotan diberbagai daerah perkotaan.

Secara data keseluruhan dari responden dapat disimpulkan perlunya media penanggulangan sampah melalui desain *interface mobile application* yang mudah digunakan sesuai kebutuhan dan menarik pengguna untuk menggunakannya tapi juga menjadi solusi yang efektif sebagai media komunikasi yang menghubungkan antar individu atau antar individu dan pemerintah guna mengatasi masalah sosial sampah yang berupa konsep sistem yang terpadu.

III.1.3 Analisis Materi

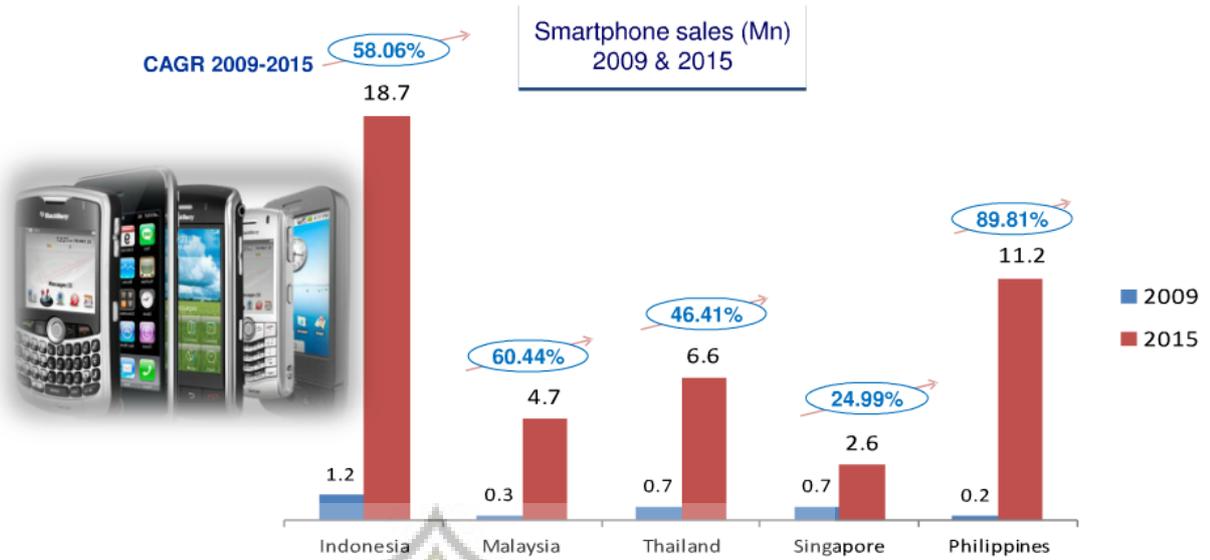
Permasalahan sampah yang terjadi di perkotaan khususnya di daerah perkotaan Semarang merupakan permasalahan yang tidak bisa teratasi hanya dengan kesadaran dan upaya pemerintah semarang yang telah menerapkan program 3R (*Reuse, Reduce* dan *Recycle*) dari tahun 1992 yang tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak ada kesadaran dari khayak umum. Dari analisa yang telah berjalan adapun beberapa faktor yang melatarbelakangi dari terjadinya permasalahan sampah tersebut. Salah satunya adalah faktor komunikasi yang kurang berjalan dengan baik.

Metode penanggulangan banyak kita jumpai seperti halnya prinsip 3R dalam *website* maupun media media elektronik lainnya, namun pada kenyataannya permasalahan sampah yang berada pada wilayah kota Semarang

belum teratasi, perlunya media yang mempermudah untuk penanggulangan sampah dapat dituangkan melalui media yang berbasis aplikasi *smartphone* guna mempermudah komunikasi. Media aplikasi ini akan mengangkat kemudahan penanggulangan sampah sebagai wadah komunikasi dengan penggunanya yang membuat penggunanya akan lebih terbantu dalam mengatasi masalah sosial sampah dan dapat memiliki *reward point* dimana *point* tersebut bisa menjadi salah satu metode untuk menarik *user* menggunakan aplikasi ini.

III.1.4 Analisis Media

Perkembangan teknologi yang berawal dari telephone genggam sebagai alat komunikasi telah jauh di tinggalkan menjadi *smartphone* sebagai alat komunikasi yang multifungsi. Bukan hanya dari nama yang berbeda melainkan dari fitur dan bentuk pun juga jauh berbeda. Pada masa sekarang, masyarakat cenderung menggunakan *smartphone* sebagai revolusi dari telepon genggam menjadi media interaktif dan komunikatif penggunanya. *Smartphone* atau dengan kata lain adalah telepon genggam pintar mengadopsi sistem android, dimana penggunanya dimanjakan oleh berbagai fitur yang memudahkan penggunanya dalam mengekspresikan diri mereka terkhusus anak muda. Multimedia yang terdapat pada *smartphone* pun tak henti hentinya berkembang. Mulai dari kamera, video, *chatting*, youtube, dan fitur lainnya. Penggunaan *smartphone* dari tahun ketahun pun terus bertambah menurut hasil dari riset ASEAN *smartphone sales* peningkatan penjualan *smartphone* di Indonesia merupakan peningkatan tertinggi dari berbagai Negara ASEAN yang ditampilkan dalam gambar berikut,



Indonesia shows the highest growth in the ASEAN Region for both total mobile device & smartphone sales with 7.6% and 58.1% respectively

Source: Frost & Sullivan analysis

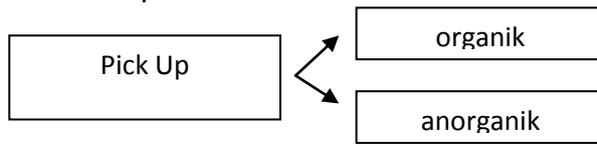
Gambar 3.2 Penggunaan *smartphone* di ASEAN

Menurut data grafik dari Frost & Sullivan analysis diatas menunjukkan adanya kenaikan penjualan yang dratis mencapai 58.06% dari tahun 2009 sampai 2015. Hal tersebut menunjukkan adanya potensi yang baik guna penerapan media aplikasi *smartphone* yang mengkomunikasikan permasalahan dan penanggulangan sampah sosial ini.

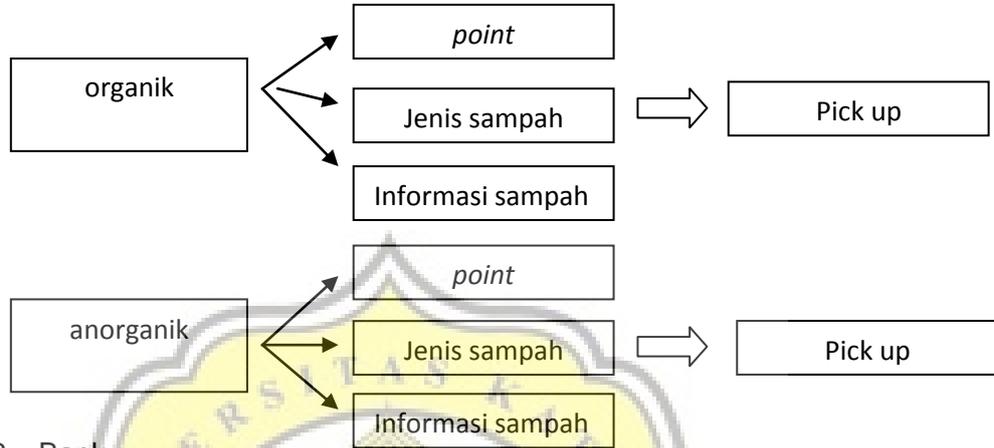
III.1.5 Mekanisme dan konsep *desain interface* aplikasi

Mekanisme aplikasi adalah sebagai media komunikasi dimana aplikasi ini berisikan beberapa konten sebagai berikut :

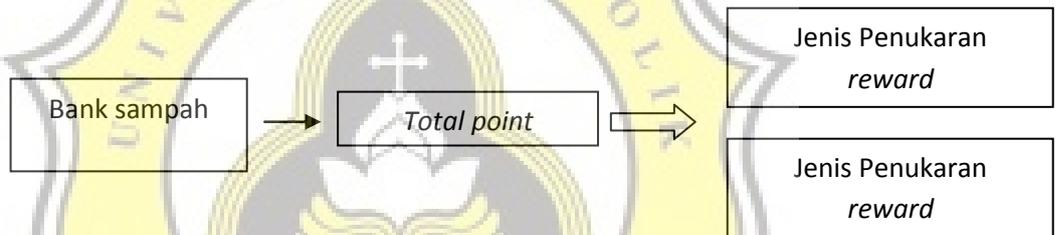
1. *Pick Up*



2. Mekanisme *pick up*



3. Bank



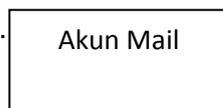
4. Pengaduan titik potensial sampah



5. Kejutan point



6. Akun Mail



1. *Pick up* sampah : adalah konten yang berisikan beberapa konten yaitu sampah organik dan sampah anorganik .
2. Organik dan anorganik adalah Jenis jenis sampah yang berisi konten yang di dalamnya berisi *point*, informasi sampah dan jenis sampah
 - a) *Point* dalam konten ini berisi tentang jumlah *reward* yang di dapatkan apabila kita telah melakukan *pick up* atau melaporkan adanya titik potensi sampah.
 - b) Jenis sampah dalam konten ini berisi tentang informasi jenis jenis sampah yang di *pick up*.
 - c) Informasi sampah dalam konten berisikan informasi detail dari suatu sampah dan proses akhir dari penanggulangan sampah tersebut jadi dalam aplikasi ini bukan hanya mendapatkan materi atau *reward* tapi juga mendapatkan ilmu dan informasi dari pengolahan sampah.
3. Bank sampah adalah metode yang digunakan untuk menghitung jumlah *point* yang di dapatkan yang di dalamnya terdapat metode untuk penukaran *reward* yang telah terkumpul.
4. Pengaduan tumpukan sampah : Dalam konten ini pengguna aplikasi dapat melaporkan adanya titik potensi timbunan sampah yang di organisir melalui foto yang menggunakan sistem GPS untuk pemindai lokasi sampah.dimana di dalam konten ini bukan hanya sebagai pengaduan saja tapi melainkan guna menggugah kepedulian pengguna untuk lebih peduli terhadap lingkungan sekitar dan dapat mendapatkan *point* apabila itu valid.
5. Kejutan poin dimana guna menarik penggunanya untuk terus menggunakan aplikasi ini, dibuatlah kejutan poin yang di dalamnya berisikan promo seperti *double point* apabila di dalam daerah perkotaan sampah sedang mengalami gejala waspada bencana sampah, dengan metode ini dapat menarik pengguna untuk berantusias lebih dalam kepedulian lingkungan dengan mekanisme tertentu
6. *Login* adalah data pengguna yang disinkronkan dengan email dan akun Google, agar bisa tetap bisa berjalan walaupun berganti *device*.

III.1.6. Konsep visual desain *interface*

III.1.6.1. Prinsip desain

Konsep desain pada aplikasi menggunakan prinsip desain proporsi (*proportion*) dimana proporsi pada suatu layout aplikasi dapat dilihat dari keserasian proporsi desain *interface* tersebut.

III.1.6.2. Tipografi

Konsep tipografi pada aplikasi menggunakan asas *readability* sebagai metode keterbacaan dan menggunakan jenis font / huruf sans serif jenis huruf tanpa sirip yang menambah nuansa yang dimunculkan adalah kesan modern

III.1.6.3. Teori warna

A. Konsep warna primer

Pada Konsep desain *interface* aplikasi adalah warna yang erat kaitannya dengan warna alam yaitu hijau dimana aplikasi ini ditujukan untuk penanggulangan sampah dan merupakan upaya dari pemeliharaan lingkungan.

B. Konsep warna sekunder

Dimana pada aplikasi bukan hanya menanggulangi permasalahan yang terjadi pada lingkungan melainkan juga sebagai harapan untuk media komunikasi yang memberikan *feedback* yaitu dengan penambahan warna kuning yang juga merupakan simbol optimis dan kaya.

C. Konsep layout

Konsep *layout* pada desain *interface* ini mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat dan mendukung konsep desain *interface* dari aplikasi penanggulangan sampah agar sesuai dengan pesan yang ingin ditampilkan.

III.2. Sasaran khalayak (*target audience*)

Untuk mendapatkan hasil yang efektif sesuai, target sasaran akan di spesifikasikan sebagai berikut:

III.2.1 Geografis

Target wilayah secara geografis dibatasi menjadi wilayah Indonesia di daerah perkotaan dan dipersempit ke Ibukota Jawa Tengah atau Semarang sebagai langkah awal dan apabila membawa respon yang positif besar kemungkinan akan menyebar kewilayah wilayah perkotaan lainya di Indonesia.

III.2.2 Demografis

III.2.2.1 Usia

III.2.2.1.1 Primer

Target usia primer adalah dewasa pada umur 21 – 30 tahun dimana pada usia tersebut kedewasaan pola pikir dan kepekaan terhadap teknologi tengah menjadi prioritas dalam bersosialisasi.

III.2.2.1.2 Sekunder

Masyarakat umum dari umur 31 – 45 tahun yang dimana masyarakat dapat menggunakan aplikasi ini sebagai langkah awal pedulinya terhadap lingkungan akan permasalahan sosial sampah dengan kemudahan penggunaannya

III.2.2.2 SES

Khalayak sasaran yang dituju adalah masyarakat dengan SES AB – BC dimana masyarakat dengan SES AB – BC akan dapat lebih mudah dalam menggunakan dan memiliki media *smartphone* sebagai media komunikasi dalam perangkat *mobile application* ini.

III.2.2.3 Pekerjaan / profesi

Mahasiswa dan karyawan yang dianggap sebagai PU (*potential user*) melalui data kuisioner dimana mahasiswa dan karyawan dapat menjadi *leader* dan membangun tanggung jawab bersama akan penanggulangan sampah melalui media aplikasi berbasis *smartphone* ini .

III.2.3 Psikografis

Mahasiswa dan karyawan yang mempunyai ketertarikan dalam informasi dan teknologi yang dekat dengan media media publik serta mempunyai antusias terhadap lingkungan dan perkembangan dunia lainya dengan harapan bisa menjadi *leader* untuk penaggulangan masalah sosial sampah.

III.3 Strategi Komunikasi

III.3.1 *Creative Brief*

III.3.1.1. *Objective*

Untuk menanggulangi permasalahan sosial sampah secara efektif melalui media komunikasi yang terjalin antara individu dan individu lainya atau antara individu dan pemerintah berbasis *mobile application* yang dirancang berdasarkan konsep sistem yang menarik dan *user experience* yang memudahkan pengguna dalam penggunaanya serta menjawab kebutuhan masyarakat.

III.3.1.2. *Issue*

Kurang baiknya penanggulangan permasalahan sosial sampah diakibatkan oleh beberapa hal dimana komunikasi yang kurang terjalin dan media pendukung dalam penanggulangan sampah melalui komunikasi yang melatarbelakangi timbulnya permasalahan tersebut yang berimbas pada kurang maksimalnya upaya-upaya yang dibangun pemerintah dan menurunnya tingkat kepuasan terhadap pelayanan publik.

III.3.1.3. *Insight*

- A. Permasalahan sosial sampah belum dapat teratasi bila hanya mengandalkan upaya upaya dari pemerintah saja
- B. Masyarakat umum telah sadar dan melek teknologi
- C. Media *smartphone* berbasis komunikasi telah merambah kesemua kalangan
- D. Media komunikasi berbasis *smartphone* yang mempunyai fitur aplikasi dapat menjadi media penghubung antar individu atau golongan
- E. Mahasiswa atau karyawan berumur 21-30 menjadi PU (potential user) sebagai *leader* perubahan dalam penanggulangan sampah.

III.3.1.4. Opportunity

Perkembangan teknologi di era digital membuat penyebaran informasi semakin mudah dan dapat dirasakan oleh semua kalangan serta menjadi suatu peluang untuk menghadirkan inovasi dan solusi penanggulangan sampah melalui metode komunikasi berbasis *mobile application* pada *smartphone* yang dapat menghubungkan antar individunya.

III.3.1.5. Challenge

Menarik mahasiswa dan karyawan menjadi *leader* untuk mengubah *mindset* dari masyarakat untuk tergerak dan sadar akan permasalahan sosial sampah melalui *mobile application* sebagai media komunikasi dan tidak hanya bergantung pada upaya-upaya pemerintah untuk menanggulangnya melainkan sebagai permasalahan bersama .

III.3.2 Strategi Media

Untuk dapat menyampaikan pesan secara efektif dan tepat sasaran terhadap *target audience* yang dituju, maka di pilihlah media yang sesuai, antara lain:

1. Media Utama

Media aplikasi penanggulangan sampah berbasis *mobile applicationsmartphone*, media ini dirasa sangat potensial untuk mengikuti perkembangan zaman dimana di era teknologi *smartphone* merupakan suatu hal yang tak dapat dipungkiri di

wilayah perkotaan dan sebagaimana pelajar dan karyawan sangat dekat dengan aplikasi penunjang mobilitas secara efektif dan efisien dalam penggunaannya

2. Media periklanan

Media pendukung atau media periklanan digunakan untuk media promosi dan media penunjang media utama

1. Teaser pada media video “*youtube*”
2. Iklan pada sosial media
3. Iklan pada aplikasi berbasis android
4. Iklan pada web dan blog

III.3.3 Pendekatan AISAS

Pendekatan AISAS digunakan sebagai media penunjang promosi

F. *Attention*

Penayangan video teaser pada media sosial berbasis video pada “*youtube*” dan dengan dibantunya dengan iklan pada media sosial pendukung seperti aplikasi dan media sosial lainnya serta penulisan dan iklan web

G. *Interest*

Audience mulai tertarik pada promosi dan didukung oleh adanya *prototype* atau demo serta adanya iklan digital.

H. *Search*

Audience mulai mencari tahu melalui media online tentang aplikasi dan mulai membaca review pada “*Playstore*”.

I. *Action*

Audience telah mengunduh dan menggunakan media aplikasi.

J. *Share*

Target audience telah menggunakan media aplikasi dan mulai merasakan *feedback* dan *review* aplikasi tentang apa yang dirasakan dan mulai membagikan melalui media sosial atau pun orang

III.3.4 Rancangan Anggaran Biaya

Dalam pembuatan *mobile application* ini, adapun rancangan anggaran biaya sebagai berikut,

NO	Keterangan	Waktu (Time Schedule)	Jumlah	Harga
1	Biaya Pembuatan Aplikasi (dua Developer)	8-10 minggu	1	80.000.000
2	Akun Google Play		1	340.000/\$25
3	Akun ITunes		1	1.300.000
4	Iklan You Tube (audience)	3 bulan		23.400.000
5	Iklan Sosial Media (audience)	3 bulan	1	1.300.000
6	Iklan Web/blog (Audience)	3 bulan	1	1.500.000
7	Biaya Pembuatan Website	3 minggu	1	10.000.000
7	$K = Rk \times Wk$ $400.000 \times$ $72 \text{jam} = 28.000.000$ $HT = (Rh \times W) + K$ $(50.000 \times$ $300 \text{jam}) + 28.000.000$		$15.000.000 +$ $28.000.000$	43.000.000
Jumlah Total				160.840.000