BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

III.1. Analisis

III.1.1 Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan dr. Devy Puspitarani, penyakit diabetes dapat menyebabkan komplikasi dalam tubuh. Komplikasi ini dibagi menjadi jangka pendek dan jangka panjang. Komplikasi jangka pendek terdiri dari hiperglikemia / gula darah tinggi, hipoglikemia / gula darah terlalu rendah, dan ketoacidosis. Sedangkan komplikasi jangka panjang meliputi kerusakan mata, masalah pada kulit dan kaki, masalah jantung, dan neuropathy. Selain itu, penderita juga dapat terkena penyakit infeksi kulit, infeksi saluran kemih, gagal ginjal, dan disfungsi ereksi. Sedangkan untuk hal makanan atau minuman yang harus dikonsumsi guna mengatur kadar gula dalam tubuh, dr. Yanti Muliawati berkata bahwa sebenarnya mengkonsumsi gula bagi penderita diabetes itu perlu karena jika penderita diabetes menghindari gula dapat menyebabkan gula darah menjadi terlalu rendah. Lalu gula di sini lebih dianjurkan untuk memakai gula yang memang dikhususkan bagi penderita diabetes. Sedangkan, untuk pengganti nasi dapat memakai beras merah. Buah pun tidak boleh sembarang dikonsumsi, terutama buah pisang hanya diperbolehkan pisang keprok. Jika ingin memakan buauh yang lain, ada aturannya seperti satu hari hanya diperbolehkan mengkonsumsi beberapa potong saja.

III.1.2 Studi Literatur

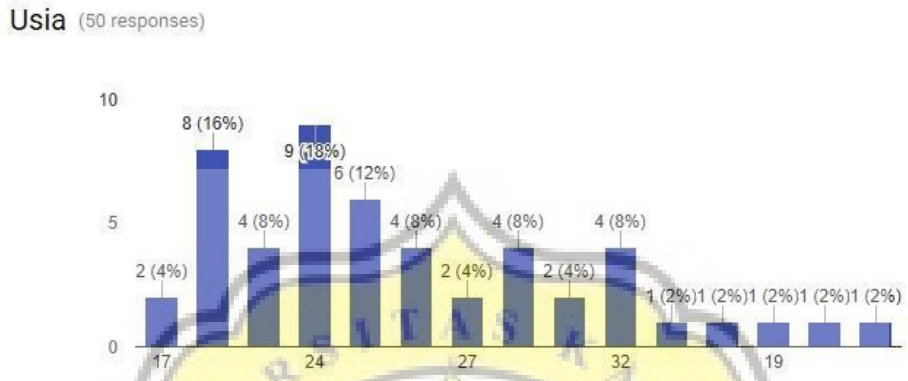
Berdasarkan dari hasil studi literatur:

Diabetes tipe 2 adalah jenis diabetes dengan penderita lebih banyak yaitu sekitar 90-95%, yang dipicu oleh gaya hidup dan pola makan yang tidak sehat. Diabetes memang tidak dapat disembuhkan tetapi bisa dikendalikan dengan menjaga kadar gula dalam darah. Upaya yang dapat dilakukan baik bagi penderita atau bukan penderita (yang sehat) adalah menghindari makanan berlemak dan berkalori tinggi, makanan yang diawetkan atau goreng-gorengan, beroloahraga secara teratur, minum banyak air putih, hindari merokok.

III.1.3 Kuesioner

Hasil kuesioner yang disebar kepada 50 orang sudah menentukan pilihan mereka mengenai model buku *pop-up* apa yang membuat mereka suka atau tertarik. Kuesioner ini dibagikan kepada pria dan wanita yang berusia 15-35 tahun yang sebagian besar berdomisili di Semarang.

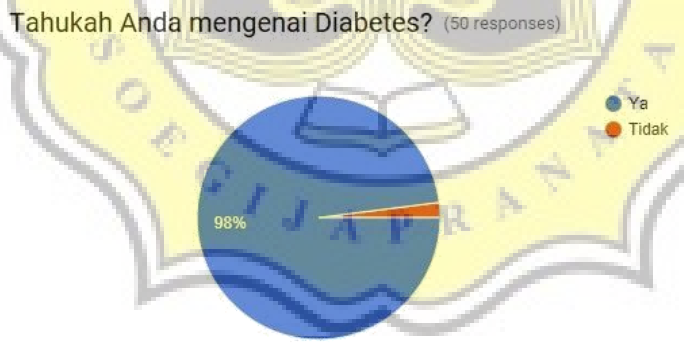
III.1.3.1 Analisa Hasil Kuesioner



Grafik 3.1 Grafik Usia

(sumber: dok.pribadi)

Di kuesioner ini, dibagi menjadi dua target audiens dengan target primer yaitu usia 25-35 tahun dan target sekunder yaitu 15-24 tahun. Untuk usia 15-24 tahun terdapat 24 orang, sedangkan untuk usia 25-35 tahun terdapat 26 orang.



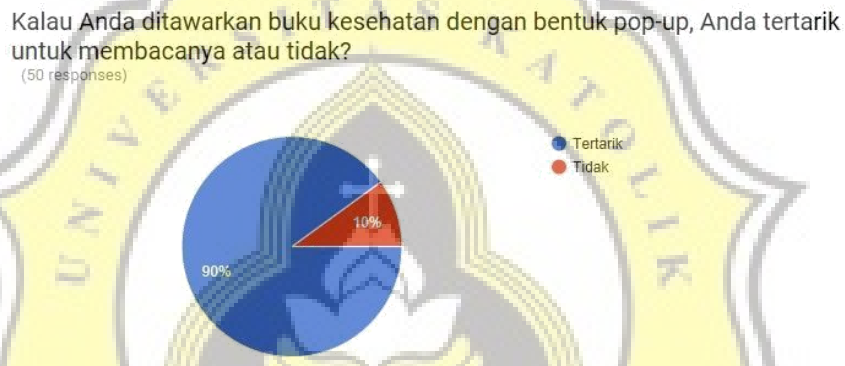
Grafik 3.2 Grafik Diabetes

(sumber: dok.pribadi)

Di antara 50 orang tersebut, 24 orang dengan usia 15-24 tahun dan 25 orang dengan usia 25-35 tahun tahu mengenai diabetes. Sedangkan seorang dengan usia 25 tahun tidak mengetahui apa itu diabetes.

Grafik 3.3 Grafik Informasi Kesehatan

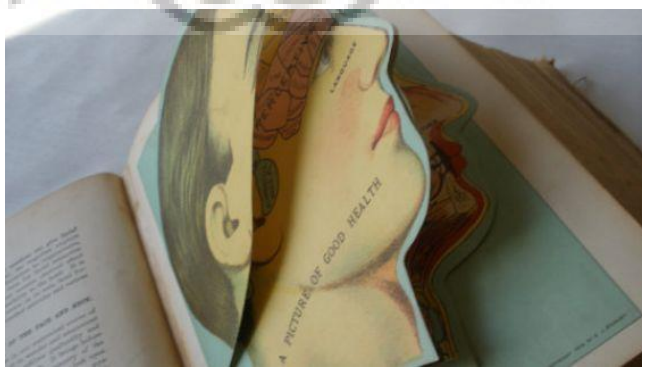
Mereka yang lebih mencari informasi tentang kesehatan melalui buku berjumlah 4 orang dengan usia 26 dan 32 tahun. Sedangkan sisanya, 44 orang, mencari informasi tentang kesehatan melalui artikel dalam *web*.



Grafik 3.4 Grafik Tertarik Tidak Buku Kesehatan dengan Pop-up

Tetapi enam di antaranya tidak tertarik untuk membaca buku kesehatan dengan bentuk *pop-up*, mereka adalah yang mencari informasi melalui artikel dalam *web*.

Dari empat gambar di bawah, 50 peserta kuesioner memilih:



Gambar 3.1 Pilihan Pertama

Gambar 3.2 Pilihan Kedua

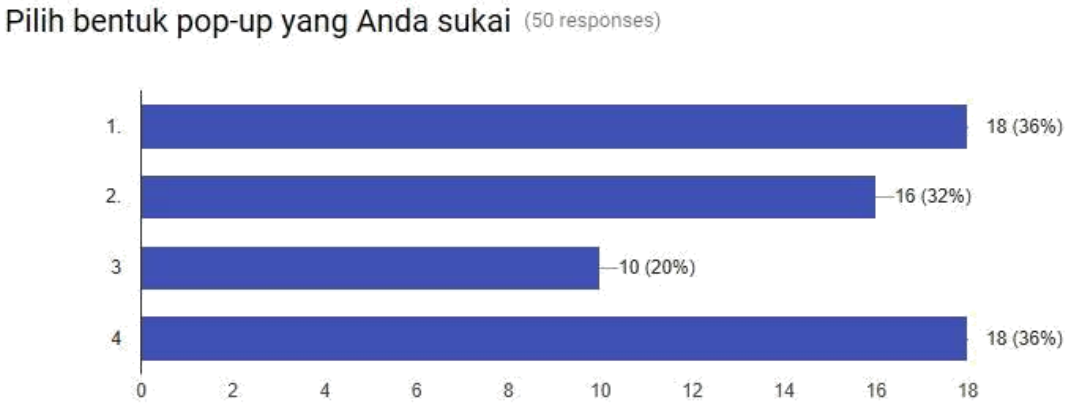
(sumber: dokumen pribadi)

Gambar 3.3 Pilihan Ketiga

(sumber: dokumen pribadi)

Gambar 3.4 Pilihan Keempat

(sumber: dokumen pribadi)



Grafik 3.5 Grafik Bentuk Pop-up yang Disukai

(sumber: dokumen pribadi)

Dalam memilih bentuk *pop-up* yang disukai ini, target audiens dapat memilih lebih dari satu. Sehingga hasil dari kumpulan kuesioner, terlihat ada beberapa dari mereka yang memilih dua bahkan keempatnya. Target audiens yang sebelumnya tidak tertarik untuk membaca buku *pop-up* mengenai kesehatan tersebut, memilih pilihan pertama (2 orang) , kedua (3 orang), dan keempat (2 orang). Sedangkan dari hasil akhir didapatkan pilihan pertama dan keempat memiliki jumlah yang sama, sehingga kedua pilihan tersebut yang akan dipakai dalam perancangan buku *pop-up* ini.

Grafik 3.6 Grafik Pop-up Berwarna atau Hitam Putih

(sumber: dokumen pribadi)

Untuk pertanyaan terakhir, mereka semua memilih buku *pop-up* yang berwarna. Bukan tanpa alasan penulis mengajukan pertanyaan ini, pilihan hitam putih di sini yang penulis maksud adalah gambar yang menyerupai buku "Medical Pop-Up Book From the 17th Century". Melihat hasil akhir kuesioner, jadi buku ini akan menggunakan isi buku yang berwarna.

Gambar 3.5 Medical Pop-Up Book From the 17th Century
(sumber: http://www.smithsonianmag.com)

III.1.4 SWOT

- Strength

  Buku ini dapat menampilkan detail yang lebih jelas melalui gaya pop-up yang juga bisa dijadikan sebagai pedoman bantuan guru dalam mengajar maupun sebagai buku pinjaman untuk siswa- siswi di sekolah. Selain itu, teknik 3 dimensi yang dihasilkan dari pop- up dapat lebih menarik perhatian.

- Weakness

  Buku pop- up biasanya dijual dengan harga yang relatif mahal dan pembuatannya rumit.

- Opportunity

  Buku ini memiliki kesempatan yang baik untuk menarik perhatian target audiens karena buku kesehatan dengan gaya pop- up jarang terlihat di pasaran. Apalagi buku ini ditujukan terutama bagi mereka berusia sekitar 25-35 tahun, usia yang tergolong dewasa.

- Threat

  Karena harganya yang relatif mahal, tidak semua orang tertarik untuk membelinya, bahkan memilih buku lain dengan harga yang lebih murah. Dan walau tahu tentang buku pop-up, belum tentu mereka menyukai buku pop-up.

III.2 Sasaran Khalayak

III.2.1 Geografis

Target audiens yang bertempat tinggal di Indonesia. Tetapi untuk penyebarannya dimulai dari Jawa Tengah, terutama di kota Semarang.

III.2.2 Demografis

Target primer, pria dan wanita dengan usia 25-35 tahun, SES A-B dan target sekunder, pria dan wanita dengan usia 15-24 tahun, SES A-B.

III.2.3 Behavior dan Psikologi

- Pria dan wanita dengan usia 25 sampai 35 tahun yang memiliki kebiasaan nongkrong ke cafe-cafe maupun mall. Dengan profesi sebagai karyawan dan wirausaha.
- Pelajar dan mahasiswa yang berusia 15 sampai 24 tahun.
- Tertarik dengan hal baru atau sesuatu yang unik dan anti mainstream.
- Memiliki hobi membaca buku

III.3. Strategi Komunikasi

Buku yang dipublikasikan adalah buku kesehatan yang berisi kumpulan tulisan dan pop-up yang terdiri dari:

- Pada halaman 1 akan berisi tentang pengertian diabetes dan macam-macam diabetes.
- Pada halaman 2 dan 3 akan berisi mengenai gejala dan tanda-tanda diabetes, gejala awal.
- Pada halaman 4 dan 5 akan berisi mengenai gejala kronis, dampak dan komplikasi pada penderita diabetes.

- Pada halaman 6, 7, 8, dan 9 adalah halaman bonus karena berisi resep makanan dan minuman yang baik bagi penderita diabetes.
- Pada halaman 10 adalah halaman bonus karena berisi mengenai tips olahraga yang baik dan benar bagi penderita diabetes.

III.3.1 Strategi Penyampain Pesan dan Media Promosi

Untuk mempromosikan buku "*The Room of Diabetes"*, dengan maksud agar target audiens membeli buku ini, strategi yang digunakan adalah:

III.3.1.1 Tahap *Attention, Interest,* dan *Desire*

Pada tahap ini, untuk menarik minat target audiens dilakukan dengan memasang poster dan cuplikan *teaser* ke sosial media.

III.3.1.2 Tahap Action

Pada tahap ini, target audiens dapat melakukan pembelian buku *pop up* melalui informasi kontak (atau tempat pembelian) yang dapat dihubungi yang tersedia di poster tersebut. Dan pembelian dapat dilakukan hanya di toko-toko buku dengan jumlah kuota buku yang dijual terbatas. Terdapat pilihan lain untuk mendapatkan buku ini yaitu dengan men*download pdf* berupa buku tanpa tampilan *pop up* di *web* yang disediakan.

III.3.2 Rancangan Anggaran

Buku *Pop-Up* (per buku)

- Cover	:	
Hardcover	:	Rp 15.000,00
Ivory A3 1pc	:	Rp 3.850,00
Watercolor paper	:	Rp 3.000,00
- Isi Buku	:	
Ivory A3 20pcs	:	Rp 77.000,00
Laminasi Doff 20pcs	:	Rp 40.000,00
Watercolor Paper A4	:	Rp 72.000,00
Total	**:**	**Rp 210.850,00**
- Media Promosi		
Kuota Internet	:	Rp 60.000,00
Total Akhir	**:**	**Rp 270.850,00**