

## BAB III

### STRATEGI KOMUNIKASI

#### 3.1 ANALISIS

1. DATA OBJEKTIF : : Data objektif didapat melalui metode wawancara kepada target primer yaitu psikolog klinis Kota Semarang. Selain melakukan wawancara secara langsung kepada target primer, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap objek penelitian yaitu remaja yang berada di pinggiran kota Semarang dengan mengamati tingkah laku interaksi sosial antara satu orang dengan lainnya.

##### A. Analisa Wawancara Psikologi Klinis

Psikologi klinis mengatakan bahwa orang yang tidak tersenyum berarti menyimpan sesuatu dan tidak ekspresif, dari segala apa yang dihadapinya tidak dikatakan ke orang lain ( cerita / curhat ) lama-lama menjadi seseorang yang tidak ekspresif karena memiliki konflik kepada dirinya maka mengarah ke depresi, tekanan yang terus berlanjut akan memiliki sebuah sakit di internalnya hingga tidak bisa mengalami kesadaran kepada dirinya. masalah yang terus di pendam di bawah alam sadarnya menumpuk - menumpuk maka akan menjadi seseorang yang pelamun dan memikirkan segala hal.

di psikologi memiliki terapi namanya adalah terapi tawa dimana terapi tersebut hanya sesaat, hanya menyelesaikan di permukaan tetapi tidak menyelesaikan di dalamnya .

dengan sosial ekonomi yang rendah karena tuntutan kebutuhan pada hidupnya.

terjadi di remaja karena diremaja harus menyesuaikan diri dengan lingkungan, tahap perkembangannya harus dengan lingkungan untuk mencapai usia produktif ketika itu tidak tercapai maka itu akan berkelanjutan sampai dewasa. dan pada usia dewasa remaja ini di tuntutan untuk lebih dewasa tetapi masih memiliki luka saat remaja, pada titik memulai usia dewasa ini lah yang paling banyak terjadi depresi yang dapat mengarah ke skizofrenia. ( Esthi Rahayu, S.Psi., M.Si )



gambar 3.1 wawancara ibu Esti Rahayu  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )

#### B. Analisa Wawancara Mahasiswi Psikologi

bahwa Remaja saat sudah mengalami sebuah stress akan menjadi seorang pribadi yang tidak ekspresif, semakin terasingkan dan menjadi bertambah parah. tidak bisa mengontrol emosinya hingga di bayang-bayangin membuat sesuatu dalam otaknya sendiri dan pikirannya hingga sesuatu yang menekan kepada dirinya. remaja yang terasingkan ini akan memiliki tingkat depresi yang lebih besar. ketika remaja tidak mau mengatakannya dan mencoba menghadapinya sendiri akan merasakan tekanan dalam dirinya dan merefles keadaanya bahwa sesuatu yang terjadi itu tidak kenapa-kenapa tetapi jika terus bertumpuk-tumpuk maka akan muncul ke dirinya sendiri seperti tanda-tanda gangguan tidak mau percaya kepada orang, mulai memikirkan bahwa dirinya sudah tidak berguna maka itu sudah memasuki fase depresi.

orang yang memiliki tingkat ekonomi yang rendah sangat besar terjadinya skizofrenia dimana tingkat ekonomi yang rendah tentu memiliki pendidikan yang renda, ketika pendidikan yang rendah pendidikan tidak hanya mempelajari sebuah pendidikannya saja tetapi adanya pembelajaran tentang interaksi sosial di dalamnya, seperti keterampilan sosial dan pemecahan masalah, dan pendidikan

yang rendah besar di lingkungan tidak tau lingkungannya yang akan membentuk pribadi seseorang seperti apa. ( laksmi wijaya )



gambar 3.2 wawancara mahasiswa laksmi wijaya  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )

#### C. Analisa Wawancara Dari Ilmu Komunikasi Sosial

di katakan bahwa manusia membutuhkan interaksi untuk membangun kualitas kehidupan. pada awal sebuah komunikasi diawali dengan komunikasi non verbal seperti tersenyum, berjabat tangan maka muncullah dan mulai yang dinamakan interaksi sosial, maka tersenyum adalah awal bentuk sebuah komunikasi. interaksi sosial pada remaja sangat bergantung kepada orang lain termasuk adalah temannya yang paling banyak di temui pada lingkungannya di situlah proses pengenalan diri pada identitasnya dan kebutuhan sebagai makhluk sosial. pada remaja akhir sangat bergantung kepada eksistensi ( menghandirkan diri / menunjukkan diri tentang kehadiran dirinya ) ketika eksistensi diri tidak tercapai oleh remaja akhir maka akan mendapatkan tekanan pada dirinya karena merasa eksistensinya tidak diterima hingga internalnya akan memiliki sebuah luka terhadap dirinya. media baru atau yang berbeda bisa menjembatani adanya kembali interaksi sosial, karena media saat ini tidak dapat di pisahkan terhadap

remaja dikarenakan dekat dengan remaja. ( Vincentia Ananda A.P., S.I.Kom., M.I. Kom )



gambar 3.3 wawancara ibu Vincentia  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )

#### D. Analisa FGD

FDG dilakukan terhadap 6 responden, responden yang pertama adalah remaja yang susah dalam berinteraksi pada lingkungan hidupnya, responden yang kedua adalah remaja yang dapat dengan mudah bergaul pada lingkungan hidupnya. hasil yang di dapatkan bahwa remaja yang beinteraksi pada lingkungan hidupnya cenderung memiliki sikap ingin bergaul, tidak selalu memilikkan media sosial yang dimiliki, menjadikan media sosial adalah bentuk mencari sebuah informasi, ingin terus bertemu dengan orang baru, dan aktif dalam kegiatan. tetapi dari hasil remaja yang sulit dalam berinteraksi bahwa mereka menjadikan media sosial adalah kebutuhannya yang sangat penting, updatean setiap hari dilakukan untuk menunjukan sebuah esistensi dalam dunia maya, cenderung selalu ingin mengecek apa yang sudah di upload untuk mendapatkan feedback yang di dapatkan, sulit untuk bertemu dengan orang baru dikarenakan merasa sudah memiliki segalanya pada dunia barunya / dunia maya.



gambar 3.4 wawancara responden  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )

#### E. Analisa Video Log

dari video log yang dilakukan pada beberapa responden bahwa saat sedang tidak melakukan aktifitas, mereka akan mengambil handphone dan mengecek media sosial untuk melihat update teman seperti status, foto dll, mengobrol dengan teman di media sosial dan mengupdate status, foto dll. hingga tidak adanya interaksi pada lingkungan disekitarnya baik pada teman di sekitarnya atau pun orang lain di sekitarnya. pada bus dan traffic light di lakukannya analisa untuk pemasangan media, pada bus dan traffic light melakukan analisa pada screen led, screen led yang berada pada bus dan traffic light berbeda pada bus menggunakan LED DOT Matrix untuk jarak pandang 5-25 meter sedangkan pada traffic light menggunakan LED DIP untuk jarak pandang 10-75 meter



gambar 3.5 dot DIP dan dot Matrix  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )

#### F. Analisa Studi Literatur

Dari hasil studi literatur dari internet, buku, jurnal dan berbagai artikel mengenai budaya tersenyum pada remaja usia 17-22 bahwa banyak hal yang dapat membantu perkembangan masa remaja, seperti terapi dalam pengenalan materi edukasinya. Banyak cara agar dapat membantu dalam fungsi membuat remaja membangkitkan interaksi sosial kembali, sehingga semakin lama/ sering diberikan remaja semakin memudahkan tersenyum dalam interaksi sosial untuk menerima materi edukasi. Karena pada usia remaja 17-22 tahun adalah usia yang merupakan masa seorang remaja pada masa akhir dan memulai masa pada dewasanya dan pada masa ini remaja membutuhkan lingkungan hidupnya untuk berkembang. maka dibutuhkannya visual untuk membuat remaja tertarik dan menyenangkan sehingga edukasi tersenyum dalam interaksi sosial terhadap remaja niat untuk interaksi sosial pada remaja akan terus berkembang.

#### G. Analisa SWOT

Strenght	<p>Dalam pengembangan desain mencakup beberapa jenis materi sehingga membuat remaja tidak bosan dan mampu meningkatkan edukasi pada remaja terhadap tersenyum dalam interaksi sosial usia 17 – 22 tahun.</p> <p>Karena dari media interaktif aplikasi mobile sehingga mudah digunakan oleh remaja untuk edukasi yang tidak hanya berjalan di satu tempat saja namun tetap dapat dilakukan di mana saja.</p>
weakness	<p>persepsi remaja lainnya, jika remaja yang tidak terbuka berbeda dengan remaja pada umumnya ( tidak bersahabat ) yang dapat menyebabkan mental remaja akan semakin berkurang dan semangat dalam interaksi sosial akan menurun.</p>

	Peran remaja yang masih pasif dalam budaya tersenyum hingga berkurangnya interaksi sosialnya.
oppurtunity	<p>Untuk membangun dan meningkatkan niat dan minat remaja dalam edukasi untuk terciptanya tersenyum dan interaksi sosial, dengan desain yang menarik perhatian remaja dan tidak membosankan yang beredukasi untuk melatih kesadaran pada remaja terhadap pentingnya tersenyum dalam berinterkasi dan membantu remaja untuk tersenyum dalam interkasi sosial dengan hal yang ada di sekitarnya.</p> <p>Penggunaan media interaktif untuk menyampaikan pesan edukasi yang akan digunakan memasukan terapi gelombang otak flexibility untuk remaja dapat lebih bersemangat dan mampu membangkitkan tersenyum dalam interkasi sosial di lingkungannya sekitarnya.</p> <p>Kampanye yang dilakukan untuk membangun kesadaran remaja untuk tidak menyepelekan edukasi budaya tersenyum dalam interaksi sosial karena itu penting terhadap perkembangan masa remajanya.</p>
threat	remaja masih belum menyadari pentingnya komunikasi dan media yan dapat membantu remaja khususnya pada perkembangan masa remaja pada usia 17- 22 tahun mengenai edukasi budaya tersenyum dalam interaksi sosial.

## 2. Creative Brief

Perancangan yang merupakan media interaktif untuk membantu edukasi tersenyum dalam budaya tersenyum dalam interkasi sosial untuk remaja usia 17 – 22 tahun dalam perkembangan masa remajanya sehingga interaksi sosial yang terbentuk dengan baik. Perancangan ini membutuhkan kampanye untuk meningkatkan kesadaran orang – orang yang ada di sekitar remaja ini sehingga

mendapatkan treatment yang pantas untuk seusianya dan kebutuhannya.

### **ISSUE Permasalahan yang dihadapi**

- kurangnya interaksi sosial remaja terhadap lingkungan hidupnya dimana remaja mulai meninggalkan lingkungan hidupnya dan bergeser lebih pada lingkungan barunya seperti media sosial.
- remaja dengan umur 17-22 tahun yang meninggalkan budaya dari tersenyum hingga menjadi pribadi yang individualisme.
- memiliki labilitas emosional hingga konflik yang terus berdatangan membuat remaja memiliki dampak internal dan eksternal yang tidak baik.
- dibutuhkan suatu media untuk membantu remaja untuk edukasi budaya dari tersenyum sebagai edukasi dini yang sangat penting sebagai pembentuk pola pikir dan kebiasaan khususnya untuk remaja.

### **INSIGHT Hasil dari pencarian issue (planning untuk menghadapi permasalahan)**

- perancangan akan lebih dalam terhadap edukasi remaja terhadap pentingnya lingkungan hidupnya, agar terciptanya budaya tersenyum dalam interaksi sosial. perancangan edukasi tentang budaya tersenyum dalam interaksi sosial menggunakan media yang menarik.
- media yang dekat dengan remaja hingga media tersebut tidak menjadikan remaja yang individualisme dan mau mencoba membuka diri terhadap lingkungan sekitarnya.
- media yang fun untuk remaja memahami sebuah informasi dan edukasi yang dilakukan secara formal tetapi menggunakan media yang fun untuk dilakukan pada remaja.
- media yang positif untuk memberikan sebuah tindakan yang care terhadap remaja, hingga remaja akan merasakan bahwa dirinya di perhatikan dan masih ada yang peduli dengan hidupnya.

## **OPPORTUNITY Tujuan dari membahas issue**

Perancangan media ini bertujuan untuk membawa remaja menjadi makhluk sosial, untuk perkembangan masa remajanya dengan baik hingga terciptanya interaksi sosial antara remaja dengan remaja yang lain. menghindari dampak negatif internal dan eksternal pada diri remaja, hingga terhidarnya depresi ringan dan depresi berat, terbangunnya kepercayaan pada diri sendiri, sehingga mampu berdampak positif pada keseharian dan interaksi sosialnya. Kampanye ini memaparkan bahwa pentingnya budaya tersenyum dalam interaksi sosial yang ada di sekitar remaja adalah hal yang sangat penting khususnya dalam proses masa remaja menuju masa dewasa, khususnya pada media interaktif ini memiliki pendekatan kepada remaja, disajikan dengan fun, memiliki unsur yang positif hingga memiliki tampilan yang modern.

## **CHALLENGE Tantangan yang harus dikampanyekan untuk menjawab perubahan transformasi**

dalam mencapai keberhasilan pada media interaktif tentu membutuhkan pengenalan dan penyesuaian kepada remaja dengan menjadikan media sebagai bentuk interaksi sosial yang sesuai dengan data observasi video log untuk mendukung proses edukasi budaya tersenyum dalam interaksi sosial melalui media interaktif.

bagaimana cara remaja untuk mau kembali memunculkan budaya tersenyum dalam interaksi sosial?

membuat sebuah kampanye sosial dalam memberikan edukasi dan informasi terhadap remaja bahwa tersenyum memiliki dampak pada internal dan eksternal secara terus menerus.

Apa kah target sasaran menerima pesan yang dimaksudkan dengan apa yang nanti akan dibuat?

pembuatan media intreraktif yang sesuai dengan kebutuhan pada remaja untuk memberikan sebuah edukasi dan informasi terhadap budaya tersenyum.

Kapan waktu yang tepat untuk target sasaran menerima pesan?  
pada saat weekend

Dimana lokasi tempat yang tepat untuk target sasaran menerima pesan?  
penempatan pada lokasi akan dengan lokasi dengan kelas sosial B-C, rencana pada lokasi akan di lakukan pada kota lama

siapa target sasaran yang akan dituju?  
remaja akhir dengan umur 17-22 dengan SES B-C

### 3. Khalayak sasaran

#### A. Demografis

- Remaja 17 -22 yang ada dikalangan ses B – C, karena pada SES ini adalah remaja yang tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, tuntutan sosial yang tidak dapat terpenuhi, dan ketidak berdayaan pada remaja terhadap lingkungan hidupnya.
- Sekolah dan lingkungan hidupnya memang telah memberikan pengajaran yang cukup pada remaja tapi bagaimana bila media yang dapat membantu remaja sehingga mempermudah pembelajaran pada remaja ini dalam edukasinya.

#### B. Psikologis atau Behavioral

- Remaja yang peduli terhadap lingkungan hidupnya
- Remaja yang mau berubah terhadap lingkungan hidupnya
- Remaja yang mau berinteraksi dengan lingkungan hidupnya
- Remaja yang memiliki ketergangguan dalam tersenyum dalam interkasi sosial

### 4. Strategi Komunikasi

#### A. Strategi Penyampaian Pesan Sosial

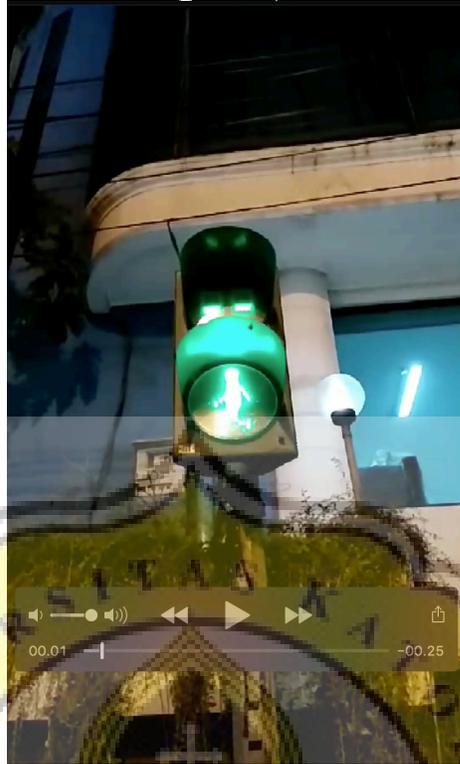
Inti strategi penyampaian pesan sosial dipaparkan sebagai berikut:

- Memberikan pemahaman kepada para remaja khususnya kepada remaja akhir bahwa mengenai masa remaja pada usia 17 – 22 tahun adalah masa yang sangat penting bagi perkembangan remaja baik pada eksternal lingkungan hidupnya dan internal pada kesehatan jiwanya.
- memberikan edukasi tersenyum dalam interaksi sosial pada waktu di traffict light, dimana target sasaran remaja 17-22 tahun dengan SES B-C banyak menggunakan kendaraan sepeda motor online, maka di berikan media pada traffic light pada pagi hari untuk memberikan edukasi tersenyum dalam memulai menjalankan aktivitasnya. pemilihan pada traffic light dikarena pada transportasi online tidak dapat diberikan media saat berkendara target akan lebih memperhatikan arah tujuan yang akan dituju. maka di manfaatkannya lampu merah untuk pemutaran animasi dan speaker pada lampu merah untuk memberikan audio pada animasi yang akan di putar.



gambar 3.6 ojek online banyak pada pagi hari

( sumber : dokumen pribadi 2018 )



gambar 3.7 Traffic light Animasi  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )

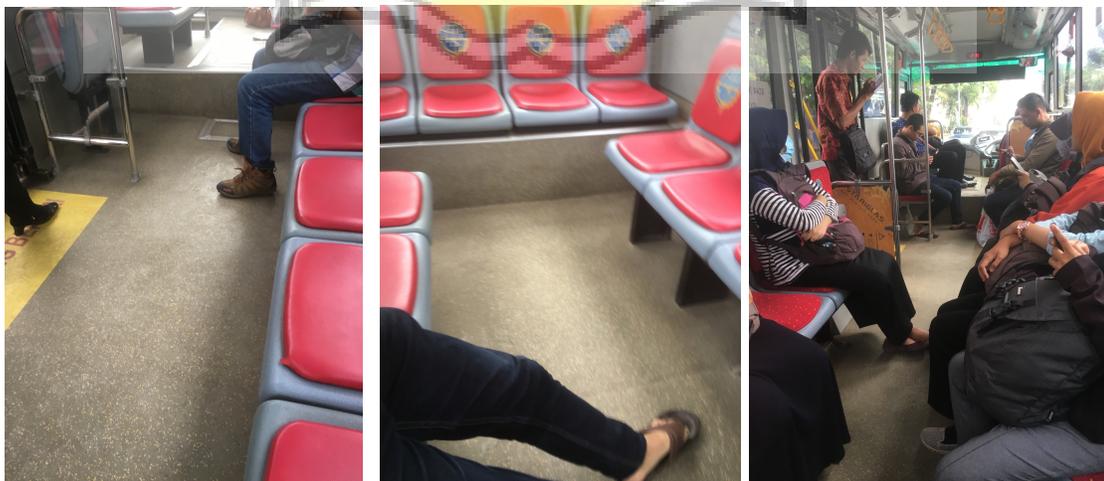
- Dilakukan edukasi tersenyum dalam interkasi sosial kembali, dimana target sasaran pulang kerja atau pulang studinya, maka target lokasi sasaran berikutnya adalah Halte Bis BRT diambilnya lokasi Halte Bis BRT adalah karena target sasaran remaja 17-22 tahun dengan SES B-C menggunakan angkutan umum BRT pada pulang kerja atau pulang studinya. dimasukkannya media pada Halte BRT dan pada Bis BRT, halte BRT menggunakan stiker lantai pada halte dan pada Bis BRT stiker di bawah lantai bis yang akan mengarahkan pada media sosial kampanye, dan pada dalam bis Screen penunjuk jam tanggal dan bis untuk jurusan apa, akan di berikan media animasi pada screen tersebut.



gambar 3.8 susana bis pada sore menjelang malam  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )



gambar 3.9 susana halte pada sore menjelang malam  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )



gambar 3.10 susana dalam bis  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )



gambar 3.11 susana dalam halte bis  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )

- dari pendekatan media yang telah dilakukan di titik – titik lokasi akan mengarahkan media promosi pada instagram yang menjadi kepala terhadap promosi event booth untuk memberikan informasi dan edukasi lebih lanjut terhadap kampanye yang dilakukan dengan fun, dekat dengan target, moden dan positif dan peluncuran game aplikasi mobile tetap lanjut dapat dilakukan target dalam mengedukasi budaya tersenyum dalam terciptanya interaksi sosial.



gambar 3.12 susana Kota Lama pada sore menjelang malam  
( sumber : dokumen pribadi 2018 )

## B. Tema Kampanye

Tema kampanye ini untuk membantu pemahaman dan menyadarkan pentingnya tersenyum dalam interaksi sosial dalam lingkungan hidupnya, agar terjadi makluk sosial yang sesungguhnya dan menjadikan remaja yang memiliki keseimbangan yang baik dalam internal dan eksternalnya.

## C. Judul Kampanye

Kampanye bertujuan untuk remaja dapat melakukan edukasi dalam edukasi budaya tersenyum dalam interaksi sosial, maka judul kampanye memiliki makna agar remaja untuk berinteraksi sosial di lingkungan hidupnya agar terjadi tentang makluk sosial yaitu "Start With Smile". pengambilan judul kampanye berbahasa Inggris dan tagline kampanye berbahasa Indonesia, pada judul kampanye ingin menunjukkan bahwa kampanye yang akan dilakukan bersifat fun dan tidak dilakukan secara informal. tagline yang diberikan dengan bahasa Indonesia memudahkan remaja dalam mengshare kegiatan yang akan dilakukan.

## D. Teori AISAS

- Attention (Perhatian)  
masih banyak remaja 17-22 tahun yang tidak memperhatikan lingkungan hidupnya yang berada di sekitar lingkungannya dan lebih mementingkan lingkungan yang baru yang diciptakannya sendiri hingga mereka lebih tertutup dan kurangnya tersenyum dalam interaksi sosial. Disini kurangnya pemahaman terhadap remaja tentang dampak internal dan eksternal dalam budaya tersenyum yang menjadi masalah yang harus dicegah dan di selesaikan.
- Interest (minat)  
Untuk menimbulkan minat dari anak remaja maka di pilih media yang di tempatkan pada traffict light, halte BRT, Bis BRT dan kota lama yang berisi tentang tujuan menyadarkan remaja tentang edukasi budaya tersenyum dampak dari internal dan eksternal.

- search ( mencari tahu )  
instagram dan promosi official instagram mengenai event eksibisi dan aplikasi mobile yang akan di masukannya sedikit edukasi tersenyum terhadap interaksi sosial.
- action ( kegiatan )  
Melibatkan langsung para remaja untuk datang ke booth dan berfoto bersama teman atau orang yang baru bertemu pada eksibisi memposting di media sosial dengan #untukmudanuntukku
- Share ( berbagi )  
Lalu dari semua yang dilakukan maka akan menularkan efek ke orang lain dan terus-menerus berkesinambungan dengan media aplikasi.

#### 5. Tahapan Kampanye

Tanggal	Aktivitas
12 Maret 2018	Promosi media sosial foto
19 Maret 2018	Promosi media sosial video
26 Maret 2018	Promosi intagram official
7 april 2018	Stiker di area kota lama
14 april 2018	Booth promotion
5 mei 2018	Promosi media sosial
4 juni 2018	Play eksibisi di kota lama

#### 6. Strategi Media

##### A. Objektif Media

- Media yang digunakan dalam kampanye ini adalah media yang sering dijumpai dan digunakan oleh target.
- Menarik perhatian dan membangkitkan rasa penasaran target audience B-C. Membangun kepedulian terhadap tersenyum dalam interaksi sosial.
- Menambah pemahaman tentang budaya tersenyum pada remaja usia 17-22

tahun karena edukasi ini akan membawa remaja untuk mulai melakukan budaya dari tersenyum ini disekitarnya sehingga dapat membawa remaja untuk perkembangan masa remajanya menuju kedewasaan

- Menginformasikan bagaimana edukasi yang efektif pada budaya tersenyum dalam interkasi sosial dapat menggunakan media sesuai dengan target.

## 7. Strategi Anggaran

Media	Anggaran
Desain foto untuk media sosial	Rp. 2.000.000,00
Desain video untuk media sosial	Rp. 1.000.000,00
Promosikan melalui official instagram	Rp. 500.000,00
Booth + tempat	Rp. 3.000.000,00
Stiker	Rp. 100.000,00
Blosur	Rp. 500.000,00
Augemented reality	Rp. 4.000.000,00
Foto eksibisi	Rp. 700.000,00
Video eksibisi	Rp. 1.000.000,00
Pondasi eksibisi	Rp. 6.000.000,00
Game eksibisi	Rp. 15.000.000,00
Sewa tempat	Rp. 3.000.000,00
Total	Rp. 36.800.000,00