

## **BAB III**

### **STRATEGI KOMUNIKASI**

#### **3.1 Analisis Masalah**

##### **3.1.1 Wayang Potehi**

Wayang potehi adalah salah satu jenis wayang yang ada di Indonesia, perkembangannya tersebar di Jawa dan berkembang paling cepat di Jawa Timur. Tidak hanya di Jawa Timur, wayang potehi juga berkembang di Jawa Tengah. Semarang salah satu kota berkembangnya wayang potehi. Wayang potehi sendiri biasanya mengadaptasi kisah-kisah cerita kehidupan manusia yang mengikuti perkembangan jaman. Namun seiring perkembangan waktu sampai sekarang ini wayang potehi mulai berkurang dan sangat susah untuk kita temukan. Hanya di acara tertentu saja kita hanya bisa menemui wayang ini. Hal ini membuat wayang ini semakin tersingkir keberadaannya.

##### **3.1.2 Kesadaran Masyarakat**

Kesadaran masyarakat akan budaya kesenian wayang potehi di Semarang sangatlah sedikit, bahkan banyak dari warga masyarakat yang tidak mengetahui akan wayang potehi atau mereka hanya sekedar tahu. Hal ini dilatarbelakangi karena ketidakpedulian mereka terhadap wayang potehi, sehingga banyak dari mereka yang tidak mendapatkan informasi mengenai wayang potehi dan tidak ingin mencari atau mengetahuinya.

##### **3.1.3 Analisis Hasil Wawancara**

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada salah satu dalang wayang potehi di Kota Semarang yang bernama Hien atau sering dipanggil Om Hien mengatakan yang menjadi masalah utama dari keberadaan wayang potehi di Kota Semarang adalah kurangnya kepedulian masyarakat Kota Semarang terhadap wayang potehi. Permasalahan ini menjadi permasalahan yang utama karena bila masyarakat tidak peduli dengan kesenian ini lama kelamaan wayang potehi akan benar-benar hilang. Dalam pementasannya bila tidak ada masyarakat yang peduli dan menikmati kesenian ini lama kelamaan wayang ini akan punah. Menurutnya masyarakat di Kota Semarang tidak peduli terhadap kesenian ini, berbeda dengan masyarakat di Jawa Timur yang peduli terhadap wayang potehi, bahkan generasi muda disana berlomba-lomba untuk belajar wayang potehi. Perkembangan jaman yang serba modern, teknologi yang semakin canggih

membuat generasi muda lebih memilih bermain dengan teknologi. Om Hien juga berkata dalam mempelajari wayang potehi tidaklah susah, hanya diperlukan latihan-latihan agar tangan kita dapat memainkan boneka tersebut layaknya boneka yang hidup. Dan kita hanya perlu menghafalkan tokoh dan alur cerita yang akan kita bawakan ceritanya.



**Gambar 3.1 Wawancara dengan Bapak Hien (dalam Wayang Potehi)**

Sumber: dokumen pribadi

#### **3.1.4 Analisa Hasil Observasi**

Hasil dari observasi yang dilakukan penulis pada hari Senin 12 februari sampai dengan 13 februari kemarin di kawasan gang Lombok pada saat acara pasar semawis imlek dapat diambil kesimpulan banyak dari masyarakat yang dating pada acara pasar imlek tertarik melihat wayang potehi. Ditambah banyak dari mereka yang berfoto-foto dengan panggung dan wayang potehi saat wayang dimainkan.



**Gambar 3.2 Foto observasi Pelaksanaan Wayang Potehi**

Sumber: dokumen pribadi

Rata-rata banyak dari mereka adalah anak-anak dan orang dewasa. Selain itu banyak dari mereka yang menonton wayang ini tidak sampai selesai dikarenakan cirikhas dari panggung wayang potehi yang tinggi dan tidak memiliki tempat duduk untuk penontonya, sehingga penonton akan mudah lelah saat mereka melihat keatas/ kearah panggung. Hal ini menyebabkan banyak orang yang menonton hanya 5-10menit dan kemudian meninggalkan pertunjukan ini.

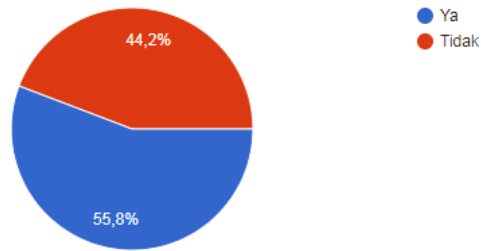
### **3.1.5 Analisa Hasil Kuisisioner**

Pada metode kuisisioner ini penulis ingin mengetahui seberapa banyak jumlah masyarakat kota semarang yang mengetahui wayang potehi dan apa yang mereka ketahui tentang wayang potehi, serta rentan usia mereka mengenal wayang potehi.

Pada pertanyaan ini sbagian dari tanggapan responden mereka mengetahui wayang potehi namun hanya sebatas tau, namun tidak mengerti apa yang ada didalamnya. Sedangkan sisanya mereka benar-benar tidak mengetahui tentang wayang potehi

Apakah anda pernah melihat pertunjukan Wayang Potehi?

52 tanggapan

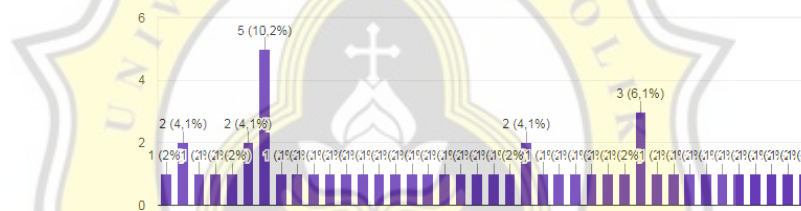


**Gambar 3.3 Hasil Kuisisioner yang pernah melihat pertunjukan wayang potehi**

Sumber : Dokumen Pribadi

Kapan terakhir kali anda melihat pertunjukan Wayang Potehi?

49 tanggapan



**Gambar 3.4 Hasil kuisisioner terakhir yang melihat wayang potehi**

Sumber : Dokumen Pribadi

Berdasarkan diagram diatas jawaban terbanyak adalah mereka menonton wayang potehi di pasar imlek semawis atau lebih di acara tahun baru imlek yang memang pada acara ini selalu mendatangkan dan memainkan wayang potehi di setiap tahunnya

### 3.2 Khalayak Sasaran

Cakupan wilayah yang akan dituju adalah Kota Semarang. Dengan kepadatan penduduknya dan berbagai macam aktivitas didalamnya. Target sasaran di tujukan kepada anak-anak sekolah dengan rentan usia 10-12 tahun atau SD kelas 4-6SD.

### 3.2.1 Geografis

- Regional : Kota Semarang
- Kepadatab Penduduk : 1.595.266 penduduk
- Iklim : Tropis

### 3.2.2 Demografis

- Usia : 10-12 tahun atau anak kelas 4-6SD yang lebih tertarik atau suka bermain/berinteraksi langsung dengan sesuatu yang dianggap mereka menarik dan memiliki rasa ingin tau yang tinggi. Pemilihan target dipilih karena anak pada usia ini masih memiliki perkembangan otak yang cepat dan pada usia ini anak-anak sudah bisa mulai mencerna input yang masuk ke mereka. Selain itu pemilihan usia ini dipilih karena dalam mempelajari atau memperkenalkan suatu kesenian (wayang) membutuhkan waktu yang tidak sebentar. anak-anak dipilih karena memiliki waktu yang lebih banyak dibandingkan dengan orang dewasa, sehingga diharapkan anak dapat mempelajari wayang potehi dengan waktu yang lebih panjang.
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Pekerjaan : Pelajar

## 3.3 Strartegi Komunikasi

### 3.3.1 Creatif Brief

- What : Kurangnya kesadaran masyarakat akan peninggalan nenek moyang berupa wayang potehi, yang menyebabkan sulitnya menemui pementasan wayang potehi sehingga masyarakat tidak mengetahui tentang wayang potehi.
- Who : Target dari kampanye sosial ini yaitu warga kota Semarang. Dengan target usia 10-12 tahun atau anak yang duduk di bangku sd (4-6 SD) hal ini dipilih karena pada usia ini anak dengan

mudah menerima sesuatu atau hal yang baru. Dan anak-anak memiliki waktu yang lebih banyak dibandingkan orang dewasa.

- **When** : kegiatan ini akan dilakukan pada bulan februari tepatnya tanggal 1 sebelum pasar malam Imlek. Pemilihan ini disesuaikan dengan nuansa imlek. Selain memperingati hari raya imlek diharapkan even ini akan dinantikan oleh anak-anak.
- **Where** : pada acara ini akan di selenggarakan di paragon mall. Pemilihan lokasi ini karena di mall ini bisa dikatakan ramai pengunjung dengan akses menuju lokasi mudah. Selain itu mall ini memiliki intensitas pengunjung dari rentan usia muda hingga tua, sehingga orang akan mudah tau event apa yang sedang berlangsung.
- **Why** : Dengan diadakanya event ini diharapkan wayang potehi sudah bisa dikenal oleh masyarakat kota semarang dan dimulai dari anak-anak. Agar dimasa mendatang nanti kesenian wayang ini tetap ada.
- **How** : Dengan cara mengadakan event dan mengambil satu judul cerita yang di jadikan patokan atau pengenalan kepada target sasaran. Dan didalam event ini di dukung dengan media-media yang mendukung. Agar target sasaran dapat mengenal dan mengetahui tentang wayang potehi tersebut.

### **3.4 Strategi Media**

#### **3.4.1 Objektif**

- Untuk mengenealkan kembali wayang potehi kepada masyarakat kususnya kota semarang.
- Memberikan pengenalan wayang potehi melalui media bermain sambil belajar kepada anak-anak, agar anak-anak tertarik pada wayang potehi.
- Media yang digunakan adalah media cetak dan media social untuk mempromosikan event yang akan berlangsung.

#### **3.4.2 Pendekatan Media**

- **Media Utama**

Media utama yang akan digunakan untuk mengenalkan kepada anak-anak melalui event yang bersangkutan dengan wayang potehi. Pada event ini berisi booth game dan craft untuk anak-anak, karena melalui booth interaktif secara tidak langsung anak bermain dan sambil belajar sekaligus melatih motrik pada anak.

- **Media Pendukung**

Media pendukung pada event ini berupa media promosi seperti media social, media cetat (poster, benner, dll) serta ikut memberikan pembelajaran dalam sekolah-sekolah dalam mengenalkan wayang potehi.

### **3.5 Tema Event**

Tema yang akan diangkat adalah “Happy Time with Potehi” teman ini diangkat karena iningin menyampaikan pada masyarakat bahwa dalam melihat kesenian wayang potehi tidak lah membosankan, banyak pesan-pesan dan cerita yang lucu bila kita mau menikmatinya.

### **3.6 Judul Event**

Pada kampanye ini penulis akan memberikan judul “POTEHI” pemilihan judul ini dipilih untuk menunjukan Wayang Potehi itu sendiri. Dan dalam kampanye ini akan mengajak anak untuk mengenal kembali wayang Potehi melalui media bermain sambil belajar, sehingga target dapat mengetahui dan menerima dengan baik.

### **3.7 Tahapan Kampanye**

Dalam pelaksanaan kampanye dilaksanakan seperti tahapan-tahapan dibawah ini, attention dilakukan selama 2minggu sebelum play. Dilanjutkan dengan issue” untuk menambah ketertarikan target (interest dan search) tahap action dilakukan selama 3hari dan tahap terakhir adalah share. Tahap-tahap itu memiliki beberapa tahap kampanye yaitu :

#### **Tabel 3.1 Tahap Pelaksanaan Event**

Attantion	Pada tahap ini penulis menggunakan media cetak untuk mempromosikan kampanye social yang dirancang seperti poster yang akan di temple di madding sekolah, dan media sosial seperti instagram, facebook untuk mempromosikan dan menarik target premiere dan sekunder.
Interest	Setelah tahap pengenalan tersampaikan penulis menggunakan media sosial seperti instagram dan facebook untuk mempermudah target sasaran mengakses informasi tentang event ini.
Desire	Pada tahap desire ini kita memberikan gift berupa kenang-kenangan seperti baju, gantungan kunci, mini puzzle game sebagai pemancing target sasaran untuk dating keacaran ini. Selain itu beberapa perlombaan game pda saat event di laksanakan.
Action	Pada tahap ini target akan melakukan atau berinteraksi pada kampanye yang dirancang penulis melalui booth-booth yang sudah disediakan oleh penulis. Booth ini akan berupa media yang berinteraksi secara langsung kepada target seperti game, dan craft, lomba, selain itu juga pementasan wayang potehi.



### 3.8 Strategi Anggaran

Poster a3	100x@4500	=Rp 450.000
Iklan Instagram	<u>20x@100.000</u>	=Rp 2.000.000
Iklan Facebook	<u>20x@100.000</u>	=Rp 2.000.000
Benner	<u>3x@60.000</u>	=Rp 180.000
Sewa tempat Paragon	3x50.000.000	=Rp 150.000.000
Desain booth	<u>1x@70.000.000</u>	=Rp 70.000.000
Merchandise	<u>1000x@30.000</u>	=Rp 30.000.000
	Total	=Rp 252.370.000

