

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

III.1 Target sasaran

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dapat disimpulkan bahwa target dari perancangan ini adalah ibu hamil pada usia 22-28 tahun yang berada di area Semarang. Dengan SES B-A atau menengah atas. Dengan psikografis target yang tidak menyukai buku text dan memiliki kebiasaan tidak suka membaca. Alasan di pilihnya target tersebut adalah ibu adalah pribadi yang paling rentan terhadap postpartum depression.

III.2 Analisa Data

Untuk mendapatkan data dan informasi yang penulis butuhkan, penulis menggunakan beberapa metode seperti berikut:

III.2.1 Wawancara

Penulis mewawancarai 3 ibu yang baru saja melahirkan dengan usia 22 tahun(A) 27(B) dan 26(C) untuk mendapatkan informasi tentang perspektif dan pengalaman dari ibu hamil salah satu di antara mereka (B) mengalami postpartum depression dengan tanda penolakan terhadap anaknya, merasa tidak berguna, merasa kosong, napsu makan berkurang, dan berat badan berkurang. Namun sayangnya, ibu B tidak berkunjung ke ahli psikologi untuk konsultasi, karena menganggap postpartum depression yang dia alami tidaklah parah. Ketiga narasumber tidak suka membaca buku text karena terlalu berbelit dan panjang, mereka menyukai sesuatu visual yang menyenangkan dan tidak membosankan. Mereka mendapatkan informasi mengenai baby blues dan postpartum depression melalui media sosial "Facebook". Ketiga narasumber merasa artikel di "facebook" lebih menarik karena lebih ringkas dan memiliki gambar/ ilustrasi di dalamnya. Jadi dapat disimpulkan target adalah ibu hamil yang tidak suka membaca, lebih memilih untuk melihat facebook karena lebih ringkas dan memiliki gambar atau ilustrasi.

III.2.2 Kuisioner

Dalam kuisioner ini dilakukan untuk mengetahui selera yang dimiliki oleh ibu hamil. Kuisioner di sebarkan kepada ibu hamil yang diikuti oleh 15 partisipan. 10

dari 15 orang membaca kurang dari 1 buku per bulan. 8 dari 15 orang memilih ilustrasi yang detail. 6 orang menyukai karakter Gambar1, 3 orang menyukai karakter Gambar2, dan 2 orang memilih karakter Gambar3, 4 orang menyukai karakter Gambar4. 8 dari 15 orang memilih warna dominan biru sebagai warna yang menyenangkan, 5 memilih warna dominan hijau sebagai warna yang menyenangkan. Dan 2 orang memilih warna kombinasi hijau dan biru sebagai warna yang menyenangkan.

a. Apakah anda suka membaca buku?

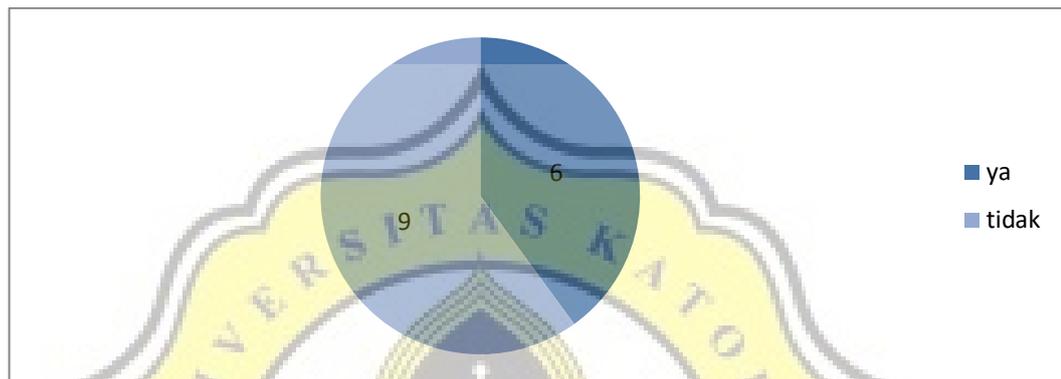


Diagram jawaban 1 "suka atau tidak membaca buku"

b. Seberapa sering anda membaca?

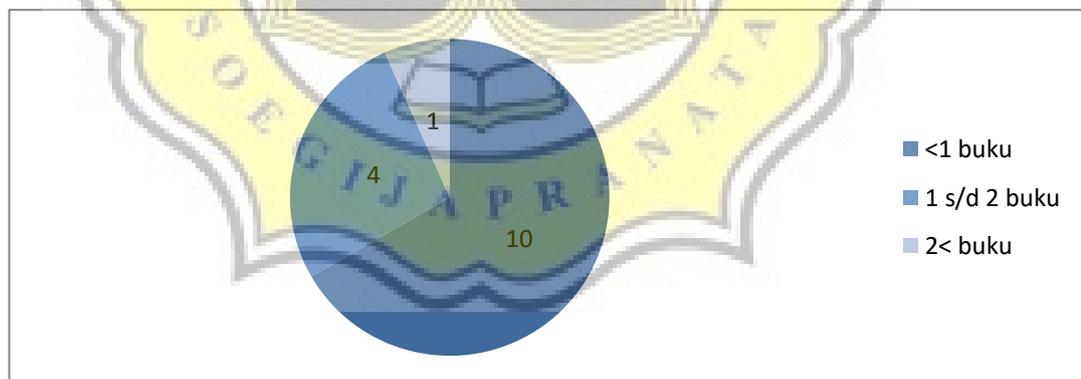


Diagram jawaban 2 "Seberapa sering membaca"

c. pilihlah salah satu yang menurut anda menarik!



Pilihan 1(detail)



Pilihan 2(sederhana)

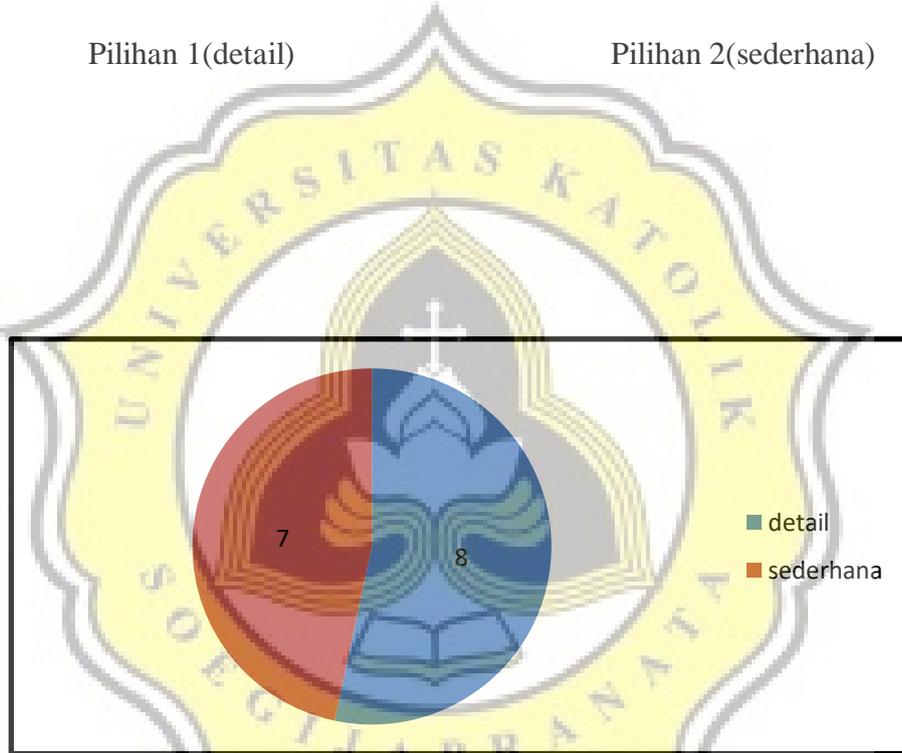


Diagram jawaban 3 "Gambar menarik"

d. Karakter mana yang tidak membosankan?



Pilihan 1

Pilihan 2



Pilihan 3

Pilihan 4

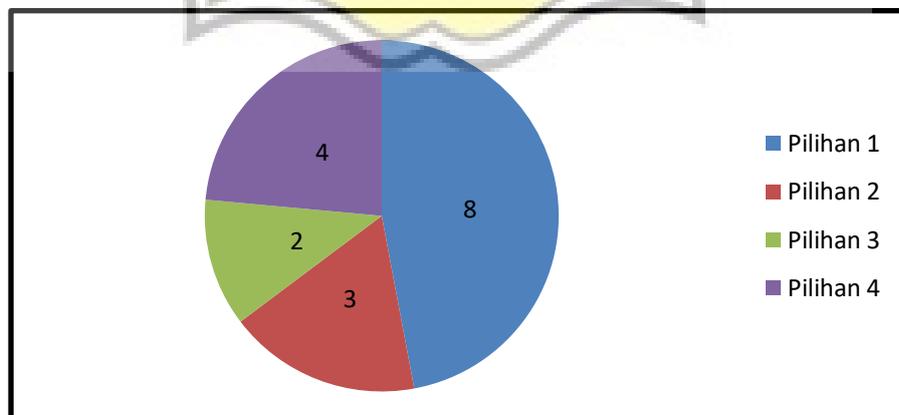


Diagram jawaban 4 "Karakter tidak membosankan"

e. gambar mana yang menurut anda menenangkan menurut warnanya?



Biru



Hijau



Biru-Hijau

Lavender

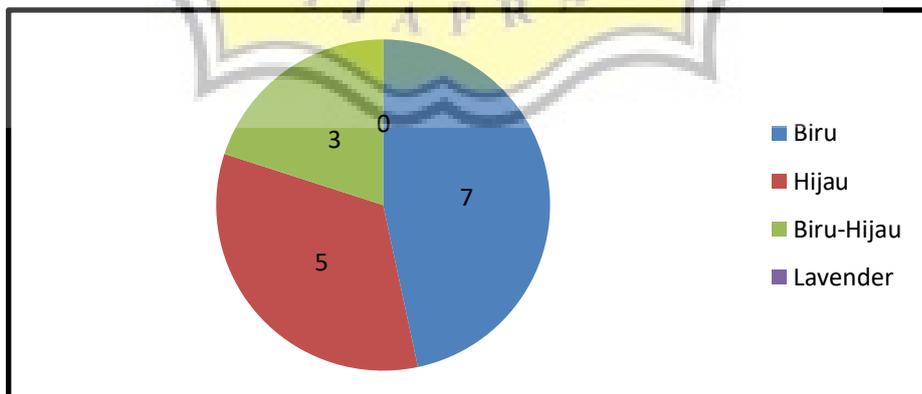


Diagram jawaban 5 "Warna menenangkan"

f. gambar mana yang menurut anda ceria berdasarkan warnanya?



Orange



Pastel



Biru-Orange



Campuran

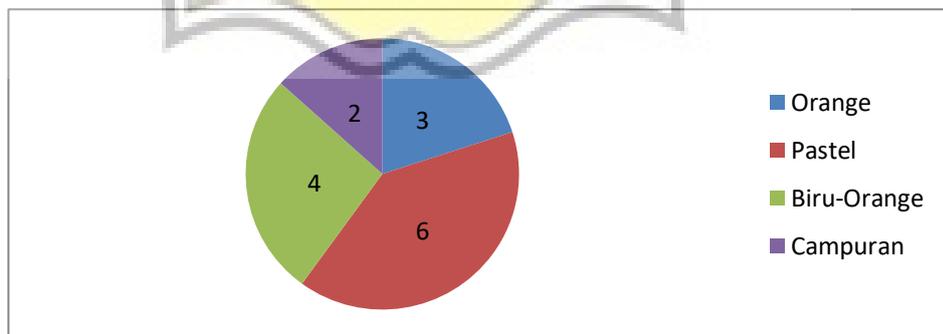


Diagram jawaban 6 "Gambar Ceria"

III.3 Insight

Buku ilustrasi yang akan di buat adalah buku yang di tujukan untuk ibu yang tidak suka membaca buku dan lebih memilih media sosial sebagai cara mereka mendapatkan informasi. Maka, buku ini akan didominasi oleh ilustrasi dengan informasi yang ringkas.

III.4 Creative Brief

III.4.1 Analisis berdasarkan 5W+1H

a. Who : Siapa Target Audience?

Target primer perancangan adalah ibu hamil usia 22-28 tahun yang berada di area Semarang.dengan SES Menengah atas.

b. What : Apa yang menjadi permasalahan?

Stres yang berujung depresi yang menyerang ibu hamil dan atau keluarganya sehingga menimbulkan dampak negatif seperti berlanjut menjadi gangguan psikologis lainnya atau bahkan bunuh diri.

c. How : Bagaimana cara mengatasinya?

Dengan cara membuat ilustrasi untuk buku "*POSTPARTUM DEPRESSION FOR DUMMIES*" yang menarik dan menyenangkan sehingga ibu mau membaca dan mendapatkan informasi dari buku tersebut.

d. Why : Mengapa Buku Ilustrasi?

Karena,tidak semua informasi yang ada di internet memiliki sumber yang pasti dan dapat di percaya. Selain itu menurut Ajith Karunarathne dalam artikelnya di *SCIENTIFIC REPORTS* (2018) menatap layar terlalu lama tidaklah baik untuk kesehatan mata karena sinar birunya yang membunuh sel fotoreseptor. Ilustrasi digunakan agar pembaca tidak bosan dalam membaca buku tersebut.

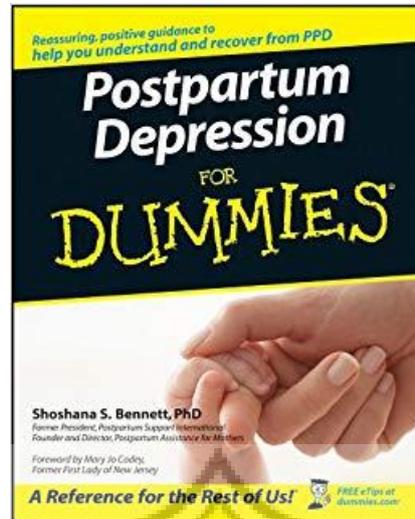
e. Where : dimana buku di publikasikan?

Buku akan di publikasikan di Semarang, di bagikan di rumah sakit ibu dan anak di Semarang sebagai bahan untuk di baca.

f. When : kapan buku akan terbit?

Buku akan di publikasikan secepatnya setelah tercetak, dibagi menjadi 6 seri.

III.5 Buku teks *Postpartum Depression for Dummies*



Gambar 5

Buku teks *Postpartum Depression For Dummies*

Sumber: *Postpartum Depression for Dummies*

Buku *Postpartum Depression for Dummies* ini berisi tentang pengenalan, pengetahuan, tips, yang berguna untuk menjadi bekal calon ibu. Buku ini terbagi atas enam bagian yaitu:

Part I: Bringing Postpartum Depression into the Light: What It's All About

Bagian ini membahas tentang apa itu *postpartum depression*, pernyataan-pernyataan seputar masa ketika melahirkan, serta perbedaan antara perubahan hormon dan *Postpartum Depression*.

Part II: The Three Little Letters: PPD and You

Bagian ini membahas lebih lanjut tentang *Postpartum depression* serta meninjau lebih jauh gejala *Postpartum Depression*.

Part III: Diagnosis Confirmed: Looking at the Treatment Options for PPD

Bagian ini membahas tentang pendampingan penanganan *Postpartum depression* setelah ibu terdiagnosa terkena *postpartum depression*

Part IV: Traveling the Road to Recovery

Bagian ini membahas tentang pendampingan penanganan *Postpartum depression* lebih lanjut yang menyangkut tentang keluarga dan sekitar ibu.

Part V: Moving Beyond PPD

Bagian ini membahas tentang langkah-langkah yang mungkin dapat menjadi inspirasi ibu setelah *Postpartum depression* terlewati.

Part VI: The Part of Tens

Bagian ini membahas tentang bayangan-bayangan yang biasanya di miliki calon ibu ketika akan melahirkan.

III.6 Strategi Komunikasi

III.6.1 Tone & Manner

Tone & manner di butuhkan penulis untuk melakukan pendekatan kepada target untuk membuat target tertarik dengan rancangan, sehingga di gunakan tone & manner yang santai, menyenangkan dan menenangkan dengan karakter ilustrasi yang lucu ,tone warna menenangkan dominasi biru, dan menyenangkan dominasi oranye dan pastel. Selain itu menggunakan bahasa yang sederhana dan ringkas agar tidak terlalu bertele-tele.

III.6.2 Unique selling point

Unique selling point yang ada dalam perancangan ini adalah, buku ini menggunakan bahasa indonesia yang mudah di mengerti dengan point- point penting dan di dominasi oleh ilustrasi sehingga buku menjadi tidak monoton dan tidak berbelit. Di tambah tambahaan 12 halaman "*Jurnal Bunda*" yang dapat di tulis tentang perasaan si ibu . Catatan tersebut dapat di bawa ketika ibu pergi konsultasi agar tidak lupa. Selain itu di dalam buku secara acak akan terdapat tips dan informasi

III.6.3 Teknis Perancangan buku

a. Ukuran buku

Ukuran buku yang akan dicetak adalah 14 cm x 20.5 cm. Dengan ukuran tersebut buku tidak akan terlalu besar untuk di genggam dan tidak terlalu kecil untuk memuat font yang berukuran 4mm sampai 6mm dan di lihat ilustrasinya.

b. Jenis kertas

Kertas yang akan di pakai untuk perancangan ini adalah

1. isi buku

Menggunakan Hvs 100 gram dengan total halaman utama 41 halaman 2 sisi, karena bahannya yang mudah di tulis meskipun menggunakan pensil dan menghasilkan hasil cetak gambar yang baik.

2. Cover buku

CTS 160 gram, dengan laminasi glossy softcover. Format ini digunakan karena CTS memiliki hasil cetak dengan kualitas yang lebih baik. Penggunaan softcover bertujuan agar buku tidak terlalu berat dan keras.

c. Font

font yang akan digunakan dalam perancangan ini berjenis san serif dengan pertimbangan kemudahannya untuk di baca, fleksibel dan berkesan lebih santai.

d. Pembagian Seri

Hasil akhir dari buku ini terbagi atas enam seri sesuai dengan *Part* yang ada di dalam buku *Postpartum Depression for Dummies*. Pembagian seri ini ditujukan agar jumlah halaman dalam 1 buku tidaklah terlalu banyak. Dalam perancangan ini, buku yang akan di *Mockup* adalah buku pada seri pertama yang berisi pengenalan tentang *Postpartum Depression*.

III.7 Strategi Penyebaran Media

Dengan bekerja sama dengan rumah sakit ibu dan anak,seri akan dibagi satu per satu setiap bulan, ketika calon ibu *check up* ke dokter kandungan dalam rumah sakit tersebut. Pembagian ini ditujukan agar ibu tidak bosan dan tidak merasa terbebani dalam mempelajari isi buku yang dikarenakan tebalnya buku atau banyaknya tulisan. Kedepannya buku ini dapat diperjual-belikan di toko buku karena tidak semua ibu memeriksakan diri di rumah sakit ibu dan anak.

III.8 Produksi dan Penyebaran Buku ke Target

No	Tanggal	Kegiatan
1	1 Mei - 31 juli	Perancangan buku
2	1 Agustus - 16 September	Pengajuan ke Rumah Sakit
3	21 September	Evaluasi
4	1 Oktober - 31 November	Penyebaran Media seri 1 & Penyebaran pengumuman beredarnya buku melalui Poster cetak dan brosur
5	1 November – 30 Desember	Penyebaran Media seri 2 & Penyebaran pengumuman beredarnya buku melalui Poster cetak dan brosur
6	1 Desember – 31 Januari	Penyebaran Media seri 3 & Penyebaran pengumuman beredarnya buku melalui Poster cetak dan brosur
7	1 Januari-28 Februari	Penyebaran Media seri 4 & Penyebaran pengumuman beredarnya buku melalui Poster cetak dan brosur
8	1 Februari-31 Maret	Penyebaran Media seri 5 & Penyebaran pengumuman beredarnya buku melalui Poster cetak dan brosur
9	1 Maret-31 April	Penyebaran Media seri 6 & Penyebaran pengumuman beredarnya buku melalui Poster cetak dan brosur

III.9 Strategi Anggaran

Poster seri @seri x 36	Rp 900.000,00
Cetak buku seri @ seri1 x 360	Rp 3.904.000,00
Cetak brosur @ seri x 36	Rp 900.000,00
Sapu tangan @seri x 360	Rp 2.880.000,00
Alat tulis @seri x 360	Rp 1.800.000,00
Mika selimut buku @seri x 360	Rp 1.800.000,00
Cetak pembatas buku @seri x 360	Rp 720.000,00
Hiasan Kulkas @seri x 360	Rp 2.520.000,00
Cetak sticker @seri x 360	Rp 800.000,00

Total

Rp 16.224.000,00

