

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisis

3.1.1 Analisa Masalah

Sampah merupakan salah satu penyebab tidak seimbangnya lingkungan hidup. Contoh dari lingkungan salah satunya yaitu beberapa mall yang ada di Semarang yang sekaligus menjadi pusat belanja dan pencemaran sampah plastik sedotan sekali pakai masih banyak.

Setelah survei yang dilakukan banyak ditemui sampah-sampah yang menumpuk di tempat sampah yang didominasi dengan plastik. Pembeli atau pengunjung yang berada disana masih kurang peduli dengan adanya sampah plastik yang susah terurai dalam jangka waktu panjang.

Gambar 3.1. sampah kost-kostan mahasiswa



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.2. Sampah di sekitar kampus



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.3. sampah di kamar kost mahasiswa



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.4. Tempat sampah di setiapsudut mall



Sumber: Dokumentasi pribadi

Kurangnya kesadaran dan kepedulian pengunjung terutama mahasiswa yang masih menggunakan sedotan sekali pakai pada pembelian minuman bercup (sekali pakai) tanpa disadari inilah pencemaran lingkungan terbesar di kota Semarang, bahkan di dunia. Tidak ada sign system yang membedakan sampah organik maupun non organik, kurangnya sign system tentang larangan penggunaan sedota plastik. Dari dokumentasi yang sedang diambil di beberapa tempat sampah di setiap sudut mall jarang sekali ditemukannya sign system berhubungan dengan sampah. Kebanyakan sign system yang ada yaitu promo-promo yang disediakan oleh toko retail untuk memikat pengunjung. Pada saat sign system / ambient media yang digunakan untuk promo hasilnya memuaskan, jarang sekali terlewatkan bahkan kebanyakan pengunjung focus pada promo-promo tersebut.

Gambar 3.5. sign system promo



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.5. sign system promo di mall



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.6. banyaknya sign system promo yang ada guna menarik pengunjung namun tidak adanya sign system tentang himbauan atau larangan menggunakan sedotan sekali pakai



Sumber: Dokumentasi pribadi

Mahasiswa cenderung dengan gaya hidupnya yang praktis, dengan semakin berkembang maju segala hal yang diinginkan sangat mudah di dapatkan hanya dengan ponsel genggam. Tidak perlu berjalan jauh, panas, dingin, hujan, bahkan sambal tiduran di dalam kamar kost adalah moment yang tepat untuk memenuhi kebutuhannya. Aplikasi untuk membeli kebutuhan gaya hidup, makanan cepat saji, minuman yang sedang hit hanya melalui aplikasi semua tinggal bayar bahkan menggunakan dompet digital. Sampah plastik ini justru menumpuk di sekitaran kost, bahkan di sekitaran kampus di Semarang.

Gambar 3.7. order makanan melalui aplikasi makanan



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.8. audiens dan pihak ketiga



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.9. suasana order makanan dimall melalui aplikasi



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.10. sampah di kampus unika soegijapranata



Sumber pribadi

Gambar 3.11. Sampah yang dihasilkan oleh mahasiswa kost di sekitaran kampus unika Soegijapranata



Gambar 3.11. Sampah yang dihasilkan oleh mahasiswa kost di sekitaran kampus unika Soegijapranata Sumber: dokumentasi pribadi

Sumber https://id.wikipedia.org/wiki/Gaya_hidup Gaya hidup adalah Gaya Hidup (Bahasa Inggris: lifestyle) adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Istilah gaya hidup pada awalnya dibuat oleh psikolog Austria, Alfred Adler, pada tahun 1929. Pengertiannya yang lebih luas, sebagaimana dipahami pada hari ini, mulai digunakan sejak 1961.

Gaya hidup bisa dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain-lain. Gaya hidup bisa dinilai relatif tergantung penilaian dari orang lain. Gaya hidup

juga bisa dijadikan contoh dan juga bisa dijadikan hal tabu. Contoh gaya hidup baik: makan dan istirahat secara teratur, makan makanan 4 sehat 5 sempurna, dan lain-lain. Contoh gaya hidup tidak baik: berbicara tidak sepatutnya, makan sembarangan, dan lain-lain.

Dalam segi ini maka dapat disimpulkan dari data visual yang ada bahwa perilaku mahasiswa didalam mall/tempat makan ini sangat kurang peduli dan acuh tak acuh. Sampah plastic yang ada disekitar sudah bukan hal yang aneh lagi dan seperti tidak terjadi apa-apa walau disekelilingnya banyak sampah plastic sekali pakai. Umumnya datang ke mall / tempat makan paling sedikit dua orang dan paling banyak bias sampai lima, enam orang. Obrolan santai hanya 30persen dari prosentase dan yang paling mendominasi adalah bermain dengan ponsel genggamnya. Instagram, social media, youtube, mendengarkan musik adalah perilaku yang mendominasi. Bahkan saat berjalan sambal bersendau gurau tidak luput dengan kemasan plastic di tangannya.

Gambar 3.12. Dampak penyakit yang disebabkan oleh sampah, yaitu DBD dan Tifus.



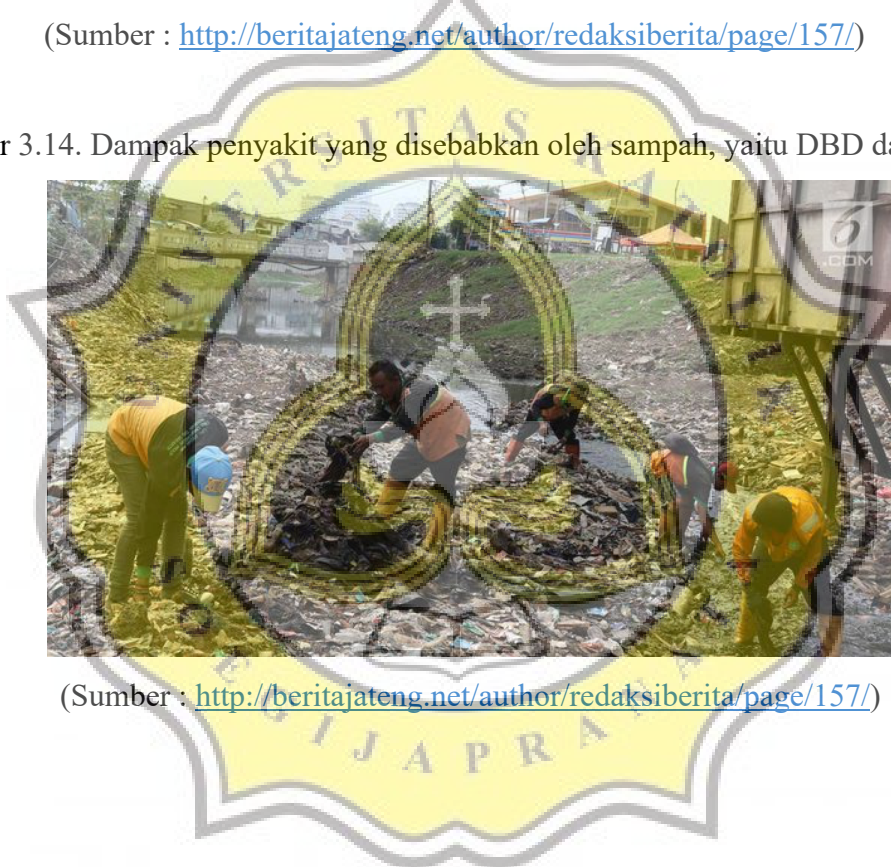
(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.13. Dampak penyakit yang disebabkan oleh sampah, yaitu DBD dan Tifus.



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.14. Dampak penyakit yang disebabkan oleh sampah, yaitu DBD dan Tifus.



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.15. Dampak penyakit yang disebabkan oleh sampah, yaitu DBD dan Tifus.



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.1.6. Perilaku mahasiswa didalam mall dan tempat makan/kafe



Sumber: dokumentasi pribadi

Faktanya sekarang pemulung lebih memilih dalam mengepul sampah lingkungan. Produksi sampah di Kota Semarang saat ini mencapai angka 1.200 ton setiap hari.

Hal ini menjadi perhatian Pemerintah Kota (Pemkot) Semarang agar jumlah sampah bisa ditekan. Kepala Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Semarang Muthohar mengatakan faktor yang mempengaruhi banyaknya jumlah sampah yaitu pertumbuhan penduduk yang tinggi. Di samping itu, urbanisasi juga menyebabkan Kota Semarang memproduksi sampah dalam jumlah besar.

"Urbanisasi dari tetangga Kabupaten dan Kota yang datang meraih rezeki di sini sehingga produksi sampah semakin berkembang hingga 1.200 ton per hari," kata Muthohar Artikel ini telah tayang di Tribunjateng.com dengan judul Produksi Sampah Kota Semarang 1.200 Ton per Hari, 46 Hektar TPA Jatibarang Bakal Penuh, <https://jateng.tribunnews.com/2019/04/05/produksi-sampah-kota-semarang-1200-ton-per-hari-46-hektar-tpa-jatibarang-bakal-penuh>. Penulis: Eka Yulianti Fajlin, Editor: suharno

Gambar 3.17. Dampak penyakit yang disebabkan oleh sampah, yaitu DBD dan Tifus.



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.1.8. Dampak penyakit yang disebabkan oleh sampah, yaitu DBD dan Tifus.



(Sumber : <http://beritajateng.net/author/redaksiberita/page/157/>)

Gambar 3.1.9. Pengepul yang masih aktif, bersusah payah untuk mencari penghasilan tetap.



Sumber: Dokumentasi pribadi

Data ini kemudian akan di perkuat lagi melalui wawancara mendalam kepada mahasiswa tersebut.

3.1.2 Analisa kuisisioner

Kuisisioner Online

Peneliti menyebarkan angket secara online melalui aplikasi *Google Form* kepada sejumlah mahasiswa di wilayah kota Semarang. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner penelitian ini sebanyak 83 orang laki-laki dan perempuan mahasiswa. Responden yang dipilih merupakan mahasiswa yang berdomisili di Semarang dari kalangan SES B-C, sesuai dengan target

sasaran yang telah ditentukan. Kuisisioner yang disebarakan berupa pertanyaan dengan pilihan jawaban seputar pengetahuan beserta minat bagaimana mengelola sampah plastik menjadi penghasilan tambahan.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif melalui pembagian kuisisioner, dengan menggunakan teknik pengambilan sampling *non probability* secara insidental, yaitu pemilihan sampel berdasarkan siapa saja yang ditemui yang sekiranya memenuhi kriteria target sasaran (Sugiyono, 2011) dikutip dari <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/10533/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Penelitian survey melalui kuesioner ini dilakukan pada laki-laki dan perempuan, dengan jumlah responden perempuan sebanyak 56,6% yang berarti berjumlah 47 orang, dan responden laki-laki sebanyak 43,4% yaitu 36 orang yang didapat secara acak dan disesuaikan dengan target sasaran perancangan. Sedangkan untuk keseharian dari responden hampir keseluruhannya yaitu sejumlah 63 orang masih menjalani studi di bangku kuliah, beberapa diantaranya ada yang sudah bekerja, dan ada pula yang melakukan keduanya sekaligus. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari 83 responden yang berpotensi, masih banyak mengkonsumsi plastik sekali pakai dengan aplikasi onlen untuk memesan makanan dengan jumlah 68,7% yaitu 57 orang masih menggunakan aplikasi tersebut dan 31,3% lebih memilih keluar dan makan ditempat. Menurut responden, plastik sendiri menjadi salah satu keunggulan lebih mudah dibeli dengan harga terjangkau sedangkan membeli totebag/sedotan stainless/tempat makan/botol minuman.

Dari 83 responden sebanyak 68,7% yaitu 57 orang tidak peduli bagi kerusakan lingkungan dan 31,3% yaitu 26 orang peduli akan dampak buruknya. Dan dari keseluruhan responden hanya ada 9 responden yang tidak ingin mengetahui lebih lanjut mengenai bahaya plastik. Ketidaktertarikan mahasiswa dalam aksi larangan menggunakan plastik sekali pakai masih terlihat cukup besar, dapat dilihat dari hasil riset yang menunjukkan bahwa 38,6% responden yaitu 32 orang mulai mengurangi konsumsi plastik, 43,4% responden yaitu 36 orang menjawab masih menggunakan plastik sebagai alat bantu, ini

berarti mereka masi minat untuk memulai mengurangi konsumsi plastik sekali pakai dalam kehidupan sehari-hari sedangkan 18,1% responden yaitu 15 orang menjawab tidak. Menurut para responden tidak tahu bagaimana cara mengelola sampah plastic menjadi peghasilan tambahan. Berdasarkan hasil kuisisioner, sebanyak 57,8% yaitu 48 orang,

3.1.3 Analisa Internet

- a. Data tentang gaya hidup mahasiswa
- b. Data visual yang terkait dengan aplikasi layanan masyarakat
- c. Data verbal yang terkait dengan iklan layanan masyarakat

3.2 Khalayak Sasaran

3.2.1 Geografis

Khalayak sasaran yang dituju adalah lingkup Semarang, dengan khalayak: kost- kostan, mall, kafe sebagai tempat nongkrong, sekitaran kampus karena tempat-tempat tersebut adalah kebiasaan perilaku mahasiswa sering berkumpul, Mahasiswa aktif, kurang kritis, males bergerak, ketergantungan, ingin memiliki pemasukan tambahan dan dapat menerima informasi dengan baik, memiliki gaya hidup praktis, di Semarang.

3.2.2 Demografis

Target sasaran adalah laki – laki dan perempuan yang masuk dalam kategori mahasiswa aktif di Semarang. Dengan karakteristik memiliki gaya hidup boros, cuek dan acuh terhadap lingkungan, kurang kritis, masih produktif menggunakan sampah plastik sekali pakai dan kurang peduli akan kerusakan lingkungan, tidak memiliki pendapatan/pemasukan tambahan dengan status ekonomi B-C.

3.2.3 Psikografis dan Behavioral

Target sasaran memiliki kecenderungan untuk:

- Cuek akan lingkungan
- Kurang peduli terhadap perubahan
- Gaya hidup bebas
- Kurang kritis dalam hal sampah plastik di sekitarnya
- Kurang kreatif dalam mengelola sampah pribadi

- Mempunyai minat mendapatkan uang tambahan
 - Serba praktis
 - Ketergantungan
- Mengikuti modernisasi/era digital

3.3 Strategi Komunikasi

3.3.1 Creative Brief

Dalam menyusun *creative brief* ini penulis menggunakan metode SWOT

Strength Kekuatan dari perancangan aplikasi ini adalah target audience yang masih belum peka atau peduli terhadap sampah yang ada lingkungan sekitar kawasan kost, mall, kafe di Semarang dan tidak tahu bagaimana mengolah sampah plastik pribadi karena tempat tersebut adalah tempat dimana mahasiswa sering berkumpul. Adanya aplikasi ini pun juga merupakan kekuatan dari perancangan ini karena dengan adanya sampah kita akan mengajak mahasiswa lebih aktif mengelola sampah pribadi menjadi uang tambahan dan proses kreatif mendaur ulang dan dijual pada wadah aplikasi ini dan juga untuk mengingatkan mereka untuk mulai peka terhadap sampah untuk menjaga kelestarian dan ekosistem di kota Semarang ini. Weakness Kelemahan dalam perancangan ini yaitu aplikasi yang akan dibuat akan menjadi hal baru bagi mereka para pengunjung atau para pembeli sehingga proses adaptasi dan pembelajaran akan membutuhkan waktu bagi mereka untuk mengubah kebiasaan atau perilaku yang sebelumnya membuang sampah sembarangan menjadi pemasukan uang tambahan.

OPPORTUNITY

aplikasi yang dibuat ini sangat memiliki peluang bagi para mahasiswa untuk tidak meninggalkan tanggung jawab mereka dalam melestarikan lingkungan kota Semarang. Sehingga nantinya juga akan menarik minat pada diri mereka melakukan pembelajaran dan adaptasi untuk merubah perilaku demi lingkungan itu kedepannya menjadi lebih baik, maju, bersih dan dapat dinikmati oleh semua orang.

THREAD

Ancaman yang ada bisa terjadi pada aplikasi ini yaitu dari mahasiswa yang sulit untuk beradaptasi dengan diluar kebiasaannya atau tidak mau menerima suatu pembelajaran yang baru untuk kepentingan diri sendiri atau bersama.

BACKGROUND

Indonesia adalah negara dengan peringkat ke 2 setelah China dengan gelar konsumsi sampah plastik di dunia. Bahan yang murah dan harga lebih terjangkau untuk minat perdagangan ini hampir sempurna melemahkan isi bumi, tanah dan lingkungan hidup lainnya. Plastik saat ini sulit untuk terurai dalam jangka waktu dekat dan imbasnya akan merusak perut bumi dan eisinya. Itulah sebabnya iklan masyarakat ini sangat dibutuhkan agar penyampaian pesan maksud dan tujuan sampai pada audiens.

OBJECTIVE

Memberikan terobosan wadah baru bagaimana mengolah sampah menjadi uang dan bagaimana menghasilkan uang lebih dari daur ulang sampah sekali pakai menjadi sesuatu yang berguna kepada khalayak luas di Semarang mengenai bagaimana berkomunitas, berinteraksi, berjual beli dalam aplikasi sebagai jembatan penghambat kerusakan lingkungan dan siklus rantai dalam kehidupan di dalam ekosistem yang dikemas melalui aplikasi ini. Dengan tujuan mempermudah dan praktis.

TARGET SASARAN

Target sasaran adalah laki-laki dan perempuan yang masuk dalam kategori mahasiswa usia. Dengan karakteristik cuek, kurang peduli terhadap lingkungan, tidak bias memanfaatkan sampah pribadi dengan baik, mencari tambahan uang. SES B – C.

INSIGHT

Insight yang ingin diberikan kepada khalayak sasaran adalah:

- . sebagai jembatan menjual sampah kepada para pengepul
- . sebagai jembatan mempermudah mendapatkan tambahan pemasukan uang dari sampah pribadi

- . sebagai alat media komunitas daur ulang sampah plastik sekali pakai
- . sebagai jalan menjual karya kreatifitas daur ulang dari sampah plastic sekali pakai

KEY MESSAGE

isu sampah dan plastik sekarang bukan hal yang baru, tapi karena masih sedikit yang peduli maka hal ini menjadi darurat. Waktunya untuk beraksi adalah sekarang atau kreatifitas mahasiswa akan menjadi sampah sia-sia. Untuk itu diperlukan media komunikasi yang menarik sebagai jembatan visual bagi mahasiswa.

PRIORITAS

- . Mengharapkan sampah plastik sekali pakai ditangani dengan benar
- . Mengurangi penumpukan sampah plastik disekitar lingkungan
- . Berharap mahasiswa lebih memperhatikan gaya hidupnya akan kerusakan lingkungan
- . Menambah pemasukan sampingan bulanan
- . Sebagai jembatan kreatifitas daur ulang sampah plastik yang bisa di jual ke khalayak luas dengan mudah

REASON TO BELIVE

Plastik sudah mulai menguasai seisi perut bumi, dan dampaknya sudah mulai terasa di tahun – tahun belakangan ini, akan semakin memburuk keadaannya jika mahasiswa tidak mencoba menghentikan kerusakan lingkungan ini dari sampah plastic sekali pakai. Karena itu pentingnya jembatan aplikasi ini untuk mengajak mahasiswa lebih aktif dalam mengelola sampah pribadi dan berguna bagi banyak orang.

3.3.2 Tema Media

Tema media aplikasi ini adalah mempermudah untuk mengelola sampah pribadi dan menjadikan kreatifitas dari sampah dan plastik sekali pakai sebagai pemasukan pendapatan dan minat guna masyarakat luas. Media aplikasi ini bertujuan untuk mempermudah mengelola sampah pribadi sekali pakai dalam berbagai kasus. Media ini bertujuan sebagai jembatan antar audiens dengan pengepul sampah, interaksi jua beli antar audiens, sosialisasi dalam komunitas

dan mendapatkan merchandise dengan harga terjangkau dan menarik minat audiens.

Di dalam alur cerita iklan video ini adalah menunjukkan seorang mahasiswa yang bingung membuang sampah yang sudah menumpuk di dalam kamar, tiba-tiba mendapatkan suatu ide, di scene berikutnya mahasiswa tersebut dihampiri seseorang didepan kamar dan mendapatkan uang dari hasil menjual sampah tersebut, scene selanjutnya menampilkan aplikasi dan key message sampah kita dan ditutup dengan layout informasi aplikasi beserta logo dan link untuk mendownload aplikasi tersebut. Tag line “sampah kita aja”

3.3.3 Judul Aplikasi

Nama aplikasi ini adalah “SAMPAH KITA”. Arti nama sampah kita di adalah karena sampah berasal dari manusia.

3.4 Strategi Penyampaian Pesan

3.4.1 Latar Belakang Cerita

Latar belakang dari perancangan aplikasi ini menjadi sebuah jembatan dalam mengelola sampah dan plastik lebih berguna bagi khalayak luas.

3.4.2 Tahapan Perancangan Aplikasi

- Di dalam aplikasi tersebut menghubungkan penjual dan pengepul lebih mudah dan praktis.
- Program daur ulang sampah bisnis:
 - a. Penjemputa free ditempat
 - b. Kemudahan order kapan saja melalui Cs Sampah Kita
 - c. Pembayaran penjualan dilakukan melalui transfer
 - d. Free recycling report dan sustainability report
 - e. Konsultasi ahli dan pendamping program secara gratis
 - f. Lebih banyak jenis sampah dapat dikelola
 - g. Harga kompetitif
- Program daur ulang sampah event:
 - a. Penjemputan di tempat free
 - b. Konsultasi ahli dan pendampingan program secara gratis
 - c. Free penyuluhan/edukasi pemutaran video komunitas-komunitas
 - d. Free recycling report dan sustainability report

- e. Lebih banyak jenis sampah dapat dikelola
- f. Harga kompetitif
- Sampah Kita Store
- Mendapatkan point guna dapat di tukarkan untuk mendapatkan promo dengan store/toko retail yang tersedia
- Pengaturan
 - a. Akun
 - b. Panduan
 - c. Bantuan
 - d. Histori transaksi
 - e. keluar

3.4.3 Alur Cerita Iklan Video

Di dalam alur cerita iklan video ini adalah menunjukkan seorang mahasiswa yang bingung membuang sampah yang sudah menumpuk di dalam kamar, tiba-tiba mendapatkan suatu ide, di scene berikutnya mahasiswa tersebut dihampiri seseorang didepan kamar dan mendapatkan uang dari hasil menjual sampah tersebut, scene selanjutnya menampilkan aplikasi dan key message sampah kita dan ditutup dengan layout informasi aplikasi beserta logo dan link untuk mendownload aplikasi tersebut. Tag line “sampah kita aja”

3.5 Strategi Perancangan

Materi Perancangan

Pada perancangan aplikasi ini melakukan media pendekatan dengan cara:

3.5.1 Proses Pengenalan

Media pendekatan berupa iklan video dengan target sasaran mahasiswa sosialita dengan durasi 8-12 detik yang disematkan dalam video panjang didalam youtube seperti konten games, konten gaya hidup dan musik. Dan juga di dukung dengan reklame sebagai visual menarik audiens di beberapa tempat seperti mall, jalan raya pusat kota dan sekitar kampus di Semarang.

3.5.2 Kreatif dan Inovatif

Memunculkan ide baru dalam bentuk aplikasi, cara mengelola sampah dengan aplikasi yang mudah dan mencakup khalayak luas.

3.5.3 Isi Cerita

Di dalam alur cerita iklan video ini adalah menunjukkan seorang mahasiswa yang bingung membuang sampah yang sudah menumpuk di dalam kamar, tiba-tiba mendapatkan suatu ide, di scene berikutnya mahasiswa tersebut dihipnotis oleh seseorang di depan kamar dan mendapatkan uang dari hasil menjual sampah tersebut, scene selanjutnya menampilkan aplikasi dan key message sampah kita dan ditutup dengan layout informasi aplikasi beserta logo dan link untuk mendownload aplikasi tersebut. Tag line “sampah kita aja”

3.5.4 Pendekatan Element Visual

- Iklan video berdurasi 12 detik (youtube)
- Reklame
- Poster
- spanduk

3.5.5 Final Karya

Aplikasi Sampah Kita

3.5.6 Strategi Media Promosi

Dalam menyusun *creative brief* ini penulis menggunakan metode SWOT

Strength

Kekuatan dari perancangan aplikasi ini adalah target audience yang masih belum peka atau peduli terhadap sampah yang ada lingkungan sekitar kawasan kost, mall, kafe di Semarang dan tidak tahu bagaimana mengolah sampah plastic pribadi. Adanya aplikasi ini pun juga merupakan kekuatan dari perancangan ini karena dengan adanya sampah kita akan mengajak mahasiswa lebih aktif mengelola sampah pribadi menjadi uang tambahan dan proses kreatif mendaur ulang dan dijual pada wadah aplikasi ini dan juga untuk mengingatkan mereka untuk mulai peka terhadap sampah untuk menjaga kelestarian dan ekosistem di kota Semarang ini.

Weakness

Kelemahan dalam perancangan ini yaitu aplikasi yang akan dibuat akan menjadi hal baru bagi mereka para pengunjung atau para pembeli sehingga

proses adaptasi dan pembelajaran akan membutuhkan waktu bagi mereka untuk mengubah kebiasaan atau perilaku yang sebelumnya membuang sampah sembarangan menjadi pemasukan uang tambahan.

Opportunity

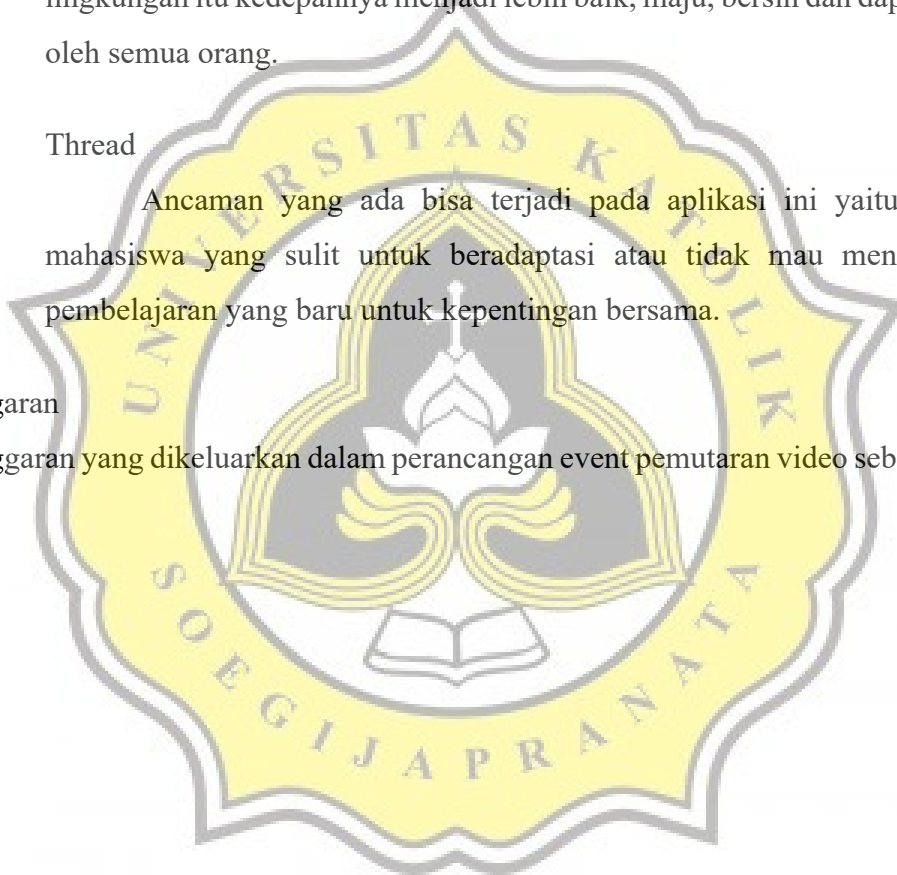
aplikasi yang dibuat ini sangat memiliki peluang bagi para mahasiswa untuk tidak meninggalkan tanggung jawab mereka dalam melestarikan lingkungan kota Semarang. Sehingga nantinya juga akan menarik minat pada diri mereka melakukan pembelajaran dan adaptasi untuk merubah perilaku demi lingkungan itu kedepannya menjadi lebih baik, maju, bersih dan dapat dinikmati oleh semua orang.

Thread

Ancaman yang ada bisa terjadi pada aplikasi ini yaitu dari orang mahasiswa yang sulit untuk beradaptasi atau tidak mau menerima suatu pembelajaran yang baru untuk kepentingan bersama.

3.6 Anggaran

Anggaran yang dikeluarkan dalam perancangan event pemutaran video sebagai berikut:



3.7 Media utama:

Media	Harga	Jumlah	Total	Total Akhir
Poster Tahap kognisi	Rp 3000,00 Per lembar	500 pcs	Rp 1.500.000,00	
Paid Promote Instagram (promosi)	Rp 200.000,00 Per bulan	1 bulan 2 kali	Rp 400.000,00	
Merchandise Event (Thumblr dan Tote Bag, topi, sedotan)	Rp 50,000,00 per pcs Rp 20,000,00 Per pcs tote bag Rp 20,000,00 per pcs Rp 10,000,00 per pcs sedotan stainles	300 pcs 300 pcs 300 pcs 300 pcs	Rp 30.000,000,00	
Total Keseluruhan				Rp 51,900,000,00