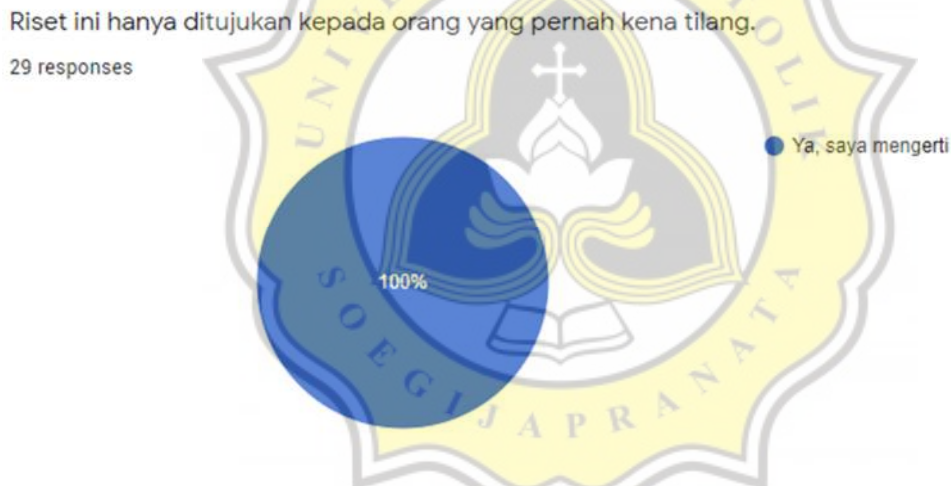


# BAB III

## STRATEGI KOMUNIKASI

### III.1. Analisis Data Riset Khalayak

Tidak seperti kuisisioner sebelumnya, Analisis data riset khalayak hanya memberi pertanyaan kepada orang yang sudah pernah kena tilang untuk mengetahui ciri-ciri khalayak yang pernah kena tilang. Peneliti mendapatkan responden dengan cara pergi ke berbagai tempat di Semarang dan memberikan pertanyaan survei yang sudah disiapkan kepada masyarakat sekitar seperti pedagang kaki lima, ojek online, pengunjung warung makan, penjual warung makan, dan sebagainya. Selain itu peneliti juga menyebarkan kuisisioner secara online. Karena kuisisioner ini hanya mengizinkan responden yang sudah pernah kena tilang untuk mengisinya, responden yang didapat tidak sebanyak kuisisioner sebelumnya. Berikut pertanyaan yang ditanyakan:

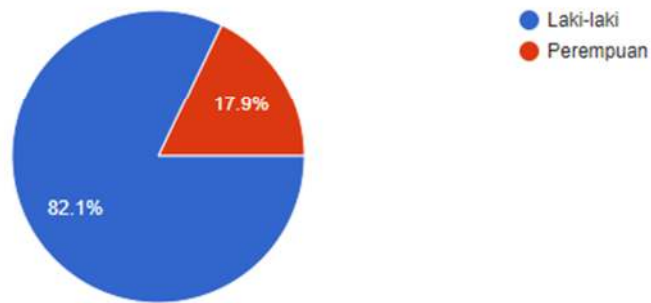


*Bagan 11 Riset ini hanya ditujukan kepada orang yang pernah kena tilang.*

Pertanyaan pertama hanya disediakan 1 jawaban, pertanyaan tersebut dibuat agar orang yang belum pernah mendapat surat tilang tidak ikut mengisi kuisisioner. Pertanyaan tersebut harus dijawab untuk melanjutkan ke sesi pertanyaan berikutnya.

Jenis kelamin (biologis)

28 responses

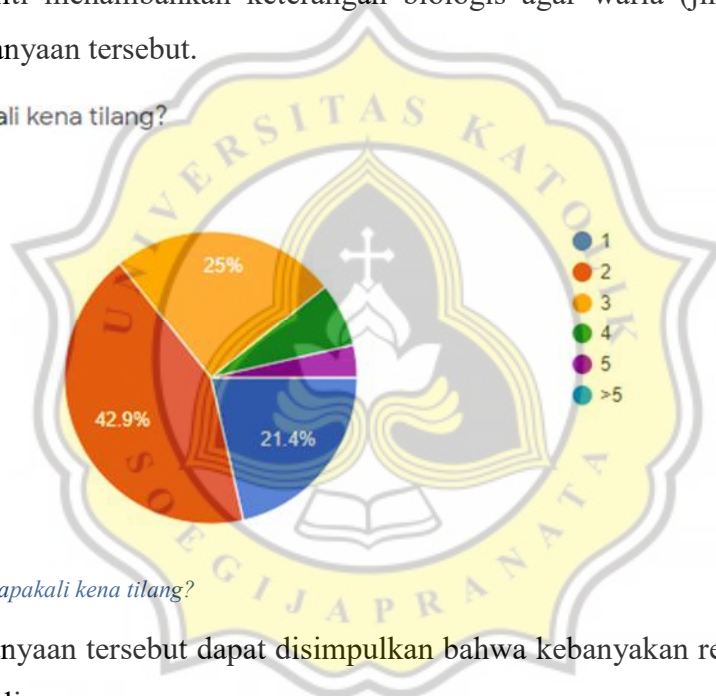


Bagan 12 Jenis kelamin (biologis)

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa penerima surat tilang kebanyakan didapatkan oleh laki-laki. Peneliti menambahkan keterangan biologis agar waria (jika ada) tidak bingung menjawab pertanyaan tersebut.

Sudah berapakah kali kena tilang?

28 responses

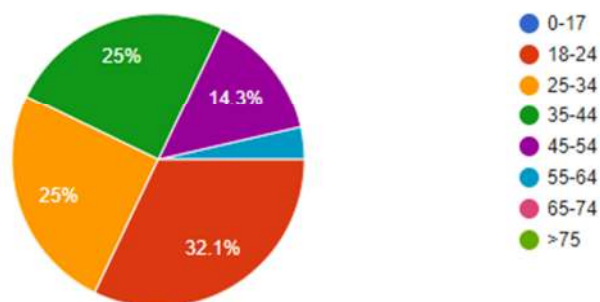


Bagan 13 Sudah berapakah kali kena tilang?

Dari hasil pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden sudah pernah kena tilang 2 kali.

Usia

28 responses

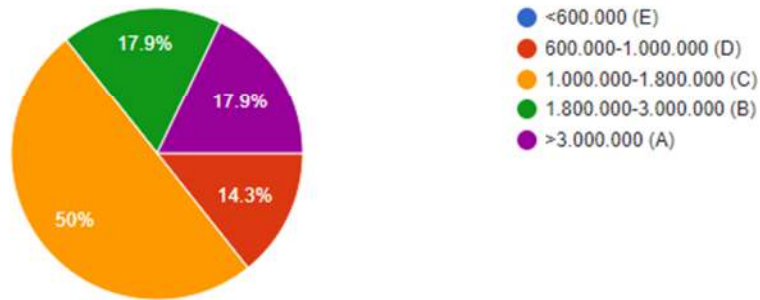


Bagan 14 Usia

Dari hasil pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden yang sudah pernah kena tilang adalah responden berusia 18-24 tahun, namun perbedaannya tidak signifikan dengan responden berusia 25-34 tahun dan 35-44 tahun.

Berapa pengeluaran bulanan anda?

28 responses

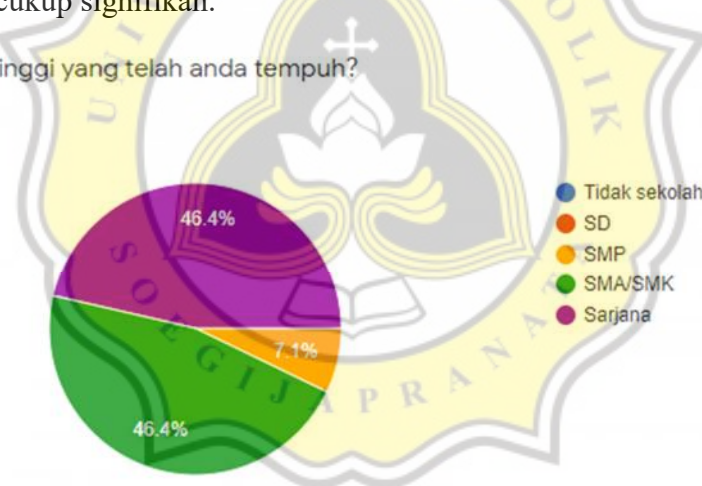


Bagan 15 Berapa pengeluaran bulanan anda?

Dari hasil pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan golongan ekonomi kelas menengah kebawah lebih sering kena tilang dibanding golongan ekonomi lainnya dengan perbedaan yang cukup signifikan.

Apa edukasi tertinggi yang telah anda tempuh?

28 responses

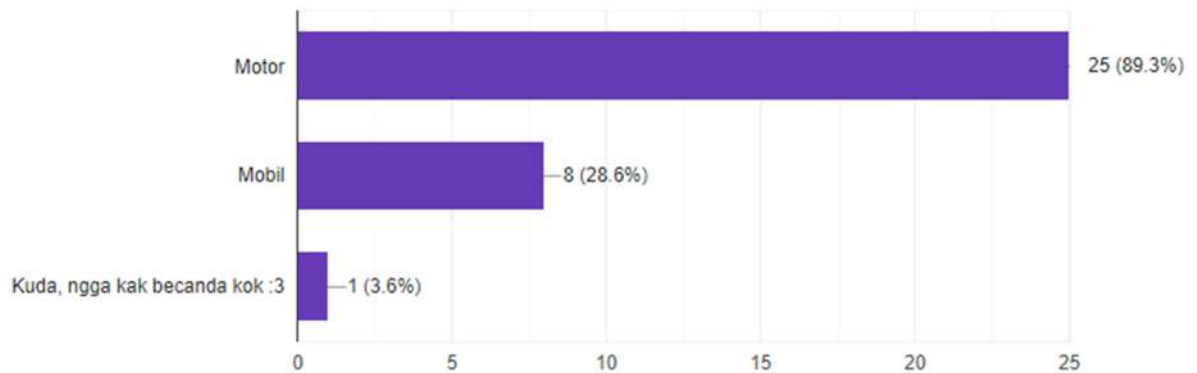


Bagan 16 Apa edukasi tertinggi yang telah anda tempuh?

Dari hasil pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMA/SMK sampai sarjana lebih banyak kena tilang dibanding tingkat pendidikan lainnya.

Apa kendaraan yang anda kendarai saat kena tilang? (bisa pilih lebih dari 1)

28 responses

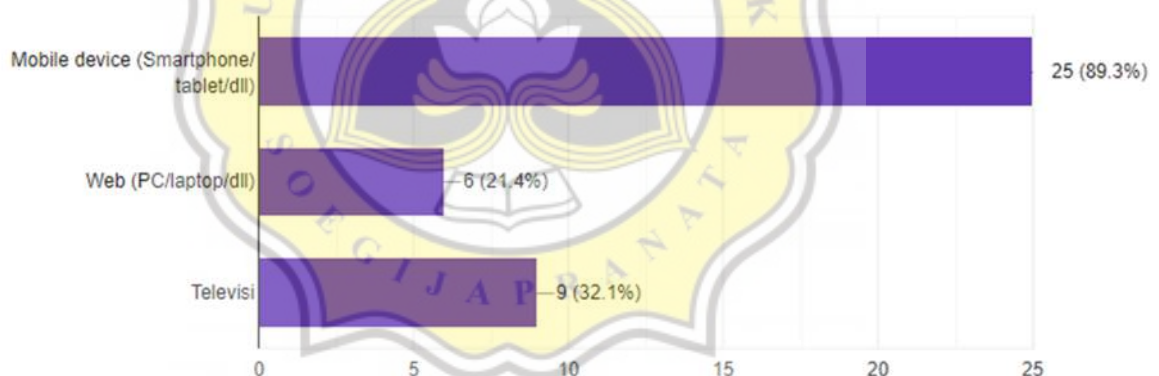


Bagan 17 Apa kendaraan yang anda kendarai saat kena tilang? (bisa pilih lebih dari 1)

Pada pertanyaan ini, responden diperkenankan untuk memilih lebih dari 1 jawaban jika responden pernah kena tilang di lebih dari 1 jenis kendaraan. Dari hasil pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang mengemudi motor lebih banyak kena tilang dibanding pengemudi kendaraan lainnya.

Dimana anda biasa mendapat informasi digital? (bisa pilih lebih dari 1)

28 responses



Bagan 18 Dimana anda biasa mendapat informasi digital? (bisa pilih lebih dari 1)

Pada pertanyaan ini, responden diperkenankan untuk memilih lebih dari 1 jawaban jika responden terbiasa mendapatkan informasi digital di lebih dari 1 media. Dari hasil pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menggunakan seluler *device* untuk mendapatkan informasi.

Selanjutnya peneliti juga mewawancarai korban tilang untuk mengetahui informasi lebih dalam. Salahsatunya Ryan selaku korban tilang pada tanggal 4 maret 2019, Pertanyaan yang ditanyakan sama seperti pertanyaan pada kuisisioner sebelumnya dan data sudah disatukan sehingga tidak akan dibahas lagi satu per satu. Namun peneliti berkomunikasi dapat memberi arahan konsep verbal dari bahasa yang digunakan saat berlangsungnya wawancara. Narasumber menggunakan bahasa Indonesia sehari-hari/ tidak baku. Selain itu dengan wawancara, peneliti juga melihat wujud surat tilang yang saat ini digunakan untuk membantu perancang merancang animasi panduan secara akurat.



Gambar 8 Surat Tilang Biru

### III.2. Khalayak Sasaran

Dari keseluruhan kuisisioner riset awal sampai riset khalayak, dapat disimpulkan khalayak sasaran sebagai berikut.

Geografis	Indonesia
Demografis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laki-laki</li> <li>• Usia 18-24 tahun</li> <li>• Tingkat ekonomi kelas menengah (C) dengan pengeluaran perbulan Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.800.000,00</li> <li>• Tingkat Pendidikan SMA/SMK sampai Sarjana</li> </ul>
Psikografis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berbicara menggunakan Bahasa Indonesia sehari-hari</li> </ul>

Tabel 1 Khalayak sasaran

Usia yang dipilih tetap 18-24 tahun walaupun perbedaannya tidak signifikan, hal ini dikarenakan animasi panduan mengurus surat tilang disasarkan kepada orang yang pertamakali kena tilang.

### III.3. Insight

Dari analisa data yang telah dibahas sebelumnya, dimana 90.5% responden memiliki minat mempelajari prosedur mengurus surat tilang, namun hanya 5.6% yang berhasil memahaminya. Hal ini membuktikan bahwa sumber informasi yang digunakan masyarakat saat ini belum bisa menyampaikan informasi dengan baik. Sehingga instruksi yang lebih baik dibutuhkan oleh masyarakat. Dan masyarakat pun setuju bahwapanduan berupa animasi dapat membantu mereka.

### III.4. Creative Brief

#### **What**

Panduan mengurus tilang kurang efektif dalam menyampaikan informasi.

#### **Who**

Laki-laki berusia 18-24 tahun dengan tingkat ekonomi kelas menengah (C) atau pengeluaran perbulan Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.800.000,00. Tingkat Pendidikan SMA/SMK sampai Sarjana, dan berbiraca menggunakan Bahasa Indonesia sehari-hari (tidak baku).

#### **When**

Seluruh proses penelitian sampai perancangan akan dijalani sesuai panduan atau jadwal yang telah atur oleh Universitas Katolik Soegijapranata.

#### **Where**

Video panduan akan disebar melalui YouTube sebagai *platform* video terbesar.

#### **Why**

Meningkatkat kualitas panduan mengurus surat tilang.

#### **How**

Untuk menannggulangi masalah tersebut, dibuatlah animasi panduan untuk meningkatkan kualitas penyampaian informasi agar masyarakat dapat mengetahui prosedur mengurus surat tilang secara lebih efektif.

### III.5. Strategi Media

#### III.5.1. Judul Video

Video akan dipublikasikan dengan judul “Cara Mengurus Surat Tilang”. Judul tersebut dibuat singkat menggunakan Bahasa Indonesia sehari-hari sehingga cepat dan mudah ditangkap pembaca. Namun judul tersebut tidak spesifik karena tidak menjelaskan surat tilang apa yang akan dibahas, maka dari itu perancang akan mengkomunikasikannya melalui thumbnail video.

#### III.5.2. Thumbnail Video

Thumbnail video dibuat dengan gambar 3 jenis surat tilang di sebelah kiri, hal ini dimaksudkan untuk menginformasikan jenis surat tilang yang akan di bahas dalam video sehingga tidak perlu menulis judul video terlalu panjang. Disebelahnya terdapat teks yang berfungsi sebagai judul. Berikut sketsa thumbnail yang telah dibuat perancang.



*Gambar 9 Sketsa Thumbnail Video*

#### III.5.3. Durasi

Diestimasikan video keseluruhan direncanakan berdurasi 7-10 menit jika ditonton keseluruhan, namun penonton tidak perlu menonton semua bagian. Penonton hanya perlu menonton bagian yang dibutuhkan/dipilih oleh penonton dengan menyajikan pilihan kepada penonton. Dengan begitu, durasi video menjadi lebih singkat dengan hanya menunjukkan panduan yang dibutuhkan penonton saja.

#### III.5.4. Tipografi

Judul atau poin penting pada animasi akan menggunakan font “Effra Heavy”. Sedangkan untuk teks pendukung menggunakan font “Quicksand”.

Berikut contoh font Effra Heavy:

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Berikut contoh font Quicksand:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

### III.5.5. Musik

Pada animasi ini, musik hanya sebagai pendukung saja agar audio dari video animasi tidak terlalu sepi. Perancang animasi tidak membuat musik sendiri, musik yang akan digunakan adalah musik bebas hak cipta dengan suasana gembira, ambient, atau tenang. Volume musik akan dibuat rendah sehingga tidak mengganggu suara narator.

### III.5.6. Warna

Warna yang akan digunakan akan mengimitasi warna objek sesungguhnya, namun hanya menggunakan 1 atau 2 warna untuk setiap material terpisah sebagai ciri flat design. Warna yang di pilih adalah warna cerah dengan saturasi moderat sampai tinggi, namun tidak ekstrim. Berikut contoh ilustrasi dengan pewarnaan flat art:



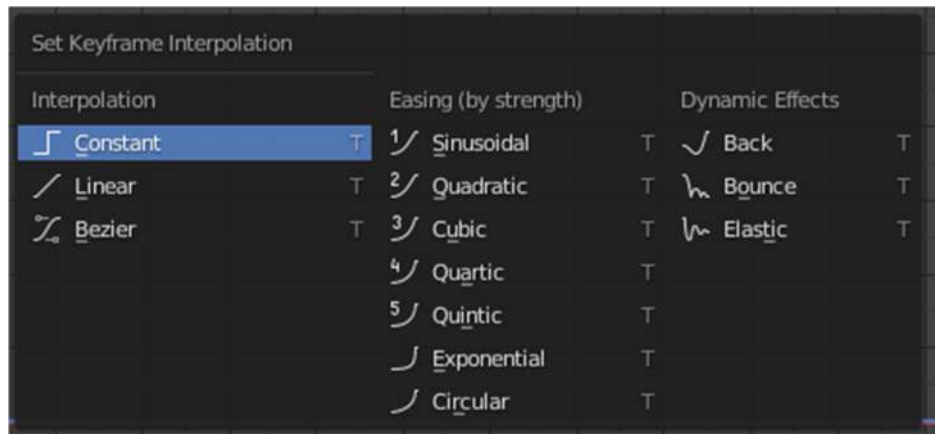
Gambar 10 Contoh pewarnaan flat design

### III.5.7. Animasi

Animasi yang digunakan adalah *keyframe animation* dimana desainer hanya perlu mengatur pose di setiap *keyframe* dan gerakan diantaranya akan dibuat secara otomatis oleh komputer. Gaya animasi yang digunakan akan terdapat minimal *Squash and stretch*. Interpolasi antara *keyframe* akan banyak menggunakan *bezier*, *elastic*, *overshoot/bounceback* sehingga gerakan terlihat memiliki lairan yang



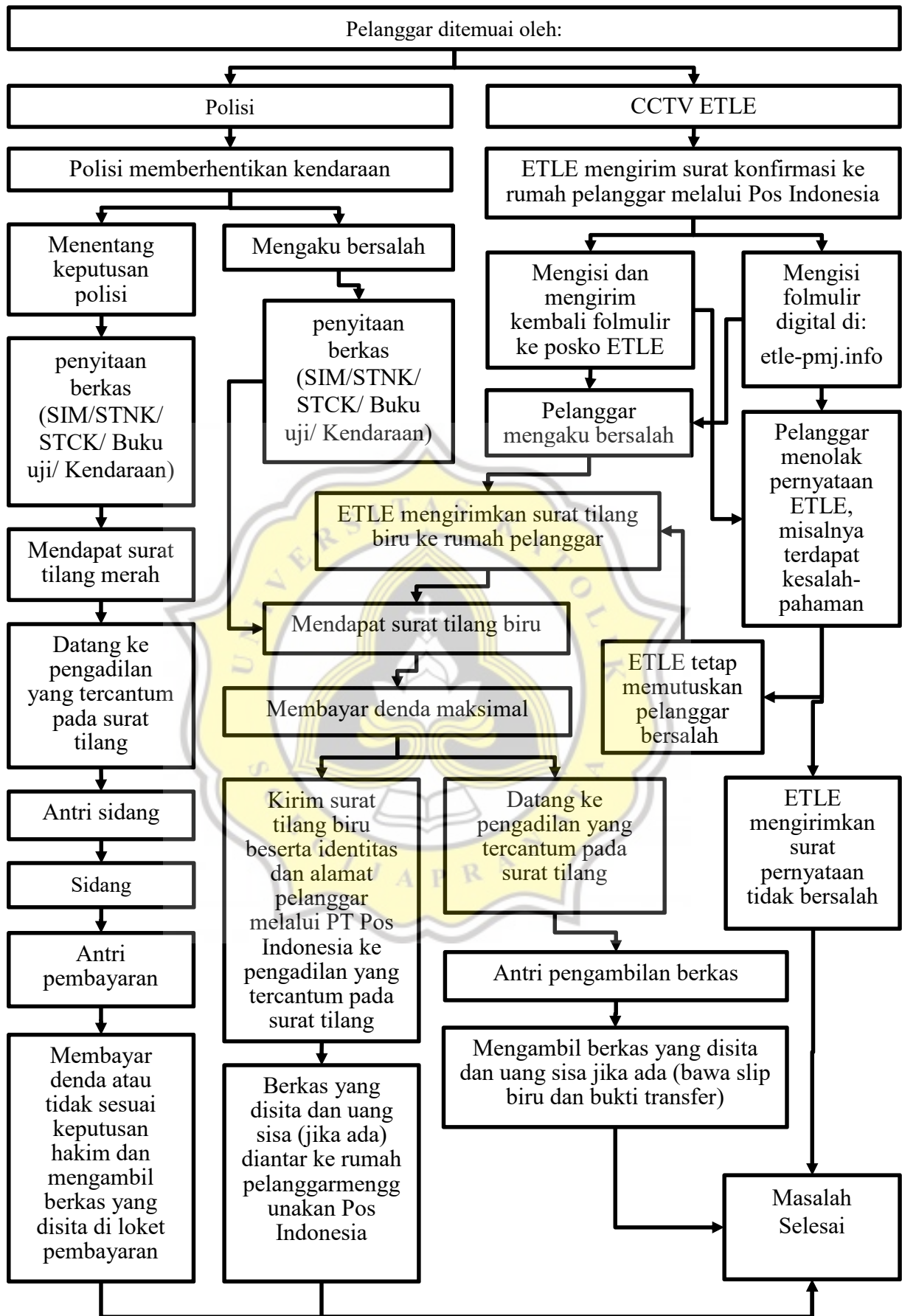
mulus. Interpolasi *Bezier* akan menyesuaikan masing-masing objek sesuai dengan konsep gerakan pada animasi.



Gambar 11 Jenis-jenis interpolasi dan grafisnya.



### III.5.8. Skema Mengurus surat Tilang

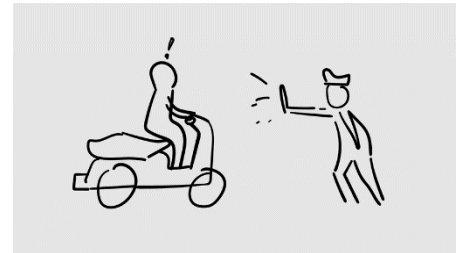


Bagan 19 Skema mengurus surat tilang

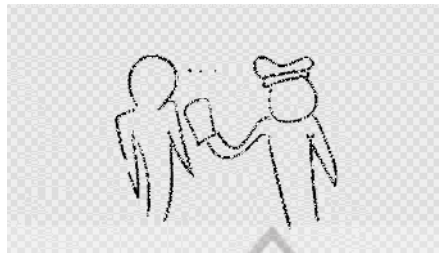
### III.5.9. Sketsa storyboard



Gambar 12 Sketsa storyboard 1



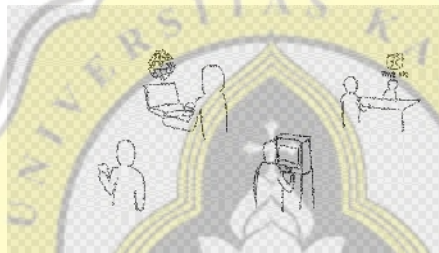
Gambar 13 Sketsa storyboard 2



Gambar 14 Sketsa storyboard 3



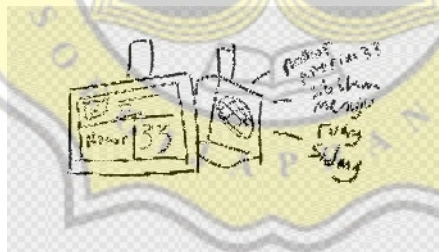
Gambar 15 Sketsa storyboard 4



Gambar 16 Sketsa storyboard 5



Gambar 17 Sketsa storyboard 6



Gambar 18 Sketsa storyboard 7



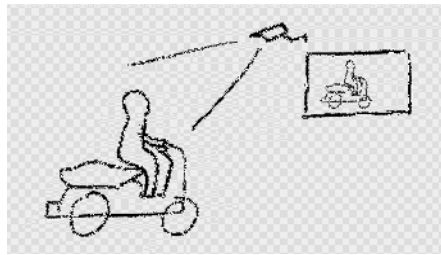
Gambar 19 Sketsa storyboard 8



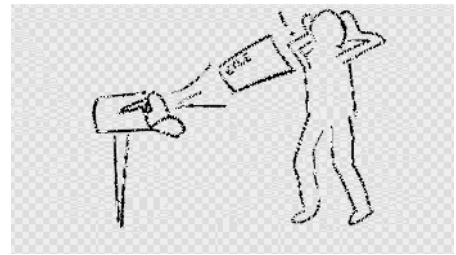
Gambar 20 Sketsa storyboard 9



Gambar 21 Sketsa storyboard 10



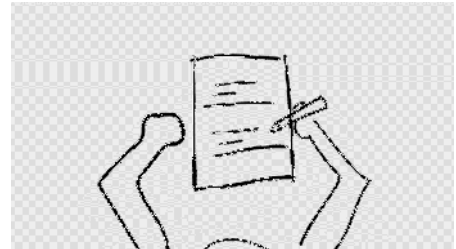
Gambar 22 Sketsa storyboard 11



Gambar 23 Sketsa storyboard 12



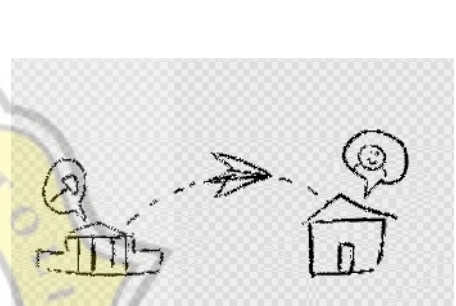
Gambar 24 Sketsa storyboard 13



Gambar 25 Sketsa storyboard 14



Gambar 26 Sketsa storyboard 15



Gambar 27 Sketsa storyboard 16



### III.6. Strategi Anggaran

Kegiatan	Harga
Riset	Rp. 500.000,00
Pembuatan desain animasi	Rp. 4.000.000,00
Total	Rp. 4.500.000,00

Tabel 2 Strategi anggaran