

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Studi Pustaka

Permainan tradisional adalah suatu permainan yang sifatnya turun temurun, dan biasanya memiliki ciri khas dari suatu daerah tertentu serta disesuaikan dengan tradisi budaya setempat.

Namun permainan tradisional kini sudah mulai tergeser karena perkembangan zaman. Ketergantungan pola hidup materialistis di mana terjadi kesenjangan sosial antara masyarakat menengah bawah dengan menengah atas yang beranggapan bahwa permainan tradisional hanya untuk masyarakat menengah bawah, membuat permainan tradisional kurang disenangi oleh anak-anak di daerah perkotaan atau anak-anak dengan keadaan ekonomi menengah atas.

3.1.2 Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan Yohana Meike, S.T.P, seorang guru di sekolah Maria Regina, Semarang. Dengan tujuan untuk mendapat informasi yang dapat dimasukkan dalam konten media.

Beliau mengatakan bahwa anak-anak tidak memainkan permainan tradisional di sekolah. Ada jadwal khusus untuk anak-anak bermain, tetapi mereka tidak bermain permainan tradisional. Mereka hanya bermain wahana bermain yang disediakan pihak sekolah seperti ayunan, jungkat-jungkit, dll. Dan melakukan aktivitas dalam ruangan seperti balok kayu kecil, mewarnai, melipat kertas.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan sebagian anak-anak SD di lingkup Kota Semarang, mereka jarang memainkan permainan tradisional di lingkungan sekolah. Mereka hanya bermain lari-larian keliling lapangan bersama teman di sekolah saat jam istirahat. Di lingkungan rumah, mereka juga jarang melakukan permainan tradisional. Mereka keluar rumah hanya untuk berkumpul bersama teman tetapi tidak memainkan permainan tradisional.

Empat dari 7 anak SD di lingkup Kota Semarang tidak mengetahui apa itu permainan ular naga. Sisanya mengetahui permainan ini tetapi sudah sangat jarang memainkannya di lingkungan tempat tinggal mereka maupun di lingkungan sekolah.

3.1.3 Observasi Offline

Observasi offline ini dilakukan di lokasi sekolah-sekolah di lingkup Kota Semarang, karena target audiens yang merupakan anak SD. Setelah melakukan pengamatan di lingkungan sekolah, penulis dapat menentukan titik lokasi peletakkan media pendukung, salah satunya poster yang dapat dipasang di dinding sekolah ataupun di papan pengumuman. Sehingga poster tersebut dapat terlihat dan terbaca oleh anak-anak SD maupun para orangtua mereka saat melintasi papan pengumuman. Poster adalah suatu media promosi bersifat cetak yang berukuran sedang, biasanya diletakkan di tempat yang ramai dan banyak orang berlalu lalang.

3.1.4 Hasil Analisis Data

Pada perancangan ini akan dirancang sebuah buku cerita bergambar pengenalan permainan tradisional ular naga. Menurut Penasihat Forum Penulis Bacaan Anak (FPBA) Bambang Trimansyah, kegemaran anak-anak dalam membaca buku cerita bergambar tidak akan hilang, dikarenakan anak usia SD dan khususnya anak perkotaan memiliki kesadaran atau minat baca yang akan selalu tumbuh. Saat ini buku-buku berisi gambar penuh dengan warna masih digemari oleh anak usia 3-11 tahun, adanya gambar menjadi syarat utama untuk buku anak. Buku cerita bergambar ini menggunakan warna-warna cerah, karena warna dapat mempengaruhi minat baca anak seperti studi tentang warna menurut Departemen Pengembangan Anak di California State University, sebanyak 69% anak-anak memilih warna yang cerah yang dapat diartikan sebagai kebahagiaan, keceriaan, serta kegembiraan.

3.2 Strategi Komunikasi

3.2.1 Target Audiens

a. Geografis

Anak-anak di Indonesia usia 7-9 tahun

b. Demografis

Target audiens adalah anak-anak usia 7-9 tahun. Penentuan target umur berdasarkan umur anak-anak SD yang sudah paham dengan hal-hal baru dan lingkungan sekitar,

termasuk rentang usia masa anak tengah (*middle childhood*). Sehingga target dapat mengenal permainan tradisional dan khususnya ular naga.

c. Psikografis dan Behaviour

Target audiens memiliki kecenderungan:

- Jarang memainkan permainan tradisional
- Tidak mengetahui permainan ular naga

3.2.2 Creative Brief

• **What: Pesan apa yang disampaikan?**

Pengenalan kembali permainan tradisional khususnya ular naga untuk anak-anak yang sudah jarang dimainkan.

• **Who: Kepada siapa pesan disampaikan?**

Anak-anak di Semarang berumur 7-9 tahun, jarang memainkan dan tidak tahu permainan tradisional ular naga.

• **Where: Dimana pesan disampaikan?**

Perancangan ini akan dilakukan di media cetak yaitu buku cerita bergambar dengan pilot sampling SD di Kec. Semarang Timur.

• **When: Kapan akan dilakukan?**

Perancangan ini akan dilakukan pada pertengahan bulan Desember 2020 selama seminggu sebelum akan masa liburan natal dan tahun baru. Agar anak-anak dapat membaca dan melakukan permainan ular naga dengan teman-temannya di rumah masing-masing saat liburan sekolah.

• **Why: Kenapa pesan tersebut harus disampaikan?**

Perancangan ini dilakukan untuk mengenalkan kembali permainan tradisional ular naga kepada anak-anak sebagai usaha untuk melestarikan permainan tradisional Indonesia. Karena saat ini permainan tradisional sudah sangat jarang dimainkan oleh anak-anak, bahkan sudah mulai ditinggalkan dan dilupakan. Pada zaman sekarang, terjadinya kesenjangan sosial antara masyarakat ekonomi menengah ke bawah dengan menengah ke atas berdampak pada anggapan bahwa permainan tradisional hanya untuk kalangan menengah ke bawah. Hal ini membuat permainan tradisional kurang disegani oleh anak-anak daerah perkotaan.

• **How: Bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut?**

Perancangan menggunakan media cetak sebagai media untuk menyampaikan pesan. Media cetak berupa buku cerita bergambar sebagai media utama. Selain itu juga menggunakan media non digital sebagai media pendukung. Buku cerita bergambar sebagai pengenalan kembali permainan tradisional khususnya ular naga. Media digital *website* sebagai media pendukung untuk mempromosikan media utama, dan media non digital sebagai media untuk mempromosikan buku cerita bergambar.

3.2.3 Penyampaian Pesan

- **Tema Perancangan**

Tema perancangan ini adalah memberikan pengetahuan kepada anak-anak mengenai pengenalan kembali permainan tradisional ular naga.

- **Judul Perancangan**

Judul buku dari perancangan ini adalah “Asyiknya Bermain Ular Naga”. Perancangan ini bermaksud untuk mengajak dan memperkenalkan kembali permainan tradisional ular naga pada anak. Menegaskan bahwa Ular Naga adalah permainan yang mengasyikan.

- **Positioning**

Memperkenalkan permainan tradisional ular naga pada anak yang sudah jarang dimainkan.

- **Tagline**

Tagline yang digunakan pada perancangan ini adalah ‘Permainan yang asik dimainkan bersama’. Kalimat pendek yang jelas dan mudah dimengerti untuk memperjelas bahwa bermain permainan tradisional bersama teman akan terasa menyenangkan.

3.3 Strategi Visual dan Verbal

Keseluruhan strategi visual pada perancangan ini adalah menghadirkan kesan cerah, ceria, modern, *friendly* yang dekat dengan target audiens.

- **Judul**

Judul yang digunakan pada perancangan ini adalah berupa logotype. Judul akan dibuat dengan kesan ceria, cerah sehingga mudah diingat dan menarik perhatian anak-anak. Contohnya seperti ini:



Gambar 3.1 Logo

Sumber: facebook.com

- **Tipografi**

Pemilihan font pada perancangan ini adalah sans serif atau script untuk memberikan kesan *friendly*, santai dan memiliki tingkat baca yang tinggi. Contohnya seperti ini:

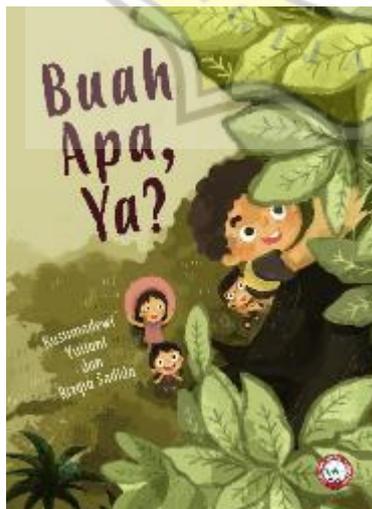
“Arial Rounded MT Bold”
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Gambar 3.2 Tipografi

Sumber: buzzword.org.uk

- **Ilustrasi**

Ilustrasi yang digunakan adalah gaya ilustrasi kartun yang biasanya digambarkan dengan karakter yang lucu untuk menyampaikan pesan secara lebih jelas dan dapat menarik perhatian anak. Contohnya seperti ini:



Gambar 3.3 Ilustrasi 1

Sumber: Literasi.org



Gambar 3.4 Ilustrasi 2

Sumber: dokumentasi pribadi

- **Warna**

Menggunakan warna-warna cerah, karena warna cerah terkesan ceria dan cocok untuk target audiens yaitu anak-anak. Menurut Departemen Pengembangan Anak di California State University, sebanyak 69% anak-anak memilih warna yang cerah yang dapat diartikan sebagai kebahagiaan, keceriaan, serta kegembiraan. Contohnya seperti ini:



Gambar 3.5 Palet Warna

Sumber: sdshared.blogspot.com

- **Verbal**

Gaya bahasa yang digunakan berupa informatif dan komunikatif, untuk memperkenalkan kembali anak-anak mengenai permainan tradisional ular naga. Menggunakan bahasa Indonesia yang non formal agar tidak terkesan kaku dan lebih santai agar anak-anak dapat memahami cerita dengan mudah.

3.4 Strategi Media

Media yang digunakan pada perancangan komunikasi visual ini adalah buku cerita bergambar sebagai media utama dan *website*, poster, *x banner*, *merchandise* (pena, *sticker*, *notebook*) sebagai media pendukung. Dilakukan dengan stand/booth kecil sebagai tempat mempromosikan buku cerita perancangan ini. Akan dimulai pertengahan bulan Desember 2020 selama seminggu sebelum akan masa liburan natal dan tahun baru, sehingga saat liburan anak-anak dapat mengenal dan memainkan permainan ular naga. Dan setelah liburan, mereka dapat bermain permainan tradisional dengan teman-temannya di sekolah dan di lingkungan tempat tinggal mereka. Semua media pendukung akan selesai di akhir tahun 2020, karena bersamaan dengan liburan kenaikan kelas, libur natal dan tahun baru.

- Buku cerita bergambar

Perancangan desain yang diterapkan pada buku untuk memberi wawasan dan pengenalan kembali mengenai permainan tradisional ular naga kepada anak-anak. Menggunakan gaya desain ilustrasi kartun karena dapat memberikan kesan imajinatif. Penggunaan karakter anak-anak pada perancangan ini ditujukan agar anak-anak merasa lebih dekat ketika membaca buku tersebut.

Isi yang ada pada buku ini yaitu:

- Halaman judul
- Halaman pengenalan permainan tradisional ular naga dalam bentuk cerita bergambar.
- Halaman informasi untuk menjelaskan cara permainan ular naga.
- Halaman berisi lirik lagu Ular Naga
- Halaman belakang ada permainan kecil berupa *puzzle* bergambar permainan tradisional ular naga. Sehingga selain membaca, anak-anak dapat memainkan *puzzle* tersebut.
- Halaman papercraft yang dapat digunting dan disusun menjadi kepala naga untuk bermain.
- Terdapat sticker karakter ular naga dan karakter anak kecil perempuan didalamnya agar anak-anak dapat menyimpan atau menempelkan ke benda yang mereka inginkan.
- Website
Pembuatan konten website sebagai media untuk mempromosikan buku cerita bergambar untuk orang tua anak yang menggunakan gadget.
- Poster dan Brosur
Media poster dan brosur digunakan untuk mempromosikan buku cerita bergambar tersebut kepada anak-anak dan orangtua. Dipasang pada papan pengumuman dan dibagikan di booth kecil-kecilan di berbagai SD di lingkup Kota Semarang.
- X-banner
Diletakkan di dekat papan pengumuman dan pintu masuk sekolah sebagai media promosi buku cerita bergambar dan website.
- Merchandise
Merchandise berupa pena, sticker dan notebook sebagai media tambahan untuk dapat digunakan anak-anak untuk keperluan sekolah, didapat dengan membeli buku cerita bergambar tersebut.

3.5 Rencana Anggaran

Media	Keterangan	Biaya
Buku cerita bergambar	Ukuran A4, AP 150 Hard Cover, 100 Halaman Jumlah 50 @Rp 137.500,00	Rp 6.875.000,00
Website	Internet 2bln @Rp 285.000,00	Rp 570.000,00
Poster dan Brosur	Ukuran A4 Jumlah 100 @Rp 5.000,00	Rp 500.000,00
X-banner	Ukuran 60 x 160cm Jumlah 96 @Rp 50.000,00	Rp 4.800.000,00
Merchandise	Pena 500pcs @Rp 3.000,00 Notebook A5 100pcs @Rp 30.000,00 Sticker 1000pcs @Rp 2.000,00	Rp 1.500.000,00 Rp 3.000.000,00 Rp 2.000.000,00
JUMLAH		Rp 19.245.000,00

3.6 Oprasional Teori

Menurut Rohidi (1984: 87), gambar ilustrasi adalah penggambaran sesuatu melalui elemen rupa untuk lebih menjelaskan dan memperindah sebuah teks, agar pembaca dapat merasakan secara langsung kesan dan pesan dari cerita yang disajikan. Dan menurut Soedarso (2014:566) terdapat jenis ilustrasi katun dan cerita bergambar, ilustrasi kartun yang memiliki gambar atau karakter yang lucu, sedangkan cerita bergambar adalah ilustrasi berbentuk komik atau gambar yang diberi teks. Sehingga buku cerita bergambar ilustrasi kartun sangat cocok untuk anak-anak karena penggunaan karakter yang lucu.