BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

III.1 Metode penelitian

III.1.1 Studi pustaka

Psikologi Perkembangan Remaja

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan peneliti terhadap teori perkembangan remaja, diperoleh data yang menjelaskan bahwa remaja merupakan golongan sosial yang masih labih emosionalnya, memiliki kepekaan yang kurang, dan masih banyak dipengaruhi oleh sesamanya. Dan remaja merupakan tahapan dimana manusia paling sering berinteraksi satu sama lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *toxic positivity* akan dapat sering terjadi di lingkungan sosial remaja dan dapat memengaruhi perkembangan sosial remaja.

III.1.2 Wawancara mendalam

Toxic Positivity menurut ahli

Wawancara dilakukan peneliti guna mendapatkan data pengertian *toxic positivity* karena *toxic positivity* merupakan ungkapan baru yang belum memiliki teori pasti. Wawancara dilakukan peneliti dengan narasumber seorang Psikolog. Beliau merupakan psikolog muda berusia 26 tahun bernama Yoana Theolia A. Y., M.Psi., Psikolog. Beliau memberi pengertian bahwa *toxic positivity* hanya berfokus pada hal-hal positif dengan mengesampingkan pesaraan asli dari individu tersebut. Manusia memiliki berbagai macam emosi seperti senang, sedih, marah kecewa, terkejut, dan lain-lain, dimana emosi-emosi itulah yang menjadikan manusia sebagai manusia sejati (Authentic Human Being). Positivity itu sendiri tentu memiliki manfaat, yaitu dapat menjadikan orang menjadi pribadi yang membawa hawa positif yang disukai orang-orang disekitarnya, menjadi pribadi yang optimis sehingga pantang menyerah dan selalu aktif dalam mencari solusi. Namun, hal positif tersebut akan menjadi racun ketika kita hanya mau menerima perasaan senang tetapi mengabaikan dan meremehkan emosi-emosi lain.

Toxic positivity menjadi berbahaya karena emosi-emosi lain dibiarkan begitu saja tanpa diproses lebih lanjut. Dengan membiarkan emosi lain tersebut, seseorang

akan kehilangan informasi mengenai diri sendiri, dan menghambat proses penemuan jadi diri sendiri. Orang akan menjadi tidak berkembang dan memiliki daya juang yang rendah. Mengalami perasaan negatif sesungguhnya merupakan suatu pengalaman yang positif. Dengan menerima, merasakan, dan mengolah emosi negatif, kita dapat lebih memahami diri sendiri, serta dapat melakukan antisipasi dan pengembangan diri kedepannya.

Oleh karena itu, agar remaja tidak semakin menyebarkan *toxic positivity*, remaja harus menyadari bahwa manusia memiliki berbagai emosi dan tidak mungkin untuk positif setiap saat. Mereka harus memahami adanya pengalaman emosional yang tidak baik. Setiap emosi dan perasaan diolah menjadi informasi yang berguna untuk pengembangan dan pemahaman diri maupun terhadap orang lain.

III.1.3 Kuesioner

Pengalaman remaja tentang *toxic positivity*

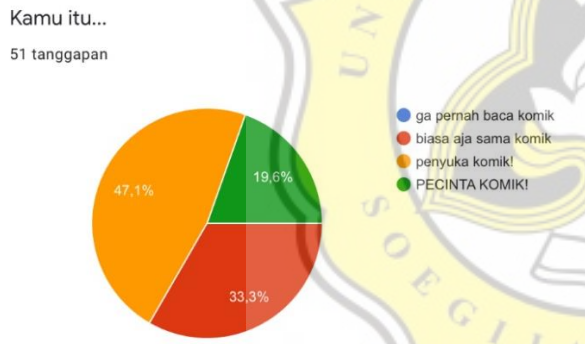
Melalui kuesioner yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan data bahwa 54% dari 90 remaja pernah mengalami suatu pengalaman *toxic positivity*. Banyak yang peduli pada perasaan orang lain terhadap apa yang ia katakan. Namun kepedulian itu tidaklah cukup untuk mencegah *toxic positivity*. Dari kuesioner didapat data bahwa sebagian besar responden remaja tidak menyadari bahwa ia mungkin menyebarkan *toxic positivity*. Oleh karena itu perlulah untuk meningkatkan kesadaran tentang keberadaan *toxic positivity*.

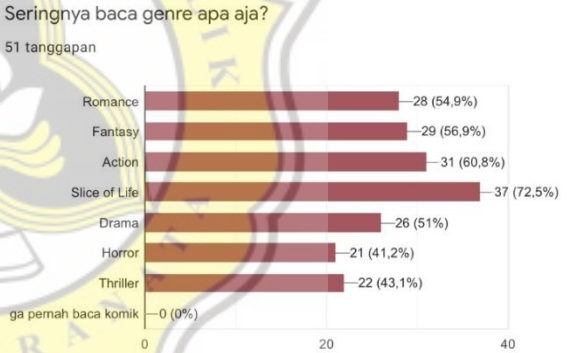
Gambar III.1 Grafik remaja yang pernah mengalami *toxic positivity*

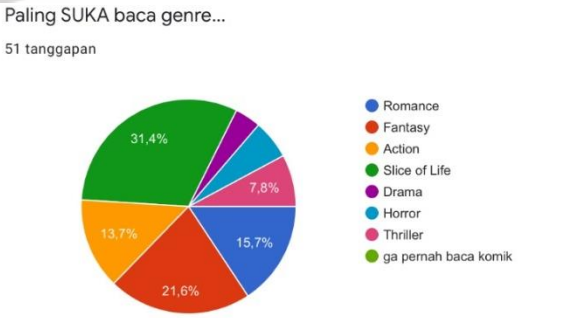
Sumber: Dokumentasi pribadi

Minat remaja terhadap komik

Melalui kuisioner yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan data bahwa 100% responden pernah membaca komik. 51% responden mengakui bahwa mereka sering membaca komik. Dan 66.7% responden merupakan penyuka komik. Untuk itudapat disimpulkan bahwa komik merupakan media yang menarik bagi remaja. Dan yang terakhir, 74,5% responden remaja ini lebih menyukai komik online daripada komik offline (buku/majalah/koran), karena lebih praktis, gratis, efektif, serta dapat mengakses banyak komik online tanpa harus ribet membawa beberapa buku/majalah/koran. Melalui kuisioner juga didapatkan bahwa remaja banyak yang membaca dan menyukai genre slice of life daripada genre lainya.







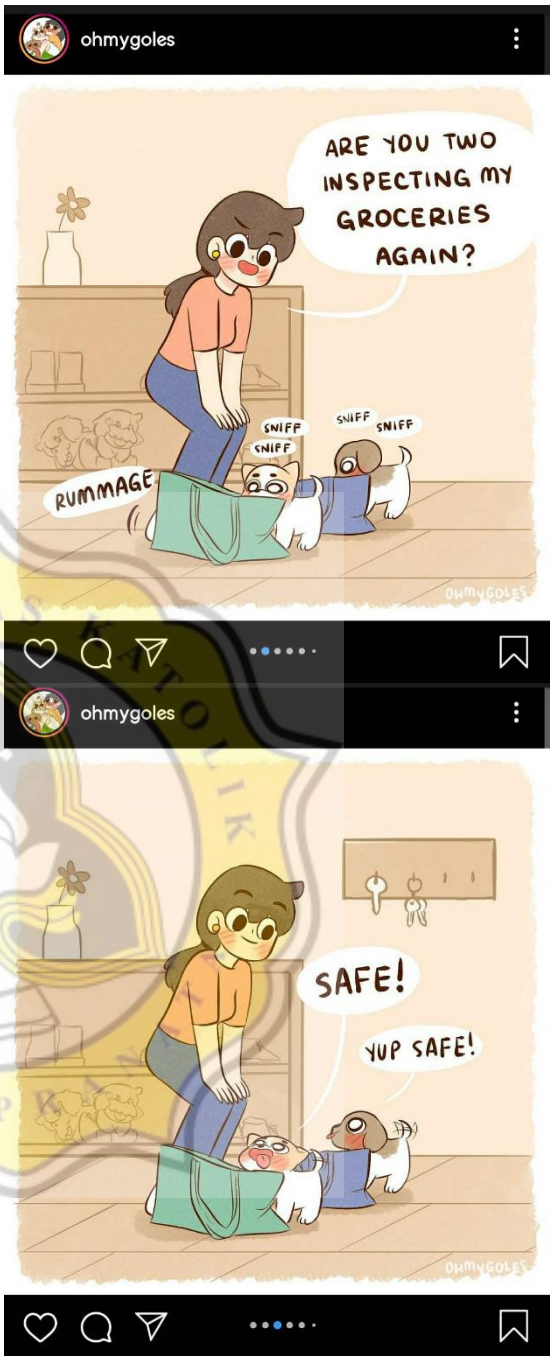
Gambar III.2 Grafik minat membaca komik remaja

Gambar III.3 Grafik genre yang diminati remaja

Sumber: dokumentasi pribadi

Sumber: dokumentasi pribadi

Contoh komik slice of life pada Webtoon dan Instagram



Gambar III.4 My Giant Nerd Boyfriend

Sumber: Webtoon LINE

Gambar III.5 ohmygoles

Sumber: instagram.com/ohmygoles

III.1.4 Observasi online

a. *Toxic Positivity*

Melalui observasi online peneliti mendapatkan artikel yang berisikan data makna dari *toxic positivity* yang sedang ramai dikalangan masyarakat muda. Dari artikel hellosehat.com pada bagian psikologi, maupun artikel dari thepsychologygroup.com menjelaskan tentang fenomena *toxic positivity* yang mulaikerap timbul di tengah-tengah masyarakat. *Toxic positivity* adalah ungkapan positif yang menjadi bumerang, dimana kata-kata positif tidak membuat seseorang merasa lebih baik namun justru merasa lebih terpuruk, terutama untuk mereka yang mengalami depresi. *Toxic positivity* hanya memicu orang yang tertimpa persoalan menutupi perasaan sesungguhnya. Hawa positif memiliki sisi kelam, menunjukan penggunaan hawa positif yang berlebihan dapat menyakiti dan penderitaan yang berkepanjangan. *Toxic positivity* bisa didefinisikan juga sebagai generalisasi bahagia yang berlebihan dan tidak efektif, serta merasa optimis tanpa memerhatikan kondisi dan situasi. Proses *toxic positivity* menghasilkan penolakan, pengucilan, dan penyangkalan dari pengalaman otentik emosi manusia.

b. Komik

Komik merupakan media informasi dan hiburan yang bersifat ringan dan mudah diterima oleh kalangan remaja. Komik sendiri adala media yang berisi susunan gambar yang teratur dan membentuk suatu alur kejadian. Selain itu komik memiliki bebagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lain. Kelebihan terseut antara lain, dapat mengatasi perbedaan ruang dan waktu, dapat mencegah kesalah pahaman akibat keterbatasan dalam pengamatan, juga tidak membutuhkan peralatan khusus.

III.1.5 Observasi langsung

Barang yang sering melekat pada remaja:

- Gawai
- Tas/totebag
- Pakaian gaya remaja (kaos, jaket, celana jeans, dll)
- Pernak-pernik (gelang, jam tangan, gantungan, dll)

Gambar III.6 Remaja gemar mengenakan kaos dan totebag

Sumber: Google

Merchandise ini dipilih tidak hanya karena para remaja menyukainya, namun juga dapat menjadi media pendukung yang dapat disebarkan oleh pembaca dan sekaligus menjadi media promosi.

III.1.6 Hasil analisis data

Dari data yang didapat oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa masih banyak remaja yang mengalami pengalaman *toxic positivity*. Kejadian *toxic positivity* juga disebabkan oleh ketidak sadaran remaja terhadap *toxic positivity* dalam berkomunikasi dengan sesamanya. Pergaulan remaja yang luas juga dapat menambah resiko terjadinya *toxic positivity*. Oleh karena itu diperlukanlah media yang dapat meningkatkan kesadaran remaja tentang keberadaan *toxic positivity*.

Media yang dapat menjadi media informasi yang paling cocok dan sesuai dengan remaja ialah komik. Selain ringan dan dekat dengan kaum remaja, komik dapat menjelaskan *toxic positivity* secara nyata melalui adegan dan alur cerita. Selain itu komik dapat mengatasi keterbatasan ruang dan waktu dalam penyebarannya. Komik yang digunakan ialah komik online yang dapat diakses dengan gawai.

Komik online dipilih karena remaja selalu berada disekitar gawai yang mereka miliki. Sehingga komik online dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Komik online bersifat praktis, efisien, dan tidak membebani pembaca untuk membawa buku komik untuk membacanya kapan saja. Komik yang paling banyak diminati remaja ialah komik dengan genre slice of life. Dimana pada komik tersebut menyajikan alur cerita yang dapat memunculkan kejadian pada kehidupan sehari-hari.

III.2 Strategi komunikasi

III.2.1 Target audience

- Demografis

  Remaja usia 18 hingga 23 tahun.

- Psikografis dan behavior

  Remaja yang sedang berkembang, belum sepenuhnya memiliki pemikiran mantang dan sangat mudah dipengaruhi sesamanya. Pada usia ini, remaja akan banyak berinteraksi dan saling memengaruhi satu sama lain, baik dalam lingkungan sekolah, kampus, maupun lingkungan kerja.

Target memiliki kecenderungan seperti:

- Kaum digital
- Aktif dalam menggunakan sosial media
- Banyak berinteraksi dengan sesamanya
- Memiliki keinginan tinggi untuk diterima oleh lingkungan sosialnya
- Memiliki pemikiran yang kurang matang
- Memiliki kepekaan yang masih cenderung rendah

III.2.2 Alur penyampaian komunikasi

a. Iklan instagram story yang berisikan video singkat 15 detik dan mengarahkannya pada akun instagram komik “Racun Penyemangat” dan link webtoon “Racun Penyemangat”. Instagram story ini akan muncul 2 kali sehari selama seminggu pertama dan 1 kali per 2 hari dalam 4 minggu.

b. Post instagram yang berisi kalimat singkat yang berhubungan dengan cerita per episode. Dan bio instagram yang berisi link menuju webtoon “Racun Penyemangat”. Post ig akan ada 9 post yang akan di upload sekaligus.
c. Poster di kampus-kampus yang berisikan beberapa kata *toxic positivity* dan mengajak untuk mengetahui bahaya *toxic positivity* melalui komik “Racun Penyemangat”.
d. Webtoon “Racun Penyemangat” yang berisi 5 episode yang akan update setiap 1 minggu sekali. Berisikan 3 episode yang memiliki alur cerita kejadian yang dapat dialami remaja, 1 episode pandangan singkat psikolog mengenai *toxic positivity*, dan 1 episode yang menjelaskan *toxic positivity* dan bahayanya secara umum melalui gambaran visual *toxic positivity* jika berdampak secara fisik.
e. Adanya Giveaway merchandise komik online “Racun Penyemangat”. Terdapat 10 kaos, 10 totebag, dan 50 sticker. Akan terdapat 10 pemenang hadiah yang mendapat 1 kaos,, 1 set sticker whatsapp/line. Dan 10 pemenang hadiah yang mendapat totebag dan 1 set sticker whatsapp/line. Pemenang dipilih berdasarkan sharing cerita paling menarik dan inspirasional tentang *toxic positivity* di instagram mereka dengan menge-tag instagram “Racun Penyemangat”. Kemudian terdapat 30 pembaca beruntung yang akan mendapat masing-masing 1 set sticker whatsapp/line. Pemenangnya dipilih secara acak dengan random generator. Namun sebelumnya, mereka harus mengunggah story instagram mereka yang berisi tangkapan layar dari cuplikan adegan “Racun Penyemangat” favorite mereka.

   Merchandise ini dapat dipakai dan juga dapat menjadi media yang dapat dilihat banyak orang. Sehingga lebih banyak orang yang mengetahui keberadaan komik webtoon “Racun Penyemangat”. Dan sticker whatsapp/line dapat digunakan dalam percakapan sehari-har, dan dapat terus digunakan setiap waktu.

III.2.3 Kreatif brief

- What: Pesan apa pada komik yang akan disampaikan?

  Informasi mengenai keberdaan dan berbahayanya *toxic positivity* dalam bersosialisasi dengan sesama remaja.
- Who: Kepada siapa pesan tersebut disampaikan?

Kepada remaja usia 18 hingga 23 tahun yang aktif belajar maupun bekerja.

- Where: Dimana pesan tersebut disampaikan?

  Pesan dapat disampaikan kapan saja karena diberikan melalui media komik online, yang dapat diakses melalui gawai.

- When: Kapan dapat dilaksanakan?

  Waktu pada penyampaian informasi komik online tidak terbatas dan dapat diakses kapan saja. Sehingga tidak memerlukan waktu khusus.

- Why: Mengapa pesan toxic positiivity harus disampaikan?

  Karena *toxic positivity* merupakan hal yang dapat mengganggu perkembangan remaja dalam bersosialisasi. *Toxic positivity* harus disampaikan agar hal ini tidak terus menerus terjadi dan dapat berkurang dari waktu ke waktu.

- How: Bagaimana cara penyampaian keberadaan *toxic positivity* melalui komik?

  Toxic positivity disampaikan melalui contoh alur cerita yang berisi kejdian *toxic positivity* dan dampak yang mungkin terjadi. Komik berisi beberapa contoh kejadian dan berisi 1 cerita di setiap 1 episode komiknya. Komik juga akan berisi 1 sesi tentang pendapat ahli.

III.2.4 Penyampaian pesan

a. Tema perancangan

Memberikan wawasan tentang keberadaan *toxic positivity* kepada remaja dalam bersosialisasi melalui komik.

b. Positioning

Menginformasi *toxic positivity* untuk remaja dengan media komik online.

c. Big idea

Penyebaran bahaya *toxic positivity* melalui alur cerita yang menggambarkan kejadian nyata melalui media komik online yang belum pernah ada sebelumnya.

III.3 Strategi Visual dan Verbal

Strategi visual dalam perancangan ini menggunakan warna-warna yang nyaman dilihat dan tidak mencolok. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan pembawaan alur cerita yang ringan, dan membuat perasaan nyaman (heart warming).

III.3.1 Tipografi

Font yang digunakan pada perancangan komik ini menggunakan font Spinner Rack BB yang berjenis sans serif. Font ini digunakan untuk mendukung kesan ringan dan netral pada komik. Font tersebut juga merupakan font yang umum digunakan di berbagai genre komik online.

III.3.2 Warna

Warna yang digunakan pada komik ini adalah warna-warna lembut. Warna-warna ini digunakan untuk memberikan kesan dan rasa nyaman dalam penyampaian cerita. Hal ini juga untuk mendukung penyampaian pesan cerita yang akrab dan dekat dengan kejadian yang mungkin dialami remaja sehari-hari juga agar tetap memberikan kesan lembut dan tenang dalam menyampaikan pesan pada alur cerita.

III.6 Colour Pallete

III.3.3 Verbal

Dalam perancangan ini menggunakan gaya bahasa sehari-hari yang akrab dan mudah dimengerti oleh target. Bahasa yang digunakan merupakan bahasa Indonesia tidak baku, yang biasa digunakan remaja Indonesia masa kini beserta bahasa slang-nya.

III.4 Strategi Media

Pada perancangan ini menggunakan komik online sebagai media utama pendekatan pada remaja untuk menginformasikan keberadaan toxic positif. Komik

online tersebut diedarkan melalui website dan social media Instagram. Perancangan dilakukan mulai bulan Juni 2020 dengan memperbarui episode di setiap minggunya. Untuk mendukung media utama komik, media-media lain juga digunakan untuk mendukung komik online ini agar dapat selalu diingat oleh para remaja. Media-media tersebut antara lain, kaos, totebag, gantungan kunci, dan stiker yang merupakan benda-benda yang sering dibawa dan berada di sekitar remaja.

III.4.1 Komik Online

Perancangan komik online guna untuk menyampaikan informasi mengenai *toxic positivity*, sehingga dapat meningkatkan kesadaran remaja terhadap keberadaan *toxic positivity*. Komik online akan ber-genre slice of life dimana menyajikan cerita tentang kejadian yang dapat dialami remaja dalam kehidupannya sehari-hari. Komik dikemas dengan warna-warna pudar bersaturasi rendah yang memiliki nuansa hangat pada penggambaran karakternya dan nuansa dingin bersaturasi rendah pada penggambaran latar di belakang dan sekitar karakternya. Warna yang memiliki saturasi yang lebih tinggi akan digunakan pada benda/karakter tertentu untuk memperdalam maknanya dalam berjalannya suatu cerita.

Komik online akan disebarkan melalui platform “Webtoon” yang dapat diakses melalui website dan juga di unggah di media sosial Instagram. Hal ini dipilih karena dapat menunjang keberadaan komik yang sering juga di unggah oleh para pembuat komik lainnya.

III.4.2 Iklan Instagram Story

Instagram Story merupakan salah satu fitur yang dimiliki oleh media sosial Instagram. Melalui instagram story, komik akan di promosikan melalui gambar yang ditampilkan singkat berdurasi 15 detik yang berisi tentang gambaran komik yang akan dibaca. Instagram Story ini dapat menjadi *‘Ads’* yang akan muncul pada pengguna yang memiliki minat baca pada komik dan minat terhadap permasalahan sosial.

III.4.3 Merchandise

Merchandise yang akan digunakan adalah kaos, totebag, dan merchandise online berupa sticker whatsapp/line, yang sering digemari oleh kaum remaja. *Merchandise* tersebut juga dapat selalu dibawa dan digunakan oleh para remaja, sehingga dapat senantiasa mengingatkan akan keberadaan *toxic positivity* yang berbahaya bagi mereka.

III.5 Rencana Anggaran

NO.	Media	Keterangan	Biaya
1.	Iklan Instagram	Iklan akan dipasang selama sebulan dengan minggu oertama selama 7 hari penuh, dan setelahnya menjadi seminggu sekali Total 10 hari @hari : Rp 25.000,-	Rp 250.000,00
2.	Kaos	10 pcs @ Rp 50.000,00	Rp 500.000,00
3.	Totebag	10 pcs @ Rp 40.000,00	Rp 400.000,00
4.	Stiker Line	50 pcs @ Rp 7.200,00	Rp 360.000,00
		Total	Rp 1.510.000,00