

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

III.1 Metode Penelitian

III.1.1 Studi Pustaka

Dalam merancang media komunikasi visual ini, penulis mendapatkan data melalui beberapa jurnal terkait dengan topik gangguan pendengaran akibat pemakaian *earphone* dalam waktu yang cukup lama dengan volume yang keras.

III.1.2 Observasi Online

Observasi online dilakukan dengan melihat artikel dan berita terkait dengan topik gangguan pendengaran akibat pemakaian *earphone* dalam waktu yang cukup lama dengan volume yang keras.

III.1.3 Kuesioner Online

Untuk mendapatkan kedalaman data tentang pengguna, dilakukan pembagian kuesioner online untuk mengetahui kebiasaan remaja memakai *earphone* dalam kesehariannya.

III.1.4 Hasil Analisis Data

Berdasarkan data kualitatif yang diperoleh dari kuesioner online terhadap remaja berusia 17-22 tahun di Kota Semarang, sebagian besar remaja dengan presentase 78% dari 91 responden mengatakan bahwa mereka sering memakai *earphone*. Remaja-remaja tersebut membutuhkan *earphone* tersebut agar dapat terfokus pada audio yang didengarkan, tidak terganggu suara dari luar, tidak ingin diganggu dan agar tidak mengganggu orang yang berada di sekitar. Selain itu, para remaja memakai *earphone* untuk mendengarkan musik dan *podcast*, menelepon seseorang, menonton film atau *Youtube* hingga bermain *game*. Pemakaian *earphone* pun dilakukan ketika remaja sedang dalam perjalanan, saat bersantai di sebuah kafe, mall atau di tempat ramai, dan ketika berada di rumah. Tidak hanya itu, remaja-remaja tersebut memakai *earphone* ketika sedang bekerja atau mengerjakan tugas.

Dalam 1 hari, lama pemakaian *earphone* bagi remaja tidak hanya selama 1 jam, tetapi hingga 3-4 jam dan ada yang melebihi dari 4 jam pemakaian. Selain itu, sebagian besar remaja mendengarkan dengan volume yang cukup keras diatas 50-60% ketika memakai *earphone*. Kebiasaan remaja memakai *earphone* dalam waktu yang cukup lama dan dengan volume yang besar dapat memicu dampak buruk bagi pendengaran pada telinga remaja. Meskipun para remaja mengetahui adanya efek buruk pada pendengaran ketika memakai *earphone* terlalu lama, para remaja tersebut tetap melakukannya.

Terkait dengan *earphone*, perangkat tersebut dijual dengan harga yang berbeda-beda mulai dari harga yang murah (kurang lebih Rp 30.000,-) hingga harga yang mahal (kurang lebih Rp 1.000.000,-). Meskipun begitu, setiap *earphone* memiliki satu kesamaan yaitu menghasilkan suara hingga lebih dari 100 dB. Seperti contohnya pada *earphone* Beyerdynamic Byron BT seharga Rp 1.590.000,-, menghasilkan 100dB. Sedangkan pada *earphone* Philips SHE3800 seharga Rp 30.000,-, *earphone* tersebut menghasilkan intensitas suara hingga 104 dB. Pada umumnya, manusia disarankan untuk mendengarkan suara maksimal hingga 85 dB, sehingga jika lebih dari angka tersebut dapat berdampak buruk bagi telinga.

III.2 Strategi Komunikasi

III.2.1 Target Audiens

a. Geografis

Remaja berdomisili di kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.

b. Demografis

Target dari perancangan adalah remaja laki-laki dan perempuan berusia 17 tahun – 22 tahun.

c. Psikografis dan Behaviour

Ada pun kebiasaan remaja yaitu:

- Aktif menggunakan perangkat digital seperti telepon genggam dan laptop
- Aktif menggunakan media sosial
- Pemakai aktif *earphone*
- Berkumpul di sebuah kafe
- Berpakaian *casual* dan santai

III.2.2 Creative Brief

a. What: Pesan apa yang disampaikan?

Pesan yang ingin disampaikan melalui perancangan ini adalah untuk mengurangi kebiasaan remaja aktif pemakai *earphone* agar tidak memakai *earphone* terlalu lama dengan volume yang keras.

b. Who: Kepada siapa pesan disampaikan?

Remaja berusia 17 tahun – 22 tahun yang menjadi pengguna aktif *earphone*.

c. Where: Dimana pesan disampaikan?

Perancangan media komunikasi visual ini dilakukan dalam bentuk sebuah aplikasi *mobile* yang dapat diunduh. Untuk mendapatkan perhatian

remaja, perancangan juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk media promosi.

d. When: Kapan akan dilakukan?

Perancangan media komunikasi visual ini akan dilakukan pada tahun 2020.

e. Why: Mengapa pesan tersebut harus disampaikan?

Perancangan media komunikasi visual ini dilakukan untuk mengurangi kebiasaan remaja dalam memakai *earphone* terlalu lama dengan volume yang keras, untuk menghindari terjadinya gangguan pendengaran.

f. How: Bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut?

Perancangan media komunikasi visual ini akan berbentuk sebuah aplikasi yang dapat mengingatkan remaja ketika sudah terlalu lama memakai *earphone* dan juga mengingatkan kembali akan adanya bahaya gangguan pendengaran yang dapat ditimbulkan ketika memakai *earphone* terlalu lama dengan volume yang keras. Perancangan ini juga memanfaatkan media sosial sebagai media promosi.

III.2.3 Penyampaian Pesan

a. Tema Perancangan

Tema yang diangkat dalam perancangan ini adalah untuk mengurangi kebiasaan remaja dalam memakai *earphone* terlalu lama dengan volume yang keras dengan cara mengaplikasikan rumus 60/60.

b. Judul Perancangan

Ada pun judul perancangan media komunikasi ini yaitu “Ear Limit”, yang berarti batasan untuk telinga. Dalam memakai *earphone* perlu diberikan batasan untuk mengurangi dampak buruk pada kesehatan telinga, sehingga telinga juga dapat beristirahat.

c. Positioning

Perancangan media komunikasi visual ini memiliki desain yang interaktif dimana aplikasi tidak hanya sekedar mengingatkan, tetapi pengguna dapat terlibat langsung dengan aplikasi tersebut.

d. USP

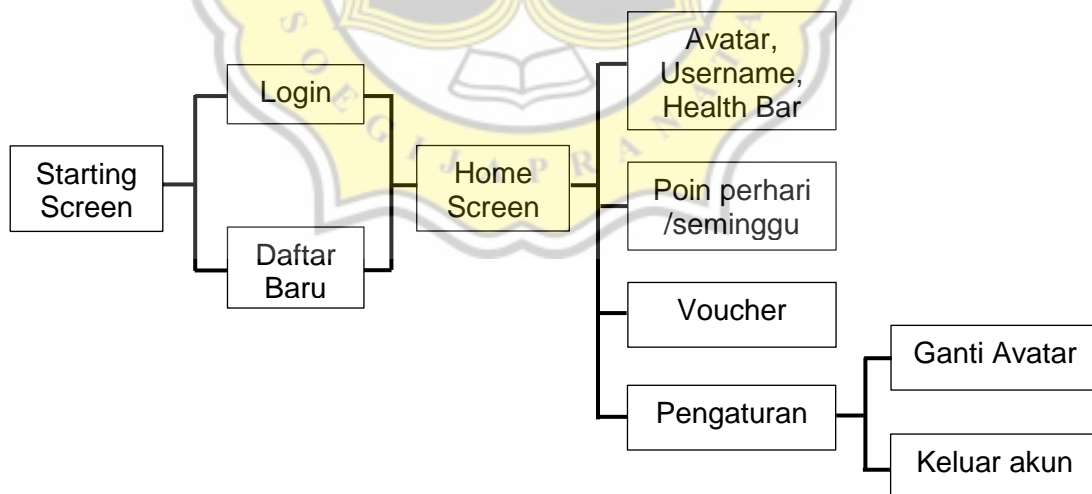
Perancangan media komunikasi visual ini memiliki sistem *health bar* yang dapat berkurang ketika pengguna memakai *earphone* terlalu lama sehingga tidak mendapatkan poin untuk dikumpulkan.

III.3 Strategi Visual dan Verbal

Perancangan media komunikasi visual mengusung konsep yang *fun* dan sederhana, menyesuaikan dengan target yaitu remaja, dengan memakai ilustrasi vektor. Untuk logo akan terbentuk dari logogram dengan memasukkan unsur 60/60 dan logotype dari nama aplikasi.

III.4 Strategi Media

Media utama yang dipakai dalam perancangan media komunikasi visual ini adalah aplikasi yang dapat diunduh pada telepon genggam. Aplikasi tersebut akan memiliki sistem dimana tersedia *health bar* yang penuh untuk menandakan waktu 60 menit yang belum terpakai setiap harinya. Ketika *user* memakai *earphone*, *health bar* akan berkurang seiring waktu. Akan ada *reminder* untuk mengingatkan pengguna *earphone* yang telah memakai *earphone* terlalu lama setiap 15 menit. Ketika sudah mencapai 60 menit, akan muncul notifikasi pengguna telah melewati batas maksimum pemakaian *earphone* dalam sehari. Ketika *health bar* telah habis dalam satu hari, maka *user* tidak akan mendapatkan poin untuk dikumpulkan. *User* akan mendapat *voucher* ketika telah berhasil mengumpulkan poin selama seminggu untuk ditukarkan dengan segelas kopi. Untuk volume, ketika *user* akan menaikkan volume hingga lebih dari 60%, akan muncul notifikasi sebagai pengingat tidak disarankan memasang lebih dari 60%.



Bagan III.1 Bagan *User Interface*

III.5 Rencana Anggaran

Media	Keterangan	Biaya
Media Promosi	Feed dan Instagram Story Waktu: 3 bulan @ bulan: Rp 3.000.000,-	Rp 9.000.000,-
	Iklan Youtube Waktu: 3 bulan @ Rp 2.500.000,-	Rp 2.500.000,-
	Poster A5: 10pcs @ Rp 5.000,-	Rp 50.000,-
Aplikasi	Pembuatan desain UI Registrasi Platform	Rp 40.000.000,-
Merchandise	<i>Earphone holder</i> : 500pcs @ Rp 30.000,-	Rp 15.000.000,-
Jumlah		Rp 66.550.000,-

Tabel III.1 Rencana Anggaran

