

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisa Data Riset

3.1.1 Analisis Data Primer

3.1.1.1 Observasi *Offline*

Perancang melakukan observasi *offline* sebanyak sekali. Observasi yang perancang lakukan yaitu mengamati perilaku beberapa mahasiswa Unika Soegijapranata saat sedang nongkrong di suatu tempat makan. Karakter mahasiswa saat nongkrong beragam. Ada yang eksis, cerewet ada juga yang pendiam, mahasiswa yang eksis juga selalu update *instastory*. Saat perancang mengajak foto mahasiswa yang eksis tersebut, mereka memiliki gaya yang beragam



dan unik.

Gambar 3.1 Dokumentasi *Offline* Mahasiswa Eksis
(Sumber: dokumen pribadi, 2020)

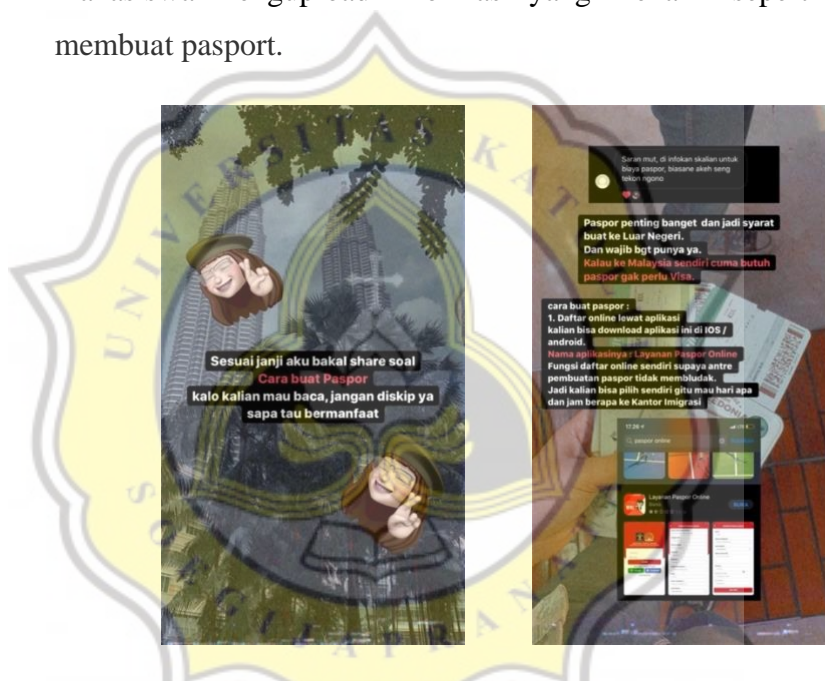


Gambar 3.2 Dokumentasi *Offline* Mahasiswa membuat desain
(Sumber: dokumen pribadi, 2020)

Pada gambar 3.2 penulis mengamati kegiatan yang dilakukan mahasiswa DKV Unika Soegijapranata. Mahasiswa sedang mendesain sesuatu. Kegiatan ini dilakukan untuk mengisi konten di media sosial.

3.1.1.2 Observasi Online

Perancang melakukan observasi online dengan mengamati beberapa *instastory* mahasiswa Unika Soegijapranata. Beberapa mahasiswa mengupload informasi yang menarik seperti *tutorial* membuat pasport.

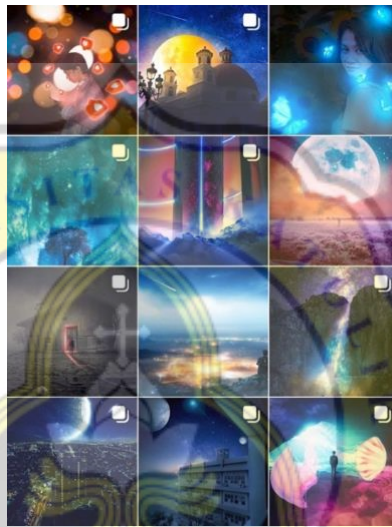


Gambar 3.3 Dokumentasi Online Konten media sosial
(Sumber: instagram: mutiarawwr)

Perancang mengamati konten *feeds Instagram* seorang mahasiswa DKV Unika Soegijapranata yang sudah tertata menampilkan hasil karya yang telah dibuat. Andre sejak awal ia memfokuskan penggunaan media sosial instagram untuk menampilkan karya-karya yang telah ia buat. Konten yang ia buat yaitu adalah foto manipulasi yang diedit menggunakan *Photoshop*. Dan pada beberapa foto Andre menampilkan *step by step* foto yang ia manipulasi sehingga bisa

menjadi hasil akhir.

Kegiatan Andre ini menjadikan salah satu referensi untuk pemanfaatan media sosial menjadi pekerjaan, karena tidak menutup kemungkinan sosial media yang dimanfaatkan menjadi portofolio akan berguna untuk kedepannya.



Gambar 3.4 Dokumentasi Online Konten media sosial
(Sumber: instagram: andre.s4putra)

3.1.1.3 Forum Group Discussion

Perancang mengadakan FGD dengan tujuan adanya pertukaran pendapat mengenai diadakannya eksibisi mengenai pemanfaatan media sosial untuk menjadi pekerjaan. FGD ini diikuti oleh enam orang dari mahasiswa Arsitektur dan mahasiswa DKV, target peserta diskusi disesuaikan dengan tema yang diangkat yaitu tentang pemanfaatan media sosial, yang dimana mahasiswa arsitektur dan dkv sering menggunakan media sosial tidak hanya mengupload foto pengalaman, tetapi juga karya-karya yang dibuat. Dalam diskusi

tersebut semua menanggapi positif mengenai diadakannya eksibisi mengenai pemanfaatan hobi bersosial media untuk pekerjaan, namun dengan beberapa dampak negatif yang akan terjadi. Dengan adanya dampak negatif forum diskusi ini juga mencari solusi untuk menghilangkan dampak negatif dari perancangan eksibisi ini

3.2 Analisa Target Masalah

3.2.1 Analisa Target Sasaran

3.2.1.1 Analisa SWOT

a. *Strenght* (Kekuatan)

- Perancangan ini diharapkan bisa mengedukasi target akan hobi bersosial media yang bisa menjadi peluang pekerjaan.
- Perancangan ini sebagai salah satu bentuk untuk mengajak target untuk menggunakan media sosial secara baik, tidak *toxic* dan menyebar *hoax*.

b. *Weakness* (Kelemahan)

- Kepribadian target beragam, tidak menutup kemungkinan penggunaan media sosial tetap digunakan untuk hal yang negatif.
- Konsep masih bisa digunakan kembali yang tertanam pada pedagang jajanan keliling

c. *Opportunity* (Kesempatan)

Dengan adanya perancangan eksibisi ini bisa memberikan informasi edukatif kepada mahasiswa Unika Soegijapranata tentang potensi yang bisa diperoleh jika memanfaatkan sosial media menjadi pekerjaan, sehingga hobi, bakat yang dimiliki mahasiswa jika dikembangkan bisa memperoleh hasil yang lebih baik.

d. *Threat* (Ancaman)

- Target yang mengumpulkan informasi untuk memanfaatkan media sosial untuk hal negatif
- Target yang menganggap informasi terlalu sulit untuk dimulai
- Target yang ingin datang jika ada bintang tamu yang menarik

3.2.1.2 Konsep Penyampaian Pesan

a. Tema Eksibisi

Dalam ekshibisi ini mengangkat tema memberi pengalaman interaktif mengenai pemanfaatan hobi bersosial media menjadi pekerjaan. Dengan banyaknya pengguna media sosial dan game di kalangan mahasiswa serta beragam hobi serta karakter mahasiswa, jika hal itu dikembangkan di dalam sosial media sebagai konten kreator, akan menciptakan peluang untuk menghasilkan, seperti mendapat *followers*, komunitas bahkan bisa menghasilkan uang.

Perancang mengambil tema tersebut karena, mahasiswa tumbuh bersama dengan media sosial dan game. Dengan *platform* media sosial yang semakin bertumbuh, mahasiswa perlu memanfaatkan peluang yang bisa diambil.

Tema ini secara tidak langsung akan menginformasikan tentang penggunaan sosial media dan game yang baik dan kritis, yang dikemas secara interaktif dengan menjadikan pengunjung sebagai pekerja media sosial, sehingga pengguna media sosial dapat meninggalkan kegiatan *toxic* dan menyebar *hoax* saat menggunakannya serta dapat memilah mana konten yang baik dan buruk.

b. Judul Eksibisi

Perancangan eksibisi ini memiliki judul “GENIUZ”, yang memiliki arti Jenius, penggunaan Z pengganti S untuk mengartikan Generasi Z, sehingga jika digabungkan memiliki arti Generasi Z yang jenius. Judul ini memiliki konsep Generasi Z yang memiliki peluang besar pada media baru, media internet. Gen Z merepresentasikan generasi masa kini, sedangkan *new media* memiliki kesan sesuatu yang baru, sehingga judul “GENIUZ” merupakan suatu pandangan yang baru dari suatu generasi serta suatu media. Judul pendek dan ringkas sehingga diharapkan judul ini memiliki daya ingat yang baik sehingga pengunjung tidak memiliki masalah dalam membaca maupun mengingat acara yang sedang dihadiri.

3.2.1.3 Pendekatan Media

Dalam perancangan ini akan memakai pendekatan multimedia dengan media utama berupa video *motiongraphic* serta media pendukung berupa poster seni. Penggunaan video *motiongraphic* merupakan media utama pengunjung dalam berinteraksi selama dalam eksibisi. Video *motiongraphic* mampu mengajak pengunjung untuk tertarik berinteraksi terhadap konten eksibisi. Media poster digunakan sebagai penunjang serta penjelas dari media utama yang interaktif

Sesuai dengan kebiasaan target yang menyukai sesuatu yang instan, perancang menggunakan gaya desain *flat* sebagai gaya desain eksibisi karena informasinya langsung tersampaikan, dengan visual yang jelas serta menarik.

3.3 Strategi Komunikasi

3.3.1 Sasaran Khalayak dan Target Audience

a. Gegografis

Dalam perancangan eksibisi ini target yang disasar berada di lingkup Kota Semarang. Alasan Kota Semarang dalam terselenggaranya eksibisi ini karena masyarakat Kota Semarang terutama masyarakat muda sudah mulai memahami dan menyukai dengan adanya eksibisi interaktif, seperti contohnya "FUTURIA Semarang" memiliki pengunjung yang sangat banyak dengan konten eksibisi yang interaktif dan menarik.

Primer : Mahasiswa laki laki dan perempuan usia 19-22 tahun dengan karakter dan hobi yang beragam, dan aktif menggunakan media sosial

Sekunder : Mahasiswa / orang umum Laki laki dan perempuan usia 22-29 tahun, dengan potensi hobi yang menarik, dan aktif menggunakan media sosial

b. Demografis

Dalam perancangan ini target *audience* nya adalah laki laki atau perempuan remaja dengan rentan usia 19-22 tahun, yang aktif dalam mengembangkan hobi seperti menyanyi, membuat desain, memberikan info khusus seperti info perjalanan seru, dll, serta memiliki karakter yang percaya diri.

c. Psikologis dan Behaviour

- Suka belajar sendiri
- Memanfaatkan peluang
- Mencari kesibukan sendiri
- Memiliki hobi yang beragam
- Aktif membuat konten sosial media
- Memiliki waktu luang yang banyak
- *Eksis* dalam lingkungan pertemanan

d. *Tone and Manners*

Dalam pelaksanaan dan perancangannya nanti, ekshibisi ini memiliki kesan yang informatif dan *fun*, karena sesuai dengan kebiasaan target mahasiswa yang menyukai hal-hal yang instan dan tidak bertele-tele. Penyampaian isi ekshibisi memiliki bobot yang tinggi walau sederhana, video interkasi simpel yang menghibur diselang mendapat informasi. Warna menggunakan warna analogus biru, berdasar pada konsep teknologi yang identik dengan warna biru, namun pada konten-konten ekshibisi warna menyesuaikan.

3.4 *Creative Brief*

What

Generasi Z terutama mahasiswa merupakan "Anak Jaman Now!" yang hidup berdampingan dengan teknologi terutama internet. Tidak heran jika mahasiswa pandai menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Namun seiring dengan teknologi yang terus berkembang, mahasiswa tidak hanya 'dikuasai' oleh media sosial, namun juga 'menguasai' media sosial, beserta peluang yang ada di dalamnya.

Who

Mahasiswa laki-laki dan perempuan Unika Soegijapranata usia 19-22 tahun yang aktif di lingkungan perkuliahan, aktif dalam membuat konten di media sosial serta memiliki hobi yang beragam dan unik.

Why

Kegiatan bersosial media dan bermain game memunculkan cita-cita baru pada Generasi Z yaitu gamers dan youtuber. Mahasiswa ingin mengetahui cara memanfaatkan media sosial dan game untuk menjadi pekerjaan, karena ada beberapa alasan seperti sejalan dengan hobi, merupakan *skill* yang dibutuhkan untuk dunia kerja saat ini, pemanfaatan barang dan jasa yang lebih baik, dan lainnya.

When

Eksibisi berupa media interaktif mengenai pemanfaatan hobi bersosial media menjadi pekerjaan bertujuan untuk mengajak mahasiswa memanfaatkan media sosial sesuai dengan keunggulan masing-masing pribadi. Serta memberikan pandangan baru kepada target audiens sekunder mengenai potensi media sosial dan game yang saat ini sedang berkembang pesat. Dengan menggunakan pendekatan Desain Komunikasi Visual, diharapkan dapat mengedukasi mahasiswa untuk dapat 'menguasai' era teknologi internet yang semakin berkembang ini.

Where

Wilayah kota lama khususnya Bangunan Monodhuis menjadi tempat diselenggarakannya perancangan eksibisi ini, karena bangunannya sesuai dengan konsep rancangan ekshibisi ini.

How

Dalam strategi perancangan eksibisi ini, perancang menggunakan media video *motiongraphic* sebagai media utama, untuk memberikan pengalaman interaktif secara jelas mengenai pemanfaatan media sosial tersebut, sedangkan media pendukung yaitu poster sehingga jika adanya info tambahan dapat diinformasikan dengan jelas. Konten yang terdapat pada ekshibisi antara lain adalah pekerjaan yang bisa diraih dengan menggunakan media sosial serta cara memulainya dari awal.

3.5 Strategi Media dan Anggaran

3.5.1 Strategi Media

Keperluan Pameran: Poster, stiker, *backdrop*, TV, LCD, Audio

3.5.2 Anggaran

KEPERLUAN	RINCIAN ANGGARAN	ANGGARAN
<i>EKSIBISI</i>	<p>-Poster Rp 50.000 x 30 = Rp 1.500.000</p> <p>-Sewa TV Audio Rp 1.000.000 x 10 = Rp 10.000.000</p> <p>-Backdrop Rp 100.000 x 3 = Rp 300.000</p> <p>-Stiker Rp 10.000 x 100 = Rp 1.000.000</p> <p>- LCD 6 x Rp 1.000.000 = Rp 6.000.000</p>	Rp 18.800.000
	TOTAL	Rp 18.800.000