

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisis Data

Analisis data pada bab ini bertujuan untuk mengungkap hasil data yang penulis kumpulkan. Penulisan hasil analisis data menggunakan analisis deskriptif yaitu teknik analisis yang digunakan dalam menganalisis data dengan membuat gambaran data-data yang terkumpul tanpa membuat generalisasi dari hasil penelitian tersebut.

Pengumpulan data primer pada penulisan ini menggunakan observasi lapangan atau observasi *offline* dan teknik wawancara yang kemudian data primer tersebut akan dipadukan menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Syarat wawancara yang penulis gunakan sebagai responden sekunder yaitu orang yang terbiasa dengan anak usia 7 hingga 12 tahun dan mengenali karakter mereka. Sedangkan data target diperoleh dari pengamatan *offline* dan *cultural probing* terhadap beberapa anak usia 7 hingga 12 tahun di kota Semarang yang sudah cukup paham dengan perkembangan teknologi.

3.1.1 Hasil Pengamatan

Setiap hari Minggu selama hampir satu bulan penulis mengadakan pengamatan di sekolah minggu anak di GBI Gajah Mada Semarang untuk mengetahui aktivitas anak SD kelas 1 hingga kelas 6 di suatu ruangan khusus. Ruangan ibadah anak terpisah dengan ruang ibadah orangtua. Beberapa dari mereka ada yang masih diantar orangtua hingga ke depan ruangan, beberapa ada yang menuju ke ruangan dengan mandiri dan ada juga yang menunggu temannya yang kemudian masuk bersama. Sebelum ibadah dimulai biasanya anak-anak yang sudah datang akan melakukan berbagai aktivitas yang membuat mereka tetap nyaman berada disana sambil menunggu ibadah dimulai.

Aktivitas yang dilakukan antara anak laki-laki dan perempuan pun berbeda. Anak laki-laki lebih mudah berbaur dengan anak laki-laki lain yang kemudian mereka akan berlarian karena melakukan suatu permainan yang mereka pahami. Di suatu permainan, mereka bahkan sampai rela naik turun tangga demi mengejar temannya yang menjadi targetnya. Selain aktivitas, saat ibadah mulai beberapa dari mereka masih menyanyi dengan semangat, ada juga yang sudah kelelahan dengan aktivitas sebelum mereka beribadah.

Berbeda dengan laki-laki, anak perempuan saat sebelum ibadah mereka akan berkelompok dan membicarakan hal-hal seperti barang apa yang baru saja temannya

beli, bermain TikTok bersama, dan sejenisnya. Anak perempuan lebih sering berkelompok dengan teman-teman sekolah mereka atau teman yang mereka ketahui.

Saat didalam kelas yang sudah terbagi menjadi tiga kelas yaitu *grace* (kelas 1 dan 2 SD), *faith* (kelas 3 dan 4 SD) dan *praise* (kelas 5 dan 6 SD), mereka kebanyakan sudah tahu bila didalam kelas mereka akan diberi suatu materi yang mungkin berguna bagi mereka. Kebanyakan dari mereka akan memposisikan diri sesuai ada dikelas yaitu diam dan memperhatikan saat kakak sekolah minggu kelas tersebut sudah masuk.

Dari deskripsi diatas maka penulis memperoleh informasi bahwa target memiliki kebiasaan dan perilaku yang berbeda dengan usia dewasa. Maka diperlukan bahasa dan media yang tepat agar anak tersebut dapat mengerti dan mencerna kembali secara perlahan.

3.1.2 Hasil Wawancara dan *Cultural probing*

Wawancara penulis lakukan di lokasi yang berbeda dengan lokasi pengamatan, wawancara dilakukan di tempat kursus mata pelajaran anak SD dan SMP yang terletak di jalan Baternan Kecil. Wawancara yang penulis maksud disini bukan wawancara formal yang biasanya dilakukan kepada orang dewasa, karena anak-anak akan bosan dengan hal yang formal dan tidak menyenangkan. Wawancara terhadap anak dilakukan dengan mengajak mereka untuk bercerita tentang keseharian, apa yang mereka sukai dan juga penulis melihat aktivitas mereka di tempat kursus tersebut. Maka penulis mendapatkan data yang kemudian penulis simpulkan menjadi :

1. Nama : Axel Danish (kelas 4 SD), SES ortu A

Perilaku : tidak bisa di didik secara keras, memiliki ambisi tinggi untuk mendapat nilai sempurna, cepat menangkap hal baru, patuh terhadap aturan, senang mengabadikan hal yang membuat ia senang, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, menyelesaikan tugas dengan cepat, suka menolong dan mau mengajarkan sesuatu yang dia bisa kepada teman atau saudaranya yang kurang paham, sudah dapat mengoperasikan gadget miliknya sendiri.

Ketertarikan : bermain Mobile Legends, menonton bioskop (Jumanji, Doraemon, The Mag, End Game, Under Water), menyukai anjing, bermain TikTok.

2. Nama : Grace (kelas 4 SD), SES ortu B

Perilaku : senang memuji diri sendiri, memiliki rasa ingin lebih baik dari teman sekelasnya, mudah bosan, butuh motivasi bila ia sudah lelah dan bosan dengan

pelajaran (misalnya dengan makanan), kadang patuh dengan peraturan, mudah percaya, tidak takut kotor.

Ketertarikan : menonton film seperti acara TV dan YouTube (kegiatan masak memasak dan kartun), bermain dirumah dengan adiknya, Little Pony, bermain masak-masak.

3. Nama : Calista (kelas 3 SD), SES ortu B

Perilaku : mudah iri dengan orang lain, mudah bosan dengan pelajaran, mudah tertarik dengan hal baru, senang menceritakan hal yang ia alami di sekolah maupun dirumah, lebih suka belajar dengan bicara dibandingkan menulis, emosi ditentukan oleh hal yang ada disekitarnya.

Ketertarikan : karakter Disney, Little Pony, Doraemon, warna cerah.

4. Nama : Marcellino Richard (kelas 5 SD), SES ortu A

Perilaku : jahil, memiliki ingatan yang kuat, mulai malas mengikuti kursus atau les karena merasa dapat mengerjakannya sendiri dirumah, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, senang memuji diri sendiri karena memiliki nilai yang bagus, sudah dapat mengoperasikan gadget miliknya sendiri.

Ketertarikan : bermain Mobile Legends, sering menonton di bioskop (Jumanji, Doraemon, Sonic), menyukai anjing.

5. Nama : Lana (kelas 3 SD), SES ortu B

Perilaku : pendiam, patuh, sulit bergaul dengan teman yang baru dikenal, sulit mengingat, senang memperhatikan kegiatan orang lain, sulit fokus dengan yang ia kerjakan bila ada orang yang lebih ramai, tidak mudah putus asa, bila sudah kenal ia akan menjadi anak yang ceria dan mudah untuk dipengaruhi oleh temannya.

Ketertarikan : unicorn, mermaid, Masha and The Bear, Little Pony

6. Nama : Keanny (kelas 4 SD), SES ortu A

Perilaku : senang menceritakan hal-hal yang dia alami selama sehari, tidak mudah putus asa, bila merasa kesulitan akan menganggap hal tersebut tidak penting, sedih bila tidak ada teman yang menemaninya, mengikuti apa yang temannya lakukan, usil, tidak terlalu peduli dengan saudaranya, lebih dekat dengan teman yang dirasa cocok, punya rasa ingin tahu, ingin cepat menyelesaikan tugas dan tanggungjawab yang diberikan agar ia dapat melakukan kegiatan yang ia senangi.

Ketertarikan : PUBG, Mobile Legends, Free Fire, menonton film (Jumanji, Sonic, Aladin, Transformer)

7. Nama : Fefe (kelas 2 SD Kebon Dalem), SES ortu A

Perilaku : kurang percaya diri bila memiliki nilai yang rendah, usil, belum bisa mengontrol emosi, senang menolong, sabar dan teliti mengerjakan tanggungjawab, patuh, senang menceritakan hal yang membuat ia bangga dan dipuji.

Ketertarikan : senang bermain TikTok, warna yang cerah, karakter Disney, kegiatan diluar kelas yang melibatkan pergerakan lebih disenangi dibanding duduk

Penulis melakukan wawancara singkat kepada guru mereka yang biasa dipanggil *miss Nita*. Untuk hasil wawancara dengan guru, penulis mendapat informasi sebagai berikut : mengajarkan atau memberitahu yang baik kepada anak sebaiknya menggunakan bahasa yang sederhana, selain itu warna dan ilustrasi yang ceria membuat mereka semangat. Bekerja secara berkelompok dapat dikatakan cukup efisien untuk menyelesaikan masalah, tuturnya. Alat peraga juga dapat menjadi media belajar yang cepat dipahami oleh anak-anak. Anak juga akan lebih bersemangat bila melakukan kegiatan yang memicu mereka mendapatkan suatu timbal balik. Di tempat les ini menerapkan sistem *reward*, dimana murid yang dapat mencapai nilai diatas 85 akan mendapatkan hadiah tersendiri dari *miss Nita*. "Memberikan hadiah menjadi pemicu yang sangat mempengaruhi motivasi dan semangat mereka melakukan sesuatu demi mendapatkan hadiah walau itu bukan hadiah yang mahal", ucapnya.

3.2 Khalayak Sasaran

Gambaran tentang target atau khalayak sasaran diperoleh dari data *background research*. Deskripsi target diperoleh dari pengamatan, wawancara dan *cultural probing*. Rentang usia didapatkan dari kuesioner yang sebelumnya dilakukan terhadap responden usia mahasiswa yang lebih dari 50% yang kurang aktivitas fisik, maka penulis menyimpulkan bahwa kebiasaan perlu diubah dan dicegah sejak dini.

3.2.1 Demografis

Target primer dari eksibisi ini adalah anak dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan berusia 7-12 tahun. Dengan tingkat ekonomi orangtua dari B hingga A.

3.2.2 Geografis

Target geografis penulis adalah sebagai berikut : target berdomisili di kota Semarang, Jawa tengah yang beriklim tropis.

3.2.3 Psikografis

Target psikografis sebagai berikut : gaya hidup modern yang dapat melakukan segala sesuatu dengan mudah, sudah cukup paham tentang teknologi, memiliki rasa ingin tahu, jarang melakukan aktivitas fisik, mengisi waktu luang dengan bermain game online, termotivasi melakukan kegiatan bila mendapatkan suatu imbalan, sudah mulai menemukan kelompok bermain yang membuat mereka nyaman dan senang bercerita kepada orangtua maupun kerabat mereka. Target dari eksibisi juga memiliki ketertarikan terhadap kegiatan yang berhubungan dengan gerak fisik.

3.3 Creative Brief

3.3.1 Brief Dasar Analisa 5W+1H

What : Apa masalah yang ada dan apa solusinya?

Kurang gerak merupakan hal yang sengaja ataupun tidak sengaja dilakukan oleh setiap manusia. Kurang gerak dapat disebabkan oleh banyak faktor baik dari dalam maupun dari luar individu. Kurang gerak yang berkepanjangan dapat menimbulkan resiko berbagai penyakit seperti stroke, serangan jantung, kanker, obesitas dan osteoporosis. Masa kanak-kanak akhir pada era ini cukup rentan mengalami kebiasaan kurang gerak. Anak-anak yang semakin bertambahnya usia akan memahami perkembangan teknologi, mereka yang kurang pengawasan dan tidak diberi batasan akan semakin mudah mengalami kebiasaan kurang gerak. Maka dari itu diperlukan media yang dapat mencegah mereka memiliki kebiasaan tersebut.

Solusi untuk masalah ini adalah dengan menyadarkan anak-anak bahwa di sekitar mereka sangat banyak hal yang dapat mereka lakukan agar tetap bergerak. Kegiatan diluar rumah maupun didalam rumah dapat dilakukan sebagai upaya pencegahan terhadap kebiasaan kurang gerak. Kebiasaan motorik atau gerak adalah perilaku yang ditimbulkan dari hasil latihan dan pengalaman. Oleh karena itu penting untuk anak-anak melakukan kegiatan yang mudah mereka ingat dan menyenangkan untuk dilakukan.

Who : Siapa yang menjadi target sasaran?

Setelah penulis melakukan pengamatan, wawancara dan studi pustaka, masa kanak-kanak akhir atau usia 7-12 tahun perlu diberikan tindakan pencegahan terhadap kebiasaan kurang gerak.

When : Kapan masalah muncul dan kapan perancangan dibutuhkan?

Ketika teknologi semakin maju, kurangnya pengawasan dan anak tersebut tidak memiliki motivasi untuk melakukan kegiatan. Anak yang terbiasa dengan rutinitas yang kurang melibatkan pergerakan motorik secara berkepanjangan akan menyebabkan penurunan aktivitas. Penurunan aktivitas akan menimbulkan penurunan kesegaran jasmani, juga sebaliknya bila kesegaran jasmani menurun akan menyebabkan berkurangnya aktivitas yang dilakukan.

Oleh karena itu, perancangan pameran dibuat dengan terstruktur dan juga sesuai dengan jadwal libur yang sesuai. Bulan Juli ditetapkan sebagai bulan terselenggaranya pameran, karena bulan Juli adalah perkiraan libur akhir tahun pelajaran. Untuk informasi terselenggaranya pameran akan diinformasikan sebelum pameran terselenggara. Hal ini bertujuan untuk memberi informasi dan ajakan kepada anak-anak untuk mengikutinya. Informasi akan diberikan pada awal bulan Juni hingga hari terselenggaranya pameran.

Why : Mengapa masalah ini penting dan mengapa menggunakan pameran?

Berdasarkan dari beberapa sumber penelitian yang penulis temukan, kurang gerak dapat menjadi kebiasaan yang kelak dapat menimbulkan berbagai resiko bila berlangsung secara berkepanjangan. Dampak negatif dari kurang gerak ini tidak dapat dilihat secara langsung, tetapi akan lebih baik bila mencegahnya sebelum bertambah dan menjadi suatu kebiasaan. Pameran dipilih sebagai aplikasi langsung dari masalah kurang gerak. Dengan mengatur konsep yang tepat, pameran menjadi media yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan perancangan.

Where : Dimana masalah dapat muncul dan dimana perancangan dilakukan?

Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan, anak yang sudah memiliki gadget pribadi akan cenderung untuk mengakses gadget tersebut dengan leluasa. Kebiasaan kurang gerak sering kali muncul di rumah atau saat anak sudah selesai dari kegiatan sekolah mereka.

Maka penulis menyimpulkan bahwa anak-anak akan memiliki intensitas gerak yang sedikit jika mereka berada di tempat yang mereka pikir di tempat tersebut tidak ada hal yang bisa mereka lakukan. Maka dari itu pameran dilaksanakan diluar yaitu di suatu gedung tertutup. Gedung tertutup dipilih agar anak-anak berada dalam suatu ruangan yang aman dan dijaga. Pameran dilakukan didalam ruangan juga agar pameran tetap berjalan bila terjadi perubahan cuaca yang tidak dapat diprediksi.

Sebelum pameran berjalan juga akan ada masa promosi yaitu melalui media sosial Instagram dan juga *vertical banner* yang diletakkan di dekat sekolah-sekolah dan juga di dekat gedung yang akan dipakai. Hal ini bertujuan untuk menginformasikan kepada target sekunder bahwa pameran tersebut akan terlaksana. Pameran ini juga akan bekerjasama dengan sekolah-sekolah untuk melakukan promosi harga khusus untuk anak didik dan harga normal untuk pengunjung biasa.

How : Bagaimana merancang pameran yang tepat untuk target?

Pameran dirancang dengan berbagai tahapan yaitu mulai dari tahap pra pameran atau perancangan, tahap promosi dan tahap *play* acara. Pada tahap pra pameran, perancang akan mempersiapkan segala kebutuhan pameran mulai dari sewa gedung, menata ruang, menyiapkan setiap area hingga merchandise. Kemudian pada tahap promosi, pameran ini akan melakukan kerjasama dengan berbagai pihak seperti beberapa sekolah dasar di Semarang, akun-akun Instagram yang bersangkutan dan juga pemasangan *vertical banner*. Pada tahap ini juga akan dilakukan pengecekan kembali tentang seluruh kebutuhan dari pameran agar pameran dapat terlaksana dengan lancar. Dan pada tahapan *play* acara, akan menerapkan segala hal yang sudah direncanakan dan juga koordinasi yang sudah diatur. Koordinasi berupa kerjasama antar penjaga pos di setiap area yang akan mengawasi anak-anak, beberapa petugas yang ada didalam area dan juga dengan petugas keamanan.

3.3.2 *Creative Brief*

- ***Why we do this exhibition?***

Kurang gerak dapat menjadi kebiasaan yang tidak disadari oleh hampir semua orang. Namun kebiasaan yang sudah terlalu lama dapat menjadi kebiasaan yang sulit untuk diubah. Sehingga perlu melakukan kebiasaan baru untuk menutupi kebiasaan kurang gerak. Tetapi kebiasaan baru akan lebih mudah dilakukan oleh orang yang belum terlalu lama melakukan kebiasaan tersebut. Maka dari itu diperlukan pencegahan terhadap kebiasaan ini, pencegahan tersebut dilakukan kepada generasi yang mudah untuk dipengaruhi. Anak sekolah dasar menjadi target yang tepat karena pada usia ini anak sudah dapat berpikir dan menghubungkan dengan apa yang mereka alami. Pameran dipilih karena mereka dapat menerapkan pencegahan tersebut secara langsung dan juga memberi pengalaman baru yang dapat mereka ingat.

- ***What information might help produce this response?***

Mengajak anak untuk mengunjungi tempat bermain baru dan pertama di Semarang yang menghadirkan tempat bermain dengan tema ragam ekosistem alam. Selain itu eksibisi ini memiliki tema pencarian harta karun yang akan memberikan hadiah sesuai kemampuan pengunjung. Hadiah diberikan sebagai apresiasi dan juga sebagai pembangkit semangat anak-anak untuk mengikuti eksibisi.

- ***Why should children joined it?***

Anak-anak dapat memiliki pengalaman bermain baru yang bermanfaat bagi kesehatan jasmani mereka, juga akan memperoleh hadiah dari usaha mereka mengikuti kegiatan yang dilakukan. Dalam eksibisi ini, anak-anak akan mempraktekan secara langsung hal-hal apa yang dapat mereka lakukan bila mereka berada diluar maupun didalam rumah, hal-hal tersebut berupa gerakan-gerakan kecil yang merupakan bentuk pencegahan dari kebiasaan malas bergerak.

- ***What is the executional consideration?***

Dalam eksibisi ini banyak hal yang perlu dipertimbangkan seperti koordinasi yang baik antar penjaga area sehingga jam masuk tidak bertabrakan dan anak-anak lain tetap dapat menikmati eksibisi. Bahasa yang akan digunakan untuk berkomunikasi pada anak juga harus dipertimbangkan agar anak dapat menangkap secara langsung dan tidak memiliki penafsiran ganda. Suasana didalam gedung juga harus terkontrol dengan baik seperti suhu, pencahayaan atau kenyamanan yang hendak diberikan agar tetap stabil dan juga pembawaan acara yang bersemangat dan ceria.

3.4 Strategi Komunikasi

3.4.1 Verbal Concept

Bahasa yang digunakan adalah campuran antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia yang sederhana karena pada zaman sekarang anak sudah menerapkan bilingual. Pendekatan solusi yang diberikan adalah kegiatan aktivitas fisik yang berkaitan dua arah antara kesehatan dengan pergerakan sensorik dan motorik.

3.4.2 Visual Concept

Desain yang akan digunakan adalah *vector cartoon* untuk mengungkap bentuk yang simpel, sederhana namun tetap menarik dengan tata letak dan penggunaan warna solid. Dengan gaya *vector cartoon*, maka warna yang digunakan adalah warna solid yang kelak akan disesuaikan dengan tema pameran yang dirancang. Font yang digunakan adalah font sans serif, font ini bersifat solid, memberi kesan modern dan tidak kaku. Selain itu *font* jenis sans serif akan lebih mudah terbaca oleh anak-anak.



Gambar 3.1 Gaya Desain 1

(Sumber : https://pngtree.com/freepng/vector-cartoon-male-ill-with-flu-and-germs-virus-around-health-care-concept_5315954.html)



Gambar 3.2 Gaya Desain 2

(Sumber : https://www.freepik.com/free-vector/lovely-children-s-day-composition-with-flat-design_3235726.htm)

3.4.3 Tone and Manner

Anak usia sekolah dasar belum mengerti kata-kata yang memiliki arti atau makna lain. Beberapa contoh yang penulis dapat dari observasi offline, anak sekolah dasar belum paham arti ambisi, konkrit, fleksibel, efisien dan kata lain yang sejenis. Oleh karena itu diperlukan penyampaian dengan bahasa yang mudah dipahami dan tidak memiliki arti ganda. Pemilihan bahasa yang digunakan adalah bahasa yang sederhana namun efisien.

Setiap area di eksibisi ini memiliki penjaga yang memantau kondisi anak selama kegiatan berlangsung. Penjaga akan menggunakan bahasa informal yang menyesuaikan dengan gaya bicara guru anak sekolah dasar. Hal ini akan membuat anak lebih merasa nyaman saat berkomunikasi.

Gaya ilustrasi yang digunakan adalah *vector cartoon* yang menggunakan warna solid untuk memunculkan kesan simpel dan sesuai dengan target anak-anak. Warna-warna yang digunakan akan menunjang untuk tema harta karun yang memiliki nuansa ceria. Font yang akan digunakan adalah sanserif untuk memunculkan kesan santai dan jenis font sanserif akan lebih mudah terbaca oleh anak-anak.

3.5 Strategi Media

Eksibisi menjadi media utama dalam penyampaian pesan, tetapi eksibisi akan tidak terlaksana bila tidak ada hal yang membuat eksibisi ini dikenal dan dikunjungi oleh target. Maka selain media utama, eksibisi membutuhkan media pendukung.

3.5.1 Media Utama

Eksibisi dilaksanakan di kota Semarang yang dilakukan secara berkala dua kali dalam satu tahun. Eksibisi ini juga menjadi salah satu pergerakan untuk mendukung hari kesehatan internasional pada 7 April dan hari olahraga nasional pada 9 September. Eksibisi akan berlangsung selama 5 hari. Didalam media utama yaitu eksibi terdapat beberapa hal yang menjadi satu kesatuan dengan eksibisi yaitu:

1. Gate

Eksibisi ini akan menggunakan 1 *gate* yang terdiri dari 2 pintu, 1 pintu digunakan sebagai pintu masuk menuju ke eksibisi dan pintu lainnya digunakan sebagai pintu jalur keluar eksibisi sehingga tidak membuat alur dan ruangan terlihat sesak. Pintu masuk dan keluar berada di bagian depan pertama kali pengunjung datang, hal ini dibuat agar pengunjung mengetahui kemana arah mereka untuk masuk dan keluar. Keduanya akan diberi tanda yang jelas agar pengunjung tidak sembarangan masuk dan keluar melalui pintu yang salah.

2. Signage

Signage digunakan sebagai penunjuk bagi pengunjung untuk berbagai tempat seperti tempat parkir, arah transportasi keluar dan masuk, area eksibisi, arah toilet dan masih banyak lagi. Peletakan *signage* menjadi berbeda antara penanda lokasi dan petunjuk arah. Penanda lokasi seperti toilet, tanda masuk dan keluar akan diletakkan tepat dimana lokasi tersebut ada. Penunjuk arah akan diletakkan beberapa meter sebelum menuju ke tujuan yang diarahkan. Ukuran *signage* menjadi berbeda antara penunjuk arah dan penanda lokasi, ukuran *signage* menyesuaikan dengan kebutuhan dan besar kecilnya area yang dituju. Bentuk dan warna yang digunakan juga masih menjadi satu tema dengan eksibisi yang sedang berlangsung agar pengunjung dapat mengenali tanda dengan lebih efektif.

3. Area Eksibisi

Eksibisi terbagi mejadi 10 area yang saling berhubungan dan memiliki tujuan masing-masing bagi pengunjung. Area pertama hingga ketiga adalah area pemanasan atau gerak ringan bagi anak, area keempat hingga keenam adalah area yang cukup

melibatkan gerak sensori maupun motorik tingkat sedang, area ketujuh hingga ke sembilan adalah area pendinginan atau kembali menjadi gerak ringan yang lebih memberi kebebasan kepada pengunjung untuk melakukan pergerakan sesuai yang mereka inginkan. Area terakhir adalah titik penemuan atau penukaran harta karun dan juga merupakan puncak karena bila pengunjung mampu mencapai area terakhir, maka mereka sudah melakukan aktifitas fisik yang cukup dan intensitas gerak mereka sudah bertambah.

4. Faktor Interior

- Konfigurasi Pembentukan Ruang

Perencanaan konfigurasi pembentukan ruang memiliki tujuan utama yaitu untuk membuat ruangan menjadi hidup dan membuat pengunjung merasa bersemangat. Pembentukan ruang ini berupa dinding, plafon, lantai dan juga *display*. Perlu untuk mempertimbangkan ritme pengulangan warna, bentuk, identitas, ukuran, tekstur dan jarak antar elemen interior di dalam eksibisi. Selain ritme hal yang perlu dipertimbangkan adalah penekanan yang dapat berupa warna, bentuk, identitas, ukuran, tekstur dan pencahayaan. Pertimbangan penekanan ini menjadi pemecah kebosanan dan dapat memberikan penguat identitas.

Berkesan seperti sedang berpetualang mencari harta karun, warna yang digunakan adalah seperti warna di alam yang cerah dan penuh warna agar anak-anak tidak takut seolah mereka sedang tersesat. Warna-warna tersebut seperti biru, kuning, hijau, coklat dan beberapa warna pendukung yang berhubungan dengan alam.

- Pembentukan Atmosfer Ruang

Pembentukan atmosfer ruang eksibisi memiliki tujuan utama untuk membuat pengunjung merasa nyaman dan memiliki minat untuk terus menikmati. Pembentukan atmosfer ruang ini berupa pencahayaan dan suasana yang diatur sesuai dengan tema eksibisi. Pemberian kesan ruang akan dibuat seperti berada di area *outbond* yaitu hutan alam yang tidak terlalu rindang.

- Pencahayaan

Pencahayaan menjadi penting karena dapat mempengaruhi pengunjung untuk lebih mudah berorientasi, pencahayaan harus sesuai dengan tema dan juga pencahayaan akan mempengaruhi suasana ruang. Cahaya yang digunakan

adalah cahaya yang merata ke seluruh ruang karena tema pameran adalah mencari harta karun yang bernuansa ceria.

- Sirkulasi Alur Pengunjung

Sirkulasi alur pengunjung yang digunakan adalah pola *direct*, yaitu pengunjung dibawa mengikuti alur hanya untuk mencapai tujuan akhir penemuan harta karun. Sehingga dengan pola ini, pengunjung yang memasuki area permainan akan terus melanjutkan perjalanan mereka sesuai alur.

3.5.2 Media Pendukung

Media pendukung menjadi penting agar target lebih mengetahui terselenggaranya pameran tersebut. Promosi adalah cara yang tepat untuk menginformasikan kepada target. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara dan dengan melakukan kerjasama dan sponsor. Pameran ini bekerjasama dengan sekolah-sekolah yang mewajibkan anak-anaknya hadir dan sebagai bentuk partisipasi peduli dengan kesehatan.

1. Poster

Poster akan diletakkan di sekolah-sekolah sebagai bentuk ajakan mengikuti pameran dan juga bentuk partisipasi terhadap hari nasional yang sudah ditentukan. Poster akan dipasang selama 14 hari sebelum hari nasional tersebut, seperti hari kesehatan nasional pada 7 April dan hari olahraga nasional pada 9 September. Poster ditempelkan karena di beberapa sekolah masih terdapat papan pengumuman yang sering dilihat oleh anak-anak. Selain itu, poster akan ditempelkan di depan pintu kelas agar anak-anak lebih tertarik.

2. Media Sosial

Media online menjadi media pendukung karena target utama yaitu anak-anak yang beberapa dari mereka sudah memiliki gadget mereka sendiri. Selain itu media sosial juga dekat dengan target sekunder yaitu orangtua mulai dari SES B hingga A memiliki gadget. Maka media sosial menjadi media yang dapat dimanfaatkan setiap harinya untuk memunculkan informasi.

Nantinya pameran ini akan memiliki akun Instagram tersendiri untuk melihat perkembangan dan informasi pameran tentang bergerak. Selain itu, pameran ini akan disebarluaskan melalui beberapa akun Instagram yang berkaitan dengan informasi, sekolah, acara dan kesehatan. Penyebaran informasi terselenggaranya pameran ini akan dilakukan dengan 2 macam yaitu Instagram *post* dan juga Instagram *stories*. Keduanya

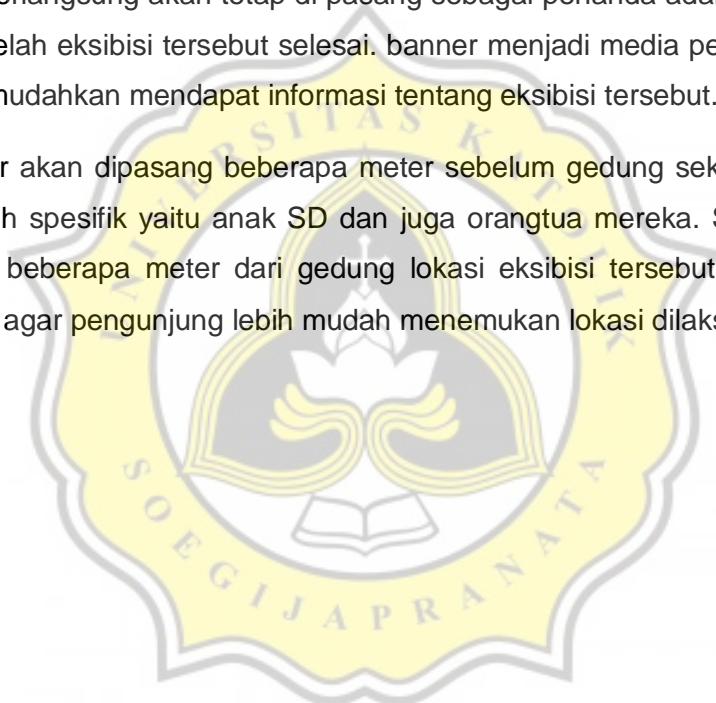
memiliki *format layout* yang berbeda, untuk Instagram *post* berskala 1:1 hingga 3:4 atau 4:3, sedangkan Instagram *stories* memiliki skala 9:16 hingga 9:18.

Keduanya juga memiliki perbedaan yaitu Instagram *post* berupa foto atau video berdurasi 1 menit yang tidak hilang jika tidak dihapus, sedangkan Instagram *stories* hanya berdurasi 15 detik dan akan otomatis hilang setelah 24 jam terkecuali bila disorot maka akan tetap muncul pada sorotan akun tersebut. Oleh karena itu desain dan informasi yang diberikan untuk keduanya memiliki *layout* yang berbeda.

3. Banner Vertikal

Pemasangan banner dilakukan 2 minggu sebelum pameran berlangsung hingga saat pameran berlangsung akan tetap di pasang sebagai penanda adanya pameran. banner di lepas setelah pameran tersebut selesai. banner menjadi media penjangkau target untuk lebih memudahkan mendapat informasi tentang pameran tersebut.

Banner akan dipasang beberapa meter sebelum gedung sekolah agar target yang dituju lebih spesifik yaitu anak SD dan juga orangtua mereka. Selain itu banner juga dipasang beberapa meter dari gedung lokasi pameran tersebut dilaksanakan. hal ini bertujuan agar pengunjung lebih mudah menemukan lokasi dilaksanakannya pameran.



3.6 Perencanaan Biaya Kreatif

3.6.1 Tahap Promosi

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
1.	Poster	100	3.000/lbr	300.000
2.	<i>Paid Promote</i>	1 x 14 hari	50.000	700.000
3.	Banner Vertikal (1,5 x 3m)	25	40.000/m ²	3.600.000
Total				4.600.000

Tabel 3.1 Biaya Tahap Promosi

3.6.2 Biaya Acara Eksibisi

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
1.	Gedung	7 jam x 5 hari	50.000.000	350.000.000
2.	Petugas	10 orang x 5 hari	200.000	10.000.000
3.	Elemen Interior			400.000.000
4.	Informasi			20.000.000
5.	<i>Signage</i>			10.000.000
6.	Biaya Tidak Terduga			50.000.000
7.	Merchandise			60.000.000
Total				900.000.000

Tabel 3.2 Biaya Acara Eksibisi