

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Sasaran Khalayak

3.1.1 Demografis

Target primer : Masyarakat usia 20-35 tahun.

3.1.2 Psikografis

Target primer : Masyarakat yang suka bersosialisasi dan pengguna aktif media sosial.

3.1.3 Geografis

Masyarakat Indonesia 20 – 35 tahun.

3.2 Analisa Target Sasaran

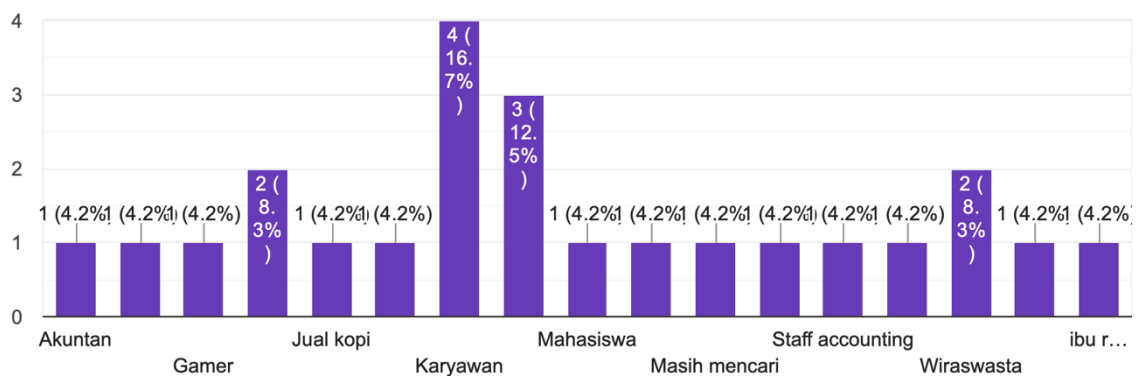
3.2.1 Analisa Data

a. Kuesioner

Kuesioner yang akan digunakan biasa dikenal sebagai angket. Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi atau dijawab oleh responden atau orang yang akan diukur. Hal yang didapatkan melalui kuesioner adalah kita dapat mengetahui keadaan atau data pribadi seseorang, pengalaman, pengetahuan, dan lain sebagainya yang kita peroleh dari responden.

Pekerjaan

24 responses

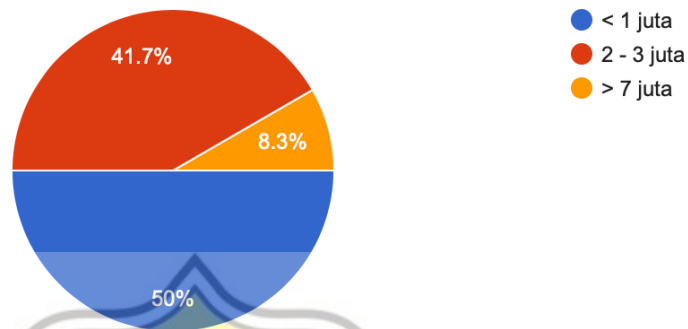


Gambar 3.2.1 Kuesioner

Dari data tersebut diketahui bahwa Sebagian adalah karyawan, staff accounting, ibu rumah tangga, akuntan dan bahkan masih ada yang belum bekerja atau sedang mencari pekerjaan.

Berapa kisaran pengeluaran anda dalam 1 bulan ?

24 responses

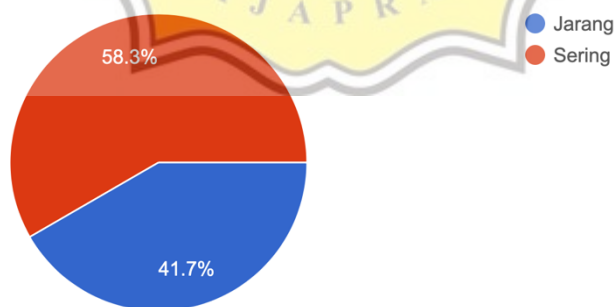


Gambar 3.2.1 Kuesioner

Dan rata – rata pengeluaran mereka Sebagian besar 50% berada pada < 1juta dan 41,7% 2 – 3 juta hingga sedikit yang memiliki pengeluaran diatas 7 juta dalam sebulan.

Apakah anda pernah bahkan sering melihat poster tentang menjaga daya tahan tubuh pada sosial media ?

24 responses

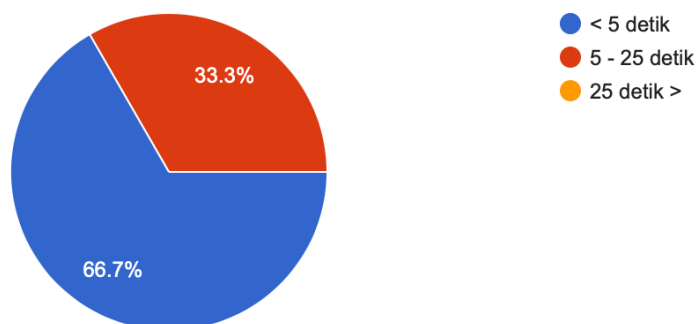


Gambar 3.2.1 Kuesioner

Dan dengan jumlah yang hampir sama antara sering 58,3 % dan jarang 41,7% melihat poster tentang menjaga daya tahan tubuh pada sosial media.

Berapa kisaran waktu anda melihat / membaca poster tersebut ?

24 responses



Gambar 3.2.1 Kuesioner

Dan melihat atau membaca poster tersebut dengan kisaran waktu dibawah 5 detik sebesar 66,7% dan 33,3% pada 5 – 25 detik, tidak ada responden yang mengaku melihat atau membaca poster diatas 25 detik.

Kesimpulan angket antara lain sebagian adalah masyarakat yang Sebagian besar pengeluaran dibawah 1 juta dan membaca poster pada sosial media dengan kisaran waktu dibawah 5 detik.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan mempelajari informasi yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat didapatkan dari buku, karya ilmiah, disertasi, tesis, ensiklopedia, internet, dan sebagainya.

Berdasarkan studi Pustaka yang dilakukan dirumah penulis pada 10 september 2020 yang bersumber dari beberapa artikel, jurnal, berita, dan buku. Hasil – hasil yang didapat bertujuan sebagai teori dan data yang diterapkan pada perancangan ini. Pengaplikasian teori untuk menambah informasi dalam proses merancang informasi yang akan dibuat.

Menurut hasil riset berdasarkan CNN Indonesia pada 11 juni 2020 setelah memasuki era *new normal* masyarakat Indonesia dikejutkan dengan rekor penambahan jumlah kasus positif covid-19 yang mencapai angka di atas 1.000 kasus perhari. Hingga 20 agustus 2020, kasus positif terkonfirmasi covid-19 di Indonesia bertambah 2.266 orang sehingga total kasus kumulatif mencapai 147.211 orang, lebih dari 100.000 orang dinyatakan sembuh dan 6.418 orang dinyatakan meninggal. Dari data tersebut kasus covid-19 masih aktif sekitar 44.000 kasus.

Pada masa penerapan *new normal* di Indonesia pada senin 15 juni 2020, *mall*, pusat pembelanjaan dan perkantoran Kembali dibuka dengan protocol Kesehatan diterapkan dan disediakan tempat mencuci tangan di setiap tempat – tempat di pintu masuk dan pengecekan suhu tubuh dan penyemprotan *disinfected* secara berkala di tempat – tempat yang sering di sentuh oleh pengunjung dan diwajibkan pembayaran non tunai agar menghindari pertukaran uang kertas dan para pembeli wajib menggunakan masker dan penjual wajib menggunakan *face shield*.

c. Studi Komparasi

Komparasi yang digunakan pada perancangan ini untuk mengetahui rata2 pengguna sosial media pada kisaran usia tertentu.

Dalam keterangan resmi *CupoNation*, Rabu (26/6/2019) disebutkan bahwa Indonesia adalah pengguna facebook dan Instagram terbesar didunia.

Berdasarkan demografi pengguna, pengguna facebook perempuan di Indonesia memiliki rentang usia 18 – 34 tahun, sementara pengguna facebook laki – laki di Indonesia adalah 25 – 34 tahun.

Berdasarkan demografi pengguna, pengguna Instagram laki – laki dan perempuan di Indonesia memiliki rentang usia 18 – 24 tahun dan pengguna laki – laki 1,9% lebih banyak dari perempuan.

3.3 Analisa Target Sasaran

a. Kekuatan (*Strength*)

Perancangan ini memiliki tujuan menginformasikan kepada target sasaran mengenai pola hidup sehat yang berguna sebagai pengingat untuk meningkatkan kesadaran menjaga imunitas tubuh, serta memperbaiki dan memiliki pola hidup yang baik kedepannya.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Tujuan dari perancangan ini adalah hanya sebatas mengingatkan serta memberi informasi kepada masyarakat untuk memiliki pola hidup yang baik.

c. Kesempatan (*Opportunity*)

Adanya perancangan ini mampu menarik target untuk menjaga pola hidup yang sehat melalui media visual poster pada facebook karena facebook adalah media sosial yang sesuai dengan kisaran usia target 20 – 35 tahun.

d. Ancaman (*Threat*)

Terdapat poster informasi yang lebih menarik dari perancangan ini.

e. *Tone and Manner*

Perancangan menggunakan Bahasa Indonesia dengan penyampaian secara langsung tanpa adanya perumpamaan berat yang bersifat santai yang hanya menggunakan gambar yang menarik dan tulisan sisanya yang dimana masyarakat tidak perlu banyak membaca.

Warna yang berhubungan dengan Kesehatan adalah warna biru atau warna – warna yang bersifat sejuk, stabilitas dan cenderung terang.

f. Kesimpulan

Media visual poster yang dibuat sederhana dengan layout yang sederhana dan dibuat sesederhana mungkin sehingga lebih mudah terbaca / dilihat dalam waktu singkat dibanding poster lain pada umumnya.

Penyebaran poster pada facebook karena menurut data, pengguna facebook memiliki rentang usia 24 - 35 sesuai pada target usia.

3.3.1 Objektif

Perancangan ini memiliki prioritas sebagai informasi kepada target sasaran tentang menjaga pola hidup yang baik sekaligus mengurangi penularan virus corona serta memperbaiki atau mendapat kebiasaan pola hidup yang sehat untuk kedepannya.

3.3.2 Pendekatan Media

Perancangan ini akan memberi informasi melalui media digital facebook. Yang berjudul “PolaSehat” berisikan informasi mengenai pola hidup yang sehat yang berisi konten berupa poster sederhana dengan visual sebagai sarana informasi utama sehingga lebih mudah dan dapat memberi pesan secara cepat.

a. Media sosial Facebook

Pembuatan akun facebook dengan *posting* yang berupa poster digunakan untuk memberi informasi secara digital dan juga agar bisa diakses masyarakat luas dirumah masing – masing. Konten media sosial facebook yaitu apa saja yang harus dilakukan untuk memiliki pola hidup sehat, informasi mengenai makanan sehat murah dan mudah diakses masyarakat, dan ajakan terhadap masyarakat dewasa 20-35 tahun target utama untuk memiliki pola hidup yang lebih baik.

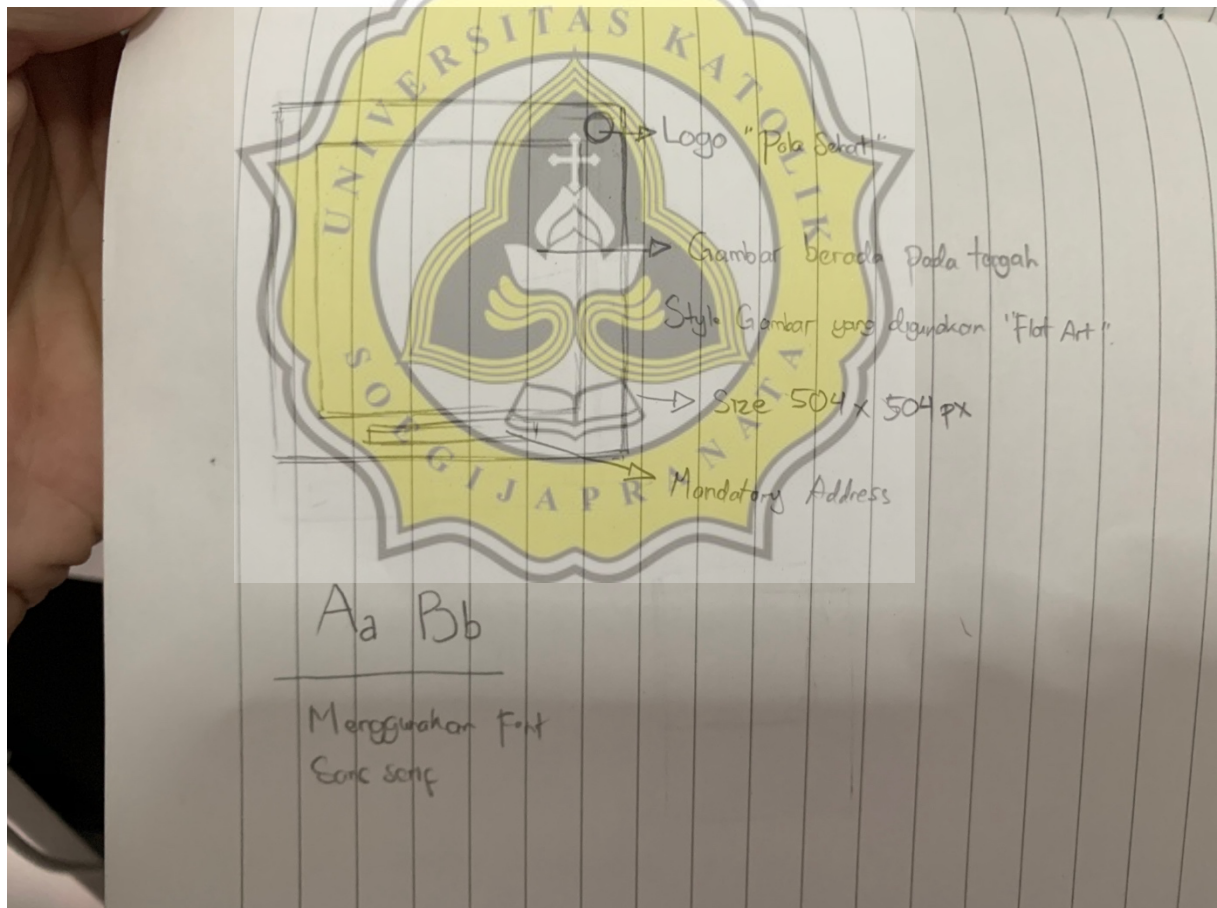
b. Poster

Penggunaan media visual utama yang digunakan pada perancangan ini adalah poster digital pada platform sosial media yang berjudul "PolaSehat" dan di sebarakan melalui sosial media berupa facebook karena pengguna facebook sesuai dengan target usia 20 – 35 tahun.

Karena menyesuaikan dengan kondisi saat ini, mengajak masyarakat agar memiliki pola hidup sehat di tengah pandemi digunakanlah media poster digital sehingga menghimbau masyarakat untuk memiliki imunitas tubuh yang baik serta pola hidup yang sehat.

Kriteria poster yaitu visual sebagai sarana informasi utama sehingga lebih mudah dan dapat memberi pesan secara cepat, sedikit warna dan komposisi simetris.

Gambar 3.3.2 Stategi Media



Poster pertama, idenya adalah seorang pria yang tampak seperti juru bicara pemerintah terkait penanganan covid-19 Achmad Yurianto berpikir tentang pola hidup sehat pada gelembung, digunakan karakter tersebut agar menarik perhatian terhadap audience.

Poster kedua, idenya adalah seorang wanita yang tampak seperti dokter reisa sebagai anggota tim komunikasi publik gugus tugas covid-19 berpikir tentang makanan sehat terjangkau pada gelembung, digunakan karakter tersebut agar menarik perhatian terhadap audience.

3.4 Budgeting

a.	Pra – Produksi	3.000.000
b.	Produksi	1.000.000
c.	Pasca – Produksi	1.000.000
	Total	5.000.000

