

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisa Data

Analisis data yang penulis gunakan yaitu menggunakan pendekatan Kualitatif. Pendekatan kualitatif dapat diartikan kita memfokuskan sebuah masalah yang akan kita angkat yang menurut kita itu perlu diangkat atau diteliti. Dengan pendekatan kualitatif ini kita dapat menghasilkan sebuah topik yang perlu kita teliti yaitu tentang panduan teknik bertahan hidup di alam bebas. Untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan pengumpulan data dengan cara sebagai berikut.

Pengumpulan data diperoleh melalui studi pustaka yaitu dengan pencarian sumber data dan artikel yang membahas soal teknik bertahan hidup di alam bebas. Kemudian sumber data yang telah didapat mengenai topik tersebut dapat digunakan untuk mendukung perancangan terkait dengan teori, informasi, dan juga contoh kasus yang terjadi tentang teknik bertahan hidup di alam bebas.

Kemudian pencarian data juga didapat dari Wawancara kepada Pemateri sekaligus Pendiri UKM WANACARAKA UNIKA SOEGIJAPRANATA yang secara langsung telah terjun dan berpengalaman dengan topik yang penulis angkat.

Serta penyebaran kuesioner kepada 100 Responden yaitu pendaki gunung baik pemula maupun yang berpengalaman dengan SES B - C guna untuk melengkapi data dan dapat mengetahui bagaimana caranya untuk membuat perancangan buku saku tentang teknik bertahan hidup di alam bebas melalui komunikasi visual. Data – data yang penulis dapat yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

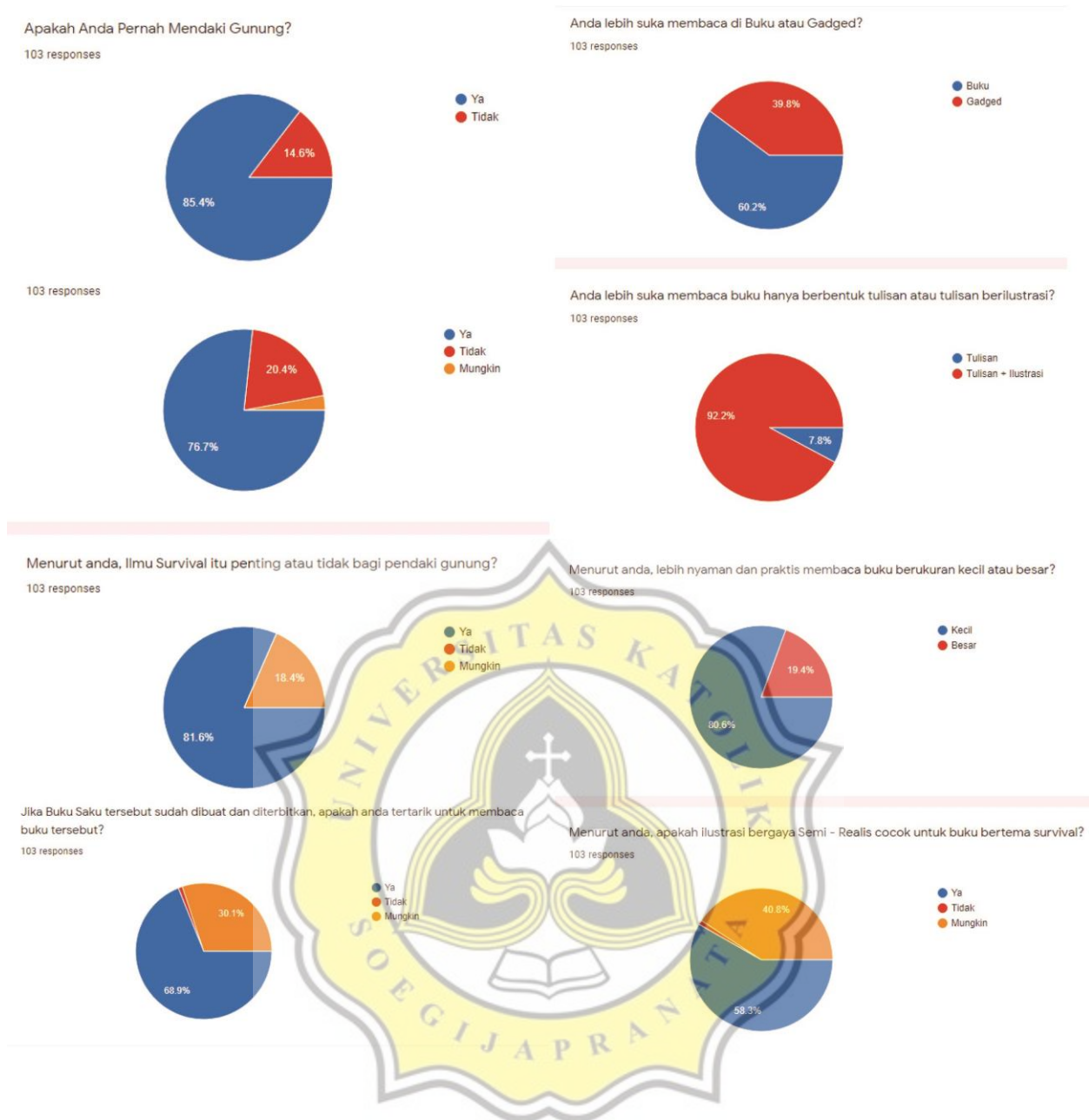
Untuk wawancara ini, penulis mewawancarai narasumber yang sudah berpengalaman dalam bidang tersebut. Narasumber tersebut bernama Iyang Refin Fujiyama (53) yang berprofesi sebagai Pemateri sekaligus Pendiri UKM WANACARAKA UNIKA SOEGIJAPRANATA. Penulis telah mewawancarai narasumber tersebut dengan pertanyaan sebagai berikut:

- a. Siapakah nama anda?
- b. Berapakah usia anda?
- c. Apakah anda menyukai kegiatan pendakian gunung?
- d. Gunung mana saja yang sudah anda kunjungi?
- e. Pernahkah anda tersesat digunung?
Jika pernah, bagaimana cara anda untuk menyelamatkan diri?
- f. Apaitu survival?
- g. Apakah survival itu penting untuk pendaki gunung?
- h. Apa akibat jika pendaki gunung tidak mengetahui survival?
- i. Dimateri survival, jika kita tersesat materi manakah yang harus kita dahulukan?
- j. Bagaimana cara kita untuk mencegah agar tidak hilang di gunung?

Dari beberapa pertanyaan diatas dan mengolah jawaban narasumber, penulis dapat menyimpulkan bahwa *survival* itu penting untuk pendaki gunung. Karena berguna untuk berjaga – jaga atau mengantisipasi jika kita tersesat digunung dalam keadaan pada satu titik kita diharuskan untuk berhenti sedangkan manajemen perjalanan dalam hal logistik kita habis dan kita tidak tahu apa yang harus kita lakukan selanjutnya. Maka dari itu dalam artian sempit survival dalam kepecintaan alam memang harus diketahui dan dipahami pendaki gunung.

2. Kuesioner

Data kuesioner yang telah penulis dapat dari 100 Responden yaitu pendaki gunung pemula maupun yang sudah berpengalaman usia 16 – 25 tahun dengan SES B – C (menengah kebawah) sebagai berikut:



Gambar 1. Statistik kuesioner

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa rata – rata pendaki gunung pemula maupun yang berpengalaman mengetahui apaitu survival dan pentingnya survival, namun responden belum mengetahui cara mempraktekannya. Maka dari itu penulis ingin membuat buku saku yang berisikan panduan survival dalam bentuk komunikasi visual.

3.2 Analisis SWOT

Untuk merancang sebuah buku saku, penulis akan menggunakan analisis SWOT guna untuk menjabarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman tentang perancangan buku saku yang akan penulis buat.

1. STRENGTH

- Masih belum banyak buku survival yang dirancang melalui komunikasi visual
- Belum ada buku saku yang membahas tentang survival
- Pengeluaran modal sangat terjangkau
- Desain buku, layout, dan ilustrasi lebih menarik dan mudah dipahami

2. WEAKNESS

- Buku hanya terfokus dibeberapa materi didalam survival karena materi survival sangat luas
- Rendahnya minat membaca pada kaum milenial

3. OPPORTUNITY

- Buku saku tentang survival akan banyak diminati oleh para pendaki gunung pemula/berpengalaman
- Banyak masyarakat, siswa pecinta alam, dan mahasiswa pecinta alam menggemari bidang tersebut
- Banyak media yang memumpuni untuk mempromosikan buku tersebut

4. THREAT

- Banyak kompetitor yang terus berkembang dengan inovasinya

3.3 Khalayak Sasaran

A. Geografis

Pada perancangan ini, target yang dituju bertempat tinggal di Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Dengan ciri:

Target : Pendaki pemula

Usia : 16 – 20 Tahun

Golongan : SES B – C (menengah kebawah).

B. Demografis

Target sasaran adalah pendaki pemula usia 16 – 20 tahun dengan SES golongan menengah kebawah (B – C).

C. Psikografis

- Masyarakat yang mempunyai hobi mendaki gunung
- Suka berpetualang

3.4 *Creative Brief*

Menggunakan prinsip 5W + 1H, yaitu:

1. *WHAT*

Memberikan informasi kepada calon pendaki khususnya pendaki pemula tentang teknik bertahan hidup di alam bebas, mulai dari pengertian, teknik – teknik dasar bertahan hidup, dll. Dengan tujuan untuk mencegah/mengantisipasi terjadinya kemungkinan terburuk saat pendakian tersebut dilaksanakan.

2. *WHY*

Kurangnya pengetahuan pendaki tentang teknik bertahan hidup di alam bebas sehingga dapat terjadinya kejadian yang tidak diinginkan saat pendakian tersebut dilaksanakan.

3. *WHO*

Target yang dituju yaitu pendaki pemula berusia 16 – 20 tahun dengan SES golongan menengah kebawah (B – C) yang bertempat tinggal di Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.

4. *WHERE*

Penyebaran media akan dilakukan di beberapa tempat seperti toko – toko Outdoor, maupun di Gramedia. Karena para pendaki akan bertujuan ditempat – tempat tersebut selain untuk membeli peralatan pendakian juga untuk mencari buku pegangan untuk dipelajari guna mempersiapkan diri untuk melaksanakan pendakian.

5. *WHEN*

Melakukan publikasi mengenai buku saku tersebut melalui media sosial setelah buku tersebut sudah jadi.

6. *HOW*

Menyebarkan media cetak berupa buku saku di berbagai tempat yaitu di beberapa toko Outdoor dan juga Gramedia. Kemudian disusul dengan mempublikasikan buku saku tersebut melalui media sosial, seperti Facebook dan Instagram.

3.5 Strategi AISAS

1. *Attention*

Pada tahap ini dilakukan penyebaran media cetak berbentuk buku saku di Gramedia, Toko Outdoor, dan Toko Buku Umum lainnya. Serta disusul dengan menempatkan Poster ditempat penyewaan yang tersedia agar menarik perhatian masyarakat yang membacanya.

2. *Interest*

Mempublikasikan poster dengan desain yang menarik melalui sosial media. Penyebaran melalui sosial media ini bertujuan agar masyarakat semakin tertarik dengan buku saku yang telah disebar dibeberapa tempat tersebut. Sehingga target tertarik untuk berkunjung ke website kita.

3. *Search*

Setelah target berkunjung ke website kita, kemudian target akan menggali informasi tentang produk tersebut dan mencari lokasi dimana produk tersebut dijual belikan.

4. *Action*

Disinilah target akan menemukan produk tersebut yaitu berupa buku saku yang telah disebar di Gramedia, Toko Outdoor, dan Toko Buku Umum lainnya. Dengan

melihat produk tersebut secara langsung maka target akan yakin untuk membeli produk tersebut.

5. *Share*

Setelah membeli dan membaca buku saku tersebut, secara tidak langsung target akan memberikan pengalamannya entah melalui mulut kemulut ataupun sosial media. Sehingga masyarakat banyak yang tertarik untuk membeli buku saku tersebut.

3.6 Strategi Media

1. Media Cetak:

a. Buku Saku

Buku saku ini digunakan sebagai media utama. Buku ini berisikan beberapa materi dari *survival* yang telah dipilah oleh penulis. Materi tersebut yaitu:

1. Pengertian survival
2. Air (cara mencari air)
3. Makanan (cara mencari makanan)
4. Perlindungan (cara membuat bivac)
5. Api (cara membuat api)
6. Penyelamatan (cara menarik perhatian/tanda)

Buku ini akan diletakkan di beberapa toko outdoor, Gramedia, dan di toko – toko buku umum lainnya.

b. Poster

Poster ini digunakan sebagai media promosi secara manual yang diletakkan di berbagai tempat dengan tujuan menarik perhatian masyarakat atas produk yang telah dijual

2. Media Sosial:

Kemudian buku saku ini akan dipublikasikan melalui beberapa sosial media seperti Instagram dan Facebook karena pada saat ini masyarakat berkecenderungan mencari informasi dan berkegiatan sehari – hari melalui media sosial seperti hp dan laptop.

3.7 Strategi Penyampaian Pesan

Strategi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target sasaran yaitu dengan memanfaatkan media cetak berupa buku saku yang nantinya akan diletakkan di beberapa toko Outdoor dan juga di Gramedia. Dan informasi mengenai buku saku tersebut dapat diakses melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram.

Buku saku ini berisikan tentang pengenalan dan juga panduan tentang teknik bertahan hidup di alam bebas. Untuk tipografi sendiri akan menggunakan font Serif agar mempermudah keterbacaan bagi pembaca karena ilmu yang akan disampaikan sangat penting bagi pendaki gunung. Ukuran pada buku saku tersebut yaitu berukuran A6 (10.5x14.8cm). Sedangkan untuk kertasnya menggunakan jenis kertas IVORY untuk covernya, sedangkan untuk isinya menggunakan kertas CTS agar dapat tahan lama dan juga menarik untuk dibaca.

Ilustrasi akan menggunakan gambar dengan gaya semi realis, kemudian menggunakan warna – warna alam contohnya yaitu warna hijau, coklat, biru, hitam, putih, dan warna – warna lain sebagai pengindah pada gambar. Dan gaya bahasanya yaitu formal agar ilmu mudah diserap dan dapat dengan mudah untuk di terima dan di pahami.

3.8 Strategi Anggaran

Kebutuhan perancangan sebagai berikut :

- Buku x1000 buah : Rp. 30.000.000,-
 - Promosi media sosial : Rp. 500.000,-
 - Promosi toko Outdoor dan Gramedia : Rp. 5.000.000,- +
-
- Rp. 35.500.000,-

