

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisis

3.1.1 Observasi

Penulis melakukan *silent observation* di dua pusat perbelanjaan yaitu Citraland mall dan DP mall. Perilaku remaja di Semarang memiliki kesamaan. Saat mereka sedang akan jajan atau membeli makanan atau minuman. Kebanyakan dalam memilih jajanan mereka melihat dari brand yang terkenal, dari tampilan toko serta produk yang dijual, dan dari keterjangkauan harga. Remaja lebih memilih membeli makanan atau minuman yang sedang populer atau sedang ada promosi. Saat sedang mengantri atau sedang duduk serta menikmati hidangan remaja akan tetap terhubung dengan *handphone*. Banyak yang menggunakan *handphone* tersebut untuk swafoto, melihat akun sosial media, posting di media sosial dan lain sebagainya. Setelah berjalan mengitari tempat makanan yang memiliki nama dan cukup terkenal, disana terdapat banyak sekali pengunjung bahkan terlihat bangku yang disediakan penuh. Namun berbeda dengan area *foodcourt* disana hanya terdapat beberapa pengunjung serta cukup leluasa untuk bergerak. Lalu penulis juga mengamati minuman yang dipilih oleh pengunjung. Yang pertama, terdapat pengunjung yang memilih minuman yang disediakan berserta dengan paket makanannya. Yang kedua adalah pengunjung yang hanya ingin minum seusai makan atau untuk melepas dahaga saja. Yang ketiga yaitu pengunjung yang menginginkan ada rasa yang berbeda sehingga memilih minuman yang berbeda seperti boba, kopi, dan lain sebagainya.



Gambar 3.1 Observasi di DP mall dan CL

3.1.2 Kuisisioner

Berdasarkan kuisioner yang dibagikan kepada remaja yang berada di Semarang, ada beberapa hasil pendukung untuk pembuatan animasi “Pengenalan Minuman Bunga Telang Kepada Remaja” yakni :

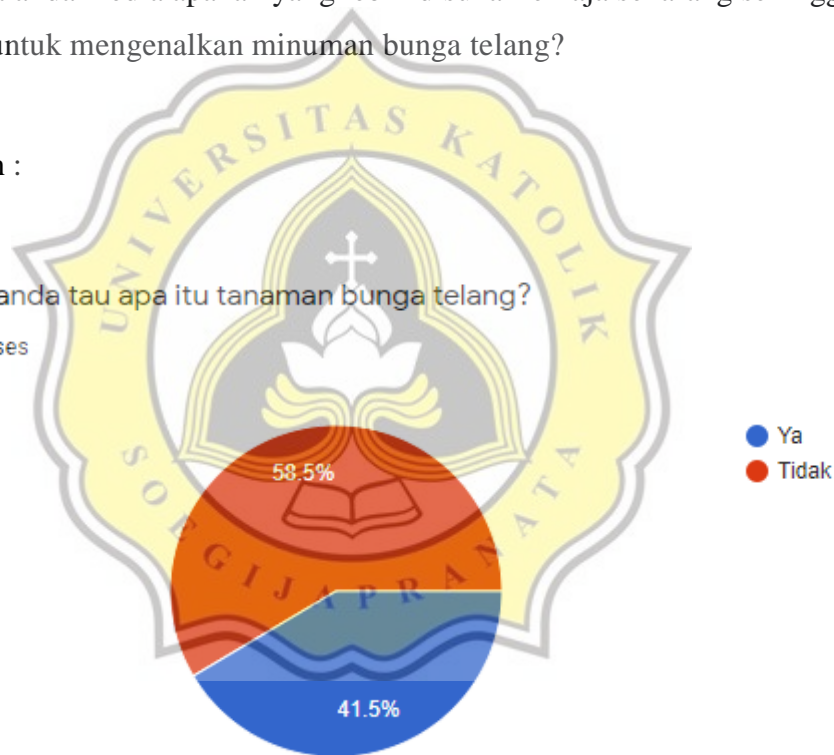
1. Apakah anda tau apa itu tanaman bunga telang?
2. Apakah anda pernah mengkonsumsi makanan / minuman yang mengandung dari bunga telang?
3. Jenis minuman apa yang akan kamu pilih saat berada di pusat makanan? (tanpa memikirkan budget)
4. Jenis makanan apa yang akan kamu pilih saat berada di pusat makanan? (tanpa memikirkan budget)
5. Menurut anda media apakah yang lebih disukai remaja sekarang sehingga lebih efektif untuk mengenalkan minuman bunga telang?

Jawaban :

1.

apakah anda tau apa itu tanaman bunga telang?

41 responses

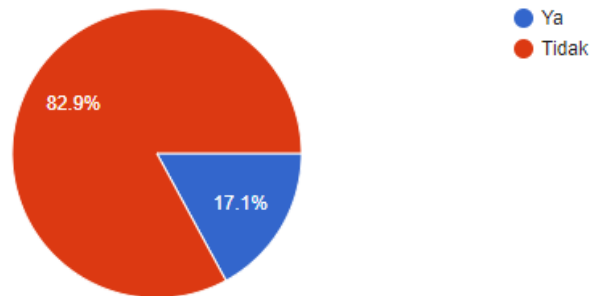


Gambar 3.2 Persentasi orang mengetahui bunga telang

2.

Apakah anda pernah mengonsumsi makanan / minuman yang mengandung dari bunga telang?

41 responses

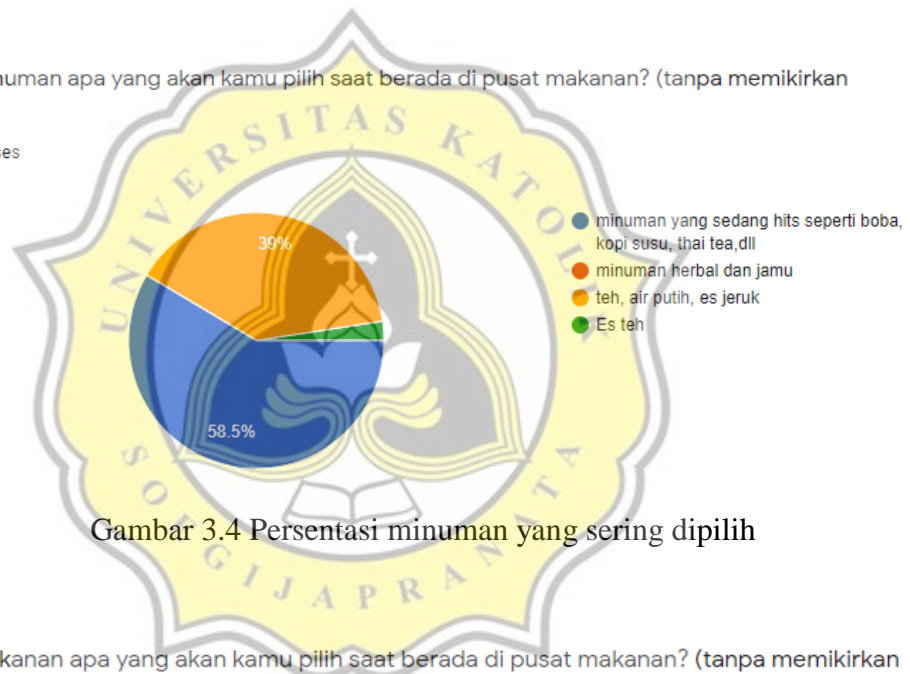


Gambar 3.3 Persentasi orang mengonsumsi minuman berbahan bunga telang

3.

jenis minuman apa yang akan kamu pilih saat berada di pusat makanan? (tanpa memikirkan budget)

41 responses

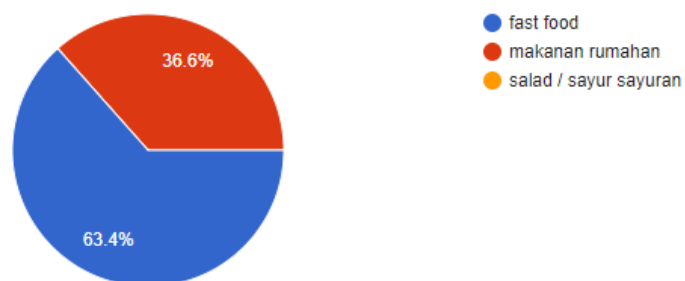


Gambar 3.4 Persentasi minuman yang sering dipilih

4.

jenis makanan apa yang akan kamu pilih saat berada di pusat makanan? (tanpa memikirkan budget)

41 responses

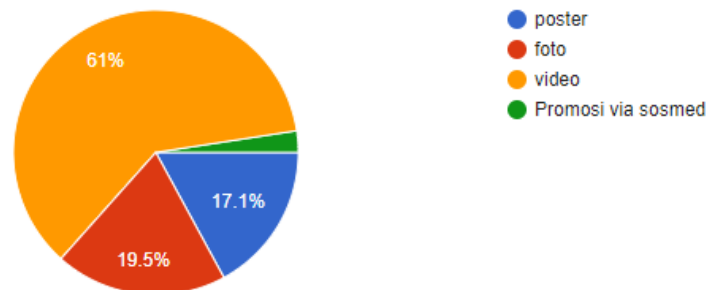


Gambar 3.5 Persentasi makanan yang sering dipilih

5.

Menurut anda media apakah yang lebih disukai remaja sekarang sehingga lebih efektif untuk mengenalkan minuman bunga telang?

41 responses



Gambar 3.6 Persentasi media yang cocok untuk remaja

3.2 Sasaran Khalayak (*Target Audience*)

3.2.1 Demografis

- Target primer : Remaja berusia 15 - 21 tahun.
- Target sekunder : Masyarakat luas
- Strata ekonomi menengah ke atas (SES A - B)

3.2.2 Geografis

Target audience adalah remaja usia 15 – 21 tahun di kota semarang dan sekitarnya. Berjenis kelamin perempuan maupun laki-laki. SES A – B pada usia tersebut kecenderungan sudah bisa berpergian sendiri dan mulai mencari aktivitas dengan teman temannya.

3.2.3 Psikografis

- Memiliki kebiasaan nongkrong untuk mempererat tali pertemanan
- Aktif menggunakan sosial media.
- Terbiasa dengan media sosial dan fasih dalam menggunakannya.
- Kemampuan untuk menyerap informasi cukup tinggi.
- Suka memposting dan melihat foto dan video di media sosial.
- Mudah dipengaruhi

3.3 Analisa SWOT

3.3.1 *Strength* (Kekuatan)

Perancangan ini dapat memberi informasi baru dengan mengenalkan minuman bunga telang yang belum banyak diketahui orang. Dan perancangan ini menggunakan animasi dengan gerakan dan ilustrasi yang menarik sehingga target akan tertarik dan mendapatkan isi atau informasi yang disampaikan oleh penulis.

3.3.2 *Weakness* (Kelemahan)

Perancangan ini ditujukan kepada remaja tengah hingga remaja akhir, Terbatasnya jarak usia orang yang gemar menonton animasi.

3.3.3 *Opportunity* (Kesempatan)

- Animasi mulai digemari kalangan remaja.
- Animasi diterapkan pada media sosial dan berpeluang untuk dilihat kapanpun.

3.3.4 *Threat* (Ancaman)

- Hanya bisa diakses melalui teknologi yang bisa menampilkan gambar.

3.4 *Creative Brief*

Pada perancangan animasi pengenalan minuman bunga telang kepada remaja penulis menggunakan Harol D. Lasswell 5W (*What, When, Where, Who, Why*) + 1H (*How*) sebagai berikut :

3.4.1 *What*

Permasalahan yang muncul adalah banyak orang belum mengenal bunga telang dan remaja kurang memperhatikan apa yang mereka konsumsi dan efek yang akan terjadi setelahnya.

3.4.2 *When*

Animasi pengenalan minuman bunga telang bisa dilihat kapanpun

3.4.3 *Where*

Perancangan ini akan disebarakan melalui media sosial seperti : instagram, youtube, facebook, dan lain sebagainya.

3.4.4 Who

Perancangan ini ditujukan pada remaja berusia 15 – 21 tahun.

3.4.5 Why

Animasi ini dirancang oleh penulis karena minuman bunga telang merupakan minuman yang kaya akan manfaat, namun kurang dilirik oleh remaja dan masyarakat luas belum banyak yang mengetahuinya.

3.4.6 How

Perancangan ini akan memberikan informasi dan visualisasi yang menarik untuk target sasaran. Sehingga, pesan dapat tersampaikan dan mampu membuat target ingin mengkonsumsi minuman bunga telang.

3.5 Strategi Komunikasi

Pada strategi komunikasi proyek akhir, animasi ini akan dijelas sebagai berikut:

a. Judul

Animasi yang akan dirancang ini akan diberi judul ”Si Biru Nan Cantik”. Tujuan dari animasi ini adalah mengenalkan minuman bunga telang kepada remaja . Judul tersebut dipilih karena bahasa yang digunakan menggunakan Bahasa Indonesia yang memiliki tujuan mudah dipahami dan tertarik. Bahasa Indonesia yang digunakan adalah Bahasa Indonesia yang puitis ditunjukkan dengan kata “nan” yang berarti yang, “Si Biru” dan “Cantik” adalah Bahasa Indonesia yang baku yang menunjukkan keunikan dari bunga telang. Setelah tertarik remaja diharapkan untuk menonton animasi ” Si Biru Nan Cantik”. Selain itu penggunaan Bahasa Indonesia dilakukan agar konten memiliki pembawaan yang ringan dan *fun* sehingga remaja mudah menangkap isi dari animasi tersebut.

b. Isi

Animasi yang akan dirancang akan membahas tentang bunga telang. Dikemas dengan bentuk film animasi pendek berdurasi sekitar kurang lebih 3 menit, Remaja

dengan usia 15 – 21 memiliki kemampuan untuk menangkap pesan dari animasi. Pesan yang akan disampaikan adalah minuman bunga telang memiliki banyak manfaat dan dapat dikreasikan menjadi minuman kekinian. Animasi akan berdurasi maksimal tiga menit saja melebihi dari itu remaja akan kehilangan konsentrasi untuk menangkap animasi tersebut. Selain itu karakter dan warna yang cerah digunakan dengan tujuan untuk menarik minat remaja untuk melihat dan bertujuan agar objek yang dilihat lebih nyaman pada animasi tersebut. Karakter yang di munculkan pada animasi ini adalah karakter berbentuk animasi 2D dengan gaya gambar flat design.

