

BAB III

Strategi Komunikasi

3.1 Analisa Masalah

3.1.1 Hasil Wawancara

Narasumber 1

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Riezki Aulia S.Psi, M.Psi, seorang psikolog yang bekerja di Biro Psikologi dan Pengembangan Kepribadian VIRTUE Taragong Kidul, Garut. Didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Setiap remaja mempunyai tugas perkembangannya masing – masing, stres pada remaja sendiri umumnya terkait masalah pendidikan, tugas belajar, permasalahan sosial seperti pertemanan dan hubungan percintaan. Stres pada remaja SMA di sekitaran usia 15 – 17 tahun yang merupakan masa kritis dimana tugas remaja adalah mencari jati diri dan persiapan untuk hidup mandiri menuju masa transisi dewasa.
2. Mengungkapkan curahan hati di sosial media merupakan tindakan yang kurang tepat. Karena mencurahkan isi hati atau permasalahan di sosial media, berarti dia menunjukkan kurangnya kemampuan *interpersonal relationship* dan *solution focused problem* yang dimiliki. Ketika seseorang mencurahkan isi hatinya, maka dia berharap dapat menyalurkan beban pikiran dan perasaan kepada seseorang, namun ketika dia merasa dan memaknakan bahwa tidak ada orang lain yang dapat memahaminya maka dia menyalurkannya melalui sosial media. Sebagian dari mereka akan mendapatkan bantuan dan solusi namun pada akhirnya dia menjadi kurang mengembangkan kemampuan solutif yang dimiliki.
3. Mencurahkan isi hati melalui journaling (baik secara online maupun offline) dianggap cukup efektif untuk dilakukan dalam penyaluran beban pikiran dan perasaan. Seseorang yang menuliskan curahan isi hatinya berarti dia juga secara serius memikirkan permasalahannya, sehingga dia dapat lebih memahami dari berbagai sudut pandang tertentu terkait permasalahan yang

dimiliki. Dengan kegiatan *journaling*, dia akan dapat menemukan inti permasalahan yang dimilikinya dan menemukan alternatif solusi yang tepat yang mungkin bisa dia lakukan.

4. Seseorang yang menahan stress dapat menimbulkan permasalahan ringan hingga berat. Permasalahan ringan seperti mudah lupa, mudah lelah, dan sulit konsentrasi. Sementara permasalahan berat bisa menjadi gangguan seperti stress akut, kemudian berkembang menjadi kecemasan dan depresi. Ketika stress berat dan menumpuk yang tidak diatasi dengan tepat, maka bisa berkembang menjadi gangguan jiwa (*Schizophrenia*). Dan jika sudah sangat berat, penanganan tidak hanya dilakukan dengan psikolog melalui psikoterapi namun bekerjasama dengan psikiater melalui psikofarmakologi atau obat.
5. Banyak faktor yang menentukan seseorang memiliki kemampuan pemecahan masalah yang baik atau tidak dalam mengatasi stresnya. Seperti pola asuh, karakteristik, dan lain sebagainya.

Narasumber 2

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Dinufita, seorang pelajar kelas 3 SMA yang pernah melakukan kegiatan *journaling* sebelumnya. Didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Dia melakukan kegiatan *journaling* ketika memiliki pengalaman yang menarik maupun ketika merasa sedih dan stress.
2. Menurut dia, setelah melakukan kegiatan *journaling* dia merasa stress maupun sedihnya cukup teratasi dan merasa lega karena merasa kurang nyaman ketika bercerita kepada teman-temannya.
3. Setelah membaca ulang momen – momen yang pernah dia tuliskan melalui kegiatan *journaling* tersebut, dia merasa senang maupun sedih karena dapat mengingat masa – masa itu.
4. Dia juga merasa manfaat *journaling* sebagai aktualisasi diri bahwa ketika dia mendapatkan masalah ternyata masalah yang dia hadapi tidak seburuk itu dan ternyata dia dapat mengatasinya hingga saat ini.

3.1.2 Hasil Kuesioner

Berdasarkan riset kuesioner untuk target sasaran SES A dan B, terhadap 97 remaja, didapat hasil sebagai berikut:

1. Sebanyak 54,6% responden menggunakan sosial media lebih dari 5 jam per hari.
2. Sebanyak 41,2% responden menggunakan sosial media untuk komunikasi, 22,7% untuk mencari ilmu baru, sisanya untuk kesenangan mereka sendiri.
3. Sebanyak 84,5% responden pernah menggunakan sosial media sebagai tempat mereka bercerita.
4. Sebanyak 66% responden pernah menggunakan media lain seperti jurnal dan buku harian sebagai tempat bercerita dan 21,6% hanya menggunakan sosial media sebagai tempat mereka bercerita.
5. Sebanyak 63,9% responden belum mengetahui manfaat *journaling* dan sebanyak 36,1% sudah mengetahui manfaat *journaling*.
6. Sebanyak 52,6% responden tertarik dengan kegiatan *journaling*.

3.2 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran yang dituju berdasarkan narasumber adalah golongan remaja di Indonesia dengan SES A, B dan usia 16 - 20 tahun, dimana pada rentang usia tersebut mereka adalah remaja yang sedang kritis dan rentan mengalami stres.

3.3 Creative Brief

3.3.1 Insight

Kesukaan: Bermain sosial media.

Hobi: Nongkrong, bermain *game*.

Tempat Favorit: Kafe, *mall*, restoran *fast food*

Tempat Kumpul: *Coffee shop*

Gaya yang disukai: *Simple, modern*

3.3.2 Target

- a. Remaja 16 - 20 tahun
- b. SES A, B
- c. Demografis: Indonesia
- d. Psikografis: Aktif dan up to date dengan media sosial serta teknologi.

3.3.3 Brand Soul

Mengkampanyekan kegiatan *journaling* untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya *journaling* untuk mengatasi stres.

3.3.4 Selling Idea

a. Verbal Concept:

Menggunakan kalimat persuasif yang dapat mengubah pola pikir remaja sehingga dapat bertindak sesuai dengan yang diharapkan dalam kampanye tersebut.

b. Visual Concept:

Visual dengan gaya *modern flat design* yang simple sesuai dengan gaya yang disukai remaja umur 16 – 20 tahun serta menggunakan warna hangat.

c. Tone And Manner:

Remaja pada usia 16 – 20 tahun menyukai hangout, menyukai coffee shop, gaya desain *modern flat design*, dengan kebiasannya bermain sosial media saat bosan.

Jadi, *tone and manner* adalah gaya desain *modern flat design*, serta tipografi sans serif karena mereka menyukai sesuatu yang *modern* dan *simple*.

d. Tagline/Slogan:

“Write daily, relax your mind”

e. Unique Value Proposition:

Memberikan edukasi edukasi kepada masyarakat agar dapat mengubah pola pikir melalui kampanye kesadaran akan pentingnya kegiatan *journaling* ini.

f. Positioning

Gaya desain lebih ke arah *modern* dengan tipografi/font sans serif.

3.3.5 5W + 1 H

What : Apa tujuan kampanye itu?

Memberikan kesadaran kepada masyarakat akan pentingnya kegiatan *journaling* untuk meredakan stres.

Who : Siapa khayalak yang dijangkau?

Remaja usia 16 – 20, aktif di sosial media.

When : Kapan kampanye tersebut diadakan?

Bulan Juni tahun 2021.

Where : Di mana kampanye diadakan?

Kampanye diadakan melalui akun sosial media Instagram.

How : Bagaimana bentuk kampanye tersebut?

Berupa sosialisasi serta edukasi kepada khalayak sasaran melalui sosial media Instagram.

Why : Mengapa memilih kampanye sosialisasi?

Karena proses sosialisasi dapat mengajarkan peran-peran serta sikap tiap individu sesuai dengan tujuan dan harapan sosialisasi tersebut.

3.4 Strategi Penyampaian Sosial

Kampanye sosial ini diadakan di akun sosial media Instagram dengan media utama video pendek yang disebarakan melalui Youtube, kampanye ini ingin

memperkenalkan lebih tentang manfaat yang akan didapat dalam melakukan kegiatan *journaling*. Agar bisa berkomunikasi lebih mudah terhadap khalayak sasaran dan mengetahui bagaimana cara yang benar dalam meredakan stres bagi remaja usia 16 – 20 tahun.

3.5 Tema Kampanye

Tema kampanye ini adalah memperbaiki kebiasaan remaja yang selalu mencurahkan masalah dengan sosial media dengan lebih menonjolkan pentingnya mengenal diri sendiri lebih dalam.

3.6 Judul Kampanye

Judul kampanye adalah “*Write Your Own Life*”.

3.7 Tahapan Kampanye

Kampanye sosial ini akan berlangsung dalam jangka waktu yang telah tentukan:

Tahapan	Kegiatan & Media
<i>Attention</i>	Memberikan sebuah awareness dengan membangunkan kesadaran bahwa menulis itu sesuatu yang mengasyikan serta bisa memberikan pengalaman baru.
<i>Interest</i>	Membangun minat target dengan mengenalkan tokoh – tokoh maupun idola mereka yang juga melakukan kegiatan <i>journaling</i> serta manfaat yang bisa didapat sehingga dapat memacu mereka.

<i>Desire</i>	Memacu mereka dengan membuat video berupa perjalanan seseorang yang memutuskan untuk melakukan journaling. Sehingga target sasaran bisa mendapatkan gambaran bahwa journaling bukan sekedar menulis tetapi ada sebuah proses yang menjadikan mereka menjadi pribadi yang lebih baik untuk mengenal dirinya sendiri.
<i>Action</i>	Harapan target yang dituju mulai melakukan journaling dengan pendekatan <i>gratitude journal</i> dengan cara membuat sebuah template berupa 7 Days <i>Writing Challenge</i> . Dimana target diajak untuk menulis pada template itu lalu mengunggah ke sosial media mereka masing-masing. Sebagai <i>reward</i> akan diundi 2 peserta untuk mendapatkan uang tunai.

3.8 Strategi Media

3.8.1 Objektif Media

1. Sebagai media perantara dalam membangun pola pikir baru pada masyarakat perihal masalah pentingnya kegiatan *journaling* untuk meredakan stress.
2. Sebagai sarana untuk memberi informasi sesungguhnya tentang kebiasaan remaja yang sering mencurahkan isi hatinya melalui sosial media sedangkan mereka masih mempunya alternatif tempat bercerita yang lebih efektif seperti kegiatan *journaling*.

3.8.2 Pendekatan Media

1. Utama : Video pendek yang menceritakan perjalanan seseorang yang memutuskan untuk melakukan journaling.
2. Pendukung : Adanya akun sosial media Instagram sebagai penunjang kampanye.

Adanya sebuah *template 7 days writing challenge* dengan *reward* berupa uang tunai untuk memacu target agar mulai menulis.

3.9 Strategi Anggaran

No	Media	Keterangan	Total
1	<i>Reward 7 Days Writing Challenge</i>	2 Pemenang	Rp 1.250.000

