# BAB III

# STRATEGI KOMUNIKASI

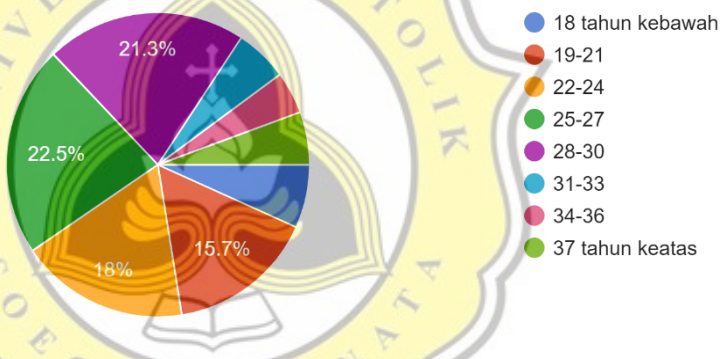
## 3.1 Analisis

### 3.1.1 Data Kuesioner

Untuk mendapatkan data kuantitatif, penulis membagikan kuesioner kepada target sasaran yang secara spesifik merupakan pemelihara berang-berang cakar kecil. Adapun kuesioner ini dibagikan ke 4 grup komunitas berang-berang cakar kecil yang ada di Facebook yaitu Komunitas Otter Indonesia (KOI), Himpunan Komunitas Otter Indonesia (HKOI), Otter Lovers Indonesia (OLI), dan Pecinta Otter Club Karanganyar (POCK) dan telah diisi oleh 89 responden yang berdomisili di berbagai kota di Indonesia, dengan hasil sebagai berikut:

#### 3.1.1.1 Profil Responden

1. **Usia Responden**

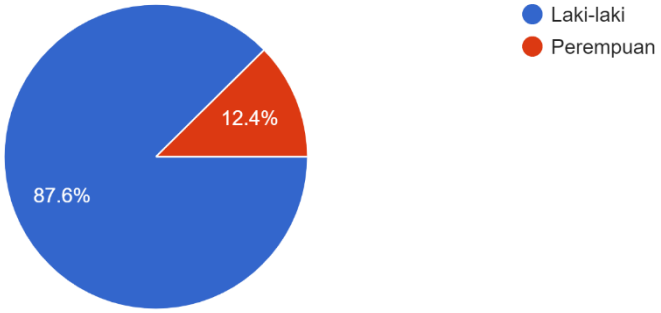



**Gambar 3.1** Grafik Usia Responden

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak berusia 25-27 tahun dengan persentase sebesar 22,5% dan diikuti oleh usia 28-30 tahun dengan persentase 21,3%. Kemudian di posisi terbanyak selanjutnya yaitu responden dengan usia 22-24 tahun lalu 19-21 tahun, dan posisi terakhir ditempati oleh responden dengan usia 34-36 tahun.

## 2. Jenis Kelamin

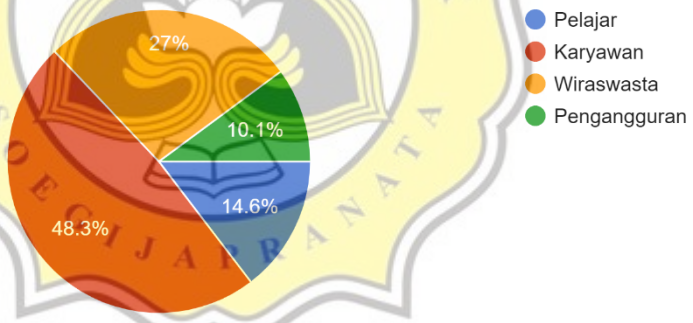



**Gambar 3.2** Grafik Jenis Kelamin Responden

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa jenis kelamin dari responden ada yang laki-laki dan ada perempuan dengan perbandingan responden laki-laki sebesar 87,8% dan perempuan sebesar 12,4%.

## 3. Pekerjaan atau kesibukan saat ini

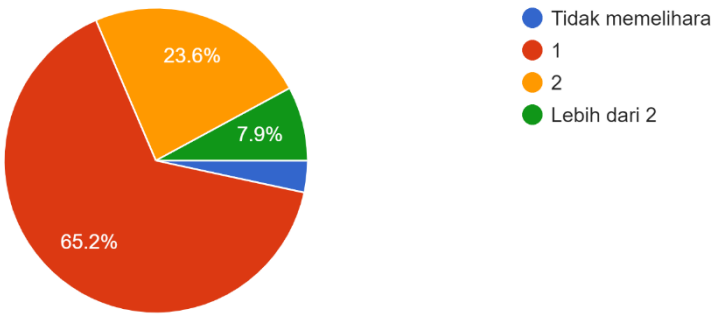



**Gambar 3.3** Grafik Pekerjaan Responden

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa pekerjaan atau kesibukan responden dengan posisi tertinggi yaitu karyawan dengan persentase 48,3%, kemudian diikuti oleh wiraswasta setinggi 27%, lalu di posisi ketiga yaitu pelajar dengan persentase 14,6%, dan di posisi terakhir adalah pengangguran dengan persentase 10,1%.

## 4. Jumlah berang-berang cakar kecil yang dipelihara

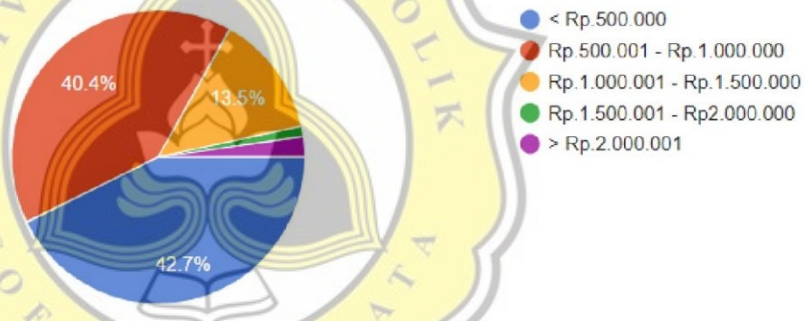



**Gambar 3.4** Grafik Jumlah Berang-Berang Cakar Kecil yang Dipelihara Responden

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa persentase terbanyak, yaitu 65,2% responden saat ini memelihara 1 ekor berang-berang cakar kecil, kemudian sebanyak 23,6% responden memelihara 2 ekor berang-berang cakar kecil

5. **Pengeluaran perbulannya untuk berang-berang cakar kecil**



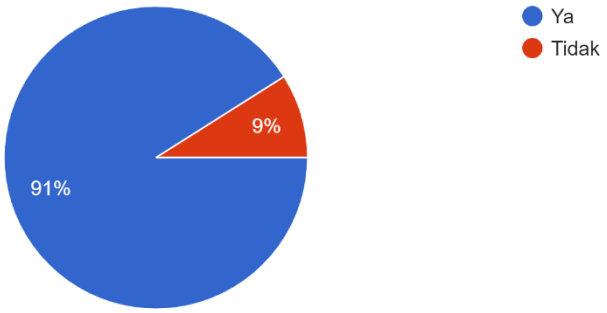

**Gambar 3.5** Grafik Pengeluaran Per Bulan

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas menunjukan bahwa responden dengan persentase terbanyak mengeluarkan budget kurang dari Rp. 500.000 per bulannya untuk pemeliharaan berang-berang cakar kecil, kemudian diikuti oleh persentase terbanyak kedua 40,4% responden mengeluarkan budget berkisar Rp. 500.001- Rp. 1.000.000 per bulannya.

### 3.1.1.2 Pertanyaan Seputar Pendapat Responden

1. Apakah sebelum memelihara berang-berang cakar kecil anda pernah punya pengalaman memelihara binatang?

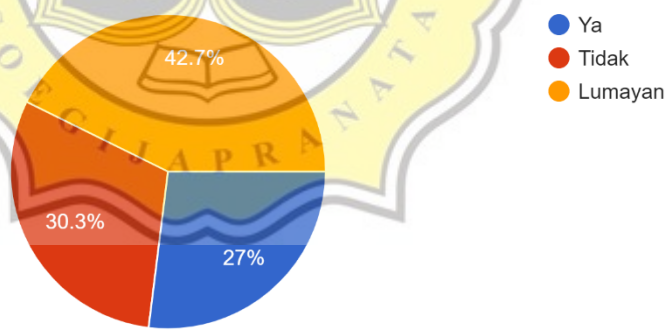



**Gambar 3.6** Grafik Pengalaman Responden Memelihara Binatang

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas sebanyak 91% responden menjawab "Ya" dan 9% sisanya menjawab "Tidak". Dari data tersebut penulis menarik kesimpulan bahwa memang sulit untuk memelihara hewan yang untuk saat ini dapat dikatakan masih tidak familiar untuk sebagian orang, maka dari itu dengan adanya pengalaman memelihara binatang apapun sebelumnya, orang dapat sedikitnya memahami bagaimana cara memperlakukan peliharaan mereka.

2. Apakah menurut anda memelihara berang-berang cakar kecil adalah pekerjaan yang sulit?



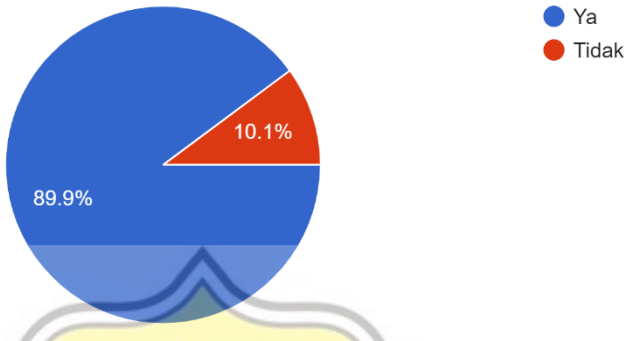

**Gambar 3.7** Grafik Memelihara Berang-Berang Cakar Kecil adalah Pekerjaan yang Sulit

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas jawaban terbanyak yang dijawab oleh responden adalah "Lumayan" dengan persentase 42,7%, kemudian diikuti oleh 30,3% responden menjawab "Tidak", dan di posisi terakhir sebanyak 27% responden menjawab "Ya". Dengan jawaban terbanyak yang diberikan oleh responden yaitu "Lumayan", hal ini berarti banyak responden yang menganggap bahwa memelihara berang-

berang cakar kecil tidak dapat dikatakan mudah dan tidak dapat juga dikatakan sulit.

3. Menurut anda apakah anda sebagai pemelihara berang-berang cakar kecil memerlukan panduan tentang cara pemeliharaan dan perawatan berang-berang cakar kecil?

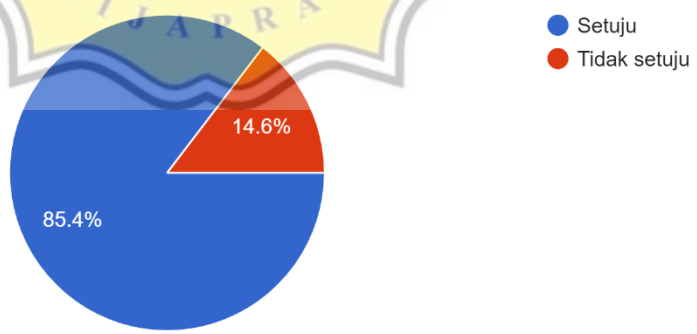



**Gambar 3.8** Grafik Perlunya Panduan Cara Memelihara Berang-Berang

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas sebanyak 89,9% responden menjawab "Ya", yang berarti mereka tetap membutuhkan bantuan panduan walaupun sudah memelihara.

4. Apakah menurut anda media buku dapat memberikan pengetahuan kepada anda secara efektif?

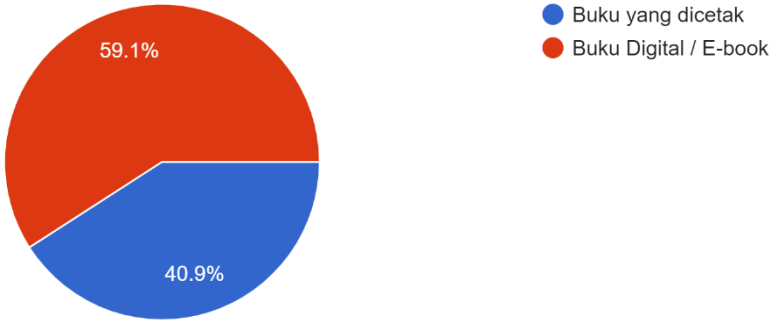



**Gambar 3.9** Grafik Buku Efektif dalam Memberikan Pengetahuan

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas sebanyak 85,4% responden setuju bahwa media buku dapat secara efektif memberikan informasi.

5. Bentuk buku seperti apa menurut anda yang lebih mudah dan efektif untuk digunakan?

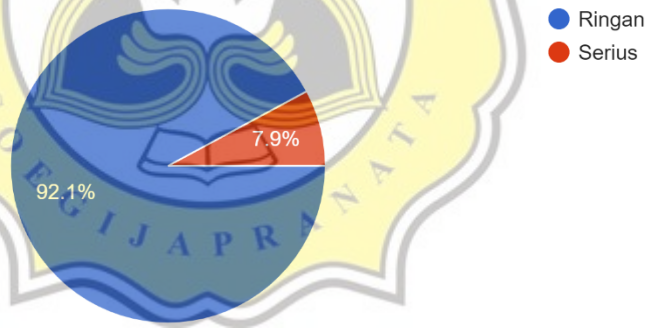



**Gambar 3.10** Grafik Jenis Buku yang Lebih Mudah dan Efektif digunakan

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas buku digital lebih dipilih oleh 59,1% responden sebagai buku yang lebih efektif dan mudah untuk digunakan, namun buku yang dicetak juga cukup banyak dipilih oleh responden dengan persentase sebesar 40,9%.

6. Menurut anda gaya penulisan seperti apa yang menarik untuk anda?

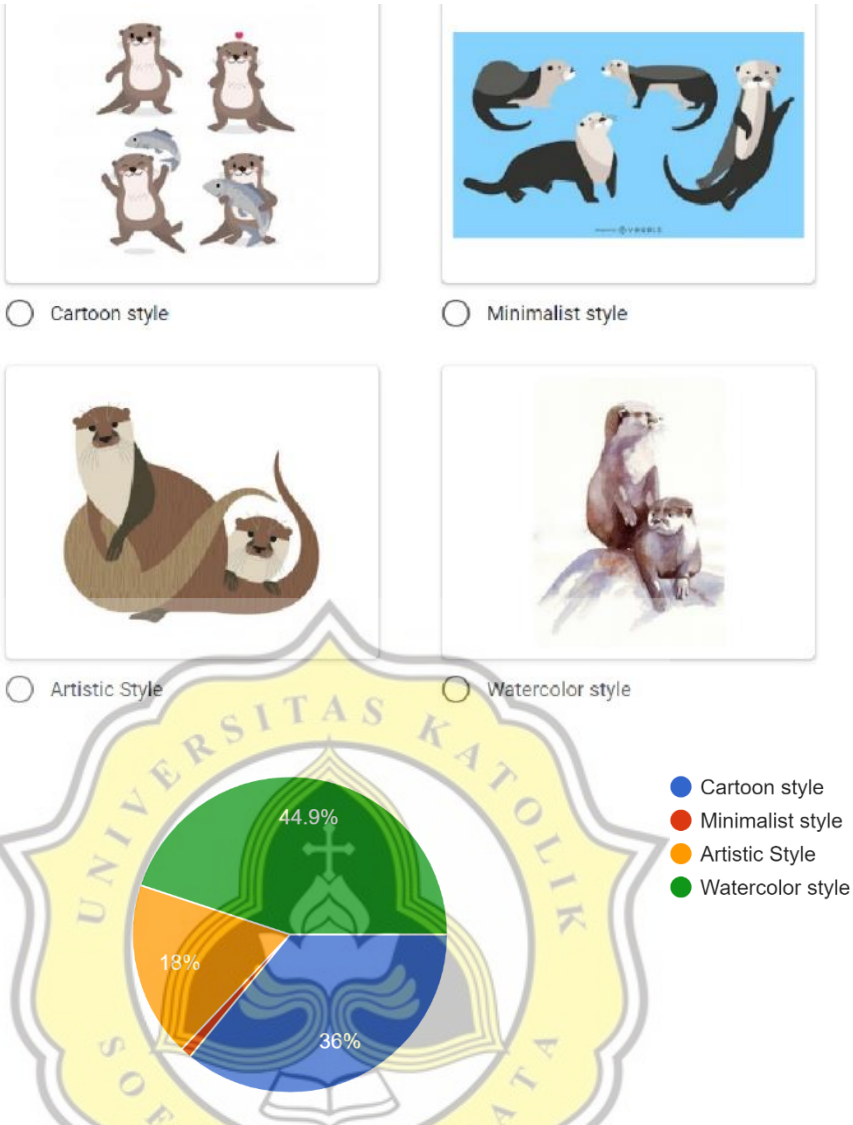



**Gambar 3.11** Grafik Gaya Penulisan yang Menarik

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas gaya penulisan "Ringan" dipilih oleh 92,1% responden sebagai gaya penulisan yang lebih menarik untuk dibaca dan mudah dimengerti.

7. Pilih satu gaya gambar yang menurut anda cocok untuk digunakan dalam buku panduan pemeliharaan berang-berang cakar kecil

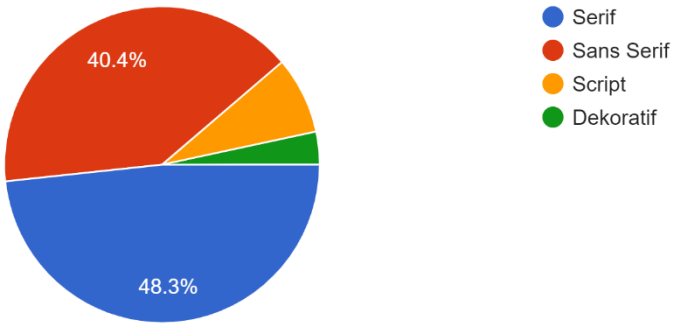



**Gambar 3.12** Grafik Gaya Gambar yang Cocok untuk Buku Panduan

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas gaya gambar yang paling banyak dipilih oleh responden adalah gaya gambar dengan teknik watercolor atau cat air dengan persentase 44,9%. Salah satu alasan banyaknya responden yang memilih teknik cat air yaitu karena hasil akhir dari ilustrasi yang menggunakan cat air memiliki keistimewaan tersendiri yang membedakan teknik tersebut dengan teknik lainnya. Selain itu dengan menggunakan teknik watercolor, warna serta gambar yang nantinya akan digunakan dalam buku akan dapat meninggalkan impresi serta ciri khas tersendiri yang dapat diingat oleh pembaca.

8. Pilih satu gaya huruf yang menurut anda cocok untuk digunakan dalam buku panduan pemeliharaan berang-berang cakar kecil

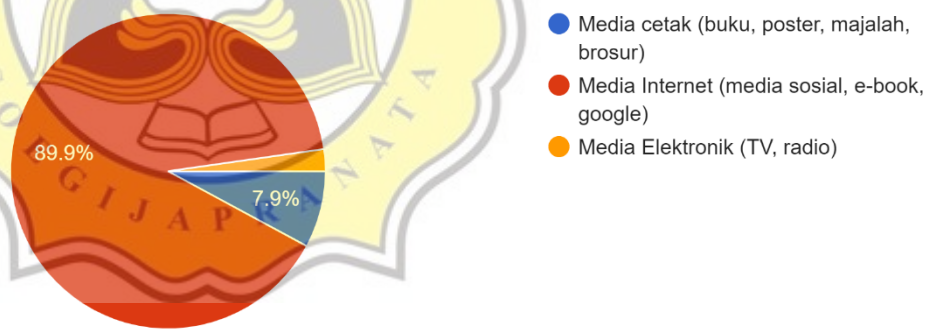



**Gambar 3.13** Grafik Gaya Huruf yang Paling Cocok untuk Buku Panduan

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas gaya huruf dengan persentase terbanyak yang dipilih oleh responden adalah gaya huruf serif dengan persentase 48,3%, kemudian diikuti oleh sapusinns serif dengan total persentase 40,4%, dan setelah itu script dan dekoratif.

9. Media apa yang paling sering anda andalkan untuk memperoleh informasi?




**Gambar 3.14** Grafik Media untuk Memperoleh Informasi

*Sumber : dokumen pribadi*

Dari grafik diatas media yang paling banyak diandalkan responden untuk memperoleh informasi adalah media internet dengan persenatase 89,9%, kemudian diikuti oleh media cetak dengan persentase 7,9%, dan di tempat terakhir ada media elektronik.

### 3.1.2 Studi Literatur

Dalam perancangan buku panduan pemeliharaan berang-berang cakar kecil ini, agar konten materi yang nantinya divisualisasikan kedalam buku panduan tidak

sembarangan dan tentunya sesuai dengan perkataan para ahli, maka seluruh data-data yang diperoleh oleh penulis diambil dari jurnal milik Otter Specialist Group versi 3. Jurnal ini memuat segala hal mengenai perawatan yang bisa dilakukan untuk berang-berang cakar kecil, seperti dalam hal menciptakan lingkungan tempat tinggal yang ramah bagi berang-berang, nutrisi yang diperlukan oleh berang-berang, perawatan hewan, reproduksi, cara penanganan perilaku, hal-hal yang dapat dikonsumsi, dan cara mengenalkan berang-berang dengan sesamanya.

### 3.1.3 Hasil Wawancara

Untuk mendapatkan pernyataan penguat akan pentingnya perancangan buku panduan pemeliharaan berang-berang cakar kecil yang merupakan satwa rentan, maka penulis melakukan wawancara bersama dengan *founder* dari KOI (Komunitas Otter Indonesia) bernama Georgian Marcello. Grup Komunitas Otter Indonesia (KOI) adalah grup yang sudah ada sejak tahun 2012 dan saat ini aktif di berbagai sosial media seperti Facebook, Instagram, dan juga Youtube. Saat ini grup KOI memiliki hampir 8.000 pengikut di facebook dan lebih dari 500 subscriber di Youtube. Sebagai salah satu grup komunitas berang-berang cakar kecil terbesar di Indonesia, grup KOI juga dapat dikatakan sebagai grup komunitas berang-berang cakar kecil tertua dan cukup terkenal di Indonesia karena beberapa kali diundang ke beberapa stasiun televisi.

Kegiatan wawancara ini dilakukan pada tanggal 26 Maret 2021. Dengan hasil ringkasan wawancara sebagai berikut.

Berang-berang cakar kecil bukanlah hewan yang mudah untuk dipelihara. Bahkan oleh seseorang yang sudah lama memelihara dan terbiasa dekat hewan sekalipun. Ketika pemelihara memelihara berang-berang setidaknya mereka sudah harus memahami standar pemeliharaan berang-berang dan hal-hal yang harus dipersiapkan dalam merawat berang-berang. Adapun dalam pemeliharaanya para pemilik harus berhadapan dengan paham 3B (bau, boros, berisik).

Berang-berang memiliki bau badan amis menyengat yang tidak dapat hilang karena secara alami dihasilkan oleh kelenjar yang ada di bawah kulit berang-berang sendiri. Kasus yang banyak disebabkan oleh bau berang-berang ini adalah walaupun keluarga orang yang ingin memelihara bisa menerima bau tersebut tetapi ternyata ada tetangga yang tinggalnya berdekatan tidak setuju karena bau berang-

berang yang terlalu menyengat, sehingga jika masih tetap ingin memelihara hal tersebut perlu didiskusikan terlebih dahulu di lingkungan masyarakat sekitar. Kedua, boros. Orang yang memelihara berang-berang harus mempunyai uang yang cukup untuk memenuhi kebutuhan berang-berang khususnya makanan dan kesehatan. Setiap hari berang-berang setidaknya harus makan sebanyak 20% dari jumlah bobot tubuh mereka. Dengan banyaknya jumlah makanan mereka otomatis pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh pemelihara juga banyak dan boros. Belum lagi ketika berang-berang sakit dan perlu untuk dibawa ke dokter hewan yang akan memakan biaya yang tidak sedikit. Lalu yang ketiga yaitu berisik. Berang-berang merupakan hewan sosial, sehingga mereka hampir sepanjang waktu mengeluarkan suara nyaring dan berisik. Berang-berang akan berisik ketika mengajak bermain, ketika bermain, dan ketika makan. Perihal berang-berang yang berisik ini juga dapat banyak menjadi kasus yang menganggu kenyamanan masyarakat lingkungan sekitar, apalagi ketika jarak rumah pemelihara sangat berdekatan dengan rumah lain.

Kemudian sama halnya seperti merawat hewan peliharaan lain, semua hal tentang berang-berang juga perlu dipahami terlebih dahulu. Yang pertama adalah kandang, berbeda dari anjing, kucing dan hewan umum lainnya yang menjadi peliharaan, kandang berang-berang harus memiliki air. Air ini diperlukan karena berang-berang adalah hewan semi akuatik yang suka berada di dalam air. Selain air, kandang berang-berang juga harus mendapatkan akses sinar matahari yang cukup, selain agar berang-berang dapat berjemur dan mengeringkan badannya, sinar matahari yang masuk dapat mengurangi kelembaban area kandang sehingga bau menyengatnya berkurang. Lalu makanan, berang-berang merupakan hewan pemakan daging. Makanan yang bisa diberikan kepada berang-berang contohnya ikan segar (baik dalam keadaan hidup maupun beku), kerang, kepiting, katak, anak ayam, dan banyak lainnya.

Tidak berbeda dari hewan lainnya yang setia, berang-berang juga dapat menjadi sangat setia apabila sedari masih kecil pemilik menciptakan ikatan yang kuat. Berang-berang pun memiliki banyak kebiasaan lucu yang menggemaskan seperti suka mengikuti pemiliknya, suka bermain dengan hewan lain, suka menggali lubang, suka berlama-lama berendam di air dan banyak lainnya. Walaupun berang-berang tidak memiliki fungsi seperti anjing yang melindungi rumah ketika malam

ataupun kucing yang menangkap tikus di malam hari, namun manfaat yang dapat diperoleh pemelihara dengan memelihara berang-berang adalah berang-berang dapat menjadi teman bermain yang menghilangkan stress pemiliknya. Berang-berang juga dapat dilatih beberapa trik untuk mengambilkan barang dan melakukan atraksi.

Dan dari hasil wawancara tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan yaitu:

1. Berang-berang memiliki banyak kelebihan seperti hewan yang setia, menggemaskan, lucu, suka bermain, tetapi disisi lain berang-berang juga memiliki kekurangan yaitu 3B (Bau, berisik, dan boros).
2. Perawatan dan berbagai kebutuhan yang diperlukan berang-berang tidaklah sedikit dan banyak biaya yang dikeluarkan, seperti untuk kandang, makanan, perawatan kesehatan, dan lainnya.
3. Dalam memelihara berang-berang tidak sekedar harus menyiapkan waktu, tempat, dan finansial, melainkan yang terpenting adalah komitmen untuk dapat memelihara dengan sebaik dan semaksimal mungkin seperti keluarga sendiri. Jangan sampai keterbatasan pengetahuan yang dimiliki pemelihara menyengsarakan dan mengancam kehidupan berang-berang.
4. Berang-berang dapat menjadi teman penghilang stres bagi pemiliknya karena kelucuan dan tingkah lakunya.

### 3.1.4 Dokumentasi Online

Metode dokumentasi online ini digunakan oleh penulis untuk mempelajari lebih jauh mengenai berbagai hal yang lebih spesifik mengenai berang-berang cakar kecil seperti karakter, keistimewaan, dan juga penyakit serta cara penanganan pada berang-berang cakar kecil yang mana semuanya diperoleh melalui sosial media *YouTube.*

Untuk mempelajari dan mengenal lebih jauh mengenai karakter dan keistimewaan berang-berang cakar kecil, penulis memperoleh informasi melalui suatu video yang dapat diakses secara online melalui laman *Youtube* seorang pemelihara berang-berang cakar kecil dengan nama chanel “Rizky Art”. Dari video-video yang diunggah melalui *channel Youtube* “Rizky Art”, terdapat beberapa keistimewaan dari berang-berang cakar kecil yang dapat dilihat antara lain, yaitu; berang-berang cakar kecil adalah hewan pintar, hal ini dibuktikan

melalui beberapa video di channel tersebut dimana berang-berang dapat membantu sang pemilik dalam mencari dan memburu ikan, belut, keong, dan hewan-hewan lainnya di perairan-peraian keruh seperti sungai maupun sawah dengan mudah. Selain itu berang-berang juga merupakan hewan yang mengenali dan dapat membentuk ikatan yang kuat dengan pemiliknya, yang mana dibuktikan dalam suatu video dimana si berang-berang tampak panik dan kebingungan serta mencari-cari sang pemilik yang pada saat itu hilang dari pandangannya.

Kemudian untuk mempelajari mengenai penyakit dan cara penanganan dari berang-berang cakar kecil, penulis memperoleh informasi melalui video wawancara yang dibagikan melalui *chanel* YouTube grup Komunitas Otter Indonesia (KOI) bersama dengan seorang dokter hewan bernama Suwardi Hidayat. Drh. Suwardi Hidayat yaitu merupakan seorang dokter khusus hewan yang saat ini bekerja di Al Nayfa Hospital for Falcon di Saudi Arabia. Dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam wawancara adalah pertanyaan yang secara langsung ditanyakan oleh pengikut atau *followers* dari grup KOI

Adapun dalam video wawancara antara grup KOI dengan Drh. Suwardi, topik yang menjadi perbincangan yaitu antara lain seperti mengapa berang-berang tidak dianjurkan untuk mengonsumsi makanan anjing atau kucing, vaksinasi yang dibutuhkan oleh berang-berang, penanganan yang bisa diberikan ke berang-berang apabila terluka (kecil atau besar), penyakit-penyakit yang sering menjangkit berang-berang, syarat vaksinasi pada berang-berang, dan juga gejala-gejala yang mungkin muncul dari penyakit yang dialami oleh berang-berang.

### 3.1.5 Analisis SWOT

Berikut adalah analisis SWOT mengenai perancangan buku panduan bagi pemelihara berang-berang cakar kecil yang merupakan satwa rentan baik dalam bentuk fisik maupun digital.

| | |
|---|---|
| **Strength** | • Belum ada buku atau media apapun yang membahas tentang cara pemeliharaan berang-berang cakar kecil dengan pendekatan ilustrasi |

| | |
|---|---|
| | • Dengan adanya ilustrasi yang mendukung, penyampaian pesan dan informasi akan lebih menarik dan efekif dibanding dengan tulisan saja |
| **Weakness** | • Biaya pembuatan dan produksi buku yang terbilang cukup mahal<br>• Topik buku hanya berfokus kepada berang-berang cakar kecil sehingga hanya akan dilirik oleh para pemilik berang-berang cakar kecil. |
| **Opportunity** | • Buku panduan yang memuat mengenai cara pemeliharaan berang-berang cakar kecil akan banyak diminati para pemelihara berang-berang cakar kecil<br>• Pemanfaatan kemajuan teknologi yang pesat untuk mengenalkan dan memasarkan buku |
| **Threat** | • Banyak target sasaran yang belum tentu suka untuk membeli buku<br>• Masih banyak pemelihara berang-berang cakar kecil yang belum memiliki awareness mengenai pentingnya pemahaman dalam pemeliharaan berang-berang cakar kecil<br>• Banyaknya oknum-oknum nakal yang melanggar hak cipta dengan memperbanyak dan membagikan format buku secara ilegal<br>• Minat dan selera target sasaran yang sewaktu-waktu dapat berubah |

**Tabel 3.1** Analisis SWOT

*Sumber : Dokumen pribadi*

## 3.2 Sasaran Khalayak

### Karakteristik Target Audiens

Dari segi konten serta informasi didalamnya, buku panduan pemeliharaan berang-berang ini diharapkan dapat menyampaikan informasi dengan baik, sehingga penetapan

target sasaran yang tepat juga diperlukan. Penetapan target sasaran yang tepat ini berfungsi untuk mengoptimalkan pemilihan media termasuk upaya pendekatannya terhadap target sasaran yang dituju.

**a. Data Demografis**

- Pemelihara berang-berang cakar kecil
- Pria dan Wanita
- Berusia 25-30 tahun
- Memiliki pekerjaan dan berpenghasilan tetap
- Dengan golongan ekonomi kelas atas (SES A)

**b. Data Geografis**

- Tinggal di Indonesia
- Hidup dengan tempat tinggal yang cukup luas dan tidak sesak

**c. Data Psikologis**

- Suka dengan berang-berang cakar kecil
- Suka memelihara hewan
- Suka membaca buku
- Menyayangi binatang
- Aktif di media sosial
- Mengikuti perkembangan jaman

## 3.3 Strategi Komunikasi

### 3.3.1 Creative Brief

Tujuan kreatif perancangan buku panduan ini adalah untuk mengedukasi para pemilik atau pemelihara berang-berang cakar kecil yang masih kebingungan dan kurang paham akan cara merawat serta memelihara berang-berang cakar kecil melalui sebuah buku panduan yang menarik, ber-ilustrasi, edukatif, dan sesuai dengan perkataan para ahli. Lalu diharapkan melalui perancangan ini, pengetahuan pemilik berang-berang cakar kecil dalam memelihara dan merawat berang-berang yang semula penuh kebingungan dan kekhawatiran dapat berkurang dan secara tidak langsung dapat turut mencegah semakin berkurangnya populasi berang-berang cakar kecil. Adapun creative brief yang digunakan menggunakan prinsip 5W + 1H.

- **Who? (Siapa target sasaran?)**

Dalam perancangan buku panduan ini sasaran yang dituju adalah para pemilik berang-berang cakar kecil di Indonesia. Dimana usia target yang diprioritaskan adalah pemelihara yang berusia di antara 25-30 tahun dengan golongan ekonomi kelas atas SES A.

- **What? (Apa yang menjadi permasalahan?)**

  Permasalahan yang melatarbelakangi pembuatan buku panduan ini yaitu disebabkan oleh dua masalah. Masalah yang pertama adalah berang-berang cakar kecil merupakan satwa dengan status kehidupan "rentan" yang jumlah populasinya semakin menurun, kemudian permasalahan kedua adalah banyak pemelihara berang-berang cakar kecil di Indonesia yang menemui banyak permasalahan dan kebingungan ketika memelihara berang-berang cakar kecil.

- **How? (Bagaimana cara mengatasinya?)**

  Cara untuk mengatasi permasalahan yang menjadi topik utama penulis yaitu dengan merancang suatu buku panduan yang mengangkat beberapa topik cara pemeliharaan berang-berang cakar kecil.

- **Why? (Mengapa menggunakan buku panduan?)**

  Alasan mengapa penulis menggunakan buku panduan adalah karena informasi yang dapat dimuat dalam buku lebih banyak, visualisasi pesan yang dapat disampaikan melalui ilustrasi lebih menarik dan beragam. Kemudian media buku mudah untuk didapatkan dan dicari oleh semua kalangan. Dan yang terutama adalah dengan membaca buku, orang dapat lebih memahami dan mengingat materi yang tertulis di buku. Selain itu baik buku fisik maupun digital keduanya memiliki sisi positifnya masing-masing.

- **Where? (Dimanakah buku akan dipublikasikan?)**

  Buku akan dipublikasikan di Indonesia, sesuai dengan target sasaran yang merupakan pemilik berang-berang cakar kecil yang tinggal di Indonesia. Dan secara spesifik buku akan diperjualbelikan di toko-toko buku dan secara digital buku juga akan dipublikasikan di *KaryaVirtual*.

- **When? (Kapan buku akan dipublikasikan?)**

  Buku akan dipublikasikan baik secara fisik maupun digital pada tanggal 1 Juni 2021 mendatang.

### 3.3.2 Key Message

Key message yang akan dikomunikasikan kepada target sasaran yaitu pentingnya pengetahuan dasar dalam memelihara berang-berang cakar kecil yang merupakan satwa rentan sebelum memutuskan untuk memelihara. Buku ini akan memandu para pemilik berang-berang mengenai standar perawatan dan kebutuhan berang-berang sehingga selain agar menambah pengetahuan dalam merawat, para pemilik juga secara sadar dapat melestarikan populasi berang-berang dan menekan resiko kematian pada berang-berang.

### 3.3.3 Tema Perancangan

Tema perancangan yang akan menjadi judul dari buku panduan ini adalah "An-Otter Book". Penulis mengambil ide dengan menggabungkan 2 kata berbeda yaitu "an" dan "otter", yang jika diterjemahkan ke bahasa Indonesia, kedua kata tersebut memiliki arti buku otter, tetapi jika dibaca atau diucapkan secara cepat 2 kata tersebut akan terlihat dan terdengar seperti kata "another book" yang artinya buku lain. Pemilihan judul buku yang unik ini berfungsi untuk memberi ciri khas agar tidak biasa saja apabila dibandingkan dengan buku-buku lainnya.

Dan sesuai dengan judulnya yaitu "An-Otter Book", buku panduan ini akan memuat berbagai panduan pemeliharaan berang-berang yang akan di sajikan dengan alur yang dimulai dari sedikit pengenalan dari satwa berang-berang di Indonesia, kemudian dilanjutkan dengan kandang yang sesuai untuk berang-berang, kemudian makanan yang dikonsumsi berang-berang cakar, vaksinasi yang dibutuhkan, manfaat pemeliharaan berang-berang cakar kecil, cara membuat bonding dengan berang-berang cakar kecil, dan terakhir yaitu pembiakan.

Dalam perancangan buku panduan ini akan dikeluarkan dua versi, yaitu versi cetak (buku fisik) dan versi buku digital (e-book). Buku fisik yang akan dicetak memiliki keterangan sebagai berikut:

1. Ukuran buku: 15 x 21cm
2. Jumlah halaman: 40 lembar (termasuk cover buku)
3. Bahan Cover: Ivory 150gsm
4. Bahan Halaman Buku: 120gsm
5. Jenis tipografi yang digunakan: Serif & Sans Serif

Kemudian untuk buku versi digital akan dipublikasikan melalui toko buku online "*karyavirtual*" dan dapat diakses secara berbayar serta dapat dilihat melalui komputer ataupun *handphone*.

### 3.3.4 Strategi Pemasaran

Untuk menjamin kesuksesan buku panduan ini kepada target sasaran, strategi penyampaian pesan yang efektif dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan pendekatan komunikasi AISAS (attention, interest, search, action, search).

- Attention

  Pada tahapan attention, untuk menarik perhatian target, akan diunggah postingan feed pada instagram khusus An-Otter Book dengan tulisan segera dirilisnya buku "An-Otter Book". Dan agar cakupan postingan ini luas, postingan juga akan diunggah ke berbagai grup facebook khusus pecinta berang-berang cakar kecil di Indonesia.

- Interest

  Lalu pada tahap interest, untuk terus meningkatkan antusias target sasaran yang merupakan pemilik berang-berang cakar kecil, maka langkah selanjutnya yang akan dilakukan adalah membuka registrasi event online untuk menyambut peluncuran buku dengan konsep talk show disertai diskusi buku bersama dengan beberapa tamu spesial, yaitu Komunitas Otter Indonesia (salah satu grup komunitas berang-berang cakar kecil terbesar di Indonesia), Rizki Art (seorang pemelihara berang-berang cakar kecil dan Youtuber), dan yang terakhir ada Drh. Suwardi Hidayat yang adalah seorang dokter hewan. Informasi mengenai event ini akan dibagikan melalui postingan instagram dan link google form akan dicantumkan di bagian bawah postingan agar target yang tertarik bisa mendaftar.

- Search

  Kemudian ketika banyak target sasaran semakin tertarik maka mereka akan mencari tahu lebih banyak mengenai event tersebut dan memutuskan untuk mengunjungi instagram "An-Otter Book". Maka dari itu postingan countdown tanggal perilisan buku juga akan dibagikan melalui instagram An-Otter Book agar target yang diraih semakin luas. Official Shopee An-Otter Book juga akan dibentuk agar para konsumen yang hendak melakukan pemesanan secara online juga lebih dimudahkan.

- Action

  Pada tahap action, event talkshow dan diskusi buku "An-Otter Book" bersama 3 tamu spesial akan dilangsungkan dan bersamaan dengan tanggal perilisan buku "An-Otter Book" di toko-toko buku Gramedia baik toko fisik maupun toko online

seperti shopee Gramedia. Dan bagi 50 kosnumen pertama yang melakukan transaksi pre-order sebelum buku resmi "An-Otter Book" diluncurkan akan mendapat merchandise spesial dari Anotter Book dan dapat ditukarkan di toko buku terdekat yang memiliki poster dan roll-up banner event peluncuran dan diskusi buku.

- Share

  Lalu pada tahap share, akan diadakan giveaway dimana target konsumen diharuskan untuk membagikan postingan instagram "An-Otter Book" pada akun pribadi mereka dan menandai 3 orang teman agar berkesempatan untuk memenangkan total 50 buah buku "An-Otter Book". Dan selain itu konsumen yang sebelumnya telah membeli buku "An-Otter Book" juga dapat memberikan tanggapan mereka mengenai buku tersebut di sosial media mereka.

## 3.4 Strategi Media

Selain buku yang merupakan rancangan utama, dengan strategi komunikasi AISAS yang digunakan, media-media pendukung lain yang akan digunakan dalam tahap attention hingga share adalah:

- *Attention* : *Instagram & Facebook*
- *Interest* : *Instagram & Facebook*
- *Search* : *Shopee, Instagram, Facebook*
- *Action* : *Shopee, Instagram,* Poster, *Mini Roll-up Banner*
- *Share* : *Instagram & Facebook*

## 3.5 Perencanaan Biaya Kreatif

### 3.5.1 Biaya Produksi Per Satuan Buku

| No. | Media | Harga | Jumlah | Total |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Art Paper 150 gsm (A3) + Print | 3.500 | 10 | 35.000 |
| 2. | Ivory 150 | 8.000 | 1 | 8.000 |
| 3. | Jilid soft cover | 15.000 | 1 | 15.000 |

| | |
|---|---|
| Total | 58.000 |

**Tabel 3.2** Tabel Anggaran Produksi Buku

*Sumber : Dokumen pribadi*

### 3.5.2 Biaya Tahapan Attention, Internet, dan Share

| No. | Media | Harga | Jumlah | Total |
|---|---|---|---|---|
| 1. | *Instagram, dan Facebook* | 10.000.000 | 3 | 30.000.000 |
| | | | Total | 30.000.000 |

**Tabel 3.3** Tabel Anggaran Tahap Attention, Interest, dan Share

*Sumber : Dokumen pribadi*

### 3.5.3 Biaya Tahapan Search

| No. | Media | Harga | Jumlah | Total |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Shopee | 20.000.000 | 1 | 20.000.000 |
| 2. | *Instagram, dan Facebook* | 10.000.000 | 2 | 20.000.000 |
| | | | Total | 40.000.000 |

**Tabel 3.4** Tabel Anggaran Tahap Search

*Sumber : Dokumen pribadi*

### 3.5.4 Biaya Tahapan Action

| No. | Media | Harga | Jumlah | Total |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Shopee | 20.000.000 | 1 | 20.000.000 |
| 2. | *Instagram* | 10.000.000 | 1 | 10.000.000 |
| 3. | Poster(A3 Full Colour) | 10.000 | 500 | 5.000.000 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4. | Roll-Up Banner | 150.000 | 500 | 75.000.000 |
| | | | Total | 110.000.000 |

**Tabel 3.5** Tabel Anggaran Tahap Action

*Sumber : Dokumen pribadi*

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA