

## BAB III STRATEGI KOMUNIKASI

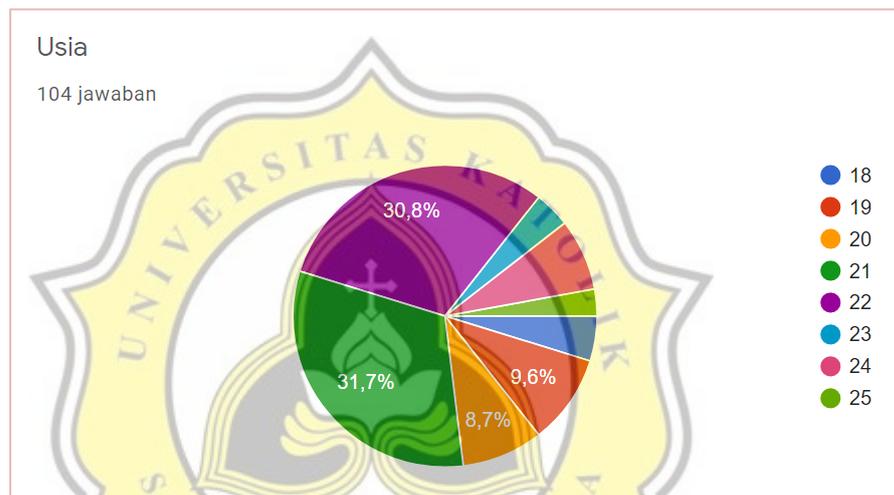
### 3.1 Analisis Data Perancangan

#### 3.1.1 Analisis Hasil Kuisisioner Online

Pengumpulan data kualitatif melalui kuisisioner online yang dibagikan kepada target berusia 18-25 tahun dengan jumlah sebanyak 104 responden, berikut hasil kuisisioner yang didapatkan :

- Pertanyaan 1 :

Usia?

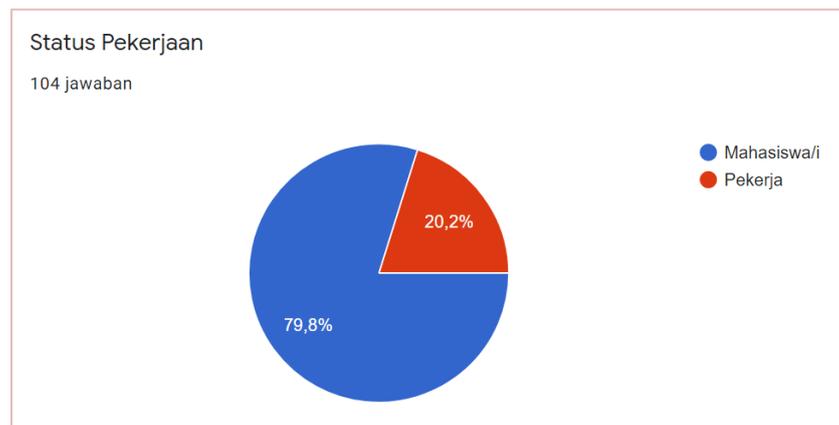


*Gambar 3.1 Hasil survey kuisisioner, usia target*

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 31,7% berusia 21 tahun dan 30,8% berusia 22 tahun.

- Pertanyaan 2 :

Status Pekerjaan?



*Gambar 3.2 Hasil survey kuisisioner, status pekerjaan*

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 79,8% berstatus mahasiswa/i dan 20,2% pekerja.

- Pertanyaan 3 :

Range pendapatan dalam satu bulan?

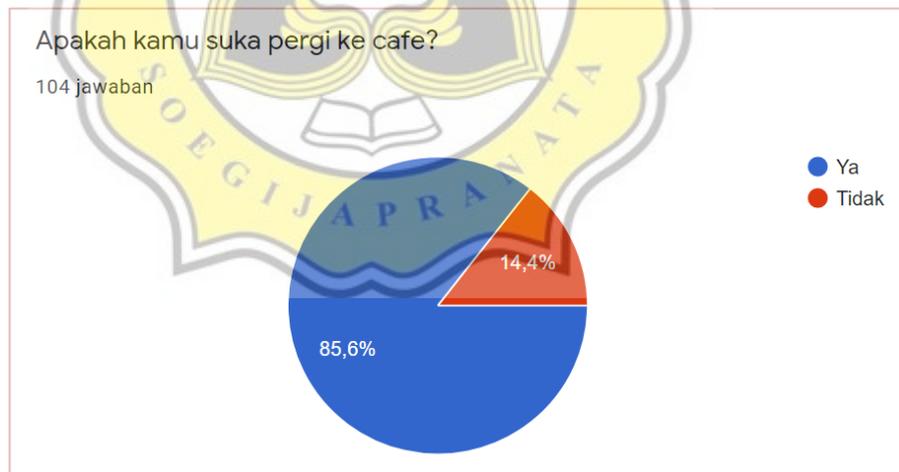


Gambar 3.3 Hasil survey kuisioner, range pendapatan sebulan

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 42,3% memiliki range pendapatan <Rp 1.000.000, 32,7% Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, dan 17,3% Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000.

- Pertanyaan 4

Apakah kamu suka pergi ke café?

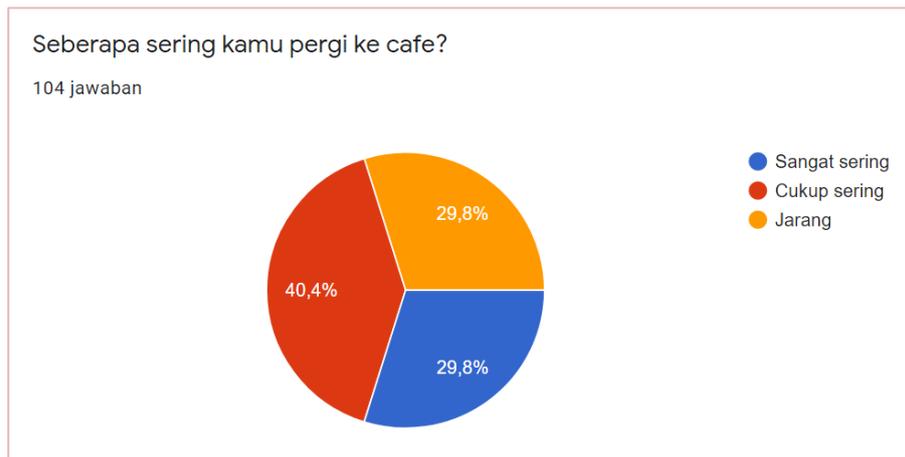


Gambar 3.4 Hasil survey kuisioner, menyukai pergi ke cafe

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 85,6% menjawab “Ya”.

- Pertanyaan 5

Seberapa sering pergi ke café?

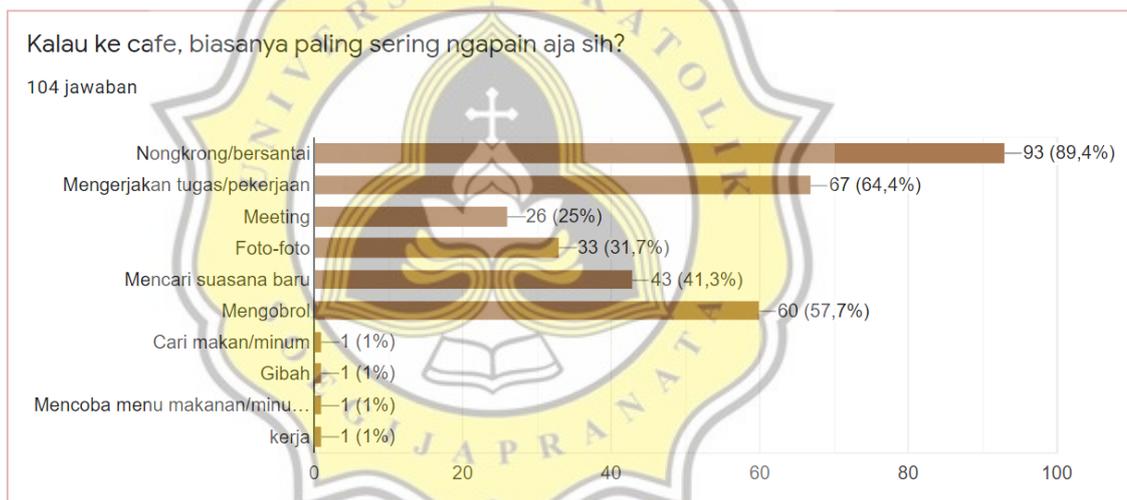


*Gambar 3.5 Hasil survey kuisioner, cukup sering pergi ke cafe*

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 40,4% cukup sering dan 29,8% sangat sering dan jarang pergi ke café.

- Pertanyaan 6

Paling sering melakukan kegiatan apa saja selama di café?



*Gambar 3.6 Hasil survey kuisioner, kegiatan yang dilakukan di cafe*

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 89,4% nongkrong/bersantai, 64,6% mengerjakan tugas/pekerjaan, dan 57,7% mengobrol.

- Pertanyaan 7

Kalau ke café, paling sering memesan minuman atau makanan ringan?

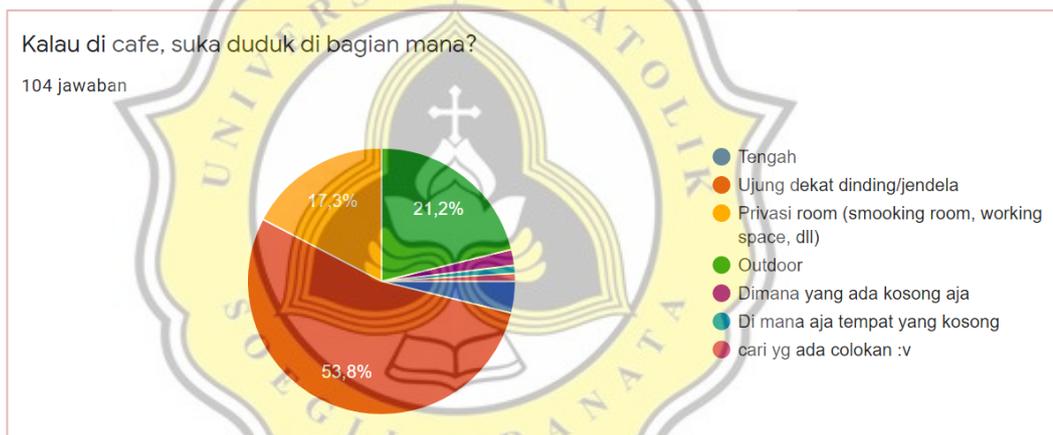


Gambar 3.7 Hasil survey kuisisioner, sering memesan makanan dan minuman di cafe

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 60,6% memesan minuman dan makanan ringan, dan 39,4% memesan minuman saja.

- Pertanyaan 8

Kalau di café, suka duduk di bagian mana?



Gambar 3.8 Hasil survey kuisisioner, lokasi tempat duduk yang disukai

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 53,8% suka duduk di ujung dekat dinding/jendela, 21,2% di outdoor, dan 17,3% di privasi room.

- Pertanyaan 9

Jika di café tersebut menggunakan cup plastik, setelah selesai minum, apakah membuang sampah sendiri?

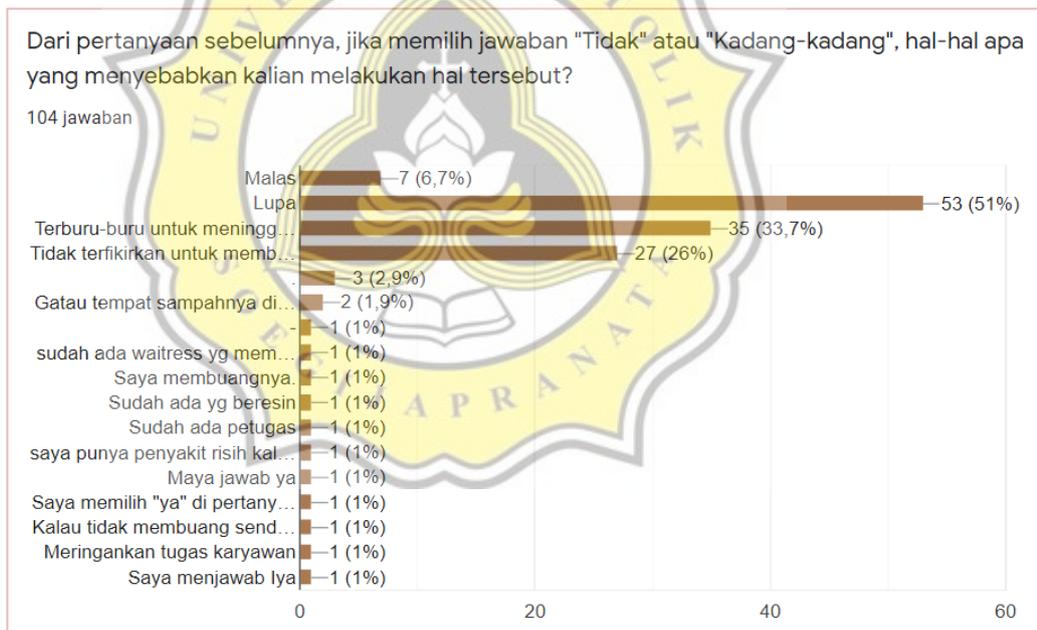


Gambar 3.9 Hasil survey kuisisioner, perilaku membuang sampah mandiri

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 48,1% kadang-kadang, 29,8% tidak, dan 22,1% membuang sampah sendiri.

- Pertanyaan 10

Hal apa yang menyebabkan mereka tidak membuang sampah sendiri?



Gambar 3.10 Hasil survey kuisisioner, alasan melakukan perilaku tidak membuang sampah mandiri

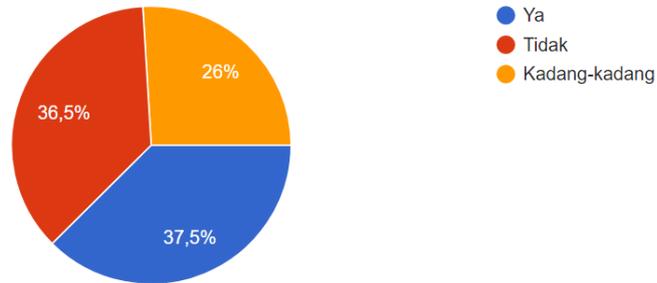
Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 51% karena lupa, 33,7% terburu-buru untuk meninggalkan tempat, dan 26% tidak terfikirkan untuk membuang sampah sendiri.

- Pertanyaan 11

Jika di café tersebut menggunakan wadah non plastik, setelah selesai minum, apakah merapkannya?

Jika di cafe tersebut menggunakan wadah non plastik, setelah selesai minum, apakah gelas nya kalian rapikan sendiri?

104 jawaban



Gambar 3.11 Hasil survey kuisisioner, perilaku membereskan wadah mandiri

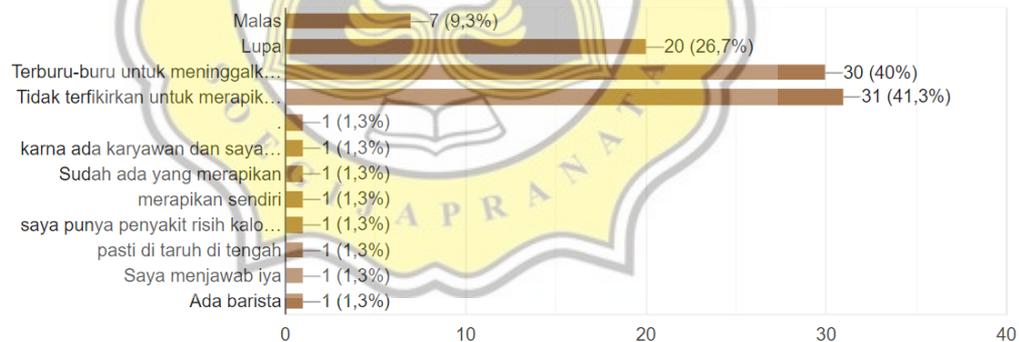
Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 37,5% merapikannya sendiri, 36,5% tidak merapikan, dan 26% kadang-kadang.

- Pertanyaan 12

Hal apa yang menyebabkan mereka tidak merapikannya sendiri?

Dari pertanyaan sebelumnya, jika memilih jawaban "Tidak" atau "Kadang-kadang", hal-hal apa yang menyebabkan kalian melakukan hal tersebut?

75 jawaban



Gambar 3.12 Hasil survey kuisisioner, alasan melakukan perilaku tidak membereskan wadah secara mandiri

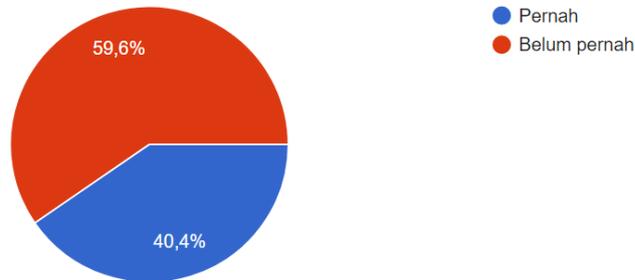
Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 41,3% karena tidak terfikirkan untuk merapikannya sendiri, 40% terburu-buru untuk meninggalkan tempat, 26,7% lupa, dan 9,3% malas.

- Pertanyaan 13

Apakah sebelumnya sudah pernah melihat/menjumpai ajakan budaya beres-beres di *coffee shop* atau kedai kopian?

Apakah sebelumnya anda pernah melihat/menjumpai ajakan budaya beres-beres di coffee shop atau kedai kopian?

104 jawaban



Gambar 3.13 Hasil survey kuisisioner, belum pernah menjumpai ajakan budaya beres-beres di cafe

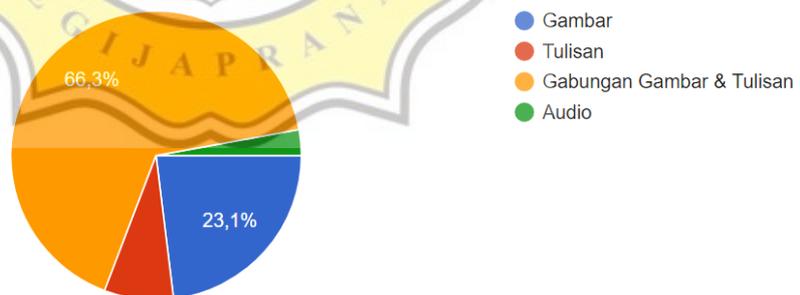
Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 59,6% belum pernah menjumpai ajakan budaya beres-beres di café dan 40,4% sudah pernah.

- Pertanyaan 14

Gaya penggambaran informasi berupa apa yang paling mereka sukai?

Melalui gaya penggambaran informasi seperti apa yang paling anda sukai?

104 jawaban



Gambar 3.14 Hasil survey kuisisioner, gaya penggambaran informasi yang disukai

Mendapatkan perolehan data dengan presentase paling banyak yaitu 66,3% menyukai penggambaran informasi berupa gabungan gambar dan tulisan, dan 23,1% menyukai gambar saja.

Dari hasil kuisisioner diatas, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

- Target remaja akhir hingga dewasa awal berusia 18-25 tahun, dengan presentase paling banyak di usia 21 dan 22 tahun, memiliki status pendidikan

mahasiswa hingga pekerja, menjadi golongan yang paling sering mengunjungi sebuah café.

- b. Memiliki range pendapatan paling banyak yaitu < Rp 1.000.000 dan berkisar antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, hingga > Rp 3.000.000
- c. Mayoritas dari mereka menyukai dan cukup sering pergi ke café untuk nongkrong/bersantai, mengerjakan tugas/pekerjaan, dan mengobrol.
- d. Mayoritas dari mereka lebih sering memesan minuman dan makanan ringan.
- e. Mereka menyukai spot di ujung dekat dinding/jendela dan di outdoor ketika berada di sebuah café.
- f. Banyak dari mereka yang masih kadang-kadang dan tidak membuang sampah plastik bekas makanan dan minuman mereka sendiri ke tempat sampah karena lupa, terburu-buru untuk meninggalkan tempat, dan tidak terfikirkan untuk membuangnya secara mandiri.
- g. Banyak dari mereka yang sudah merapikan dan banyak juga yang masih kadang-kadang untuk merapikan wadah non plastik bekas makanan dan minuman mereka secara mandiri karena sering tidak terfikirkan untuk merapkannya sendiri, terburu-buru untuk meninggalkan tempat dan lupa.
- h. Mayoritas dari mereka belum pernah melihat/menjumpai ajakan budaya beres-beres di sebuah café.
- i. Mayoritas dari mereka lebih menyukai gaya penggambaran informasi berbentuk gabungan antara gambar dan tulisan.

### 3.1.2 Hasil Observasi

Perancang melakukan observasi secara langsung di beberapa café yang ada di Kota Semarang. Observasi ini diperlukan perancang untuk menunjang data terkait tentang perilaku dan kebiasaan para remaja yang meninggalkan sampah dan tidak membereskan wadah bekas minuman dan makanan mereka sendiri. Pada observasi ini, perancang menyertakan bukti berupa foto yang diambil di tempat.



Gambar 3.15 Hasil observasi 1



Gambar 3.16 Hasil observasi 2

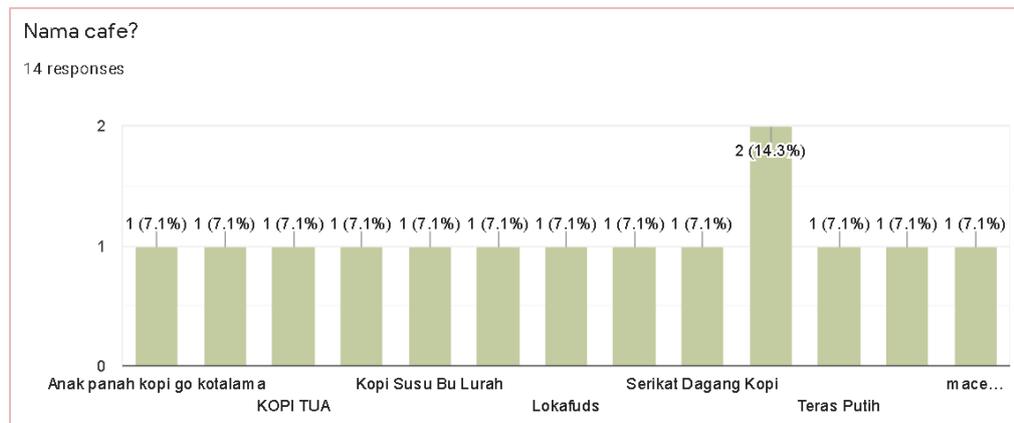
(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)

Gambar 1. diambil di sebuah café di Jl. Peleburan. Café tersebut memiliki konsep take away namun masih menyediakan sedikit tempat duduk untuk pelanggannya. Gambar 2. diambil di sebuah café di daerah Tembalang. Café tersebut memiliki tempat yang cukup luas dan banyak menyediakan tempat duduk untuk pelanggannya. Dari kedua gambar tersebut menunjukkan perilaku dan kebiasaan pelanggan café yang masih meninggalkan wadah bekas makanan dan minuman di atas meja.

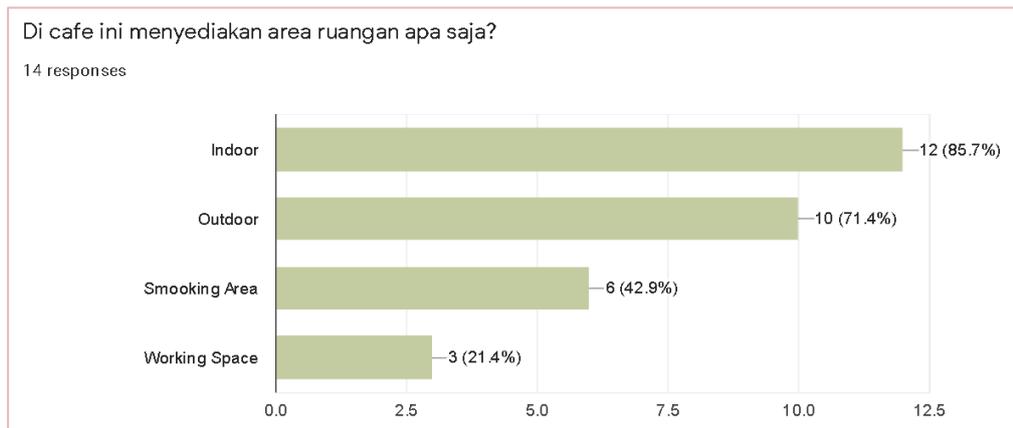
### 3.2 Data Khalayak Sasaran

#### 3.2.1 Kriteria Café

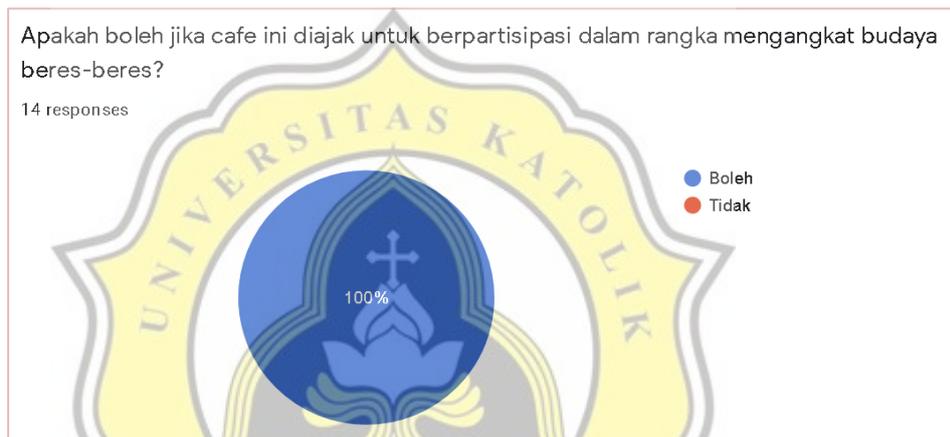
Perancang telah membagikan kuisioner dan melakukan survey ke beberapa tempat café yang ada di Semarang terkait tentang ajakan berpartisipasi dalam rangka mengadakan budaya beres-beres, dari hasil survey maka didapatkan data kriteria café yang akan dijadikan sebagai target penempatan media visual yang akan dirancang yaitu sebagai berikut :



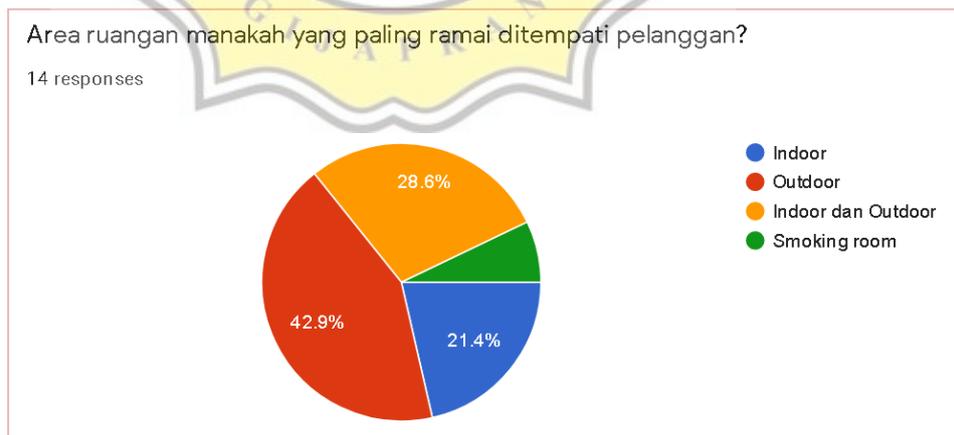
Gambar 3.17 Hasil survey kuisioner, nama-nama cafe



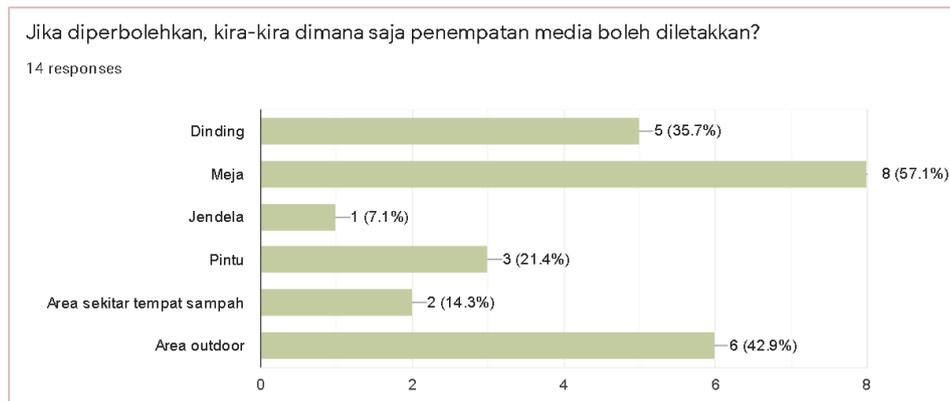
Gambar 3.18 Hasil survey kuisisioner, area ruangan café yang disediakan



Gambar 3.19 Hasil survey kuisisioner, ajakan berpartisipasi budaya beres-beres



Gambar 3.20 Hasil survey kuisisioner, area ruangan café yang paling ramai



Gambar 3.21 Hasil survey kuisisioner, penempatan media yang boleh diletakkan di cafe

- Café yang ramai pengunjung, mahasiswa hingga pekerja kisaran usia 18-25 tahun
- Menyediakan ruangan *indoor* dan *outdoor*
- Memiliki tempat yang cukup luas
- Melayani sistem penyajian untuk dine in dan take away
- Menyediakan tempat duduk untuk para pengunjungnya
- Menjual minuman dan makanan ringan
- Memiliki area kosong pada dinding café
- Memiliki desain meja dan kursi berbentuk kotak, persegi panjang, dan bulat

### 3.2.2 Data Demografis

- Remaja akhir hingga dewasa awal berusia 18-25 tahun. Berdasarkan data yang didapatkan, kisaran usia tersebut merupakan masa remaja menentukan pola perilaku dan kebiasaan yang sesuai dengan dirinya. Remaja yang berada di fase menuju ke masa dewasa yang lebih matang ini menjadikan mereka sebagai tonggak perubahan untuk masa depan.
- Status pendidikan yaitu mahasiswa/i hingga pekerja. Mereka yang berstatus tersebut sering mengunjungi dan menggunakan fasilitas café untuk kebutuhan dan keinginan mereka.
- Semua gender. Baik laki-laki maupun perempuan, keduanya sering menggunakan café sebagai tempat yang ingin mereka kunjungi.
- Tingkat ekonomi kelas menengah keatas. Golongan tersebut memiliki pendapatan > Rp 500.000 sebulan, sehingga banyak dari mereka masih bisa untuk mengesampingkan kebutuhan dan memenuhi keinginan untuk membeli minuman dan makanan di sebuah café.

### 3.2.3 Data Psikografis

- Memiliki kebiasaan suka pergi ke café
- Suka memesan minuman, makanan ringan, ataupun keduanya yang dijual di café
- Suka menghabiskan waktu di café untuk nongkrong/bersantai, mengobrol, mengerjakan tugas, meeting, berfoto, hingga mencari suasana baru
- Cenderung memiliki kebiasaan lupa dan malas untuk membuang sampah dan merapikan bekas makanan dan minuman mereka di meja café

### 3.2.4 Data Geografis

- Ditargetkan untuk café-café di Kota Semarang (sebagai observasi awal) yang terbuka dengan aksi dari budaya beres-beres ini, menyajikan minuman dan makanan-makanan ringan, serta menyediakan tempat duduk bagi para pelanggannya.

## 3.3 Insight

Perancang menyimpulkan insight yaitu pada perancangan ini dapat menjadi sebuah media visual yang menarik dan dapat mengajak para remaja yang suka nongkrong di café untuk membiasakan diri membuang dan membereskan sampah wadah bekas yang telah mereka gunakan secara mandiri. Media visual ini akan dirancang dengan menyesuaikan perilaku dan kebiasaan para remaja ketika di cafe yang berkaitan dengan penempatan media yang dekat dengan target, sehingga pesan dan ajakan tersebut nantinya dapat tersampaikan secara langsung dan efektif. Dengan adanya media visual ini nantinya diharapkan para remaja yang berada di fase menuju ke masa dewasa yang lebih matang ini menjadi tonggak perubahan untuk dapat memiliki kebiasaan bersih terhadap lingkungan sekitar mereka yang dimulai dari diri sendiri, khususnya di café yang menjadi tempat yang sering mereka kunjungi dan mereka gunakan fasilitasnya. Sehingga dapat menjadikan sebuah kebiasaan baik yang tertanam di diri para remaja untuk kebaikan di masa depan terkait dengan menjaga kebersihan dan membuang sampah pada tempatnya.

## 3.4 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang akan digunakan bersifat persuasif. Persuasif melalui sebuah ajakan melalui media visual untuk mau melakukan budaya beres-beres bagi para remaja di café. Ajakan tersebut memiliki tujuan untuk membangun sebuah kebiasaan baik yang dimulai dari diri para remaja sendiri yang berlokasi di sebuah café yang

dimana tempat tersebut menjadi tempat yang sering mereka kunjungi dan mereka gunakan untuk menghabiskan waktu berlama-lama di tempat tersebut.

Melalui media visual yang akan dirancang dan ditempatkan di tempat yang dekat dengan target, target akan menyadari dan melihat ajakan tentang budaya beres-beres tersebut dan kemudian akan mulai tergerak dan melakukan sebuah kebiasaan tersebut, yaitu membuang dan membereskan wadah bekas minuman dan makanan yang telah mereka gunakan secara mandiri.

### **3.5 Strategi Media**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan ke beberapa café dan target sasaran yaitu remaja berusia 18-25 tahun, maka media visual yang akan digunakan untuk mengajak target melakukan budaya beres-beres di cafe yaitu :

#### **3.5.1 Poster**

Dalam perancangan ini, poster akan berisikan gambar dan tulisan terkait tentang ajakan kepada target untuk mau membuang sampah plastik wadah bekas minuman mereka ke tempat sampah secara mandiri. Penggunaan media visual poster ini digunakan untuk mengajak dan mengingatkan target agar mau membereskan dan membuang wadah bekas makanan dan minuman mereka secara mandiri. Poster berukuran A3 dengan bahan cetak ivory. Media tersebut akan ditempelkan di area kosong pada dinding, jendela, dan pintu café.

#### **3.5.2 Stiker Lantai**

Media visual stiker lantai akan tulisan ajakan “Sudahkah kamu membuang sampahmu?” untuk mengingatkan mereka dalam melakukan aksi budaya beres-beres itu sendiri. Berukuran 40x20cm dan menggunakan material berbahan *vinyl*. Sticker tersebut akan ditempelkan di area sekitar pintu (termasuk pintu masuk dan pintu menuju ruangan outdoor), area wastafel, dan area tempat sampah.

#### **3.5.3 Stiker Meja**

Media visual stiker meja berisikan tulisan “Sekalian pulang, sekalian buang” dengan 2 bentuk yang berbeda yaitu bulat dan persegi panjang. Stiker bulat akan ditempelkan di meja café dengan desain meja berbentuk bulat, dan persegi panjang akan ditempelkan di meja café dengan desain meja berbentuk kotak dan persegi panjang (indoor dan outdoor). Stiker lingkaran berukuran diameter 10cm dan stiker persegi panjang berukuran 20x10cm. Menggunakan

material berbahan vinyl yang tahan terhadap air dan cuaca panas. Stiker lainnya juga akan ditempelkan di tempat tissue meja, tissue toilet, dan asbak.

#### 3.5.4 X-Banner

Dalam perancangan ini, media visual berupa x-banner akan diletakkan di area outdoor. Media visual ini berisikan gambar dan tulisan ajakan sekaligus pengingat bagi target untuk mau melakukan aksinya untuk membereskan dan membuang wadah bekas makanan dan minuman mereka secara mandiri. X-banner berukuran 60x160cm dengan material berbahan easy banner yang cocok untuk diletakkan di luar ruangan.

#### 3.5.5 Merchandise

Media visual merchandise berupa pin dan stiker. Pin berisikan visual logo dari budaya yang akan diangkat yaitu budaya beres-beres. Pin ini nantinya akan diberikan kepada barista café yang dapat dipasangkan di apron/celemek mereka. Selain itu, stiker akan memiliki beberapa desain visual yang bervariasi. Berisikan gambar dan tulisan terkait dengan ajakan untuk melakukan aksi budaya beres-beres. Stiker ini nantinya akan diberikan Oleh barista kepada target yang menjadi pelanggan café ketika target menerima struk di kasir.

### 3.6 Strategi Pesan

#### 3.6.1 Poster

Poster bertujuan untuk menarik perhatian target untuk mau melakukan aksi yang akan digerakkan yaitu budaya beres-beres. Penggunaan media visual poster ini untuk mengajak dan mengingatkan target agar mau membereskan dan membuang wadah bekas makanan dan minuman mereka secara mandiri. Penyampaian pesan dalam media visual ini adalah melalui gambar dan tulisan yang akan dirancang, yang dapat dilihat langsung oleh target ketika berada di sebuah café tersebut.

#### 3.6.2 Stiker Lantai

Penggunaan media ini dalam strategi penyampaian pesannya yaitu bertujuan untuk mengingatkan target untuk membuang sampah wadah bekas minuman mereka ke tempat sampah secara mandiri. Dengan diletakkannya stiker lantai pada area pintu, diharapkan target ketika masuk maupun pulang dapat mudah mengingat ajakan yang ingin disampaikan oleh perancang.

Penempatan stiker ini juga akan diletakkan di area wastafel dan area tempat sampah. Hal tersebut juga dimaksudkan agar target dapat selalu

mendapatkan pesan ajakan budaya beres-beres itu sendiri ketika mereka melakukan kegiatan selama berada di café.

### 3.6.3 Stiker Meja

Penggunaan media visual stiker meja ini dalam strategi penyampaian pesan yaitu sebagai ajakan sekaligus pengingat kepada target untuk dapat selalu membereskan dan membuang wadah bekas yang telah mereka gunakan secara mandiri. Dengan diletakkan di meja dan beberapa atribut café yang dimana tempat tersebut menjadi tempat yang sangat dekat dengan target untuk mereka dapat meletakkan minuman dan makanan mereka atau ketika mereka melakukan aktifitas selama berada di café. Dengan begitu, ajakan budaya beres-beres dapat lebih efektif dan mudah dilihat oleh target.

### 3.6.4 X-Banner

Penggunaan media visual x-banner ini dalam strategi penyampaian pesannya yaitu untuk menunjukkan sebuah ajakan budaya beres-beres mandiri di café dengan lebih efektif dan mudah dilihat oleh target. Dengan diletakkannya di area outdoor, maka isi pesan dan ajakan tersebut dapat dilihat oleh target dengan cukup jelas bagi mereka yang menyukai tempat duduk di area outdoor.

### 3.6.5 Merchandise

Pemilihan media berupa merchandise ini dalam strategi penyampaian pesannya yaitu untuk mengajak dan mengingatkan target melakukan aksi budaya beres-beres mandiri secara lebih intens. Dengan diberikannya stiker kepada target, maka pesan ajakan yang disampaikan akan lebih cepat diterima oleh target. Selain itu, target juga dapat menyimpan merchandise tersebut dengan tujuan agar budaya beres-beres dapat terus diingat dan dilakukan oleh target sehingga dapat menjadikan sebuah kebiasaan yang baik untuk seterusnya.

## 3.7 Timeline

Durasi penempatan media visual tersebut akan terbagi menjadi 2 serial yaitu serial prioritas untuk area indoor yaitu pemasangan poster, stiker meja, stiker lantai, dan merchandise. Selanjutnya serial untuk area outdoor dan smooking room yaitu stiker meja, merchandise, dan x-banner. Serial prioritas area indoor dilakukan selama 1 bulan pertama, kemudian dilanjutkan dengan serial area outdoor dan smooking room selama 1 bulan di bulan berikutnya sebagai tahap awal untuk melihat efektifitas yang akan dilakukan oleh target terhadap budaya beres-beres yang akan diangkat di sebuah cafe.

Serial berikutnya akan dilakukan bersamaan yaitu serial untuk area indoor dan outdoor selama 1 bulan selanjutnya.

### 3.8 Rencana Anggaran

Penghitungan anggaran dibawah ini sudah di total untuk pemasangan media selama 1 bulan. Dengan total 10 café yang terdiri dari 4 café dengan tempat yang luas, 4 café dengan tempat yang sedang, dan 2 café dengan tempat yang sempit (memiliki konsep café take away), data tersebut disesuaikan dengan hasil survey yang telah dilakukan oleh perancang kepada beberapa café terkait dengan ajakan berpartisipasi untuk melakukan budaya beres-beres di tempat.

No.	Nama Barang	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
1.	Stiker Merchandise (A3)	600	Buah	Rp 8.000/buah	Rp 4.800.000
2.	Stiker Meja (A3)	10	Buah	Rp 8.000/buah	Rp 80.000
3.	Stiker Lantai (A2)	34	Buah	Rp 23.000/buah	Rp 782.000
4.	Pin	32	Buah	Rp 4.000/buah	Rp 128.000
5.	Poster (A3)	28	Buah	Rp 2.500/buah	Rp 70.000
6.	X-Banner	10	Buah	Rp 150.000/buah	Rp 1.500.000
<b>Total Keseluruhan</b>					<b>Rp 7.360.000</b>

*Tabel 3.1 Rencana Anggaran*