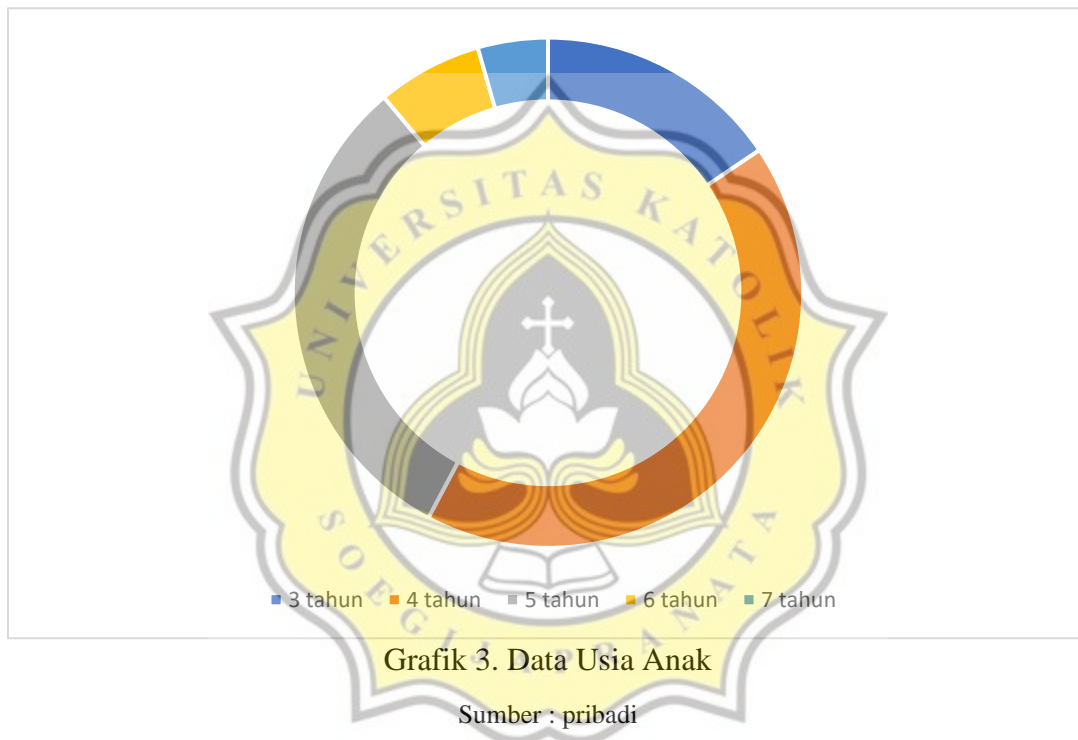


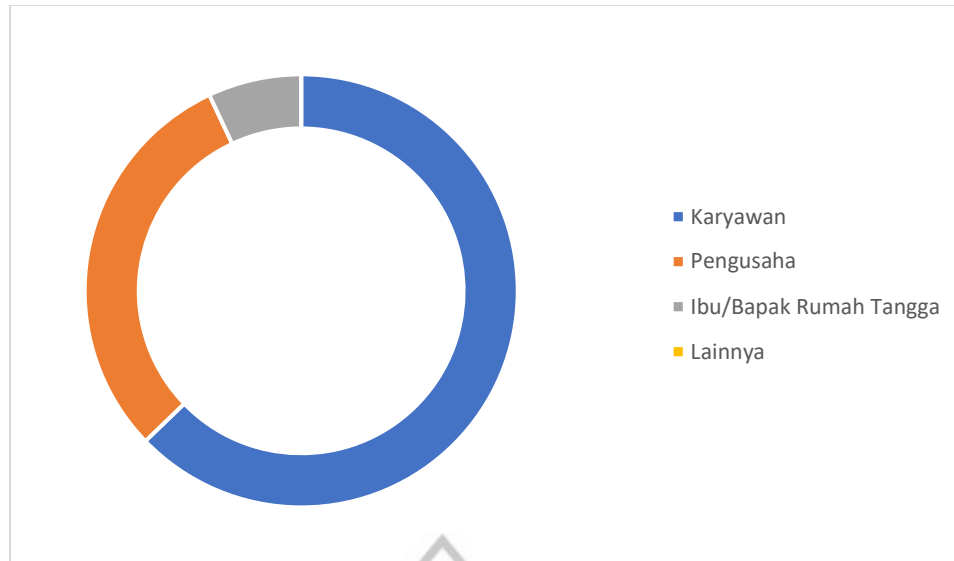
BAB III : STRATEGI KOMUNIKASI

A. Analisis Data

Dalam membuat perancangan cerita interaktif perancang harus mengetahui tentang targetnya, maka pengumpulan data kuisisioner dari target akan dijadikan dasar dan acuan untuk merancang media. Data yang didapatkan merupakan hasil persebaran acak oleh perancang. Berikut merupakan respon dari target yang saat ini diterima oleh perancang,

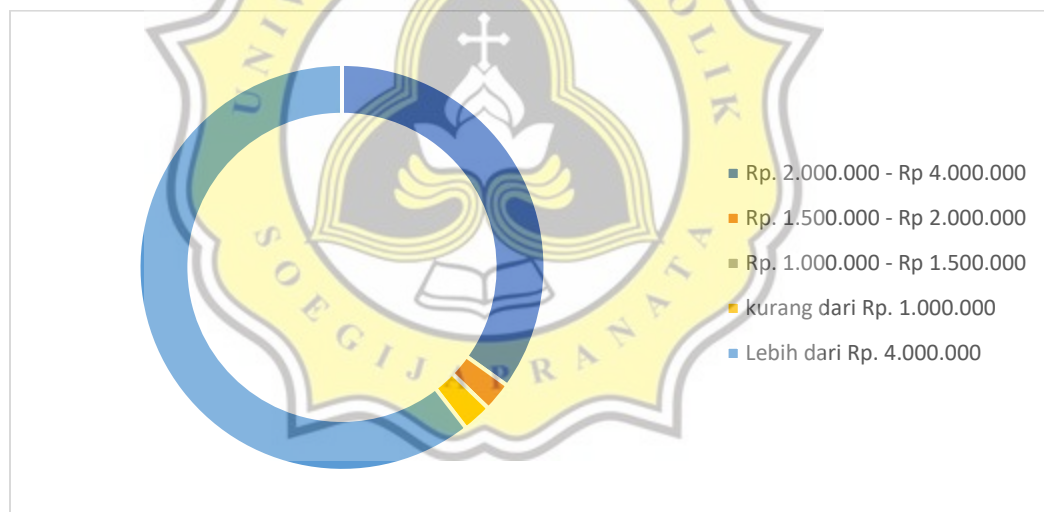


Dari data-data kuisisioner yang didapatkan, 45 koresponden memiliki anak berusia 3-7 tahun 23 berjenis kelamin perempuan, 22 lelaki. Saat ini anak sedang melakukan kegiatan pembelajaran mandiri di rumah bersama dengan keluarga dan pendamping lainnya (pengasuh).



Grafik 4. Data Pekerjaan Orangtua

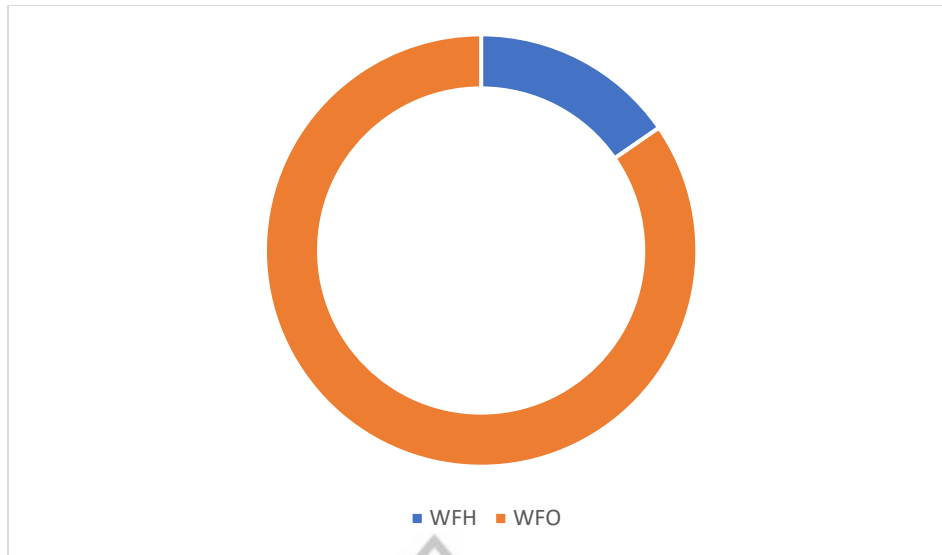
Sumber : pribadi



Grafik 5. Penghasilan Orangtua

Sumber : pribadi

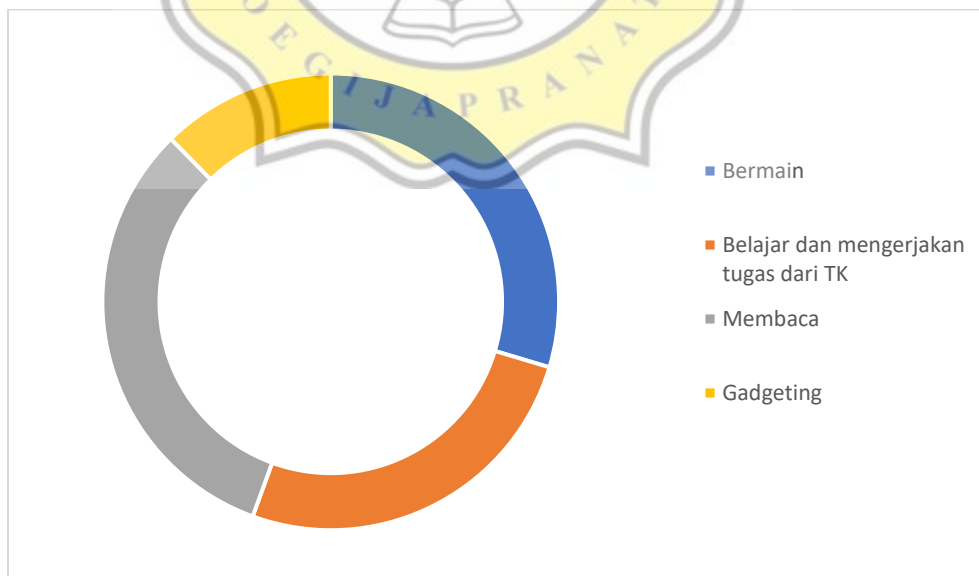
Dari data grafik diatas, menunjukan bahwa mayoritas koresponden merupakan pekerja. Dan karena mereka sibuk bekerja, akhirnya hubungan komunikasi dengan anak menjadi terhambat. Dari data-data tersebut, kebanyakan koresponden memiliki penghasilan yang lebih dari Rp. 2.000,000-/- bulan. Maka target perancangan ini dapat difokuskan kepada golongan SES A-B, karena golongan tersebut yang umumnya sibuk bekerja dan menggunakan pengasuh untuk anaknya.



Grafik 6. Data Kegiatan Orangtua Selama Pandemi

Sumber : pribadi

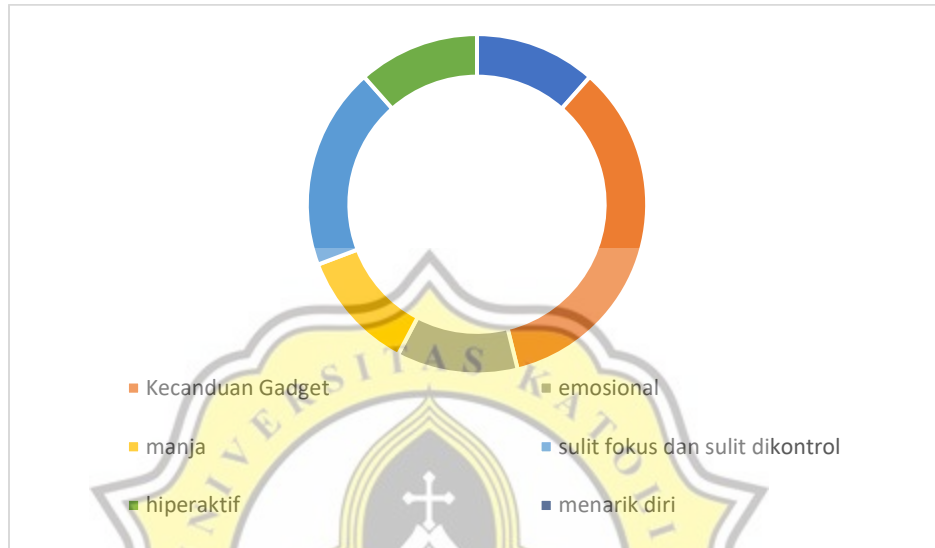
Selama pandemi, 90% koresponden aktif bekerja di kantor, dan 10% lainnya bekerja dari rumah. Tetapi 90% koresponden tersebut tetap dapat sering meluangkan waktunya untuk mendampingi anak selama lebih dari 2-4 jam per harinya. 39 Koresponden sering mendampingi anak di malam hari setelah menyelesaikan pekerjaan di kantor maupun di rumah dan 6 lainnya sering mendampingi saat siang hari. Ada pula 3 dari 45 koresponden didapati tidak sering mendampingi anak di rumah dan 2 koresponden hanya bisa meluangkan waktu untuk anaknya selama kurang dari 2 jam seharinya.



Grafik 7. Data Kegiatan Anak Selama Pandemi

Sumber : pribadi

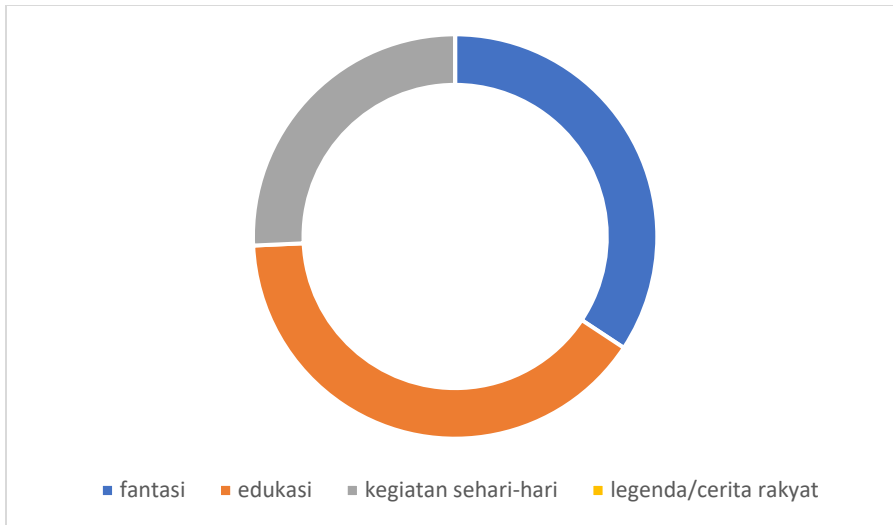
Setelah bekerja, orangtua mendapati anaknya lebih menyukai berkegiatan bersama seperti membaca buku dan bermain. Orangtua juga tidak lupa untuk memberi edukasi untuk anaknya melalui tugas dan kegiatan edukasi lainnya. Tetapi karena perkembangan jaman, balita saat ini sudah mulai bermain dengan gadget. Baik untuk menonton film maupun bermain game.



Grafik 8. Data perubahan Tingkah Laku Pada Anak

Sumber : pribadi

Akibat penggunaan gadget sejak dini dan hubungan komunikasi orang tua yang tidak pasti (emosi orangtua setelah bekerja tidak menentu, dapat mempengaruhi visual anak kepada orangtua), maka anak usia dini sekarang mulai banyak yang kecanduan gadget. Dari sikap tersebut, anak mulai menjadi malas untuk mengerjakan tugas. Jam makan dan tidur tidak teratur, emosional seperti sulit diatur dan marah-marah serta menuntut, dan menjadi haus akan perhatian orang tua yang hanya bisa diberikan di malam hari/ setelah bekerja bahkan hingga menarik diri karena tidak mau membuat marah orangtuanya.



Grafik 9. Data Tema Cerita Yang Disukai Anak

Sumber : pribadi

Koresponden memberikan referensi tema cerita yang disukai oleh anak-anaknya, yaitu 40% menyukai tema fantasi, 40% menyukai tema edukasi, dan 20% menyukai tema kegiatan sehari-hari. Koresponden juga menyebutkan beberapa contoh buku cerita yang disukai anak, yaitu buku terbitan dari Oopredo, Rabbithole, buku-buku cerita anak import dan Disney. Tipe buku yang dipilih koresponden ada yang bertema flip book dan texture book supaya lebih dapat mengembangkan sensorik dan motorik anak selama di rumah. Untuk mengenal suatu produk, koresponden memilih menggunakan website, media sosial Instagram dan aplikasi e-commerce.

Kesimpulan :

Untuk keperluan data perancangan, maka perancang mengumpulkan data melalui penyebaran survei/kuisisioner via daring. Dari survey tersebut sebesar 90% dari 45 orang koresponden merupakan pekerja aktif yang tidak melakukan WFH, Tetapi 90% koresponden tersebut tetap dapat sering meluangkan waktunya untuk mendampingi anak selama lebih dari 2-4 jam per harinya di waktu malam. 6 lainnya sering mendampingi saat siang hari. Ada pula 3 dari 45 koresponden didapati tidak sering mendampingi anak di rumah dan 2 koresponden hanya bisa meluangkan waktu untuk anaknya selama kurang dari 2 jam seharinya. Dari beberapa koresponden yang menjawab tidak atau kurang memiliki waktu untuk anak, didapati menyadari perbuatannya dan ingin mengubah perilaku tersebut. Hal ini membuktikan bahwa koresponden sadar akan hubungan komunikasi dengan anak namun kurang memiliki kualitas komunikasi yang baik karena aktif bekerja baik di rumah maupun di kantor. Adapula koresponden yang tidak memiliki kualitas komunikasi yang sewajarnya dengan anaknya.

Koresponden menyadari adanya perubahan tingkah laku pada anak selama pemberlakuan pembelajaran mandiri dan PSBB. Hal ini menunjukkan koresponden menyadari adanya permasalahan pada pola komunikasi dengan anak dan menyadari untuk mensiasati perubahan anaknya. Dari survey juga didapat bahwa anak menjadi kecanduan gadget sehingga membuat orangtua lebih menyukai membaca buku dan bermain dengan anak untuk mengisi *quality time*.

Hal ini merupakan pembuktian dari pernyataan menurut Huck dan Cullinan, bahwa, karya sastra maupun cerita dapat membantu perkembangan kognitif, bahasa, moral dan sosial pada anak. Dengan kegiatan membaca dan bercerita, anak dapat termotivasi untuk memperkaya informasi, dan mudah bersosialisasi dengan lingkungannya.

Dalam akhir survey juga didapatkan pandangan tentang tema dan contoh buku-buku cerita yang disukai oleh anak mereka, yakni tema fantasi, edukasi, dan kehidupan sehari-hari. Sedangkan contoh bukunya, koresponden memberikan contoh buku milik disney, buku edukasi, buku terbitan Rabbithole dan buku-buku edukasi kreatif impor jenis texturebook dan flipbook. Perubahan tingkah laku pada anak bergantung pada pola komunikasi yang diterapkan masing-masing keluarga, adapula 12 orang dari 45 koresponden menyatakan bahwa anaknya tidak mengalami perubahan tingkah laku yang negatif. Hal ini dapat disebabkan karena koresponden tersebut memiliki kualitas hubungan yang baik dengan anaknya, sehingga anak tidak menunjukkan dampak-dampak negatif selama pembelajaran mandiri di rumah. Untuk mengenal suatu produk secara online, beberapa koresponden saat diwawancarai memilih menggunakan media sosial Instagram untuk mengenal produk dan aplikasi e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee untuk memesan produk.

B. Sasaran Khalayak

Karakteristik yang dijadikan sebagai target sasaran utama dalam perancangan media visual interaktif untuk meningkatkan kualitas hubungan komunikasi antara orangtua dan anak, secara detail digolongkan berdasarkan :

1. Sasaran Geografis

Berdasarkan geografisnya, target untuk perancangan media visual interaktif ini dipusatkan untuk target yang berdomisili di area Kota Semarang, Jawa Tengah.

2. Sasaran Demografis

Berdasarkan demografisnya, target untuk perancangan media visual interaktif ini dipusatkan untuk,

a) Target primer :

- Orang tua yang memiliki anak berusia 3-5 tahun,
- Wanita dan lelaki,
- Bekerja, atau Ibu/bapak rumah tangga
- Golongan SES A-B,

- b) Target sekunder :
 - Anak-anak usia dini
 - Berusia 3-5 tahun
 - Perempuan dan laki-laki
 - Pendidikan setara dengan kelompok belajar, *daycare*, *playgroup*, dan taman kanak-kanak

3. Data psikografis

Berdasarkan psikografisnya, target untuk perancangan media visual interaktif ini adalah,

- a) Target primer :
 - Keluarga yang menganut pola komunikasi demokratis,
 - Orangtua yang sibuk bekerja, sadar akan kurangnya kualitas komunikasi dengan anak, dan mau meningkatkan kualitas komunikasi tersebut,
 - Masih dapat meluangkan waktu untuk anaknya walaupun sibuk bekerja,
 - Menyukai kegiatan membaca dan bercerita untuk mengisi *quality time* dengan anak
- b) Target sekunder :
 - Anak-anak yang menyukai kegiatan menggambar dan mewarnai,
 - Sedang mengalami perkembangan otak dan mental dan mengikuti kegiatan pembelajaran mandiri dengan material yang dikirimkan institusi pendidikan

C. Strategi Komunikasi

Dari permasalahan-permasalahan tersebut akan dibuat perancangan visual cerita interaktif yang menjadi media interaktif untuk anak dan orangtua dalam meningkatkan hubungan komunikasi. Perancangan media visual interaktif sebagai media komunikasi antara orangtua dan anak ini dibuat agar orangtua dapat lebih memahami dan dekat dengan anak, terlepas dari tanggung jawab pekerjaan. Media cerita interaktif dirancang untuk menjadi wadah anak berkomunikasi dengan orangtuanya dalam bentuk alur kreatif dimana anak menggambarkan kegiatannya sehari-hari dan dihadapi sebuah masalah sederhana dengan konsep mengedukasi moral anak. Media ini khusus digunakan orangtua untuk mengedukasi anak menghadapi suatu permasalahan selama berkegiatan di rumah secara mandiri. Selain itu, menurut Huck, dkk (1987) & Cullinan (1989:12-23) dalam penelitian Hari Santoso (2011), Penggunaan media cerita dapat membantu perkembangan kognitif, bahasa, moral dan sosial anak, serta menunjukkan keterkaitan dengan kegiatan eksplorasi lainnya.

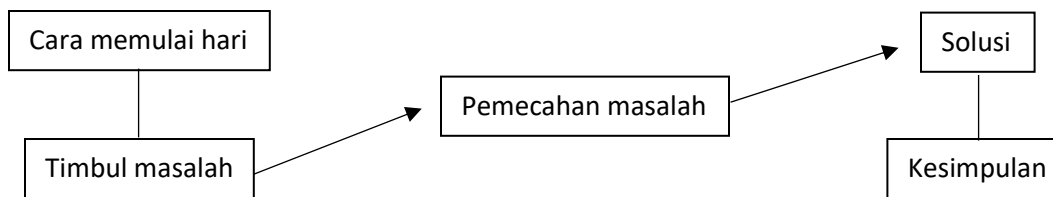
Penggunaan media visual interaktif perancangan ini akan berupa buku cerita interaktif, karena sesuai yang dituturkan oleh Huck dan Cullinan sebelumnya bahwa penggunaan cerita dapat membantu perkembangan moral dan sosial anak. Serta, media buku cerita dipilih karena berdasarkan hasil kuisioner, target perancangan menyukai mengisi *quality time* dengan anak dengan membaca buku bersama.

Penggunaan buku fisik dipilih karena mengingat adanya kecemasan orangtua terhadap anaknya karena takut kecanduan *gadget* dan mengidap *blue-light syndrome* sejak dini pada latar belakang permasalahan. Serta penggunaan buku fisik juga menguntungkan target karena mudah dibuka dan digunakan kapan pun tanpa memerlukan jaringan internet maupun listrik.

Dari konsep ide besar perancangan yaitu meningkatkan kualitas hubungan komunikasi antara orangtua dan anak, maka media akan disosialisasikan kepada target dengan bekerjasama dengan lembaga UNICEF untuk mendistribusikan media kepada 16 institusi pendidikan usia dini (Taman Kanak-Kanak, PAUD, dll) dari 16 kecamatan di Kota Semarang. Serta menggunakan media sosial instagram sebagai *platform* utama untuk menjual dan mensosialisasikan media kepada target. Hubungan kerjasama dengan lembaga UNICEF dilakukan karena adanya respon kepedulian lewat Direktur Eksekutif UNICEF, yang menghimbau pemerintah untuk menyadari bahwa anak-anak merupakan korban transparan dalam waktu jangka pendek dan panjang terhadap kesehatan, kesejahteraan, perkembangan dan masa depan anak tersebut selama pandemi (UNICEF, 2020 p.2). Media akan didistribusikan kepada institusi pendidikan karena Lembaga pendidikan berperan penting terhadap perkembangan psikologis anak atau siswa. Karena, sekolah merupakan tempat atau lingkungan bersosialisasi anak setelah maupun diluar lingkungan keluarganya sendiri (<http://disdik.jabarprov.go.id/news/1518/pentingnya-peran-lembaga-pendidikan-terhadap-perkembangan-psikologis-anak>).

Sejak adanya pandemi dan pemberlakuan pembelajaran mandiri, institusi pendidikan memberikan materi pembelajaran ke rumah siswa-siswinya. Dengan adanya kegiatan kerjasama tersebut, maka produk dapat ikut disalurkan kepada target dengan pemberian sample gratis sebagai direct marketing kepada 5 keluarga di setiap institusi pada masing-masing kecamatan di Kota Semarang. Selain disalurkan kepada keluarga, media juga dapat dipesan dan dibeli melalui institusi pendidikan tersebut dan aplikasi *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia. Penyebaran informasi tentang media juga akan dilakukan dengan mengiklankan produk di beberapa platform content creator, institusi pendidikan dan komunitas orangtua melalui instagram dengan fitur Instagram Ads, dan aplikasi Whatsapp yang berhubungan dengan komunikasi maupun komunitas target primer/ orangtua. Penyaluran media melalui institusi pendidikan dipilih karena orangtua lebih mempercayai guru dalam mengawasi kegiatan anak diluar lingkungan keluarga. Dan seperti yang disampaikan sebelumnya, lembaga pendidikan juga berperan penting terhadap perkembangan psikologis anak diluar pantauan orangtua.

Media perancangan dirancang dengan genre *slice of life*, yaitu genre yang berisikan kejadian/kegiatan sehari-hari yang dialami individu maupun kelompok. Penggunaan genre tersebut dapat membuat anak mengaplikasikan konten cerita pada kegiatan sehari-harinya. Anak tidak hanya terhibur, tetapi juga menjadi tertarik untuk meluapkan sisi kreatif dengan bahasa dan gambarnya sendiri dalam kegiatannya secara mandiri di rumah. Buku cerita interaktif ini bersifat menghibur dan mengedukasi anak untuk lebih terbuka dengan orangtuanya sehingga dapat meningkatkan kualitas komunikasi yang dikemas secara ringan dan menarik menggunakan referensi cerita dari serial cerita “Dora”, “Blue’s Clues” dan “Jalan Pulang Untuk Wilf”. Ketiga referensi tersebut digunakan karena alur pembawaan cerita dan strategi komunikasi dirasa cukup sesuai dengan konsep besar perancangan media visual interaktif ini nantinya.



Grafik 3. Skema alur cerita

Ide alur cerita yang digunakan dalam media perancangan dimulai dengan membuat target menceritakan kegiatannya saat memulai hari, menggambarkan kegiatan setelah bangun tidur. Lalu karakter akan dihadapkan suatu permasalahan, permasalahan akan disesuaikan dan digambarkan menggunakan kegiatan target sekunder selama pandemi di rumah. Pada tahap ini target dapat terlihat kritis atau tidak saat menanggapi masalah, target akan menggambarkan atau menceritakan bagaimana proses pemecahan masalah yang dihadapi untuk mengembangkan sisi kreatifitas target tersebut. Target juga dapat meningkatkan hubungan komunikasi pada tahap ini. Setelah mendapatkan solusinya, maka target dapat menyimpulkan kegiatan sehari tersebut menjadi proses pembelajaran penting untuk target sekunder. Target primer akan membimbing komunikasi target sekunder sesuai dengan kesimpulan yang didapatkan di akhir cerita.

Cerita akan dirancang menggunakan sudut pandang orang ketiga, karena menurut Mitchell (dalam Nurgiyantoro, 2009: 270) pada penelitian Ari Sundari Solih (2018) sudut pandang tersebut menampilkan kisah tokoh secara konkret dan spesifik melihat tokoh berkegiatan, berbicara, atau dibicarakan. Maka target dapat melihat keseluruhan kejadian yang diilustrasikan dalam cerita tersebut.

D. Strategi Media

Berdasarkan hasil kuisioner yang didapatkan oleh perancang, target primer perancangan menyukai mengisi *quality time* dengan anak dengan membaca buku bersama. Tetapi karena adanya pandemi Covid-19, tuntutan pekerjaan yang lebih, dan adanya pembelajaran mandiri pada target sekunder, maka kualitas hubungan komunikasi antar target berkurang. Anak menjadi kecanduan terhadap gadget, dan mengembangkan pola perilaku negatif seperti menuntut, manja, emosional, dan menarik diri dari lingkungannya. Maka orangtua pun dituntut untuk semakin kreatif untuk menyikapi perubahan komunikasi dengan anaknya tersebut.

Maka untuk membantu menyelesaikan masalah tersebut, perancang akan merancang media visual interaktif yang dapat membantu meningkatkan kualitas hubungan komunikasi orangtua dan anak. Media visual interaktif yang akan dirancang akan berupa media buku cerita karena menurut Huck, dkk (1987) & Cullinan (1989:12-23) dalam penelitian Hari Santoso (2011), Penggunaan media cerita dapat membantu perkembangan kognitif, bahasa, moral dan sosial anak, serta menunjukkan keterkaitan dengan kegiatan eksplorasi lainnya. Terlebih jika buku cerita dikembangkan menjadi media interaktif, maka lebih dapat memberikan hubungan timbal balik antara orangtua dan anak.



Gambar 12. Contoh Boardbook

Source : google

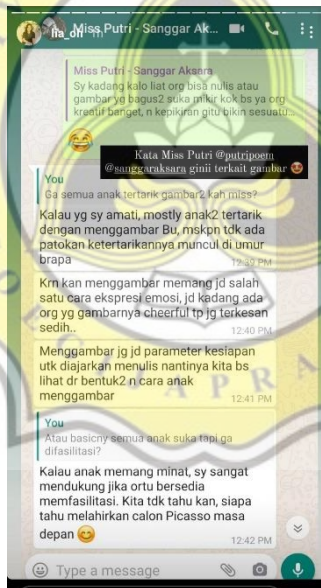
Media yang digunakan adalah media buku cerita tipe boardbook dengan ukuran 21cm x 27cm dan satu set spidol warna jenis watercolor. Boardbook dipilih karena memiliki keunggulan pada bahannya yang tebal dan tidak mudah dirusak oleh anak. Selain kekokohnya, umumnya boardbook dilapisi dengan material sejenis plastik yang membuat lembaran buku tidak lengket dan mudah dibersihkan (<https://www.callawind.com/board-book-printing-basics>). Penggunaan lapisan tersebut dimanfaatkan perancang sebagai media eksplor untuk orangtua dan anak dengan menggambar dan mengembangkan alur cerita dengan watercolor maker (spidol warna). Watercolor marker aman digunakan oleh anak karena berbahan dasar dari kombinasi air dan pigmen warnanya, sehingga mudah dibersihkan dengan tisu basah dan tidak berbahaya untuk anak.

Visual dalam media cerita menggunakan ilustrasi berbentuk kartun, yang disesuaikan juga dengan bentuk aslinya. Sehingga target yang melihat visual tersebut tetap dapat mengenali dengan visual yang ditampilkan pada media perancangan ini. Ilustrasi akan dirancang untuk bisa memunculkan interaksi kepada pembaca dan menjelaskan pesan dengan baik. Penggunaan tipografi dan bahasa juga disederhanakan, disesuaikan dengan topik yang disukai oleh anak. Teks dalam cerita akan dipenggal-penggal supaya target primer dan sekunder dapat mengembangkan cerita sesuka hati dan membuat media ini lebih unik dan tidak membosankan. Tema cerita yang digunakan adalah kegiatan sehari-hari yang mengandung unsur edukasi mental yang diberikan oleh karakter fantasi. Tema dipilih sesuai dengan data yang didapatkan dari hasil tanggapan kuisisioner.

Buku cerita akan di-layout dengan menggunakan tipe layout *unity*, menggunakan jenis ilustrasi kartun dan tipografi yang sederhana dan menarik, disesuaikan dengan ukuran halaman buku supaya memunculkan alur gerak mata yang nyaman saat dibaca oleh target. Isi buku tidak lebih dari 16 lembar supaya buku tidak terlalu berat dan tidak terkesan terlalu rumit untuk dibaca anak. Ilustrasi yang digunakan akan menjadi elemen utama besar dan utama dalam konten cerita. Ide besar media didapatkan dari referensi produk Colour Me Mat yang dibuat oleh 2 ibu berasal Singapura yang senang beraktifitas dengan anaknya. Yaitu media mewarnai yang terbuat dari silikon dan watercolor marker yang aman untuk anak.

Penggunaan warna juga akan disesuaikan dengan menggunakan beberapa tone warna yang sesuai dengan tema dan topik cerita yang digunakan, supaya tidak memecahkan perhatian dan fokus anak terhadap konten cerita. Warna yang digunakan pada background dirancang tidak terlalu mencolok dari elemen utama (karakter, detail, dan sebagainya), supaya fokus anak tetap pada bagian elemen utama cerita.

Media interaktif perancangan ini akan difokuskan menggunakan kegiatan menggambar dan bercerita. Perancang melihat dari studi literatur dan landasan teori yang didapatkan bahwa kegiatan-kegiatan tersebut dapat memunculkan hubungan komunikasi timbal balik atau 2 arah antara orang tua dan anak. Orangtua membacakan dan membimbing anak untuk memahami konten dan alur cerita, supaya orangtua dapat mudah membimbing dan menjelaskan serta mengarahkan anaknya dalam menggunakan media ini. Tentunya menggunakan bahasa yang sederhana dan singkat dalam bercerita. Dan dengan adanya tambahan kegiatan menggambar, anak dan orangtua dapat menciptakan suasana komunikasi dan pengalaman yang tak terlupakan sehingga anak juga dapat mengolah pengalaman tersebut menjadi salah satu elemen untuk mengembangkan mentalnya. Penggunaan desain fisik visual media tersebut dirasa sudah sesuai karena memudahkan target untuk menjaga kualitas dan keutuhan buku, serta mudah memodifikasi isi kegiatan di dalam cerita sesuai keinginan target tanpa harus membeli baru.



Gambar 13. Pernyataan salah satu guru tentang aktivitas menggambar pada anak usia dini
Source : instagram -@lia_oh

E. Perencanaan Biaya Kreatif

Berikut merupakan budget anggaran perancangan yang disesuaikan menurut referensi yang terkait :

Media Utama

No.	Keterangan	Biaya
1.	Biaya Desain	Rp. 3.500,000-
2.	Biaya Cetak dan jilid	Rp. 6.750,000-
3.	Biaya set watercolor marker (80 set)	Rp. 2.250,000-
Total		Rp. 12.500,000-
4.	PPN (10%)	Rp. 1.250,000
Total biaya		Rp.13.750,000-

Harga tiap set buku (HPP) = total biaya/item

Rp. 13.750,000 / 80 sample = Rp. 171.875,00-

Dibulatkan menjadi **Rp. 172.000-**

Media Pendukung

No.	Keterangan	Cost	Rincian	Biaya
1.	Colorable Poster	Rp. 3000- / lembar A2	80 pcs	Rp. 240.000-
2.	Packaging (box+filler+print)	Rp. 15.000	80 pcs	Rp. 1.200.000-
2.	Branding Instagram	Rp. 8.000,000-	3 bulan	Rp. 8.000,000-
3.	Instagram ads	Rp. 50.000,00- / hari	3 bulan	Rp. 4.500.000,00-
4.	Endorse	Rp. 150.000- / akun	3 akun	Rp. 450.000
Total				Rp. 14.390,000,00-

Total keseluruhan anggaran : Rp. 28.140,000-