

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisis Data

3.1.1 Analisis Studi Literatur

Berdasarkan dari ssetudi literatur yang dilakukan oleh penulis, penulis mendapatkan data yang mendukung topik perancangan sebagai berikut :

- a. Remaja merupakan usia perubahan bagi seorang kekanakan menjadi dewasa dimana remaja perlu dipersiapkan dan diarahkan dengan pengetahuan dan ajaran yang baik agar menjadi pribadi yang yang berbudi luhur dan memiliki tata perilaku yang baik di masa depan.
- b. Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi membawa dampak positif dan negatif bagi semua orang terutama bagi remaja. Dengan kemajuan teknologi segala sesuatu menjadi lebih mudah. Sifat remaja yang cenderung masih mencari jati diri akan menerima semua hal yang dianggap menyenangkan bagi minat remaja, positif maupun negatif. Yang disayangkan adalah mentalitas remaja yang masih labil mengakibatkan kecenderungan untuk memiliki minat yang bersifat negatif yang dapat mengganggu tumbuh kembang mental dan emosional.
- c. Pendekatan komunikasi terhadap remaja sudah tidak sama lagi dengan anak - anak. Pendekatan komunikasi yang perlu dilakukan adalah menggagap mereka setara dan interaktif. Interaktif dalam artian menggugah minat dan keingin tahuan remaja dalam melakukan suatu hal.

3.1.2 Analisa Wawancara

Hasil wawancara dengan Bapak Tobing Gunawan selaku pemimpin jemaat Gereka Kristus di Indonesia (GKDI) Semarang mengatakan bahwa anak remaja pada masa kini kurang berminat dalam membaca Alkitab. Faktor penyebab kurangnya minat anak remaja terhadap Alkitab karena: tidak mengerti kegunaan Alkitab, orang tua tua tidak membiasakan atau memotivas si anak dalam membaca Alkitab, dan mungkin anak remaja membaca Alkitab tapi tidak paham dengan maksud dari apa yang dibaca. Menurut bapak Tobing ketika berbicara media juga memperhatikan generasi, karena generasi Z dibawah lebih

mampu untuk *multitasking* pada media online. Maka media online yang interaktif dan praktis akan lebih efektif kedepannya terutama bagi remaja masa kini. Tidak dipungkiri juga media offline berupa buku fisik juga tidak kalah dari media online apalagi interaktif ataupun komik. Bapak Tobing merasa setuju dengan adanya perancangan buku interaktif dengan konten sejarah dan fakta unik tentang Alkitab yang dapat membangun minat baca anak remaja, tetapi akan lebih baik dan bagus ketika media itu dapat berupa fisik dan online (Tobing Gunawan, komunikasi personal, 25 April, 2021).

Dari hasil wawancara kepada bapak Hendy selaku guru seolah minggu di Gereja Kristus di Indonesia (GKDI) Semarang mengatakan memang betul bahwa anak remaja zaman ini kurang berminat dalam membaca Alkitab. Dikarenakan mereka masih suka dengan dunia mereka sendiri dan merasa belum butuh Tuhan. Lalu menurut bapak Hendi media online memiliki banyak keuntungan pada masa kini dimana akses yang diberikan media online lebih luas, bisa kapanpun diakses, dan jadi solusi untuk anak remaja zaman sekarang yang jadwalnya tidak menentu. Tetapi tidak menutup kemungkinan media offline berupa buku interaktif juga dapat menarik minat baca Alkitab pada remaja jika visual yang disajikan dikemas secara menarik. Bukupun memiliki kelebihan sendiri karena memiliki fisik dan dapat lebih berdampak bagi remaja. Konten buku yang berisi tentang latar belakang penulisan, fakta - fakta menarik lainnya yang berhubungan dengan Alkitab bisa menjadi hal yang menarik untuk remaja dalam membangun minat baca Alkitabnya. (Hendy Raharjo, komunikasi personal 25 April 2021)

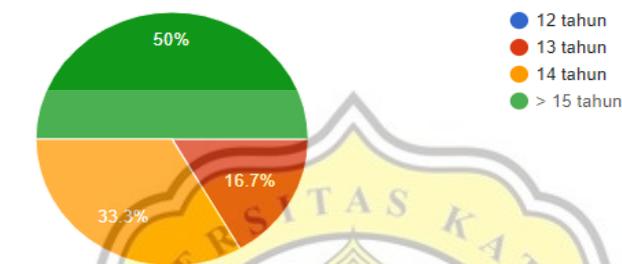
Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, perancang mengambil kesimpulan bahwa remaja masa kini minat dalam membaca Alkitab kurang. Hal itu dikarenakan tidak adanya ketertarikan remaja kepada Alkitab yang disebabkan kurang pemahannya mereka tentang kegunaan Alkitab dan isinya. Serta meskipun media buku interaktif memiliki kekurangan tetapi bila memiliki konten dan visual yang tidak kalah menarik pada media online akan dapat membangun minat baca Alkitab bagi remaja.

3.1.3 Analisa Kusioner

Setelah menyebar kusioner terhadap para remaja, peneliti mendapatkan beberapa data terkait perancangan. Dari kusioner yang dilakukan didapati total 12 responden dengan didominasi oleh remaja umur 15 tahun atau lebih dengan jumlah 6 orang (50%), anak remaja usia 14 tahun berjumlah 4 orang (33,3%) dan anak remaja usia 13 tahun berjumlah 2 orang (16,7%)

Berapa umur kamu ?

12 responses



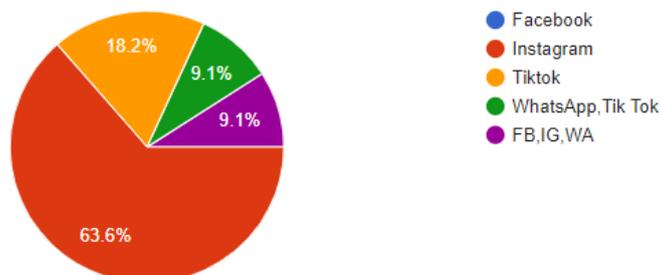
Gambar 3.1 Hasil Pertanyaan Kusioner Satu

[Sumber: Dokumen Pribadi]

Kemudian dilanjutkan dengan survey mengenai media sosial yang sering digunakan oleh remaja dengan hasil aplikasi Instagram yang paling sering dengan presentase 63,6% disusul oleh aplikasi Tiktok sebesar 18,2% dan 18,2% lainnya menjawab menggunakan aplikasi beragam. Hal ini dapat menjadi dasar untuk bahan media promosi dalam memasarkan perancangan.

Biasanya kalian menggunakan media sosial apa ?

11 responses

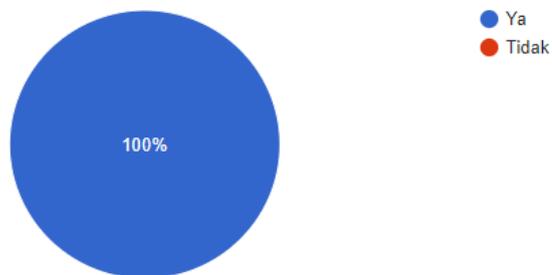


Gambar 3.2 Hasil Pertanyaan Kusioner Dua

[Sumber: Dokumen Pribadi]

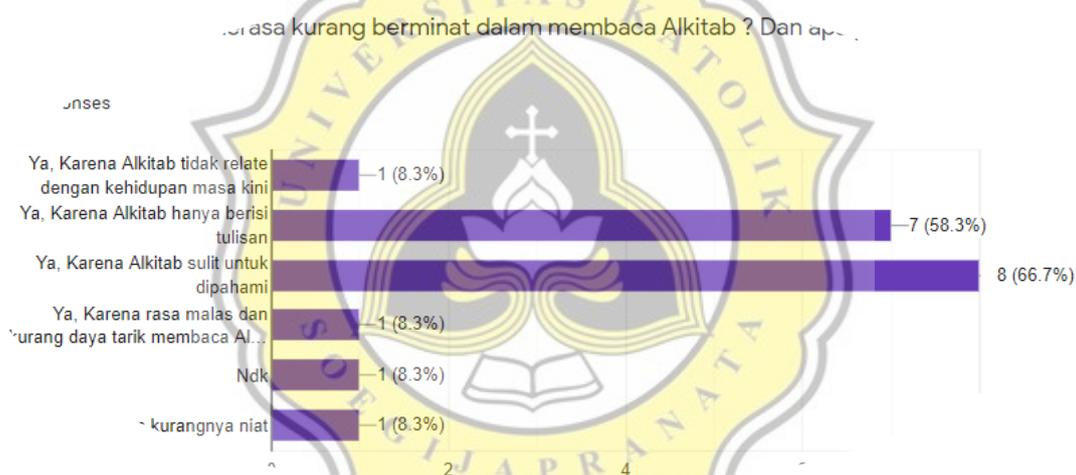
Menurut kalian benarkah teman atau anak sesusia kalian (remaja) kurang memiliki minat dalam membaca Alkitab ?

12 responses



Gambar 3.3 Hasil Pertanyaan Kusioner Tiga

[Sumber: Dokumen Pribadi]



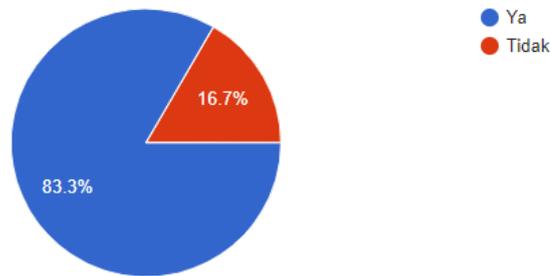
Gambar 3.4 Hasil Pertanyaan Kusioner Empat

[Sumber: Dokumen Pribadi]

Lalu dilanjutkan dengan pertanyaan minat baca remaja terhadap Alkitab dimana semua responden menjawab bahwa anak remaja kurang memiliki niat membaca Alkitab. Dengan alasan karena Alkitab sulit untuk dipahami (66,7%) dan karena Alkitab hanya berisi tulisan (58,3%). Hal ini menunjukkan bahwa niat membaca Alkitab dipengaruhi dari pemahaman mereka tentang suatu bacaan dan bentuk konten yang mengemas buku tersebut.

Menurut teman - teman jika ada media berupa buku interaktif, apakah dapat meningkatkan minat baca teman - teman terhadap Alkitiab ?

12 responses



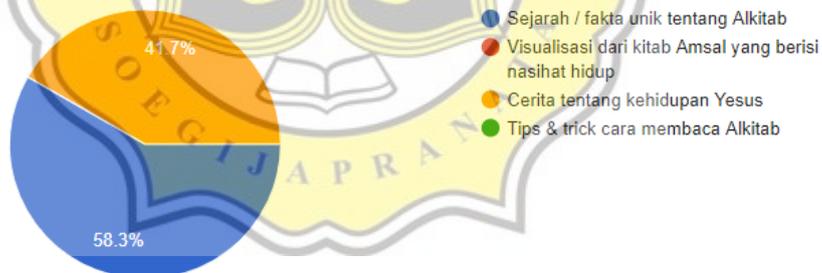
Gambar 3.5 Hasil Pertanyaan Kusioner Lima

[Sumber: Dokumen Pribadi]

Dilanjutkan dengan pertanyaan terkait perancangan dimana 83,3% responden menjawab bahwa buku interaktif menurut mereka masih menjadi suatu hal yang menarik sedangkan 16,7% menjawab tidak.

Menurut teman - teman jika ada media buku interaktif yang mendukung minat baca Alkitab, apa harapan teman - teman terhadap isi dari konten buku interaktif ?

12 responses



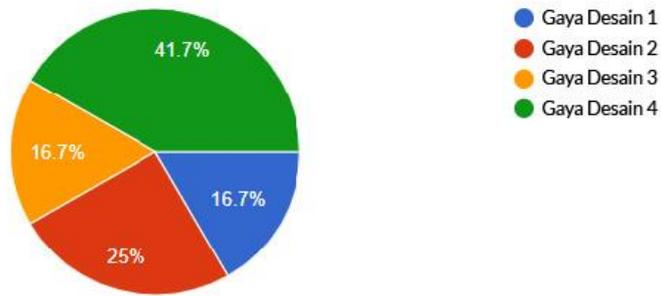
Gambar 3.6 Hasil Pertanyaan Kusioner Enam

[Sumber: Dokumen Pribadi]

Pertanyaan selanjutnya adalah untuk menentukan pertimbangan konten yang akan disajikan dalam buku para remaja lebih tertarik kepada sejarah / fakta unik mengenai Alkitab dengan perolehan 58,3% daripada cerita dari tokoh Yesus. Peneliti menyimpulkan bahwa konten yang ringan dan informatif yang mudah untuk dipahami lebih mudah untuk ditangkapi oleh anak remaja.

Dari gambar dibawah kira - kira gaya desain seperti apa yang teman - teman sukai ?

12 responses



Gambar 3.7 Hasil Pertanyaan Kusioner Tujuh

[Sumber: Dokumen Pribadi]



Gambar 3.8 Gaya Desain 1

[Sumber: <https://id.pinterest.com/>]



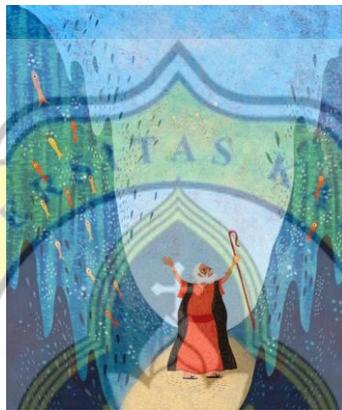
Gambar 3.9 Gaya Desain 2

[Sumber: <https://id.pinterest.com/>]



Gambar 3.9 Gaya Desain 3

[Sumber: <https://id.pinterest.com/>]



Gambar 3.10 Gaya Desain 4

[Sumber: <https://id.pinterest.com/>]

Dari gaya desain vektor pilihan perancang anak remaja lebih menyukai gaya desain nomor 4 sebanyak 41,7% menyukai gambar vektor yang mendetail dan memiliki kesan realis dan mendetail. Pemilihan gaya desain vektor dalam perancangan ini dirasa tepat karena ilustrasi vektor adalah ilustrasi yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami oleh anak remaja.

3.2 Sasaran Khalayak

Target sasaran dalam perancangan ini ditujukan bagi para remaja di Indonesia dengan batasan wilayah kota Jawa Tengah yang memeluk agama kristiani. Target utama dalam perancangan ini anak remaja berusia 12-15 tahun dan target sekunder adalah orang tua yang memiliki anak remaja yang berstatus sebagai pelajar. Menurut Marwoko usia remaja adalah usia transisi menjadi dewasa dimana kesiapan dalam

pendewasaan terjadi pada masa remaja. Sehingga usia remaja sangat tepat untuk diarahkan kepada ajaran yang baik sehingga menjadi pribadi yang baik di masa depan. Target sasaran adalah remaja yang memiliki kepribadian keingin tahuan yang tinggi, suka bekerja sama, peduli terhadap diri, mengalami kebingungan dalam menemukan jati diri.

3.3 Strategi Komunikasi

3.3.1 Brief

Pada perancangan ini penulis menggunakan teori komunikasi Harold D. Lasswell sebagai acuan dari strategi komunikasi dalam membangun minat baca Alkitab pada remaja. Dimana Harold D. Lasswell mengemukakan pendukung strategi komunikasi yaitu cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan dari “*Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect?*”.

a. *Who* (Komunikator)

Perancangan ini dilakukan dengan harapan dapat membangun minat baca Alkitab pada remaja dan menjadikan Alkitab suatu hal yang menarik. Sehingga ajaran moral yang terdapat dalam Alkitab dapat menjadi panduan kehidupan rohani mereka.

b. *Says What*

Dalam perancangan ini ingin memberi pesan kepada anak remaja tentang sejarah dan fakta unik tentang Alkitab melalui visualisasi ilustrasi yang diharapkan pada remaja dapat memahami keunikan, manfaat, dan sejarah dari Alkitab. Sehingga dapat membangun rasa menghargai tentang Alkitab alhasil mereka lebih mau dan berniat untuk membaca Alkitab.

c. *In Which Channel*

Dalam perancangan ini media yang digunakan adalah buku interaktif campuran yang diharapkan dapat menarik minat remaja dengan visual ilustrasi vector yang mudah untuk ditangkap remaja serta interaktif campuran yang bertujuan supaya remaja tidak mengalami kebosanan saat membaca. Penggunaan buku sebagai media perancangan karena buku adalah sebuah media edukasi paling dasar juga sebagai media cetak yang mengandung unsur teks dan visual. Sedangkan media interaktif menjadi

peringat pada remaja bahwa mereka pernah melakukan interaksi dengan buku ini.

d. *To Whom*

Perancangan ini ditujukan kepada remaja umur 12 - 15 tahun sebagai salah satu sarana pengalihan minat anak remaja kepada suatu yang positif yaitu Alkitab. Orang tua remaja menjadi target sekunder dalam perancangan ini karena orang tua memiliki peran sebagai pembimbing dalam pengertian Alkitab.

e. *With What Effect*

Efek yang diharapkan timbul setelah perancangan ini dilakukan adalah anak remaja dapat lebih mengerti tentang Alkitab sehingga dapat membangun minat baca mereka terhadap Alkitab. Maka pesan moral, teladan tokoh, pengertian jati diri yang ada di Alkitab dapat tersampaikan oleh mereka melalui pemahaman mereka setelah membaca Alkitab.

3.3.2 AIAS

a. Tahapan *Attention* dan *Interest*

Tahapan *attention* dan *interest* pada perancangan ini adalah melalui promosi melalui media sosial berupa Instagram tahap *attention* remaja. Tahap *interest* didapat melalui bagian cover buku yang divisualkan menggunakan ilustrasi yang menarik bagi remaja yang disertakan dengan bonus- bonus merchandise yang akan didapat.

b. Tahapan *Search*

Dari tahap *interest* tersebut remaja atau orang tua remaja akhirnya mencoba untuk mencari tahu tentang isi atau konten buku serta membaca keunggulan yang didapat saat melakukan pembelian pada media promosi

c. Tahapan *Action*

Orang tua atau remaja melakukan pembelian terhadap buku ini serta membaca dan melakukan interaksi sehingga anak remaja mengetahui keunikan dan sejarah tentang Alkitab sehingga anak remaja mau untuk membaca Alkitab.

d. Tahapan *Share*

Tahapan *share* disini adalah dimana si anak remaja setelah membaca buku ini dapat berbagi pengalamannya dan ilmu yang didapat pada orang tua, teman,

atau guru di sekolah minggu tentang keunikan dan keunggulan dalam membaca Alkitab berdasarkan buku yang akan dirancang. Hal ini juga dapat dilakukan oleh orang tua yang mungkin membaca atau anaknya menceritakan tentang buku ini sehingga dapat berbagi cerita kepada orang tua kristiani lainnya.

3.4 Strategi Media

Media adalah suatu sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster, koran, dan spanduk yang menghubungkan antara dua pihak. Media juga merupakan sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan ragam unsur visual komunikasi seperti teks atau gambar atau foto.

Dalam perancangan ini media utama yang digunakan dalam penyampaian pesan yaitu berupa buku interaktif campuran mengenai sejarah dan fakta unik Alkitab pada remaja kristiani di kota Semarang melalui komunikasi visual. Buku interaktif menjadi pilihan karena buku adalah media edukasi paling dasar yang mudah untuk dicari serta media interaktif digunakan untuk menanamkan kesan pada remaja supaya lebih tertarik kepada Alkitab.

3.4.1 Pendekatan Media

1. Media Utama

Media utama yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah buku interaktif campuran. Yang didesain secara unik, interaktif dan menarik dengan gambar ilustrasi vektor yang mudah untuk dipahami remaja. Supaya remaja dapat tertarik membacanya dan dapat berinteraksi dengan buku sehingga meninggalkan kesan. Dengan adanya buku tersebut anak remaja akan lebih menghargai, memahami dan mengingat peranan Alkitab dalam kehidupan manusia sehingga minat baca remaja pada Alkitab meningkat.

2. Media Pendukung

Media sosial seperti Instagram, WhatsApp, pembatas buku, merchandise seperti buku tulis, totebag, gantungan kunci. Dengan adanya media pendukung tersebut menjadi suatu pengingat tentang pesan yang telah disampaikan. Media sosial yang digunakan adalah Instagram karena mengingat dari data kusioner banyaknya pengguna yang berasal dari remaja sebagai sarana promosi.. Sedangkan merchandise berupa buku tulis, pembatas buku, stringbag,

gantungan kunci secara tidak langsung dapat mengingatkan remaja kepada pesan yang disampaikan dalam buku ini supaya untuk membaca Alkitab.

3.5 Analisa SWOT

a. *Strength*

Penggunaan media interaktif menjadi kekuatan dalam perancangan ini dimana anak remaja lebih menyukai hal yang memiliki sebuah interaksi. Serata penggunaan ilustrasi vektor menjadi kekuatan juga dalam perancangan ini karena ilustrasi vektor mudah untuk dimengerti dan memiliki kesan modern.

b. *Weakness*

Kelemahan dari buku sendiri adalah tidak praktis dan sulit untuk dibawa - bawa. Dan rentan usia yang lebih pendek daripada media online. Serta buku fisik tidak tahan terhadap air ataupun benda cair lain yang bisa saja merobek atau membuat tinta hilang.

c. *Opportunities*

Remaja adalah masa yang paling rentan dalam pembentukan karakter. Mereka akan sangat suka untuk mencari hal - hal yang belum mereka ketahui dan ini adalah sebuah kesempatan dimana dapat mengarahkan untuk lebih mengerti tentang Alkitab. Daripada mereka sulit - sulit mencari jati diri mereka di tempat yang tidak jelas, maka dapat diarahkan kepada media buku ini.

d. *Threats*

Adapun ancaman yang dapat terjadi seperti anak yang ceroboh sehingga saat berinteraksi dengan buku dapat merusaknya. Adanya media online yang lebih interaktif dan menarik sehingga dapat membangun minat baca anak remaja pada Alkitab.

3.6 Unique Selling Proposition (USP)

Dari penjabaran SWOT sebelumnya ditemukan USP sebagai berikut:

Sebuah media buku interaktif yang memberikan informasi mengenai keunikan fakta dan sejarah dari Alkitab yang diharapkan dapat menimbulkan rasa menghargai terhadap Alkitab yang hasilnya membangun minat baca Alkitab pada remaja yang dikemas dengan menarik dan mudah dimengeti dengan ilustrasi vektor.

3.7 Perancangan Anggaran

Tabel 3.1 Data Perencanaan Perancangan

Isi buku (Cetak CTS 150gsm) A3+	Rp. 2.500 / lmb
String bag	Rp. 35.000/ pcs
Buku notes	Rp. 7.000/pcs
Pembatas buku	Rp. 4.000/pcs
Cover buku (ivory 260 gsm) A3+	Rp. 5.000/ lmb

