

## BAB III

### STRATEGI KOMUNIKASI

#### 3.1 Analisis Data

##### 3.1.1 Analisis Studi Literatur

Berdasarkan kajian studi literatur yang sudah dilakukan, peneliti mendapatkan hasil dan data-data pendukung yang terkait dengan topik yang di ambil dalam perancangan ini, yaitu sebagai berikut :

- a. Kebiasaan merupakan sebagian besar kegiatan yang dilakukan secara berulang setiap harinya (Dewi Indra, 2020). Kebiasaan yang sering dilakukan seperti langkah yang dipilih secara sadar tanpa memerlukan banyak pertimbangan, namun ternyata kebiasaan bersumber dari pikiran bawah sadar manusia.
- b. Masyarakat yang memiliki kebiasaan pola tidur yang kurang umumnya juga memiliki kebiasaan pola makan yang kurang terjaga. Kurangnya waktu tidur satu hari saja bisa mengganggu hormon yang berfungsi untuk mengatur nafsu makan seseorang sehingga mengakibatkan pola kebiasaan makan yang kurang terjaga (Tung Desem Waringin, 2018).
- c. Faktor yang mempengaruhi perubahan pola tidur dan makan selama masa pandemi covid-19 ini adalah perubahan aktifitas fisik dan gaya hidup moderen.
- d. Dampak bagi kesehatan jika terus memiliki kebiasaan pola tidur & makan kurang teratur adalah meningkatnya berat badan, meningkatnya risiko kardiovaskular, terganggunya sistem metabolisme dan berisiko terserang diabetes.
- e. Dengan menerapkan kebiasaan baik maka seseorang dapat memiliki gaya hidup sehat yang berpengaruh kepada kesehatannya. Dalam artikel Alodokter, yang berjudul Gaya Hidup Sehat Bisa Anda Mulai Sekarang menjelaskan memiliki gaya hidup sehat bukan hanya mencegah penyakitnya saja tetapi juga menjaga kesehatan fisik, mental dan sosial seseorang. Gaya hidup sehat memberikan manfaat tidak hanya pada diri sendiri tetapi juga menular kepada orang-orang di sekitar diri.
- f. Dalam artikel Alodokter menulis tentang penerapan gaya hidup sehat bagi kesehatan yang dimiliki seseorang bisa di mulai dengan beberapa cara yaitu :
  - Mengontrol berat badan yang ideal
  - Berolah raga secara teratur

- Mengelola stres
- Memperbaiki waktu tidur

### 3.1.2 Hasil & Analisis Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dr. Suparmi, M.Si selaku dosen pengajar mata kuliah Psikologi Perkembangan dan Psikologi Kesehatan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah dilakukan wawancara online melalui google meet pada hari Jumat, tanggal 16 April 2021, pukul 13.00-14.00 WIB, maka berikut adalah analisis dari hasil wawancara :

#### a. Psikologi perkembangan remaja akhir

Jangkauan usianya antara 17 – 19 tahun dan umumnya masih berstatus pelajar SMA sampai mahasiswa semester 2. Sosial pada masa remaja akhir lebih banyak dengan teman sebaya, sekolah atau yang berkaitan dengan akademik dan sosial dengan jenis kelamin yang berbeda. Psikologi sosial emosionalnya, pada masa remaja akhir ini mulai belajar kemandirian emosi, seperti belajar mengatasi masalahnya sendiri, belajar bertanggung jawab dengan kepatuhan terhadap etika norma sosial, menyiapkan berbagai macam keterampilan untuk kehidupan di masa dewasa. Pada masa ini yang paling terpenting adalah tugas perkembangan dari proses persiapan untuk kehidupan di masa dewasa, seperti pemilihan pasangan, belajar tentang kedewasaan, sekolah atau yang berkaitan dengan akademik, mulai menyiapkan *vocational* atau kejuruan yang berkaitan dengan pekerjaan. Permasalahan yang terjadi pada masa remaja akhir biasanya berkaitan dengan relasi antara orang tua-anak dan relasi dengan teman sebayanya.

#### b. Psikologi perkembangan dewasa awal

Jangkauan usianya lebih panjang daripada remaja akhir yaitu antara 20-30 tahun dan ada dua status pada masa ini yaitu sebagian pelajar / mahasiswa yang berusia sampai 24 tahun, lalu sebagian lagi sudah bekerja mulai dari umur 24 tahun ke atas. Pada masa dewasa awal, diharapkan memiliki tanggung jawab sosial, karena pengawasan orang tua sudah mulai berkurang. Sosial pada masa ini sudah mulai berkurang daripada masa remaja akhir, seperti sebagian memilih pasangan dan sebagian lagi sudah menikah, tetapi untuk yang masih kuliah mempunyai kesempatan untuk relasi sosial dengan teman sebayanya. Masa dewasa awal sering juga disebut dengan isolasi sosial, karena kesempatan untuk bertemu dengan orang lain sudah sulit apalagi untuk dewasa awal yang sudah bekerja dan harus menyelesaikan

pekerjaannya sampai larut malam. Pada dewasa awal juga mulai ada perubahan-perubahan hobi / minat yang dulu biasa dilakukan sekarang sudah mulai berkurang, contohnya seperti aktifitas membaca novel pada masa remaja sudah mulai berkurang pada saat dewasa awal karena harus menyelesaikan tugas kuliah ataupun pekerjaan sehingga tidak waktu lagi untuk membaca novel. Kesehatan fisiknya pada dewasa awal usia 20-29 tahun masih tergolong optimal belum mengalami banyak keluhan fisik, tetapi jika sudah memasuki usia 30 tahun ke atas mulai muncul keluhan fisik. Permasalahan yang terjadi pada masa dewasa awal biasanya berkaitan dengan akademik, pekerjaan, dan keluarga.

**c. Peran orang tua dalam perkembangan psikologi dari remaja akhir menuju dewasa awal**

Pada masa remaja akhir, peran orang tua masih berpengaruh karena secara ekonomi masih ditanggung oleh orang tua, maka segala pengambilan keputusan pun orang tua masih ikut terlibat. Pada masa dewasa awal, peran orang tua relatif sudah berkurang karena tanggung jawabnya sudah menjadi tanggung jawab individu. Dewasa awal sudah bisa mengambil keputusannya sendiri, jadi peran orang tua hanya sekedar untuk memberinya saja. Tetapi ada beberapa dewasa awal yang masih ketergantungan pada orang tua dalam semua kegiatannya, maka itu berarti siklus sosial dewasa awal tersebut tidak berkembang seperti yang seharusnya.

**d. Perubahan kebiasaan dampak dari pandemi Covid-19 menurut pendapat Bu Suparmi**

Perubahannya hampir semua kegiatan dilakukan secara daring (dalam jaringan), sementara itu kegiatan yang dilakukan di rumah seperti tidak kenal waktu karena kegiatan yang dilakukan waktunya bisa saja berubah-ubah seperti rapat yang biasanya hanya dilakukan pada saat jam kerja, selama daring ini bisa dilakukan pada malam hari. Perubahan kebiasaan selanjutnya adalah pola makan yang semakin meningkat dan kurang teratur karena berada di rumah saja membuat seseorang cepat merasa lapar tetapi ada beberapa kasus jika seseorang sudah terlalu fokus mengerjakan tugas kuliah maupun kantor terkadang lupa dengan ritme tubuhnya apalagi saat mengerjakan secara mandiri berbeda saat mengerjakan tugas bersama teman di kantor maupun saat di kampus, karena ada faktor pengaruh dari teman yang pada saat itu merasakan lapar dan turut mengajak untuk ikut makan bersama. Jadi

seseorang yang memiliki pola kebiasaan makan yang kurang teratur dan terjaga karena kesibukannya, tidak tersedia makanan di rumah yang membuat seseorang menunda makan atau bisa juga membuat seseorang malas untuk masak sehingga membeli makanan cepat saji melalui layanan pesan antar. Perubahan kebiasaan selanjutnya adalah begadang, ada beberapa pekerjaan yang memaksa untuk bekerja tengah malam, terutama dengan pekerjaan yang memiliki *deadline* atau tenggat waktu tertentu. Seseorang yang begadang dan sudah menjadi kebiasaan, harus mengingat ritme untuk beristirahat, seperti pada usia remaja akhir menuju dewasa awal jam tidurnya sekitar 6-8 jam. Permasalahan yang sering terjadi akibat perubahan tersebut adalah banyak keluhan fisik yang dirasakan seperti saat mata melihat layar menjadi lebih mudah capek dan berat badan juga semakin meningkat.

**e. Faktor yang mempengaruhi seseorang memiliki kebiasaan yang kurang baik di rumah**

- Faktor internal

Peran orang tua yang kurang memberikan contoh yang baik tentang kedisiplinan dan konsistensi waktu pada saat usia anak-anak sehingga setelah menginjak usia remaja akhir dan menuju pada proses dewasa awal perilaku kebiasaan sudah terbentuk. Jadi bisa saja jika orang tua punya kebiasaan yang kurang baik dan menjadi contoh yang kurang baik, seorang anak memiliki kebiasaan yang kurang baik juga dalam beberapa hal.

- Faktor eksternal

Pengaruh dari teman sebaya saat masih menempuh pendidikan karena bergaul dengan teman yang tidak tepat dan memiliki kebiasaan yang kurang baik. Pada usia remaja, terdapat rasa ingin terlihat setara dengan teman sebayanya, seperti contoh saat teman mengajak untuk bermain game online pada malam hari, ada pengaruh jika tidak bermain game tersebut akan terlihat tidak keren, kurang update, dan tidak setara. Maka remaja akan terpengaruh untuk bermain game online pada malam hari dan terjadi hampir di setiap malam sehingga menjadi kebiasaan dikehidupannya.

### **3.1.3 Hasil & Analisis Kuesioner**

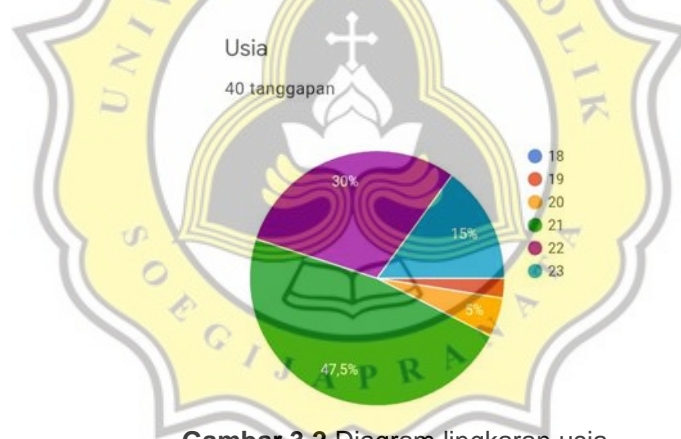
Dalam membuat perancangan ini, penulis telah melakukan riset dalam bentuk angket kuesioner dan telah di bagikan kepada 40 responden yang 90% atau 38 dari 40 orang berdomisili di Kota Semarang. Target yang akan dituju laki-laki dan

perempuan yang berusia 18-23 tahun dari semua golongan SES. Tujuan dari angket kuesioner ini adalah mencari informasi yang terkait dengan kebiasaan tidur, kebiasaan makan, kepedulian terhadap kesehatan, serta gaya desain yang mereka sukai. Maka dari itu berikut adalah analisis hasil kuesioner :

- Berdasarkan data kuesioner jenis kelamin responden di dominasi oleh gender perempuan sebanyak 52,5% atau sebanyak 21 dari 40 orang dan sisanya adalah laki-laki.



**Gambar 3.1** Diagram lingkaran jenis kelamin  
Sumber : dokumen pribadi

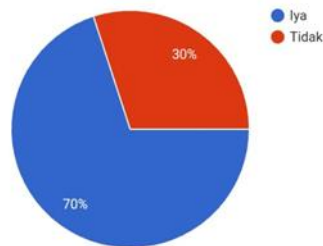


**Gambar 3.2** Diagram lingkaran usia  
Sumber : dokumen pribadi

- Dari 40 responden, sebanyak 70% atau 28 dari 40 orang merasa mengalami perubahan pola tidur & jam makan.



Apakah semenjak masa pandemi covid-19 ini, anda merasa ada perubahan pola tidur & jam makan?  
40 tanggapan



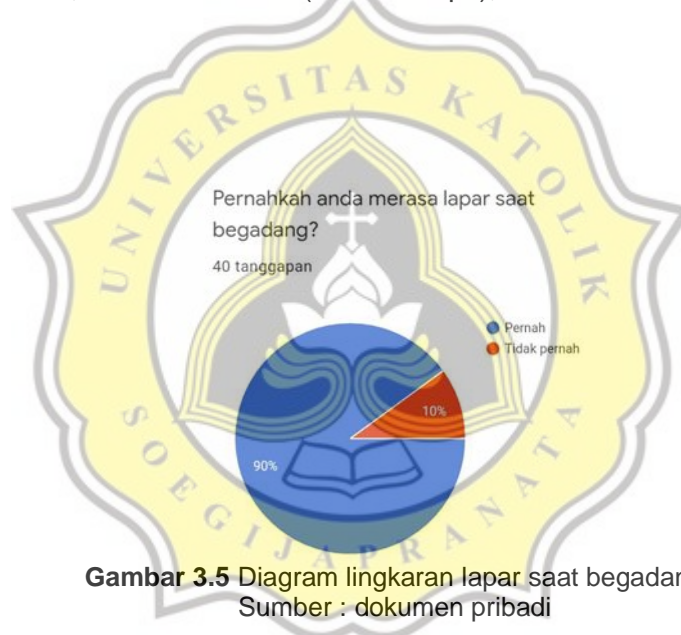
**Gambar 3.3** Diagram lingkaran perubahan pola kebiasaan  
Sumber : dokumen pribadi

- Menurut hasil kuesioner dari 40 responden, jam tidur malam paling banyak diterapkan dalam kebiasaan remaja adalah jam 12 malam dan jam bangun tidur paling banyak di terapkan dalam kebiasaan remaja adalah jam 6 karena pada usia 18-23 tahun banyak kegiatan mereka yang di mulai pada pagi hari dan mengharuskan mereka untuk bangun lebih awal. Jika di lihat dari data 40 responden, terlihat masih kurangnya jam tidur yang normal bagi para remaja, karena mereka hanya tidur selama 6 jam padahal tubuh remaja membutuhkan waktu tidur minimal 7 jam untuk mengembalikan stamina tubuh. Akibat pola tidur yang kurang teratur menyebabkan perubahan jam makan dan menjadi kebiasaan pola makan yang kurang teratur. Menurut data hasil kuesioner sebagian besar responden tidak melakukan sarapan pagi dan mengalihkan sarapan pagi pada jam makan siang. Kemudian untuk jam makan siang yang paling banyak diterapkan di kehidupan sehari-hari adalah jam 12 siang – jam 1 siang dan untuk makan malam pada jam 6 malam – 7 malam.
- Sebanyak 92,5% atau 37 dari 40 orang pernah begadang selama masa pandemi dengan tingkat keseringan 32,5% atau 13 orang 1-3 kali / seminggu, 27,5% atau 11 orang 4-6 kali / seminggu dan 40% atau 16 orang begadang setiap harinya dengan alasan lembur mengerjakan tugas kuliah / kantor dan atau hanya bermain gadget.



**Gambar 3.4** Diagram lingkaran tingkat keseringan begadang  
Sumber : dokumen pribadi

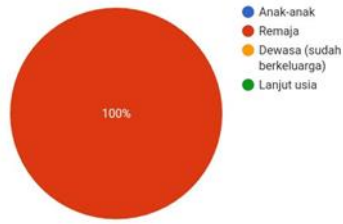
- Sebanyak 90% atau 36 dari 40 orang merasa lapar saat begadang dan makanan / minuman yang paling sering & banyak di konsumsi adalah mi instant, minuman manis ( susu & kopi ), dan roti / snack.



**Gambar 3.5** Diagram lingkaran lapar saat begadang  
Sumber : dokumen pribadi

- Sebanyak 40 responden 100% berpendapat bahwa remaja yang paling banyak memiliki kebiasaan begadang dan kurang memperhatikan pola makan dengan alasan sulit untuk mengontrol diri untuk mengikuti anjuran waktu tidur & makan yang sesuai, banyak kegiatan yang ingin dilakukan di luar jam kuliah / kerja seperti menonton film, bermain game, bersosial media dan berkomunikasi melalui online chatting. Para remaja juga merasa bahwa badan mereka masih mampu dan kuat untuk melakukan kegiatan sampai larut malam dan belum memikirkan kesehatan mereka jangka panjang ke depan.

Kategori manakah yang menurut anda paling banyak memiliki kebiasaan begadang dan kurang memperhatikan pola makan?  
40 tanggapan



**Gambar 3.6** Diagram lingkaran kategori  
Sumber : dokumen pribadi

- Pada angket kuesioner di beri 3 alternatif media yang sekiranya efektif untuk perancangan media komunikasi visual ini dan 95% atau 38 dari 40 orang memilih media sosial lalu sisanya memilih media cetak dan elektronik.

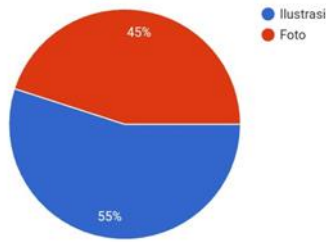


**Gambar 3.7** Diagram lingkaran media  
Sumber : dokumen pribadi

- Gaya desain yang di sukai oleh 40 responden pada sebuah media komunikasi adalah ilustrasi dengan jenis font sans serif dan warna pastel.

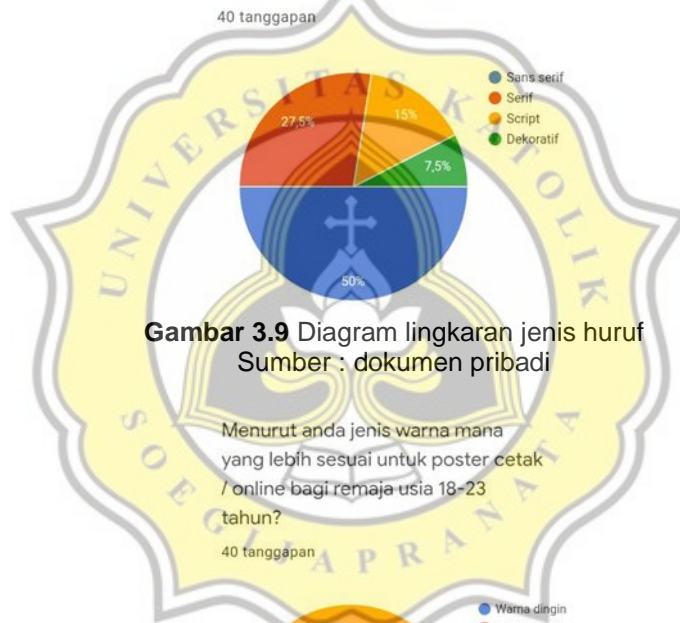


Menurut anda gambar mana yang lebih sesuai untuk poster cetak / online bagi remaja usia 18-23 tahun?  
40 tanggapan



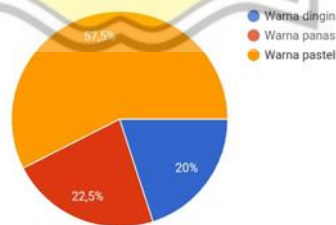
**Gambar 3.8** Diagram lingkaran gaya desain  
Sumber : dokumen pribadi

Menurut anda jenis huruf mana yang lebih sesuai untuk poster cetak / online bagi remaja usia 18-23 tahun?  
40 tanggapan



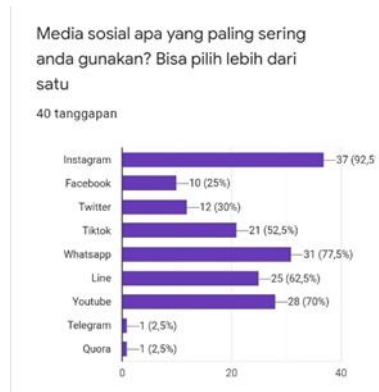
**Gambar 3.9** Diagram lingkaran jenis huruf  
Sumber : dokumen pribadi

Menurut anda jenis warna mana yang lebih sesuai untuk poster cetak / online bagi remaja usia 18-23 tahun?  
40 tanggapan



**Gambar 3.10** Diagram lingkaran warna  
Sumber : dokumen pribadi

- Berdasarkan hasil angket kuesioner sebanyak 40 responden memiliki akun sosial media dan paling sering digunakan adalah instagram dan WhatsApp.



**Gambar 3.11** Diagram lingkaran media sosial  
Sumber : dokumen pribadi

### 3.1.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan kependekan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Definisi analisis SWOT adalah sebuah perencanaan strategi yang memberikan cara sederhana untuk memunculkan cara yang terbaik untuk sebuah perancangan. Menurut Fajar Nur,aini, 2016 dalam bukunya yang berjudul Teknik Analisis SWOT menjelaskan bahwa hasil dari analisis SWOT ini memudahkan untuk menentukan apa saja yang bisa dicapai dan apa saja yang perlu diperhatikan dalam sebuah perancangan.

#### a. Strengths (kekuatan)

- Media utama yang dipakai adalah media online dan anggaran yang dikeluarkan jauh lebih hemat daripada menggunakan media offline.
- Media komunikasi visual yang di buat mudah untuk diakses siapapun.
- Memberikan informasi untuk meningkatkan kebiasaan baik di rumah melalui media online.

#### b. Weaknesses (kelemahan)

- Karena masih dalam masa pandemi covid-19, membuat keterbatasan jarak dan media yang dipakai untuk lebih menjangkau target yang dituju.

#### c. Opportunities (peluang)

- Dapat memperluas jangkauan target sasaran berdasarkan wilayah, usia, dan kesukaan.
- Remaja sekarang lebih sering menggunakan ponsel pintar yang sudah dilengkapi dengan fitur dan aplikasi yang masa kini.

#### d. Threats (ancaman)

- Sebagian remaja merasa mengetahui dampak dari kebiasaan tidur dan

makan yang kurang teratur tetapi mereka tetap memiliki kebiasaan tersebut dan kurang perhatian terhadap kesehatannya.

### **3.1.5 USP (Unique Selling Proposition)**

USP (Unique Selling Proposition) adalah keunikan, keistimewaan, dan keunggulan sebuah produk atau obyek yang berbeda dengan kompetitor lainnya sehingga dapat menjadi nilai jual tersendiri. USP dalam perancangan ini adalah mudah di akses kapanpun dan di mana pun.

## **3.2 Khalayak Sasaran**

### **3.2.1 Geografis**

- Wilayah : Kota Semarang dengan jumlah penduduk keseluruhan adalah 1.685.909 jiwa dan untuk jumlah penduduk yang berusia antara 15-24 tahun adalah 253.518 jiwa. (Sumber : Data Kependudukan Kota Semarang / <https://gis.dukcapil.kemendagri.go.id/peta/>).

Target sasaran dalam perancangan ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Semarang karena masyarakat di Kota Semarang sebagian besar adalah usia produktif yang rentan memiliki kebiasaan begadang dan perubahan pola makan dibandingkan dengan usia lainnya. Harapannya perancangan ini dapat terlaksana di Kota Semarang dan dapat tersebarluaskan sampai ke luar Kota Semarang.

### **3.2.2 Demografis**

- Jenis Kelamin : Laki-laki & perempuan.
- Usia : 18-23 tahun.
- Target utamanya berstatus mahasiswa dan target lainnya berstatus pekerja (karyawan).
- Status ekonomi : SES B-C

### **3.2.3 Psikografis**

Target sasaran pada usia produktif awal memiliki kegiatan yang cukup padat, kurang menjaga pola makan selama berkegiatan di rumah saja, pola tidur yang berubah akibat kebiasaan begadang, sering menggunakan gadget di kegiatan sehari-harinya.

## **3.3 Metodologi Perancangan**

Perancangan media komunikasi visual ini dirancang melalui tiga tahapan yang dijabarkan sebagai berikut :

- Konsep kampanye : berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu menambah kesadaran remaja tentang kebiasaan baik bagi kesehatan mereka.
- Konsep media : berhubungan dengan pemilihan media yang dipakai dalam perancangan kampanye ini.
- Konsep kreatif : ide utama yang menjadi awalan perancangan media komunikasi visual.

### 3.4 Strategi Komunikasi

#### 3.4.1 Creative Brief

Perancangan media komunikasi visual ini menggunakan strategi komunikasi 5W (What, When, Who, Where, Why) + 1H (How) dan dijabarkan sebagai berikut:

- What : merancang media komunikasi visual yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai dampak kebiasaan baik selama berkegiatan di rumah untuk mendukung kesehatan masyarakat di masa pandemi Covid-19.
- When : hasil perancangan yang dibuat akan diselenggarakan selama 1 bulan.
- Who : perancangan komunikasi visual ini ditujukan kepada target utamanya adalah remaja berusia 18-23 tahun di Kota Semarang.
- Where : hasil perancangan ini akan di tempatkan pada media online.
- Why : perancangan komunikasi visual ini dirancang karena di lihat dari latar belakang masalah banyak kasus remaja yang memiliki pola kebiasaan tidur & makan yang kurang terjaga yang bisa berdampak pada kesehatannya di suatu hari nanti.
- How : perancangan komunikasi visual ini nantinya secara menyeluruh akan memberikan informasi mengenai kebiasaan kurang baik yang berdampak pada kesehatan, faktor-faktor penyebab, cara memperbaiki kebiasaan kurang baik menjadi kebiasaan baik, serta apa saja yang harus dihindari untuk mengurangi kebiasaan kurang baik dan terakhir akan dicantumkan manfaat dari memiliki kebiasaan pola tidur & makan yang teratur.

Strategi kreatif dari perancangan media komunikasi visual ini berisi tentang informasi dampak dari kebiasaan kurang baik bagi kesehatan tubuh, informasi tentang kegiatan apa saja yang dapat membantu untuk meningkatkan kebiasaan baik, dan informasi seputar kesehatan yang dikemas menggunakan ilustrasi sebagai bahasa visual yang utama dalam perancangan ini dan dilengkapi dengan

informasi berupa kalimat penjelas.

### **3.4.2 Strategi Penyampaian Pesan**

Perancangan media komunikasi visual ini memerlukan strategi penyampaian pesan yang sesuai, maka strategi yang akan dilakukan sebagai berikut :

- Tahapan attention & interest

Memasang poster online pada media instagram ads, yang bisa diatur usia, minat dan wilayah target yang akan dijangkau supaya target yang dituju tepat sasaran. Di dalam poster tersebut akan berisi judul perancangan, informasi mengenai event online tentang kebiasaan baik bagi kesehatan remaja, dan informasi akun media sosial beserta kontak yang bisa dihubungi.

- Tahapan search

Pada saat target yang dijangkau mulai tertarik maka target bisa klik tulisan “Kunjungi Profil” yang berada di bagian bawah poster, dan akan diarahkan pada akun media sosial event online. Target juga bisa mencari tahu informasi mengenai event online (pameran virtual & webinar kesehatan) dan konten postingan lainnya dengan menggunakan hastag.

- Tahapan action

Pada saat mendekati hari H, maka akan diberikan link yang akan diposting di akun media sosial bersamaan dengan poster online. Setelah itu target bisa mengakses link tersebut pada hari yang sudah di jadwalkan dan bisa melihat, mendapatkan informasi serta pengalaman menarik terkait dengan event online tersebut.

- Tahapan share

Setiap orang yang telah mengunjungi event online berhak untuk membagikan link event online melalui media online apapun ataupun bisa juga dengan tag minimal 5 orang teman dan memberikan sedikit kesan yang mereka rasakan setelah mengunjungi event online tersebut. Bagi 7 pengunjung virtual yang beruntung akan mendapatkan merchandise dan akan dihubungkan melalui DM Instagram untuk pengiriman merchandise dan kontak lebih lanjut.

### **3.4.3 Tema Perancangan**

Tema yang di ambil dalam membuat perancangan ini adalah pola kebiasaan baik bagi kesehatan.

### **3.4.4 Judul Perancangan**



Judul yang di angkat dalam perancangan ini adalah “Kebiasaanmu adalah Cerminan Kesehatanmu”.

### 3.4.5 Tabel Media

No.	Strategi	Media	Timeline
1.	Attention & interest	Poster instagram ads yang berisi informasi acara event online.	30 hari 1-31 Juli 2021
3.	Search	Akun media sosial yang berisi postingan tentang konten kesehatan dan kebiasaan. Bisa di cari menggunakan hastag juga.	30 hari 1-31 Juli 2021
4.	Action	Event online yang berisi poster digital, brosur infografis dan juga webinar	7 hari 25-31 Juli 2021
5.	Share	Akun media sosial dengan cara tag minimal 5 orang teman dan memberikan sedikit kesan & pesan setelah melihat event online. Bagi 7 orang pengunjung virtual yang beruntung akan mendapatkan merchandise dan akan di kontak lebih lanjut melalui DM Instagram / Whatsapp.	7 hari 25-31 Juli 2021

**Tabel 3.1** Media  
Sumber : dokumen pribadi

### 3.5 Strategi Media Komunikasi

- Media utama : TTL (Through The Line)

*Event online* yang berisi poster digital dan brosur infografis. Pemilihan media utama tersebut dengan berbagai alasan yaitu masih dalam masa pandemi sehingga jika mengadakan event offline kurang efektif, target yang dituju juga lebih menggunakan gadget yang hampir semua kegiatannya dilakukan secara online. Pemilihan media Event Online juga bertujuan agar target memiliki pengalaman baru dalam mengunjungi dan melihat pameran serta tidak terkesan mainstream seperti jika hanya di publikasikan pada aplikasi sosial media saja. Memang sedikit berbeda fungsinya dari aplikasi media sosial, *Event Online* ini di buat hanya untuk

menyelenggarakan kampanye secara digital. *Event online* ini juga memiliki kelebihan dalam menjangkau lebih banyak target secara luas dan menggunakan aplikasi *artsteps* supaya target tidak perlu untuk pergi ke luar rumah untuk mengunjungi event ini dan dapat dilihat tanpa batas waktu.

- Media pendukung : TTL (Through The Line) & BTL (Below The Line)

Instagram ads, media online / sosial, dan merchandise berupa kaos, botol minum dan stiker logo.

Perancangan ini dapat menarik perhatian target dengan cara membuat layout feed instagram secara menyambung supaya target yang melihat memiliki rasa penasaran untuk membuka setiap kontennya. Warna yang diambil adalah warna-warna pastel seperti biru pastel, kuning pastel, dan hijau pastel yang jika disatukan akan memberikan kesan menarik, cerah, dan ketenangan.

### 3.5.1 Konten Pada Media

Dalam media perancangan ini akan berisikan konten-konten tentang kebiasaan baik sebagai dukungan bagi kesehatan remaja di masa pandemi covid-19 ini. Konten-konten tersebut antara lain :

- Media instagram

Berisikan konten informasi tentang event online yang akan diadakan, dampak negatif dari kebiasaan kurang baik bagi kesehatan, informasi tentang aktivitas apa saja yang dapat dilakukan untuk mengurangi kebiasaan kurang baik dan meningkatkan kebiasaan baik

- Media event online

Berisikan konten informatif pada pameran booth poster seperti dampak dari kebiasaan buruk, manfaat memiliki kebiasaan baik, kegiatan yang bisa mendukung kebiasaan baik, menu makanan dengan gaya hidup sehat, serta tips memiliki kebiasaan baik, booth brosur infografis, booth pameran merchandise.

Contoh gambaran desain komparasi event online menggunakan aplikasi *artsteps* :



**Gambar 3.12** Gambaran desain

Sumber : <https://dkv.itera.ac.id/pameran-virtual-mahasiswa-prodi-dkv-itera/> diakses hari Kamis pada tanggal 06 Mei 2021

### 3.6 Perencanaan Biaya

No.	Keterangan	Jumlah barang	Timeline	Harga
1.	Poster instagram ads	2	30 hari	Rp 3.000.000
2.	Kaos	7 pcs	7 hari	Rp 350.000
3.	Botol minum	7 pcs	7 hari	Rp 210.000
4.	Cetak stiker logo	1 lembar	7 hari	Rp 10.000
5.	Tote bag	7 pcs	7 hari	Rp 70.000
6.	Masker kain	7 pcs	7 hari	Rp 35.000
7.	Tempat souvenir	7 buah	7 hari	Rp 50.000
8.	Jasa pengiriman	7 pak	7 hari	Rp 105.000
9.	Kuota internet	1	30 hari	Rp 150.000
			Total	Rp 3.980.000

**Tabel 3.2.** Perencanaan Biaya

Sumber : Dokumentasi pribadi