

## BAB III

### STRATEGI KOMUNIKASI

#### 3.1 Analisa Target Sasaran

##### 3.1.1 Analisa Data

###### a. Angket

Penyebaran angket dilakukan pada bulan Februari 2021 ke group komunitas pecinta hewan Semarang dan ke beberapa teman atau kerabat yang memiliki hewan peliharaan dan menyukai hewan peliharaan dimana target sasaran masih melingkupi usia 21 –2 6 tahun.

Apakah kamu memiliki hewan peliharaan anjing / kucing?

129 responses

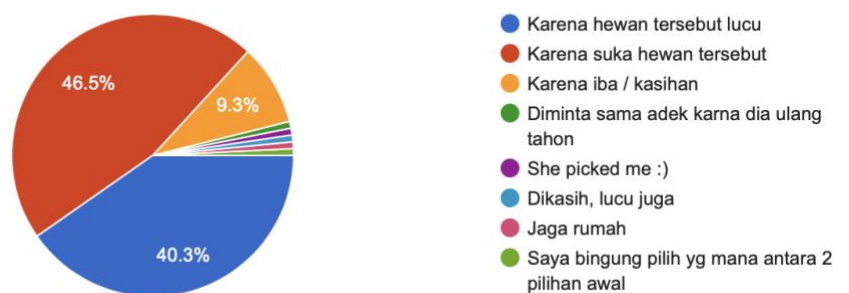


Gambar 3. 1 Hasil Angket Memiliki Hewan Peliharaan  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Dari angket yang telah disebar oleh penulis kepada 129 orang responden, ditemukan sebanyak 100% responden memiliki hewan peliharaan.

Apa alasan kamu memelihara hewan peliharaan tersebut?

129 responses



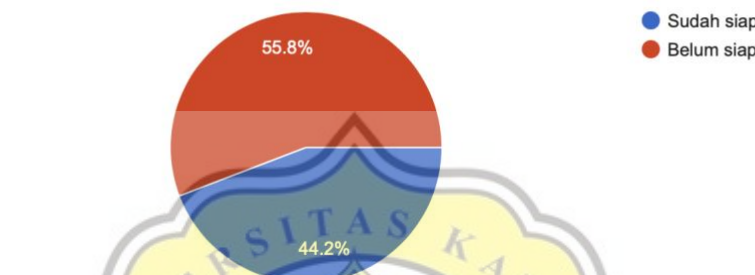
Gambar 3. 2 Hasil Angket Alasan Memelihara Hewan Peliharaan

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Di pertanyaan kedua dari angket yang sudah disebar, didapati sebanyak 46.5% dari 129 orang responden beralasan memelihara hewan peliharaan karena hewan tersebut lucu.

Sebelum memelihara hewan apakah sudah siap secara mental? (memberikan perhatian, kasih sayang, mengajak jalan - jalan, potty training, mengajak bermain, membersihkan litter box)

129 responses

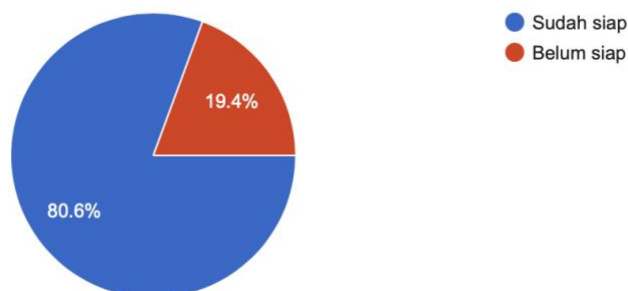


Gambar 3. 3 Hasil Angket Kesiapan Secara Mental (Sumber: Dokumen Pribadi)

Dari pertanyaan tersebut didapati sebanyak 55,8% dari 129 responden menyatakan belum siap secara mental ketika memelihara hewan peliharaan.

Sebelum memelihara hewan apakah kamu sudah siap secara finansial? (membeli makan, membeli vitamin, vaksin, steril, memeriksakan ke klinik ketika sakit)

129 responses



Gambar 3. 4 Hasil Angket Kesiapan Secara Mental (Sumber: Dokumen Pribadi)

Sebanyak 80,6% dari 129 responden menyatakan sudah siap secara finansial ketika memelihara hewan yang artinya responden berasal dari kalangan SES A – B

#### **b. Wawancara Online**

Penulis juga melakukan wawancara secara offline dan online melalui aplikasi *Whatsapp*. Wawancara online dilakukan bersama salah satu ketua Komunitas Pecinta Kucing Semarang, Dwi Apriyanti Rahayu dan Anata Lee salah satu founder @pawfriends.smg (Instagram) dan Drh. Agus Sumarno pemilik klinik hewan Vandro Pet House and Care.

Hasil yang didapati dari wawancara tersebut berupa kriteria yang penting untuk dimiliki calon pet owner adalah komitmen dan mengerti cara merawat yang benar, seperti mensterilkan hewan peliharaan untuk mencegah overpopulasi dan penyakit genital karena tidak dikawinkan Kemudian melakukan vaksin secara rutin kepada hewan peliharaan di dokter hewan untuk mencegah hewan peliharaan terkena penyakit mematikan, pengetahuan mengenai makanan yang tidak boleh dikonsumsi kucing juga penting, seperti coklat, nasi putih (jika terlalu banyak, karena pada dasarnya kucing adalah hewan karnivora). Selain itu, kemampuan finansial juga sangat berpengaruh, karena beberapa ras kucing harus *digrooming* karena memiliki bulu yang panjang dan mencegah bulunya menjadi gembal dan dapat mengganggu kesehatan serta kebersihan hewan peliharaan.

Selain bersama Ibu Dwi Apriyanti Rahayu, peneliti juga mewawancarai Ananta Lee selaku salah satu ketua Pawfriends.smg yaitu rescuer binatang Semarang dan sekitarnya menuturkan setiap bulannya terdapat 10 kasus berat dan 20 kasus ringan rescue yang biasanya disebabkan oleh abuse namun hewan tersebut sudah terlantar di jalanan dan kemudian di abuse oleh orang lain, kondisi hewan yang direscue rata – rata sudah dalam keadaan cacat ada yang kepala sudah tersiram air panas, kaki dipukul dengan benda keras sehingga patah dan kasus yang baru adalah tumor diseluruh tubuh karena pemiliknya tidak peduli dengan hewan tersebut. Kemudian saudara Ananta Lee juga menuturkan pentingnya kesadaran tujuan dalam memelihara hewan karena merawat hewan peliharaan tanggung jawabnya sama besar seperti memiliki bayi manusia, dan banyak sekali kasus keluarga yang memiliki anak kecil yang

menginginkan *puppy* atau *kitten* kemudian setelah melewati masa – masa lucu hewan peliharaan, hewan peliharaan semakin besar sudah tidak lucu lagi kemudian hewan peliharaan tersebut dibuang. Wawancara bersama Drh. Agus Sumarno dilakukan secara offline di klinik Vandro Pet House and Care, dari hasil wawancara tersebut beliau mengatakan vaksin secara rutin dan melakukan steril sangatlah penting untuk menghindari hewan peliharaan tertular penyakit dan menghindari adanya over populasi. Dengan ini peneliti menganggap topik mengenai kesiapan calon pet owner perlu dibahas karena banyaknya kasus hewan peliharaan terlantar

c. Studi Pustaka

Studi pustaka bersumber dari beberapa jurnal, artikel, perancangan skripsi, berita dan buku. Hasil yang didapatkan bertujuan sebagai teori yang mampu diterapkan pada perancangan ini.

### 3.1.2 Analisa SWOT

d. Kekuatan ( *Strength* )

Perancangan ini memiliki tujuan menginformasikan kepada target sasaran mengenai pentingnya persiapan diri calon pet owner sebagai pengingat akan kemampuan calon pet owner dalam menangani dan memelihara hewan peliharaan.

Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah dibagikan, penyampaian informasi secara visual sangat lebih mudah dalam menarik perhatian target sasaran dibandingkan penyampaian informasi secara lisan dalam waktu yang lama. Karena target sasaran adalah orang yang sibuk dengan pekerjaannya dan sangat menghargai waktu.

e. Kelemahan ( *Weakness* )

Penelitian ini tidak akan terlihat menarik bagi orang – orang yang tidak ingin memelihara hewan peliharaan.

f. Kesempatan ( *Opportunity* )

Perancangan komunikasi visual ini mampu mengingatkan kesadaran target akan kemampuan diri dalam memelihara hewan peliharaan melalui media

visual seperti buku digital sebagai penyampaian yang mampu menarik perhatian target sasaran lebih baik dibandingkan penyampaian secara verbal saja. Pembuatan buku digital memiliki tingkat kerumitan pembuatan karakter yang lebih mudah dibandingkan 3D.

g. Ancaman ( *Threat* )

Buku digital dirasa kurang menarik jika dibandingkan dengan video animasi 2D atau 3D karena bentuknya yang lebih terlihat nyata dan adanya kesan volume dari setiap karakter atau benda yang akan muncul di video animasi tersebut.

h. Tone and Manner

Perancangan menggunakan bahasa Indonesia dengan penyampaian secara langsung tanpa adanya pesan – pesan tersirat yang akan membuat target kebingungan. Menurut hasil data kuisisioner yang telah dibagikan kepada target sasaran, target sasaran cenderung memilih warna – warna cerah.

i. Kesimpulan

Buku digital dirasa tepat untuk digunakan sebagai media perancangan komunikasi visual ini karena dengan berbagai informasi yang ingin disampaikan kepada target, buku digital dirasa dapat menampung seluruh informasi yang ada dan lebih menghemat biaya serta dapat diakses kapan saja oleh target sasaran.

## 3.2 Sasaran Khalayak

### 3.2.1 Demografis

Target: pria dan wanita berusia 21 – 26 tahun, sedang menempuh pendidikan di perkuliahan maupun sedang bekerja, SES A – B.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tanya T. Nguyen, Ellen E. Lee, Rebecca E. Dalsy, Tsung-Chin Wu, Yi Tang, Xin Tu, Ryan Van Patten, Dilip V. Jeste dan Barton W. Palmer dengan “Predictors of Loneliness by Age Decade” pada 10 November di dalam sciencedaily.com, hasil penetian menyimpulkan bahwa mereka yang berusia 20-an merasa paling kesepian dibanding mereka yang berusia 40-an dan 60-an. Memelihara hewan dapat mengurangi kesepian karena hewan

peliharaan adalah teman yang baik saat merasa kesepian, hewan peliharaan dapat memberikan rasa aman kepada pemiliknya. Dengan data di atas akan ada kemungkinan target akan memelihara hewan di waktu merasa kesepian namun jika tidak didukung dengan kesadaran kemampuan diri, hal ini justru akan menjadi masalah baru yaitu resiko penelantaran hewan peliharaan.

### 3.2.2 Psikografis

Target: pria dan wanita berusia 21 – 26 tahun, senang melihat hewan peliharaan yang lucu, pengguna aktif media sosial, paham akan teknologi, mendapatkan akses internet.

### 3.2.3 Geografis

Target berada di jenjang pendidikan perkuliahan hingga sedang bekerja di daerah kota Semarang.

## 3.3 Strategi Komunikasi

### a. What

Kampanye sosial berjudul “Heartful Choice” untuk mempersiapkan calon pet owner sebelum memelihara hewan peliharaan.

### b. Who

Masyarakat yang ingin memelihara hewan peliharaan khususnya kucing dan anjing, khususnya pria dan wanita berusia 21 – 26 tahun.

### c. When

Perancangan komunikasi ini dapat diakses kapan saja oleh target sasaran.

### d. Where

Perancangan komunikasi ini akan disebar ke komunitas pecinta hewan dan ke akun Instagram salah satu shelter di Semarang dan juga melalui influencer yang memang aktif bergerak di bidang rescue dan shelter.

### e. Why

Perancangan komunikasi visual ini dilakukan untuk mempersiapkan calon pet owner sebelum memutuskan untuk memelihara hewan peliharaan dan untuk memberikan kesadaran diri pada target sasaran dalam merawat dan berkomitmen menyayangi hewan peliharaan. Banyak hewan yang ditelantarkan karena pemiliknya sudah tidak sanggup merawat hewan peliharaan tersebut,

f. How

Perancangan ini akan dibuat dalam bentuk buku digital sebagai media penyampaian pesan. Buku digital ini akan disebar ke komunitas pecinta hewan, account shelter di sekitar Semarang dan disounding ke masyarakat melalui influencer dan dapat diakses kembali melalui link di instagram.

### 3.4 Strategi Media

#### 3.4.1 Objektif

Perancangan komunikasi visual ini memiliki prioritas sebagai penyampaian informasi kepada target sasaran mengenai pentingnya persiapan diri sebelum memelihara hewan peliharaan.

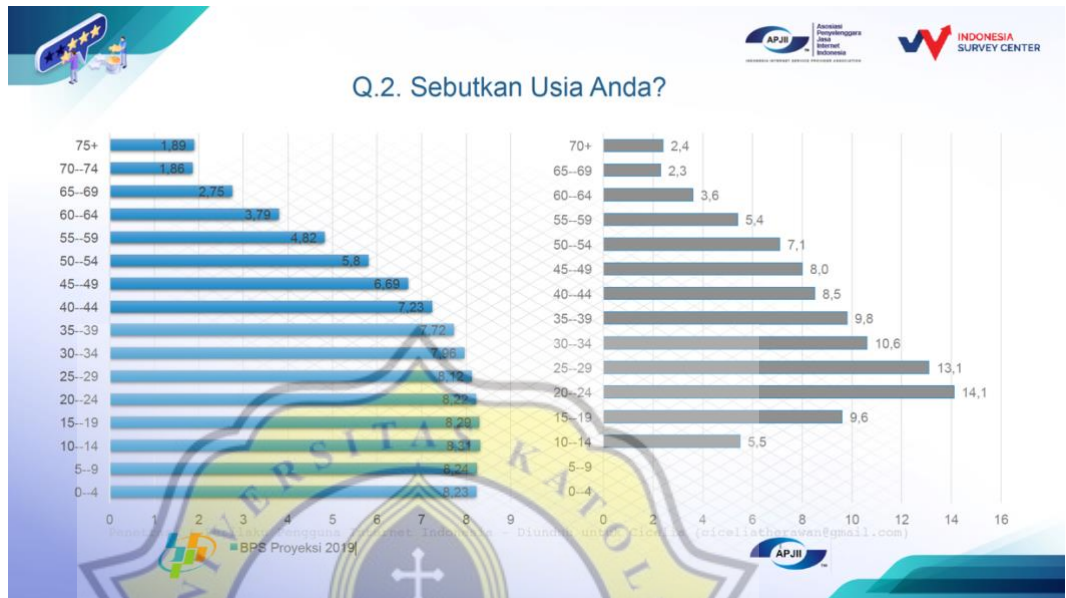
#### 3.4.2 Pendekatan Media

Pendekatan media visual yang akan digunakan adalah buku digital yang memberikan informasi mengenai anjing / kucing apa saja yang populer di setiap klasifikasinya, kemudian akan diberi juga panduan dalam merawat dan kriteria apa saja yang harus dipersiapkan dan dipenuhi calon pet owner sebelum memutuskan memelihara hewan peliharaan sehingga menjadi pengingat akan kesadaran kemampuan diri setiap calon pet owner dalam memelihara hewan peliharaan. Media yang akan digunakan dalam perancangan komunikasi ini antara lain:

a. Buku Digital

Media visual utama yang akan digunakan di dalam perancangan ini adalah berupa buku digital yang awalnya akan disounding bersama influencer melalui instagram, kemudian akan disebar pula ke account Instagram shelter dan rescuer hewan serta komunitas pecinta hewan. Buku digital dinilai lebih memungkinkan menyajikan informasi lebih banyak daripada video singkat.

Menurut data APJII di Laporan Survei Internet pada tahun 2019 – 2020 terdapat sebanyak 8,22% pria berusia 20 – 24 tahun dan 8,12% tahun berusia 25 – 29 mengakses internet, sebanyak 14,1% perempuan berusia 20 – 24 tahun dan 13,1% perempuan berusia 25 – 29 tahun.



Gambar 3. 5 Laporan Survei Internet  
 Sumber: [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id) Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020

### 3.5 Perancangan Biaya Kreatif

a. Influencer

± Rp 10.000.000,-

Untuk kebutuhan promosi

b. Pra Produksi : Rp 1.000.000,-

c. Produksi : Rp 1.500.000,-

d. Pasca Produksi : Rp 10.000.000,- (Influencer)

Total : Rp 12.500.000,-