

## BAB III STRATEGI KOMUNIKASI

### 3.1 Analisis SWOT

#### ➤ Strength

- Media visual membuat penyajian dan presentasi lebih menarik daripada tulisan pada umumnya.
- Informasi lebih mudah dicerna dan dimengerti dengan bantuan visualisasi berupa ilustrasi ataupun animasi.
- Dengan bentuk pengklasifikasian pada infografis, informasi lebih mudah dipilih untuk bagian tertentu karena lebih ringkas dan jelas.
- Bisa untuk semua kalangan masyarakat pada umumnya, tidak terbatas pada target khalayak saja.

#### ➤ Weakness

- Akan lebih sulit untuk disimpan karena media bisa rusak
- Jika dalam bentuk animasi, lebih sulit diakses masyarakat karena membutuhkan media elektronik tambahan
- Akan lebih cepat bosan dikarenakan visualisasi dalam bentuk statis dan monoton.

#### ➤ Opportunities

- Kesempatan untuk memberikan informasi spesifik yang biasanya susah didapat kecuali bertatap muka
- Lebih menarik minat pengguna karena berisi penuh warna dan ilustrasi
- Lebih strategis daripada media pemberi informasi pada umumnya.

#### ➤ Threat

- Cepat ketinggalan jaman karena media visual cepat sekali berevolusi
- Informasi yang diberikan bisa tergolong out-of-date karena tidak bisa mengikuti pengetahuan baru yang ada.
- Bisa terjadi banyak persaingan antar satu media visual dengan yang lainnya dalam hal desain dan ke-efektifitas-an.

### **3.2 Sasaran Khalayak**

Sasaran yang dituju adalah dewasa muda hingga dewasa dengan rentan umur 20-40 tahun yang menyukai / tertarik mencoba untuk memelihara burung.

Dalam proses selanjutnya, telah dilakukan survey dengan pembagian angket online yang dibagikan di grup facebook Komunitas Lovebird Semarang (KLS) dan Komunitas Cendet Semarang timur dan sekitarnya (KCS), dan berhasil mendapatkan sebanyak 68 responden. Dalam survey tersebut berfokus pada preferensi orang-orang dalam mendapatkan informasi perawatan. Kemudian dari hasil survey, didapatkan hasil bahwa sebagian besar orang penggemar burung mencari informasi lewat internet, tepatnya sebanyak 62 responden, dan juga lewat teman bicara sehoobi, yaitu 58 responden.

Dalam survey juga berisi pertanyaan tentang bentuk informasi yang dicari orang. Dari hasil yang didapatkan, sebagian besar orang lebih memilih untuk mendapatkan informasi secara singkat dan jelas, daripada panjang dan mendetail, yaitu sebanyak 43 responden. Kemudian juga diketahui bahwa sebagian besar orang lebih tertarik jika dalam informasi yang diberikan disatukan dengan gambar dan warna yang berwarna-warni daripada yang mayoritas berisi tulisan saja, sebanyak 53 responden memilih demikian.

Sesi pertanyaan berikutnya dari survey angket berfokus pada preferensi gambar yang disukai. Dari bagian ini terbagi menjadi 2 preferensi, yaitu gambar asli berupa foto atau ilustrasi, dan telah didapat hasil sebanyak 37 responden lebih menyukai foto, sedangkan 31 responden lainnya menyukai ilustrasi. Dari hasil angket ini maka disimpulkan bahwa akan menggunakan infografis statis dengan pendekatan fotografi sebagai objek utama dengan ditambah elemen ilustrasi sebagai elemen pembantunya.

### **3.3 Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi yang akan digunakan adalah dengan menggunakan media sosial yang populer di masyarakat, di mana di dalamnya terdapat komunitas pecinta burung dengan jumlah pengguna yang cukup banyak. Komunikasi akan dilakukan dengan melakukan *posting* di

grup dalam bentuk gambar infografis yang dibuat, supaya bisa diakses oleh semua pengguna media sosial yang tergabung dalam komunitas pecinta burung tersebut.

Dalam penyajian-nya, akan digunakan konsep episodic di mana infografis yang dibuat akan dibagi-bagi dalam bentuk beberapa seri yang kemudian akan di-upload sesuai dengan jangka waktu yang teratur. Dalam perencanaan awal, infografis tiap jenis burung akan dibagi dalam 3 seri, yaitu :

- Infografis Seri 1 : Introduksi (bentuk tubuh, ukuran, warna tubuh, dan lain-lain)
- Infografis Seri 2 : Gaya Hidup : Habitat, Populasi, Lokasi, Perilaku, dan lainnya.
- Infografis Seri 3 : Perawatan dan Pangan, serta pendapat para ahli ornitologi

Seri ini akan di-upload di media sosial seperti Instagram, dan juga facebook (khususnya di grup KLS dan KCS) untuk dapat dinikmati umum dan supaya bisa membantu orang-orang baru yang tertarik memelihara burung untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan selama perawatan burung tersebut. Nantinya seri ini juga akan dimuat dalam blog personal sebagai media pembantu.

### 3.4 Perencanaan Biaya Kreatif

NO	Jenis Kebutuhan	Harga	Jumlah	Sub Total
1	Produk adobe 1 tahun	5.500.000	1	5.500.000
2	Riset dan Observasi	2.000.000	1	2.000.000
3	Buku dan Bahan Perancangan	250.000	4	1.000.000
4	Biaya lain-lain	250.000	1	250.000
<b>JUMLAH TOTAL</b>				8.750.000