

## **BAB III**

### **STRATEGI KOMUNIKASI**

#### **3.1. SWOT**

SWOT adalah metode analisis yang berdasar pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis ini yang nantinya dirumuskan menjadi strategi. Dengan adanya metode ini hasil analisis menjadi terorganisir dan disajikan dalam bentuk data yang sederhana. Data analisis SWOT perancangan ini adalah sebagai berikut:

##### **3.1.1. *Strength* (Kekuatan)**

Kekuatan yang ada pada perancangan ini adalah, isi dari video yang disajikan diperoleh dari pemilik dari salah satu PAUD yang ada di kota Semarang secara langsung. Dengan berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh narasumber, materi yang disajikan akan lebih ringan dan efektif dalam penyampaiannya.

##### **3.1.2. *Weaknesses* (Kelemahan)**

Kelemahan pada perancangan ini adalah biaya produksi yang mahal, kemudian terkait dengan efek dari PAUD Holistik Integratif yang tidak langsung terlihat menjadi kelemahan pada perancangan ini.

##### **3.1.3. *Opportunities* (Peluang)**

Peluang yang ada pada perancangan ini adalah hasil dari perancangan ini akan mudah untuk disebarluaskan melalui berbagai macam media sosial yang ada. Topik PAUD Holistik Integratif sendiri saat ini menjadi salah satu topik penting yang sedang difokuskan oleh pemerintah. Diharapkan juga hasil perancangan ini mampu membantu lembaga-lembaga penyedia layanan pendidikan anak usia dini dalam memaksimalkan pengembangan program usia dini.

##### **3.1.4. *Threats* (Ancaman)**

Ancaman yang muncul pada perancangan ini adalah materi yang kurang dianggap penting oleh orang tua, terkait tentang bagaimana memunculkan ketertarikan terhadap pengembangan anak usia dini atau tidak. Tidak dapat dipungkiri bahwa jumlah anak yang mengikuti program usia dini masih sedikit.

#### **3.2. Sasaran Khalayak**

Target sasaran dari perancangan ini merupakan orang tua yang memiliki anak usia 1 hingga 6 tahun, dimana pada usia ini manusia memasuki periode emas. Periode emas merupakan tahapan perkembangan yang paling penting pada masa awal kehidupan. Berikut adalah kategori segmentasi pasar yang digunakan untuk menentukan target sasaran pada perancangan ini:

### 3.2.1. Demografis

- a. Usia : 25-35 tahun
- b. Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- c. Tingkat Pendidikan : Sarjana

### 3.2.2. Geografis

Pada segi geografis, target sasaran dari perancangan ini merupakan penduduk Indonesia. Target difokuskan pada orang tua yang bertempat tinggal di perkotaan, terkait dengan fasilitas PAUD yang lebih mudah terjangkau di perkotaan.

### 3.2.3. Perilaku

Orang tua yang dituju terbiasa dengan Internet dan media sosial, kemudian target merupakan pekerja kantoran dan ibu rumah tangga. Target sasaran hanya memiliki sedikit waktu luang. Saat menerima informasi, target sasaran tidak hanya menerima informasi tetapi setelah menerima mereka membagikan informasi kepada orang-orang terdekat.

### 3.2.4. Psikografis

Orang tua yang menjadi target sasaran perancangan ini merupakan orang tua yang baru memiliki anak dan mulai memikirkan kebutuhan masa depan sang anak. Orang tua yang menghabiskan waktu luangnya di dunia maya, mencari berbagai informasi dan memiliki minat yang tinggi tentang hal-hal yang berkaitan dengan keluarga, terutama anak.

## 3.3. Strategi Komunikasi

Dalam perancangan ini akan dibuat video, yang nantinya akan membantu dalam memperkenalkan program PAUD Holistik Integratif. Pemilihan video sebagai media pengenalan karena kemudahan media ini untuk dijangkau oleh target, dimana terdapat banyak platform media sosial yang menyediakan kemudahan untuk memutar dan berbagi video. Tidak hanya itu kelebihan media ini juga dapat menyampaikan pesan dengan lebih jelas, dan dapat mempengaruhi sikap dari target.

### 3.3.1. 5W+1H

- a. **What** : Merancang video yang dapat memperkenalkan PAUD Holistik Integratif di satuan PAUD.
- b. **Where** : Di *YouTube*
- c. **When** : Video disebarluaskan pada tanggal 2 Mei 2022.
- d. **Who** : Orang tua yang memiliki anak usia 1 hingga 6 tahun
- e. **Why** : Karena dapat membantu orang tua dalam mengenal PAUD Holistik Integratif, sehingga dapat terpenuhi kebutuhan esensial anak secara utuh dan menyeluruh, dimana layanan di lakukan pada satu atap tanpa harus terpencar-pencar.

- f. **How** : Dengan merancang video yang mudah dijangkau dan disebar luaskan oleh orang tua, dengan penyampaian yang menarik, ringan dan efektif.

### 3.3.2.Video

Video ini nantinya akan menjelaskan mengenai PAUD HI secara efektif, efisien, dan inklusif. Di dalam video ini akan diberi *motion graphic* yang dapat membantu dalam menjelaskan isi dari PAUD Holistik Integratif secara lebih jelas dan menarik. Video berdurasi maksimal 7 menit, hal ini memperhatikan pada kondisi perilaku orang tua, dimana orang tua memiliki waktu luang yang terbatas.

- a. Bagian awal video

Menjelaskan mengenai pengertian dari PAUD Holistik Integratif, definisi hingga tujuan dari adanya PAUD Holistik Integratif, dimana pada bagian ini akan dijelaskan narasumber.

- b. Bagian Isi Video

Berisi penjelasan mengenai prinsip pelaksanaan PAUD HI di satuan PAUD, bentuk-bentuk pelayanan yang ada pada PAUD HI, serta pihak-pihak yang terkait dalam penyelenggaraan PAUD HI.

- c. Bagian Penutup Video

Sebagai penutup video akan dijelaskan bagaimana PAUD HI dilaksanakan, dan harapan adanya PAUD Holistik Integratif.

### 3.3.3.Motion Graphic

*Motion Graphic* digunakan karena kekuatannya dalam menjelaskan informasi dengan gerakan-gerakan yang membantu *audience* dalam mencerna informasi, serta lebih menarik. Gaya yang digunakan pada *motion graphic* adalah *flat design*. Kerapian, kesederhanaan, dan kegunaan menjadi nilai yang ditonjolkan pada gaya tersebut, dimana ini berpengaruh pada kondisi orang tua seperti, kelelahan selepas pulang kerja dan waktu luang yang terbatas. Warna yang digunakan pada perancangan ini adalah warna-warna dingin yang memberi kesan sejuk dan kesegaran yang dapat memberikan efek pemulihan untuk pikiran dan tubuh.

### 3.3.4.Penyebaranluasan

Video ini nantinya akan disebarluaskan melalui *YouTube*, mengingat kembali dimana *Youtube* merupakan media sosial yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Video akan diunggah pada 2 Mei 2022 dalam memperingati Hari Anak (Internasional), dengan kata kunci PAUD, PAUD Holistik Integratif, PAUD HI, Holistik Integratif, pendidikan, dan anak.

### 3.4. Strategi Media

Dalam perancangan ini media yang ada tidak hanya video saja, namun juga terdapat media lainnya, berikut merupakan beberapa media yang ada pada perancangan ini :

#### 3.4.1. Media Primer

Video yang dibuat berupa gabungan hasil pengambilan gambar dan *motion graphic*. Pengambilan gambar akan menampilkan narasumber yang menjelaskan beberapa materi awal PAUD Holistik Integratif, kemudian akan direkam juga beberapa kegiatan yang berkaitan dengan PAUD Holistik Integratif yang diiringi dengan suara penjelasan dari narasumber. Pada bagian *motion graphic* akan menampilkan materi yang lebih spesifik dari yang dijelaskan oleh narasumber dengan menyertakan beberapa ilustrasi dan disertai dengan *voice over*. Video ini memiliki durasi maksimal 7 menit, dimana video ini nantinya akan disajikan di *YouTube*.

#### 3.4.2. Media Sekunder

##### *Thumbnail Video*

*Thumbnail video* berupa poster dimana poster berukuran sama dengan ukuran frame video, dan poster ini menjadi wajah awal dari video. Media ini menjadi penting karena poster ini dapat menambah ketertarikan dari media primer.

### 3.5. Perencanaan Biaya Kreatif

Berikut merupakan biaya dari perancangan ini:

Kebutuhan	Jumlah	Biaya
Sewa Kamera	1 Kamera dan 1 Lensa	Rp 1.000.000
Mic	1 Shotgun mic dan 1 clip on	Rp 200.000
Talent	1 Narasumber dan 1 Voice Over	Rp 2.000.000
Total Biaya		Rp 3.200.000

Tabel 3.1 Tabel Anggaran Biaya

Sumber : Dokumen Pribadi

### 3.6. *Timeline*

Berikut merupakan timeline dari perancangan ini:

Kegiatan	Keterangan	Waktu
Pra Produksi	Pembuatan Naskah	14 Oktober 2021 – 20 Oktober 2021
	Storyboard	21 Oktober 2021 – 28 Oktober 2021
Produksi	Pengambilan gambar dan Suara	29 Oktober 2021 – 5 November 2021
Paska Produksi	Editing	6 November 2021 – 30 November 2021
	Penyebarluasan	2 Mei 2022

Tabel 3.2 Tabel Timeline

Sumber : Dokumen Pribadi

