

## **BAB 3 STRATEGI KOMUNIKASI**

### **3.1 Analisis SWOT**

#### A Strength

1. Membuat anak lebih tertarik dengan pelajaran sekolah dan menjadi solusi saat sekolah sedang berhalangan dengan pembelajaran yang lebih menarik
2. Membuat anak bisa mengekspresikan diri melalui style mereka karena karakter bisa disesuaikan pakainya dan juga warna kulitnya
3. Membuat anak bisa merasakan suasana sekolah secara virtual dan seakan akan bertemu temanya secara langsung bisa menikmati fasilitas sekolah juga secara virtual...
4. Sebagai pengganti fasilitas sekolah yang hanya bisa ditemui secara realita

#### B Weakness

1. Akan memakan memori yang cukup besar untuk handphone
2. Tidak support dikomputer dengan grafis rendah
3. Tidak memiliki level permainan seperti game online

#### C Opportunities

1. Belum ada simulatir 3D yang ditujukan untuk pembelajaran
2. Bisa dimainkan secara online bersama user lain
3. Meningkatkan semangat sekolah seperti selayaknya online

#### DThreat

1. Akan ada game online yang didesain untuk edukasi tetapi lebih menarik dan memiliki level
2. Akan disalahgunakan untuk bermain
3. Akan ada simulator sekolah tiruan yang jauh lebih menarik dengan kualitas grafis bagus tetapi dengan kapasitas memori rendah

### 3.2 Komparasi Desain terdahulu



Gambar 3.1 Eksibisi Edukasi Aplikasi kaset Bobby Bola untuk anak KB dan TK dengan metode pembelajaran bermain sambil belajar



Gambar 3.2 Eksibisi Edukasi Taman Pintar dengan sistem pameran offline yang ada di JL Malioboro Yogyakarta



Gambar 3.3 Eksibisi Edukasi Kidzania yang mempelajari tentang masa depan anak

### 3.3 Sasaran Khalayak

1. Umur 9-10 tahun kelas 3 sd.
2. Target demografinya menengah keatas dengan jaringan internet yang bagus.
3. Target geografinya seluruh kota Semarang yang dekat dengan perkotaan karena jaringan internetnya bagus.
4. Target psikografi yaitu anak sd kelas 3 yang menyukai game online dan anak yang malas untuk membaca buku karena tidak menyukai teori dan lebih menyukai praktek langsung.
5. Target sosiografi yaitu anak yang lebih suka berkumpul bersama temanya saat disekolah.

### 3.4 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang kita lakukan disini adalah dengan menyajikan beberapa pendukung pembelajaran seperti suasana kelas, susana sekolah, lalu yang spesial disini siswa bisa praktek langsung selain teori, dan disini juga terdapat kantin disini ditujukan untuk siswa berkumpul dengan temanya selayaknya berada di offline, saat proses belajar mengajar berbentuk seperti simulator.

### 3.5 Strategi Media

Untuk strategi media disini ada animasi dan juga grafis 3d disini siswa bisa praktek secara langsung tanpa guru dengan deskripsi yang ada di pameran itu dan guru juga ikut mendampingi dalam pameran ini.

### 3.6 Perencanaan Biaya Kreatif

Biaya Investasi

1. Komputer dengan kartu grafis minimal 250mb Rp 3-5 juta
2. Software tidak dipungut biaya karena software bisa digunakan lewat google untuk membuat pameran eksibisi ini.
3. Jasa pembuat simulator untuk merancang simluasi sekolah sederhana bagaimana eksibisi ini bisa dilakukan secara online untuk bertemu secara virtual satu sama lain 10 juta

Total biaya investasi sebesar Rp 10-15 juta.

Biaya Operasional

1. Biaya Promosi tidak dipungut biaya karena promosi lewat instagram dan penawaran ke sekolah-sekolah.