

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Pengumpulan Data

3.1.1 Data Primer

Data primer yang digunakan penulis dalam perancangan ini yaitu melalui data observasi. Penulis melakukan observasi kepada orangtua yang memiliki anak usia dini di kota Semarang, yang berkaitan dengan mengawasi dan mengontrol anak dalam penggunaan gadget. Berdasarkan hasil observasi, maka rata-rata orangtua pekerja atau mengurus rumah tangga yang memiliki anak usia dini (3-6 tahun) dengan mudah memberikan gadget kepada anaknya tanpa mengawasi dan mengontrolnya.

3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung dari data primer yaitu menggunakan literasi dan wawancara ahli. Dalam pengumpulan data tersebut, penulis memperoleh literasi tentang mengawasi dan mengontrol anak dalam penggunaan gadget melalui artikel, buku, jurnal. Berdasarkan literasi tersebut, rata-rata orangtua memberikan gadget kepada anaknya supaya anak diam dan tidak rewel, karena orangtua yang sibuk bekerja dan tidak memiliki banyak waktu untuk bermain dengan anak. Maka dari itu peran orangtua sangat penting dalam mengawasi dan mengontrol anak saat menggunakan gadget. Hal itu disebabkan karena orangtua merupakan orang yang paling dekat dengan anak.

Pada wawancara ahli penulis melakukan wawancara secara langsung kepada Paskalia Marlina Lumban Batu S.Psi.,M.Psi.,psikolog yang merupakan seorang Psikolog yang melakukan praktik di Lembaga Psikologi Adamar. Hasil dari wawancara tersebut yaitu:

- Orangtua dengan rentan usia 27-30 tahun yang sibuk mengurus rumah tangga atau bekerja, kurang memberikan perhatian dan dampingan pada anak

- Dengan mudah memberikan gadget kepada anak usia dini supaya anak bisa terdiam, tidak mengganggu pekerjaan, dan bisa mendapatkan hiburan melalui gadget
- Orangtua yang memiliki perekonomian SES A-B yang aktif menggunakan gadget dan media sosial
- Perlunya pengawasan pada orangtua pada saat anak menggunakan gadget, karena orangtua merupakan orang terdekat untuk anak
- Seringnya menggunakan gadget dapat memberikan dampak negative pada perkembangan anak

3.2 Analisis Data

3.2.1 Analisis Data Primer dan Sekunder

Berdasarkan data primer dan data sekunder yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa orangtua yang bekerja/mengurus rumah tangga dengan rentan usia 27-30 tahun yang memiliki anak usia 3-6 tahun lebih mudah memberikan gadget kepada anaknya, tanpa mengawasi dan mengontrol anak tersebut, supaya anak bisa diam dan tidak mengganggu pekerjaan orangtua. Dikarenakan orangtua yang sibuk bekerja dan tidak memiliki waktu bermain untuk anaknya. Peran orangtua untuk mengawasi anak dalam penggunaan gadget sangatlah penting, karena orangtua merupakan orang terdekat bagi anaknya. Oleh sebab itu penulis merancang kampanye ini supaya orangtua dapat memahami tentang pentingnya mengawasi dan mengontrol anak dalam penggunaan gadget.

3.2.2 Analisis Data SWOT

Berdasarkan analisis data yang sudah didapat, maka dalam perancangan kampanye yang berupa poster digital memiliki SWOT sebagai berikut:

- Strength :
 - Edukasi melalui gaya visual flat desain yang informatif dan persuasif dapat lebih mudah dipahami oleh target
 - Khusus untuk di wilayah kota Semarang

- Weakness :
 - Sering menggunakan gadget, tetapi target kurang mengetahui dampak negatif penggunaan gadget

- Opportunity :
 - Kurangnya wawasan tentang pentingnya mengawasi dan mengontrol anak dalam penggunaan gadget

 - Belum banyak perancangan kampanye tentang pentingnya mengawasi dan mengontrol anak dalam penggunaan gadget

- Threats :
 - Sekarang zaman sudah digital sehingga sulit untuk tidak menggunakan gadget

3.2.3 USP (Unique Selling Proposition)

Berdasarkan analisis data dan analisis data swot, maka USP pada perancangan ini yaitu edukasi melalui poster dengan gaya visual flat desain dengan ilustrasi yang simpel, menggunakan narasi yang informatif dan persuasif, menggunakan warna yang cerah. Hal tersebut dapat mempermudah orangtua untuk memahami isi pesan yang ingin disampaikan. Sehingga orangtua dapat memahami dan mengerti tentang pentingnya mengawasi dan mengontrol anak dalam penggunaan gadget yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Keyword yang dihasilkan adalah poster, penggunaan gadget, mengontrol dan mengawasi anak. Keyvisual yang dihasilkan adalah gaya visual flat desain, simpel, vibrant color

3.3 Sasaran Khalayak

Berdasarkan data tersebut, sasaran khalayak yang dituju dalam pembuatan perancangan ini yaitu:

- Demografis
 - Target Primer: Orangtua usia 27-30 tahun

 - Target Sekunder: Anak usia 3-6 Tahun

- Orangtua yang bekerja / mengurus rumah tangga
- Ekonomi menengah keatas SES (A-B)
- Laki-laki dan Perempuan
- Geografis
 - Semarang, Jawa Tengah
- Psikografis
 - Pengguna gadget dan media sosial
 - Kurangnya wawasan tentang pentingnya mengawasi dan mengontrol anak saat menggunakan gadget
 - Orangtua yang sayang kepada anaknya

3.4 Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi yang digunakan oleh penulis dalam perancangan ini yaitu strategi AISAS.

- Attention: kampanye sosial berupa poster digital yang akan muncul di instagram ads dengan gaya visual flat desain, berisi narasi yang memberi peringatan kepada orangtua untuk hati-hati akan bahaya bermain gadget pada anak
- Interest: kemudian target dapat tertarik dengan adanya konten yang ada diposter digital yang memberi ajakan untuk mencari tahu lebih lanjut bahaya bermain gadget pada anak, dan didukung dengan adanya gaya visual flat desain
- Search: setelah target tertarik, maka target sasaran tersebut akan mencari tahu apa bahaya bermain gadget dan bagaimana pentingnya mengawasi dan mengontrol anak dalam penggunaan gadget melalui scan QR barcode
- Action: kemudian diharapkan target dapat mengikuti konten yang ada di feed instagram tentang pentingnya mengawasi dan mengontrol anak dalam penggunaan

gadget yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, dan mengikuti giveaway yang sudah diberikan

- Share: setelah target mengikuti konten dan giveaway, maka target diminta untuk share video di feed instagram yang menggambarkan pengawasan orangtua saat anak bermain gadget, dan video yang menarik akan mendapatkan merchandise unik sebagai hadiah

3.5 Strategi Media

Strategi media pada perancangan ini digunakan untuk menyampaikan suatu informasi yang dapat dimengerti sesuai dengan target sasaran. Media utama yang akan digunakan penulis yaitu menggunakan poster digital dengan desain yang lebih kreatif dan menarik dengan gaya flat desain yang sesuai dengan target sasaran. Poster yang dirancang berupa poster digital dengan ukuran 1280x800 px dengan resolusi 72dpi.

3.6 Gambaran Perancangan

Pada perancangan ini terdapat 2 media yaitu media utama dan media pendukung. Pada media utama berupa poster digital yang ada di instagram ads. Poster yang digunakan dengan gaya visual flat desain dengan narasi ilustrasi tentang pentingnya mengawasi dan mengontrol anak dalam penggunaan gadget yang simpel, informatif, dan persuasif. Jenis font yang digunakan yaitu sans serif yang memberikan kesan modern dan tegas. Warna yang digunakan yaitu vibrant color/warna cerah

Kemudian untuk media pendukung yaitu menggunakan sosial media (konten feed instagram), dan billboard yang dapat memperluas informasi kepada banyak orang. Terdapat juga merchandise yang digunakan untuk mendukung pada media sekunder ini adalah mug, totebag, dan gantungan kunci

3.7 Perencanaan Biaya Kreatif

NO	Media	Keterangan	Harga
1	Desain Konten Kampanye	9 konten	1.050.000
2	Billboard		5.000.000
4	Instagram Ads	6 poster @50.000/hari selama 30 hari	9.000.000
5	Merchandise (mug, totebag, gantungan kunci)		3.000.000
TOTAL			18.050.000

Gambar 8. Tabel Rancangan Anggaran Biaya

Sumber: Dokumen Penulis

