BAB III
STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisa Data

3.3.1 Kuisioner

Metode kuisioner dalam perancangan ini guna memperoleh data seberapa banyak remaja usia 17-22 tahun yang terjebak dalam *toxic relationship*, serta memperoleh data terkait referensi desain ilustrasi yang diminati target audiens. Kuisoner dibagikan kepada responden yang berusia 17-22 tahun, bergender perempuan dengan domisili Jakarta.

1. Apakah anda pernah menyukai lawan jenis/sedang/sudah pernah menjalin tahap berpacaran?

   Jawaban : 100% responden menjawab ya
2. Apakah anda mengetahui tentang *toxic relationship*?

   Jawaban : 100% responden menjawab mengetahui
3. Apakah anda pernah mengalami kekerasan dalam pacaran (kekerasan fisik/psikologis/ekonomi/spiritual)?

   Jawaban : Sebanyak 60% responden menjawab pernah mengalami kekerasan dalam pacaran.
4. Dari pertanyaan C, jika jawaban anda adalah ya, tolong sebutkan salah satu contoh kekerasannya

   Jawaban : Dari 60% responden menjawab dengan berbagai jawaban diantaranya mengalami kekerasan psikologis yaitu direndahkan dengan membawa-bawa fisik sebagai bahan candaan, melontarkan kata-kata kasar, terlalu mengontrol kehidupan pribadinya, serta terjadinya manipulasi, dan mengalami kekerasan ekonomi dengan dimanfaatkan untuk membiayai pasangannya.
5. Apakah anda sadar bahwa sedang terjebak dalam *toxic relationship*?

   Jawaban : sebanyak 68% responden menjawab ya.
6. Darimana anda mengetahui istilah toxic relationship?

   Jawaban : sebanyak 52% responden menjawab mengetahui istilah tersebut dari teman, dan 48% responden mengetahui dari sosial media, mengetahui sendiri, membaca artikel, serta dari sekolah.

7. Dari ke empat ilustrasi ini, ilustrasi mana yang anda sukai?

1.

2.

3.

4.

Gambar 15 Pilihan Ilustrasi dalam Kuisioner.
Sumber : Google Gambar

Jawaban : sebanyak 36% responden memilih ilustrasi no.2, sebanyak 32% responden memilih ilustrasi no.4, sebanyak 20% responden memilih ilustrasi no.1, dan sebanyak 12% responden memilih ilustrasi no.3

Berdasarkan observasi online yang dilakukan oleh perancang, usia remaja saat ini sedang menggemari desain ilustrasi seperti pada gambar di atas, oleh sebab itu perancang menyediakan ke empat opsi pilihan desain ilustrasi tersebut untuk mendukung hasil perancangan buku nantinya.

8. Apakah anda tertarik membaca buku ilustrasi mengenai informasi toxic relationship?

   Jawaban : sebanyak 56% responden menjawab ya tertarik, sebanyak 32% responden mengatakan mungkin, sebanyak 12% responden mengatakan tidak tertarik membacanya

9. Jenis palet warna mana yang anda sukai?

1.

2.

3.

4.

Gambar 16 Pilihan Tone Warna dalam Kuisioner.
Sumber : Google Gambar

Jawaban : sebanyak 56% responden memilih palet warna no.1, sebanyak 24% responden memilih no.3, dan 20% responden lainnya memilih no.2.

Berdasarkan observasi online yang dilakukan oleh perancang, usia remaja saat ini sedang menggemari jenis tone warna pastel dan cenderung golongan warna panas. Oleh sebab itu perancang menyediakan ke empat opsi pilihan palet warna tersebut untuk mendukung hasil perancangan ilustrasi nantinya.

10. Seberapa sering anda menggunakan instagram?

    Jawaban : sebanyak 52% responden mengatakan lumayan sering mengakses instagram, sedangkan 32% responden mengatakan sangat sering mengakses instagram, dan 16% responden lainnya mengatakan biasa saja untuk mengakses instagram.

    Dikutip dari Databoks.id mengatakan berdasarkan data Napoleon Cat tercatat sejumlah 92,53 juta merupakan pengguna instagram di Indonesia tahun 2021. Dikatakan mayoritas pengguna instagram di Indonesia merupakan golongan usia 18-24 tahun, dengan jumlah 34,4 juta (20% perempuan, 17,2% laki-laki). Oleh sebab itu perancangan ini menggunakan media sosial instagram sebagai media pendukung perancangan.

11. Bahasa apa yang sering anda gunakan dalam berkomunikasi?

    Jawaban : sebanyak 52% responden mengatakan menggunakan bahasa campuran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, sedangkan 40% responden mengatakan menggunakan bahasa Indonesia, dan 8% responden lainnya mengatakan menggunakan bahasa gaul

3.3.2 SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Untuk mempermudah perancangan maka analisa SWOT dipakai terhadap proses perancangan buku nantinya. Berikut analisa SWOT oleh perancang :

A. Strength

- Informasi mengenai toxic relationship disampaikan dengan menarik melalui visualisasi ilustrasi yang digemari remaja usia 17-22 tahun saat ini.
- Potensi mengedukasikan hal positif ke depannya dalam menjalin suatu hubungan.
- Maraknya kasus toxic relationship di kalangan remaja saat ini.

B. Weakness

- Perancangan ini hanya sebatas memberikan edukasi mengenai informasi toxic relationship dalam berpacaran.
- Kurangnya kesadaran pada usia remaja dalam hal berkomunikasi yang baik terutama dengan lawan jenisnya

C. Opportunity

- Belum terdapat banyak buku ilustrasi serupa mengenai toxic relationship secara mendalam, menarik, dan mudah dipahami.
- Perancangan ini dapat berpeluang untuk memperbaiki cara berkomunikasi terutama dalam berpacaran di kalangan remaja.

D. Threat

- Usia remaja yang cenderung mudah bosan saat membaca buku.
- Para remaja cenderung kurang peduli untuk menerapkannya di kehidupan sehari – hari.

3.2 Sasaran Khalayak

3.2.1 Demografis

Remaja dengan gender perempuan.

Remaja dengan rentang usia 17-22 tahun.

Remaja yang sedang menempuh status pelajar.

Sosioeconomic status B : golongan kelas menengah

3.2.2 Geografis

Remaja yang tinggal di perkotaan terutama Jakarta.

3.2.3 Psikografis

Remaja yang masih labil dalam emosi

Remaja yang akan / sedang / sudah pernah menjalin hubungan percintaan.

Remaja yang sedang terjebak hubungan yang tidak sehat.

3.2.4 Persona

Stella

Usia : 17 tahun

Pekerjaan : Pelajar

Tempat Tinggal : Jakarta

Gambar 17 Remaja Perempuan Usia Pelajar.
Sumber : Google Gambar

Behavior :

- Ekstrovert
- Belajar di ruangan ber-AC (Sekolah)
- Mengikuti khursus mata pelajaran
- Sering mengakses sosial media (instagram, tiktok, twitter)
- Menghias meja belajarnya

Needs :

- Dekorasi untuk menghias meja belajarnya
- Waktu untuk refreshing dari kegiatan belajar
- Referensi cafe untuk dikunjungi bersama teman

Challenge :

- Lebih banyak menghabiskan waktu untuk belajar
- Lebih banyak mengonsumsi makanan fast food
- Menjaga kesehatan agar tidak kelelahan dengan kegiatan sekolah

Intereset :

- Shopping
- Makeup
- Dance

- Membaca novel
- Menonton drama korea

Motivation :

- Ingin lebih dikenal dikalangan teman – teman seusianya
- Memiliki pacar sebagai penyemangat belajar
- Lebih banyak waktu untuk mengunjungi cafe

3.3 Strategi Komunikasi

3.3.1 Strategi Penyampaian Pesan Sosial

Strategi penyampaian pesan sosial menggunakan dua strategi yaitu strategi 5W+1H dan strategi AIDA. Strategi 5W+1H digunakan untuk menganalisa pesan sosial terkait solusi permasalahan, kapan dibutuhkannya solusi permasalahan, kepada siapa dan dimana pesan ditujukan, serta bagaimana penyampaian solusinya. Sedangkan strategi AIDA digunakan untuk menarik minat target sasaran terhadap perancangan.

A. Strategi penyampaian pesan sosial menggunakan strategi 5W+1H, yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *where* (dimana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana). Berikut strategi 5W+1H yang digunakan :

- *What* (Pesan apa yang akan disampaikan dalam perancangan?)

  Pesan sosial yang akan disampaikan adalah mengenai ciri – ciri, jenis kekerasan, dampak, serta tahapan keluar dari toxic relationship dalam pacaran melalui buku cetak dan media sosial.
- *Where* (Dimana perancangan akan disampaikan?)

  Perancangan akan disampaikan di wilayah perkotaan khususnya domisili Jakarta.
- *When* (Kapan solusi dibutuhkan?)

  Perancangan ini dibutuhkan sejak dini oleh usia remaja untuk dapat lebih barhati – hati dalam menyukai lawan jenis ataupun berpacaran, agar tidak terjebak toxic relatioship.
- *Who* (Pesan disampaikan kepada siapa?)

  Pesan yang akan disampaikan dalam perancangan ditujukan untuk remaja khususnya perempuan dengan usia 17-22 tahun yang masih labil dalam emosi, dan tinggal di kota Jakarta.

- *Why* (Mengapa pesan perlu disampaikan?)

  Pesan perlu disampaikan karena maraknya terjadi kekerasan dalam pacaran atau biasa disebut toxic relationship yang dapat menyebabkan berbagai dampak buruk khususnya bagi kesehatan fisik dan mental.

- *How* (Bagaimana penyampaian solusi terkait permasalahan yang diangkat?)

  Pesan yang akan disampaikan melalui media komunikasi visual yaitu buku cetak yang berisikan sebuah cerita dengan visualisasi ilustrasi untuk mengedukasikan mengenai toxic relationship. Selain itu, untuk mengenalkan buku lebih luas lagi kepada masyarakat khususnya remaja, akan digunakan media pendukung berupa instagram dan merchandise untuk menarik perhatian target sasaran.

B. Strategi AIDA terdiri dari *attention* (menarik perhatian target sasaran), *interest* (membahas permasalahan target sasaran), *desire* (memberikan tawaran solusi permasalahan), *action* (mengajak target untuk mengonsumsi produk). Berikut strategi AIDA yang digunakan :

- *Attention*

  Untuk membuat target sasaran mengetahui adanya perancangan ini, dibutuhkan media yang berperan untuk menyebar luaskan perancangan yaitu melalui media sosial instagram. Dengan paid promote yang berisikan informasi mengenai buku yang membahas dampak buruk toxic relationship disertai gambar ilustrasi yang sesuai target sasaran dan layout yang menarik yang dapat diakses lebih lanjut melalui instagram perancangan tersebut.

- *Interest*

  Untuk mempertahankan minat target sasaran terhadap perancangan, instagram sebagai media pendukung akan memberikan sedikit penjelasan serta melakukan interaksi kepada target sasaran terkait toxic relationship melalui instastory ataupun instagram feeds.

- *Desire*

  Setelah adanya interaksi dengan target sasaran pada instagram, target sasaran akan diarahkan untuk mengetahui lebih lanjut lagi mengenai perancangan yang menggunakan buku ilustrasi sebagi media

utamanya. Target sasaran akan ditunjukan mengenai manfaat dari adanya perancangan buku ini yang dapat memberikan edukasi selfhelp untuk menangani sendiri masalah toxic relationship.

– *Action*

Untuk menggerakan target sasaran agar membeli buku toxic relationship tersebut adalah dengan memberikan berbagai macam merchandise dengan ilustrasi yang menarik dan jumlah yang terbatas untuk didapatkan.

3.3.2 Strategi Penyampaian Pesan Media

Media utama sebagai penyampaian pesan adalah buku ilustrasi yang ditujukan bagi remaja. Lalu media pendukungnya adalah sosial media berupa instagram, dikarenakan jumlah remaja yang mengakses instagram saat ini sangat banyak, maka kemungkinan informasi edukasi mengenai toxic relationship dapat diketahui lebih banyak. Isi konten buku serta media sosial didapatkan dari landasan teori yang telah dikemukakan pada bab II perancangan ini.

3.4 Strategi Media

3.4.1 Media Utama

– Buku Ilustrasi

Perancangan menggunakan media utama buku cerita ilustrasi. Buku cerita ilustrasi akan menggunakan sedikit teks dan lebih banyak penggunaan ilustrasi sebagai penyampaian pesan. Buku cerita ilustrasi akan mencakup ciri-ciri, jenis kekerasan, dampak, serta tahapan agar tidak terjebak dalam toxic relationship yang akan dirangkum menjadi sebuah cerita dengan alur kehidupan remaja perempuan dan laki – laki berstatus pacaran. Selain itu, buku akan menggunakan campuran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Buku ilustrasi akan dicetak dengan ukuran 14,8 cm x 21 cm, dengan posisi potrait, menggunakan jenis kertas artpaper 150gsm, serta memiliki jumlah keseluruhan halaman sebanyak 60 halaman.

3.4.2 Media Pendukung

- Media Sosial

  Penggunaan media sosial berupa instagram sebagai media pendukung, diharapkan perancangan buku ilustrasi dapat dikenal lebih banyak lagi terutama di kalangan remaja yang sering mengaksesnya.

- X-Banner

  Merupakan media untuk mempromosikan buku baru yang mengedukasi para remaja yang akan diletakan pada seluruh toko buku yang ada.

- Merchandise

  Menggunakan merchandise sebagai media pendukung untuk menarik perhatian target audiens terhadap perancangan buku ilustrasi ini. Merchandise yang akan digunakan berupa stiker, gantungan kunci, bookmark, notebook.

3.5 Perencanaan Biaya Kreatif

No	Rincian	Jumlah Item	Jumlah Harga
1	**Media Utama**		
	Buku Ilustrasi	250	Rp. 12.500.000,-
2	**Media Pendukung**		
	Media Sosial Instagram		Rp. 500.000,-
	X-Banner (60x160cm)	20	Rp. 2.500.000,-
	Stiker	@A3 x 50 lbr	Rp. 200.000,-
	Gantungan Kunci (d 4x4cm)	50	Rp. 500.000,-
	Bookmark (10x3,5cm)	250	Rp. 1.250.000,-
	Notebook (13x19cm)	100	Rp. 2.000.000,-
3	**Visualisasi**		
	Desain Ilustrasi		Rp. 5.000.000,-
Total			Rp. 24.450.000,-

Tabel 1 Perencanaan Biaya Kreatif.
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022