

BAB III STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Perolehan Data

3.1.1 Data Primer: Literasi dan Wawancara Ahli

Pada perancangan ini, data primer yang digunakan penulis adalah literasi dengan didukung oleh wawancara ahli. Dalam pengumpulan data tersebut, penulis memperoleh literasi tentang kebutuhan konsumsi air putih dan Desain Komunikasi Visual. Pada kebutuhan konsumsi air putih berfokus pada Undang-Undang, buku, artikel ilmiah, dan jurnal. Berdasarkan literasi mengenai kebutuhan konsumsi air putih yang telah diperoleh, maka dapat dinyatakan bahwa kebutuhan air minum perlu diedukasi sejak anak usia dini melalui orangtua. Hal ini disebabkan karena orangtua merupakan orang dewasa terdekat di lingkungan anak. Terkait edukasi tersebut, usia yang tepat berada pada anak usia 7-12 tahun dimana penulis menggunakannya sebagai target audiens dalam perancangan ini.

Sedangkan pada wawancara ahli, dilakukan untuk mendukung literasi yang telah diperoleh. Penulis melakukan wawancara ahli kepada salah satu ahli gizi di RSUD dr. H. Soewondo Kendal bernama Zuha Salsabila, S.Gz. yang berusia 27 tahun dengan beralamat tinggal di Jalan Magersari V no 170 Semarang bertujuan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber guna memperoleh data yang sama. Selain itu, dalam wawancara ini juga untuk mengetahui manfaat dari konsumsi air putih dan dampaknya jika kurang memenuhi kebutuhan air putih. Hasil dari wawancara yang telah dilakukan penulis dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Kebutuhan air minum untuk anak sehat menggunakan Angka Kecukupan Gizi yang dikeluarkan tahun 2019. Kebutuhan tersebut dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dimana pada anak usia 7-9 tahun membutuhkan 1.650 ml/hari sedangkan untuk anak usia 10-12 tahun dikarenakan aktivitas yang dilakukan juga semakin aktif maka kebutuhannya bertambah menjadi 1.850 ml/hari.
- b. Air putih dapat dibagi menjadi 2 yaitu air keran yang direbus dan air kemasan dimana lebih baik untuk dikonsumsi jika melalui air kemasan. Hal itu disebabkan karena jika menggunakan air tanpa diolah, sanitasi di sekitarnya kurang terjaga kebersihannya serta masih kurang tepatnya dalam merebus air

keran. Dampaknya jika anak mengonsumsi air putih tersebut bisa menyebabkan infeksi.

- c. Anak yang kurang minum air putih bisa berakibat pada konsentrasi yaitu kurang fokus pada pelajaran dan menyebabkan anak sering mengantuk.
- d. Anak masih susah untuk diajak minum air putih karena dari kecil masih kurang dibiasakan, orangtua atau lingkungan sekitarnya, banyaknya aktivitas sehingga melupakan untuk minum air putih.
- e. Anak usia sekolah perlu berada dalam pengawasan atau adanya sosok panutan baik dari orangtua, guru, atau teman sebaya.
- f. Manfaat dari mengonsumsi air putih secara rutin yaitu melancarkan saluran pencernaan dengan didukung banyaknya aktivitas serta dapat mencegah dehidrasi.
- g. Sosok panutan sangat diperlukan dalam mendampingi anak, kemudian juga harus dibiasakan untuk membawa air minum dari rumah dan jika bisa ditargetkan harus habis, serta menempatkan air minum di dekat anak.
- h. Anak-anak masih sering jajan dan mengonsumsi minuman manis sehingga diperlukan pengawasan dan pembatasan melalui pengedukasian dari orang dewasa.

3.1.2 Data Sekunder: Pengumpulan Dokumen

Data sekunder digunakan sebagai data pendukung yang bersifat sebagai pelengkap dari data primer yaitu pengumpulan dokumen berupa gambar, surat kabar, artikel, dan jurnal yang berhubungan dengan kebutuhan konsumsi air putih. Penulis mengumpulkan gambar sebagai komparasi desain dan surat kabar/artikel untuk mengetahui perkembangan kasus kebutuhan konsumsi air putih di Indonesia yaitu sebagian besar siswa-siswi mengalami dehidrasi ringan.

3.2 Analisis Data/SWOT/USP

3.2.1 Analisis Data Primer dan Sekunder

Pengumpulan data primer dan sekunder yang bersifat kualitatif dapat dianalisis melalui teknik triangulasi data dengan uraian sebagai berikut:

1. Literasi

Berdasarkan literasi mengenai kebutuhan konsumsi air putih yang telah diperoleh, maka dapat dikatakan bahwa kebutuhan air minum perlu diedukasi sejak anak usia dini melalui orangtua sebagai perantara. Hal ini disebabkan karena orangtua merupakan orang dewasa terdekat di lingkungan anak. Keluarga berperan paling besar dalam membimbing anak yang terbilang masih usia dini terlebih pada persoalan budaya hidup sehat. Terkait edukasi tersebut, usia yang tepat berada pada anak usia 7-12 tahun dimana penulis menggunakannya sebagai target audiens dalam perancangan ini. Pada anak usia 7-12 tahun, anak sudah mampu berfikir secara rasional, mengatasi permasalahan, dan dapat menghubungkan dua hal dengan logis dan kritis.

2. Wawancara Ahli

Melalui perolehan data yang dilakukan penulis dengan cara mewawancarai seorang ahli yang sesuai di bidangnya berkaitan dengan kebutuhan konsumsi air putih maka dapat dikatakan bahwa kebutuhan air minum berbeda-beda sesuai dengan usia dan jenis kelamin anak. Namun, dalam memenuhi kebutuhan tersebut juga perlu diperhatikan air putih yang aman dan sehat untuk dikonsumsi pada anak. Terkait kebutuhan tersebut, diperlukan sosok panutan atau orang yang lebih dewasa daripada anak seperti orangtua ataupun guru dalam mendampingi anak. Dengan mempunyai lingkungan yang mendukung dapat memudahkan anak untuk mencontoh dan memulai hal yang baik secara perlahan. Selain itu, membiasakan minum pada anak sejak dini juga diperlukan sebagai bekal gaya hidup sehat di masa depan. Kebiasaan tersebut dapat berguna untuk tubuh dan otak anak ketika beraktivitas seharian penuh.

3. Dokumen

Dalam perancangan ini, penulis melakukan pengumpulan dokumen berupa gambar dan surat kabar/artikel. Pada gambar dilakukan komparasi desain antara 3 buku cerita dengan topik serupa untuk membandingkan dan melihat apa yang bisa dijadikan referensi dalam perancangan yang akan dibuat penulis serta menghindari beberapa hal yang tidak sesuai dengan kebutuhan perancangan.

Berdasarkan Departemen Kesehatan, pengelompokan usia dapat dibagi untuk mengetahui tahap perkembangan manusia yaitu pada masa anak-anak 6-

12 tahun, remaja awal pada 12-16 tahun sedangkan remaja akhir berada pada 17-25 tahun, usia 26-35 tahun berada pada masa dewasa awal sedangkan dewasa akhir pada 36-45 tahun. Didukung dengan penelitian yang telah dilakukan Vestine pada tahun 2021 yaitu didapatkan karakteristik usia orangtua yang mempunyai anak usia 7-12 tahun sebagian besar berada pada 26-45 tahun dengan pengetahuan tentang gizi anak yang dinilai baik sehingga hubungan antara pengetahuan orangtua mengenai asupan pada kesehatan anak cukup berpengaruh dalam kebutuhan yang dikonsumsi anak. Maka usia yang tepat dan matang pada orangtua untuk anak usia 7-12 tahun berada di 33-45 tahun.

Kemudian, pada surat kabar yang diperoleh penulis mengenai webinar “Pentingnya Kecukupan Air Bagi Kesehatan dan Perannya dalam Mempertahankan Imunitas Anak terutama pada Masa Pandemi Covid-19” yang diselenggarakan PERSI dan PT. Tirta Investama pada tanggal 22 Desember 2021, dapat dinyatakan bahwa dengan memenuhi air minum dapat membantu anak dalam proses pencernaan, mengantarkan nutrisi dalam tubuh, berpengaruh pada tingkat konsentrasi, mencegah adanya dehidrasi, hingga kemampuan dalam mengingat. Hal ini didasari dari perkembangan kasus yang disebutkan dalam webinar yaitu sebagian besar siswa-siswi di Indonesia masih mengalami dehidrasi yang disebabkan oleh banyaknya aktivitas dimana tidak diseimbangi oleh minum air dengan cukup. Oleh sebab itu, anak perlu ada pendamping dari keluarga dengan cara menyediakan air minum di dekatnya dan membawakan air minum setiap anak beraktivitas sesuai takaran gelas yang berlaku yaitu pada usia 7-12 tahun memenuhi sekitar 7 gelas dalam sehari.

Berdasarkan analisis data primer dan sekunder yang sudah dilakukan penulis, maka target audiens dalam perancangan ini berada pada anak usia 7-12 tahun dan orangtua sebagai target sekunder yang berperan sebagai pendamping anak dalam pembelajarannya. Pemenuhan kebutuhan konsumsi air putih pada anak dianjurkan dengan takaran sebanyak 7 gelas. Hal ini dikarenakan anak mempunyai banyak aktivitas yang dilakukan seperti bersekolah dan bermain, terlebih jika anak kekurangan cairan maka anak akan mengalami dehidrasi, kelelahan, dan sulit untuk berkonsentrasi. Terkait kebutuhan tersebut, anak juga perlu pendamping dari keluarga untuk selalu menyediakan dan membawakan air minum setiap anak beraktivitas.

3.2.2 Analisis SWOT

Data yang telah diperoleh penulis kemudian dapat dianalisis dengan cara menguraikan melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) diantaranya sebagai berikut:

a. *Strength*

- Edukasi dengan pendekatan melalui cerita dan ilustrasi yang dikemas secara interaktif lebih mudah dipahami anak usia sekolah.
- Buku cerita memiliki kemampuan dalam membangun dan memperkuat penyampaian pesan atau edukasi pada anak secara efisien.

b. *Weakness*

- Edukasi anak melalui buku yang dicetak pada era serba digital akan terasa sulit dan kurang diminati.
- Buku yang dicetak akan mudah sobek atau rusak jika tidak disimpan dengan terawat.

c. *Opportunity*

- Masih belum banyak ditemukan perancangan mengenai kebutuhan konsumsi air putih pada anak secara kreatif.
- Anak mempunyai ketertarikan pada desain ilustrasi berjenis kartun dan warna cerah.

d. *Threat*

- Buku anak dengan tujuan edukasi telah banyak tersedia.
- Saat ini tingkat literasi pada anak masih rendah sehingga buku bisa kurang untuk diminati.
- Buku mempunyai harga yang relatif mahal.

3.2.3 USP (*Unique Selling Proposition*)

Berdasarkan analisis data dan SWOT yang sudah dilakukan penulis maka USP dalam perancangan ini adalah edukasi dengan pendekatan melalui buku cerita yang menggunakan ilustrasi jenis kartun dan fitur interaktif sebagai poin utamanya. Hal ini akan dapat membantu dan memudahkan anak usia sekolah untuk memahami

pesan yang dituju dikarenakan anak-anak sering berimajinasi dan membayangkan sesuatu yang menyenangkan. Kemudian, melalui buku cerita ini juga dapat membantu orangtua dalam menjelaskan kebutuhan konsumsi air putih dengan mudah. Sehingga *keyword* yang muncul pada perancangan ini diantaranya buku cerita ilustrasi, *joyful*, edukatif, dan interaktif.

3.3 Sasaran Khalayak

Dalam perancangan ini, penulis memfokuskan batasan sasaran khalayak melalui:

a. Demografis:

- Target Primer : Anak berusia 7-12
- Tingkat Pendidikan : Sekolah Dasar
- Target Sekunder : Orangtua usia 33-45 tahun sebagai pendamping
- Gender : Laki-laki dan perempuan
- Ekonomi : Menengah keatas (SES A-B)

b. Geografis: Semarang dan perkotaan besar sekitarnya

c. Psikografis Anak:

- Anak-anak yang peduli dengan kesehatan dan mempunyai keinginan untuk terbiasa minum air putih secara rutin sebagai bekal hidup sehat di masa depan.
- Masih kurangnya pengetahuan tentang manfaat mengonsumsi air putih.
- Anak-anak yang mempunyai minat dengan informasi berbasis visual.
- Berbagai macam karakter anak yang menyukai bereksplorasi.

d. Psikografis Orangtua:

- Orangtua yang peduli dan menginginkan yang terbaik untuk kesehatan anak.
- Orangtua yang mempunyai cukup pengetahuan mengenai kebutuhan konsumsi air putih pada anak.
- Orangtua yang tidak sibuk bekerja.

3.4 Strategi Komunikasi

Strategi yang ditawarkan adalah melalui media berupa buku bersifat **edukatif** dan **persuasif** yang berbasis **visual** dan **interaktif** yang ditujukan pada anak usia 7-12 tahun. Anak pada usia sekolah sudah mampu berfikir secara nalar, logis, serta dapat memahami dan mengatasi permasalahan. Dalam perancangan ini, strategi komunikasinya adalah dengan memberikan pembelajaran serta wawasan mengenai kebutuhan konsumsi air putih

secara kreatif seperti manfaat, dampak, serta takaran minum yang sesuai untuk usia anak 7-12 tahun. Perancangan ini bertujuan untuk mengajak anak-anak untuk mulai terbiasa dan rutin minum air putih.

Perancangan berbasis visual ini menggunakan ilustrasi jenis kartun yang penggambarannya dibuat sederhana dan mudah dikenali sehingga anak-anak dapat memahaminya secara mudah. Sedangkan pada sisi interaktif akan disediakan beberapa halaman yang mengajak anak-anak untuk berinteraksi langsung seperti mendorong, menarik, hingga membuka tampilan interaksi yang disediakan. Dengan menyediakan tampilan tersebut akan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan dan menjadi media pembelajaran yang menarik bagi anak.

Untuk mendukung strategi komunikasi diatas, maka digunakan strategi **AISAS** sebagai penyebarannya, diantaranya sebagai berikut:

- a. **Attention**: untuk mendapatkan perhatian dari target audiens baik anak-anak maupun orangtua maka akan dibuat poster publikasi dengan menggunakan konten dari buku yang berisikan pesan singkat guna mengajak target audiens untuk mulai memperhatikan kebutuhan konsumsi air putih pada anak melalui media buku interaktif. Selain itu juga dibuat dalam bentuk *x-banner*, berisikan pemberitahuan mengenai buku cerita interaktif yang akan ditempatkan di beberapa sekolah sehingga jangkauan target bisa semakin luas dan dekat.
- b. **Interest**: Setelah mendapatkan perhatian dari target audiens, kemudian muncul ketertarikan untuk memperoleh informasi lebih lanjut tentang apa yang dibahas di dalam buku tersebut melalui unggahan postingan di Instagram.
- c. **Search**: Setelah target audiens tertarik dengan konten yang dibahas di dalam buku, maka ada keinginan untuk mencairitahu lebih jelas mengenai harga dan pemesanan melalui postingan yang sudah disebar di Instagram ataupun *x-banner* yang sudah disediakan.
- d. **Action**: Kemudian target audiens muncul tindakan untuk membeli atau memesan bukuinteraktif tersebut bersamaan dengan mendapatkan merchandise yang sudah disediakan sebagai media edukasi di rumah.
- e. **Share**: Orangtua ataupun anak dapat berbagi pengalamannya tentang buku interaktif tersebut dengan harapan dapat menjadi pembelajaran dan *reminder* mengenai kebutuhan konsumsi air putih pada anak ke teman, saudara, orang terdekat lainnya, hingga media sosial.

3.5 Konsep Penyampaian Pesan

a. Tema

Tema yang digunakan dalam perancangan ini adalah untuk memberikan wawasan mengenai kebutuhan konsumsi air putih pada anak sehingga dapat tertanam bekal hidup sehat di masa depan secara tidak langsung. Dalam penyampaian pesan akan dikemas melalui sebuah cerita secara interaktif dengan mengambil genre *friendship* yang menghibur dan ceria.

b. Judul

Pada buku yang dirancang penulis, judul yang digunakan adalah “Yuk, Berteman dengan Si Air!”. Penulis memilih kata berteman karena anak-anak berada pada masa mengenal dan mengakrabkan diri sehingga berteman disini dapat diartikan sebagai pengenalan dekat tentang air pada keseharian anak. Pemilihan judul ini dengan harapan anak-anak dapat mulai terbiasa dan rutin minum air putih serta tidak memandang bahwa air putih itu tidak enak, melainkan akan mendapatkan kesegaran dan energi dalam tubuh dalam aktivitas sehari-hari anak.

3.6 Strategi Media

Dalam perancangan ini, media utama yang dibuat adalah buku cerita. Buku cerita tersebut berisikan ilustrasi jenis kartun yang sederhana dan tulisan singkat yang mudah dipahami target audiens yaitu anak-anak. Penggunaan bahasa pada buku cerita tersebut adalah bahasa Indonesia yang ringan. Pada buku cerita ini, penulis akan menggunakan warna yang memberikan kesan menyenangkan seperti warna cerah dan warna tematik dari air putih yaitu biru. Bahan yang digunakan untuk buku tersebut terbuat dari kertas tebal dan sulit untuk disobek yaitu *art carton* dengan ketebalan 360gsm pada isi buku di dalamnya yang dilaminasi *doff* dan dijilid ring kawat *hard cover*. Jenis kertas ini mempunyai tekstur yang mengkilap dan halus. Buku yang berjumlah 20 halaman ini berukuran *square* (21cm x 21cm) dengan sudut buku yang dibuat tumpul sehingga buku tersebut dapat digunakan anak-anak dalam jangka waktu yang lama secara aman.

Konsep pada buku cerita ini akan menampilkan sisi interaktif di beberapa bagian seperti bisa digeser ataupun dibuka gambarnya. Buku cerita ini akan dipublikasikan pada Hari Anak pada 23 Juli dengan tujuan yang bersifat persuasif dan *reminder* pada anak-anak akan

pentingnya mengonsumsi air putih secara rutin. Adapun bagian yang terdapat dalam buku ini diantaranya:

- a. Cover depan dan belakang
- b. Buku milik (nama)
- c. Halaman 1: Pengenalan tokoh dan suasana (ilustrasi dan tulisan)
- d. Halaman 2-3: Kebutuhan air dalam tubuh (ilustrasi, tulisan, dan interaktif)
- e. Halaman 4-5: Kehilangan cairan pada tubuh saat beraktivitas (ilustrasi, tulisan, dan interaktif)
- f. Halaman 6-7: Refa dan Rena berlari menuju kantin (ilustrasi, tulisan, dan interaktif)
- g. Halaman 8-9: Memilih minuman yang baik untuk tubuh (ilustrasi, tulisan, dan interaktif)
- h. Halaman 10-11: Manfaat minum air putih (ilustrasi, tulisan, dan interaktif)
- i. Halaman 12-13: Dampak kurang minum air putih (ilustrasi, tulisan, dan interaktif)
- e. Halaman 14-15: Air putih yang dibutuhkan per hari (ilustrasi, tulisan, dan interaktif)
- f. Halaman 16-17 Refa ikut minum air putih setelah mendengar penjelasan Rena (ilustrasi, tulisan, dan interaktif)
- g. Halama 18: Pesan cerita

Untuk meningkatkan ketertarikan dari calon pembaca, diberikan informasi lebih lanjut mengenai konten dari buku cerita yang dapat ditemukan melalui publikasi di media sosial Instagram dengan menampilkan poster publikasi sehingga dapat menjangkau target audiens yaitu anak-anak lebih luas.

3.7 Gambaran Perancangan

Perancangan ini akan terdapat 2 media yaitu media utama dan media pendukung yang berperan dalam menjangkau dan mengenalkan lebih jauh pada target audiens, diantaranya:

a. Media Utama

Media utama yang dibuat adalah buku cerita. Buku cerita tersebut bersifat edukatif dan persuasif yang didukung dengan tampilan interaktif pada beberapa bagian isi buku. Buku tersebut berisikan ilustrasi jenis kartun yang sederhana dan tulisan singkat yang mudah dipahami target audiens yaitu anak-anak. Penggunaan bahasa pada buku cerita tersebut adalah bahasa Indonesia dengan menggunakan jenis font *sans-serif* yang mempunyai kesan ramah dan mudah terbaca. Pada buku cerita ini, penulis akan menggunakan warna yang memberikan kesan hangat dan menyenangkan

seperti warna cerah yang didominasi warna kuning, merah, dan oranye serta juga digunakan warna tematik dari air putih yaitu biru.

b. Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan dalam perancangan ini sebagai promosi yang bertujuan untuk mengenalkan lebih jauh produk desain kepada target audiens. Sehingga penulis menggunakan media sosial Instagram melalui *ads story* dan *feeds* hingga *x-banner* untuk menjangkau target yang lebih luas. Selain itu dalam mendukung promosi buku cerita tersebut, akan terdapat beberapa *merchandise* menarik diantaranya *keychain*, *totebag*, dan stiker.

3.8 Perancangan Biaya Kreatif

Jumlah	Media	Biaya	Total
20 hlm	Desain Ilustrasi dan Grafis	Rp 200.000,-	Rp 4.000.000,-
20 hlm	Desain Layout	Rp 45.000,-	Rp 900.000,-
30 pcs	Cetak Buku	Rp 60.000,-	Rp 1.800.000,-
30 pcs	Jilid Ring Kawat	Rp 75.000,-	Rp 2.250.000,-
	Desain Publikasi		Rp 1.500.000,-
	Instagram Ads		Rp 2.000.000,-
10 pcs	X-Banner	Rp 70.000,-	Rp 2.100.000,-
30 pcs	Keychain (5cm) 2 sisi	Rp 8.500,-	Rp 255.000,-
30 pcs	Totebag	Rp 27.000,-	Rp 810.000,-
30 pcs	Stiker (isi 5)	Rp 7.500,-	Rp 225.000,-
TOTAL			Rp 15.840.000,-

Tabel 1. Rencana Anggaran

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022