

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan melalui metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner secara *online* melalui sosial media yang targetnya yaitu remaja usia 11-18 tahun. Studi literatur lainnya digunakan untuk mengumpulkan teori berdasarkan jurnal, internet mau pun buku yang bisa mendukung perancangan ini.

1. Riset dan Dokumentasi

Penulis meriset data dan mencari tahu informasi apa saja yang penulis butuhkan. Serta mengumpulkan data visual yang mendukung perancangan ini.

2. Studi Literatur

Mencari dan mengumpulkan sumber-sumber yang bisa penulis gunakan sebagai referensi. Menggunakan jurnal-jurnal, buku maupun artikel yang bisa mendukung topik perancangan ini. Dalam studi literatur ini memudahkan penulis untuk mendapatkan data tertulis sebagai landasan teori maupun pustaka lainnya yang berkaitan dengan perancangan ini. Dengan menyertakan daftar pustaka agar sumber asli bisa penulis akses kembali dan sebagai referensi pembaca perancangan ini. Dan untuk artikel, penulis mencari sumber yang sekiranya dapat dipercaya kevaliditasannya.

3. Kuisioner

Kuisioner yang penulis buat merupakan jenis kuisioner tertutup dimana terdapat pilihan jawaban dari pertanyaan yang penulis ajukan dan responden hanya memilih opsi yang penulis sediakan. Kuisioner dilakukan guna melihat sudut pandang target yang berkaitan dengan topik perancangan. Berikut pertanyaan kuisioner yang penulis tanyakan pada target:

- a. *Lifestyle Responden*

- Apakah kamu sudah pernah mencoba kedua jajanan tersebut?
- Seberapa sering kamu mengonsumsi jajanan tradisional? Dari 1 tidak pernah, sampai 4 sering.
- Jika pernah mencoba kue cucur dan dodol, dimana bisa menemukannya?

- b. **Pengetahuan Responden Tentang Kue Cucur Dan Dodol**

- Apakah kamu sudah tau kue cucur dan dodol sebelumnya?
- Dari penjelasan fakta unik, apakah kamu sebelumnya sudah tau?

c. Media dan Desain Perancangan

- Apakah kamu pernah membaca buku digital? dan apakah suka?
- Jika ada buku digital interaktif apakah kamu tertarik?
- Dari ketiga pilihan ilustrasi kamu suka yang mana?

3.2 Data Sasaran Khalayak

4.2.1 Geografis

Domisili Jawa Tengah (yang tinggal diperkotaan)

4.2.2 Demografis

- Remaja awal usia 11-18 tahun
- Laki-laki dan Perempuan

4.2.3 Psikografis

- Suka explore hal baru.
- Mulai mandiri dan tidak mau orang tua terlibat.
- Mengikuti sosial media dan perkembangan modern disekitar.

3.3 Analisis Data Penelitian

3.3.1 Analisis Data Kuisisioner

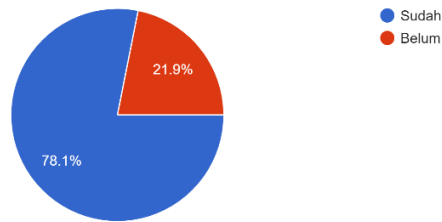
Berdasarkan kuisisioner yang penulis sebarakan kepada target, didapatkan responden sebanyak 32 orang yang berada dibeberapa kota di Jawa Tengah yang telah ditetapkan sebelumnya. Berikut hasil dari 32 responden:

a. *Lifestyle* Responden

Dari pengalaman responden 78,1% sudah pernah mencoba kue cucur dan dodol ini. Sedangkan 21,9% belum pernah mencoba kedua jajanan tradisional ini.

Apakah kamu sudah pernah mencoba kedua jajanan tersebut?

32 responses

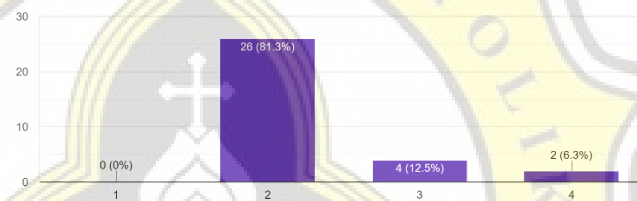


Gambar 3. 1 Pengalaman Responden Terhadap Kue Cucur dan Dodol (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dan untuk mengenai kebiasaan apakah target sering mengonsumsi jajanan tradisional sehar-harinya, 81,3% menjawab jarang sekali mengonsumsi jajanan tradisional.

Apakah kamu sering mengonsumsi jajanan tradisional? misalnya nagasari, kue cucur, serabi, dll (pilih 1 untuk tidak pernah, 2 jarang sekali, 3 lumayan sering, 4 sering)

32 responses

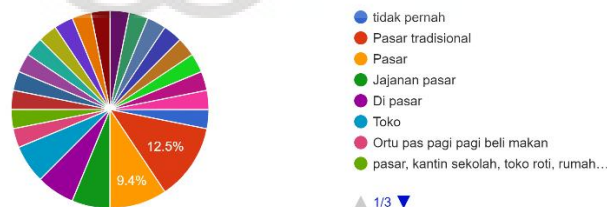


Gambar 3. 2 Kebiasaan Responden Mengonsumsi Jajanan Tradisional (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Kemudian untuk menemukan jajanan tradisional, penulis telah merangkum beberapa jawaban dari responden yaitu dipasar tradisional, ditoko-toko kue dan pusat oleh-oleh dan ada 1 responden yang dibuatkan dirumah.

Jika terkadang mengonsumsi jajanan tradisional, biasanya kamu mendapatkannya dimana?

32 responses

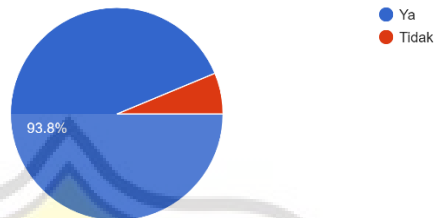


Gambar 3. 3 Tempat dimana bisa mendapatkan Kue Cucur dan Dodol (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

b. Pengetahuan Responden Terhadap Jajanan Tradisional Serta Kue Cucur dan Dodol.

Ketika penulis bertanya apakah responden sudah tau kue cucur dan dodol sebelumnya, 93,8% sudah mengetahui kedua jajanan ini.

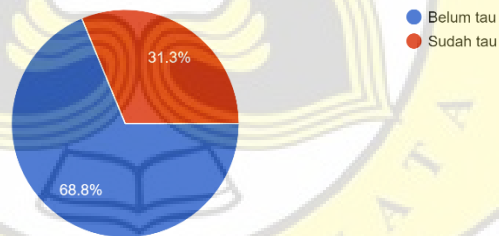
Apakah kamu tau Kue Cucur dan Dodol sebelumnya?
32 responses



Gambar 3. 4 Pengetahuan tentang Kue Cucur dan Dodol sebelumnya
(Sumber:Dokumentasi Pribadi)

Kemudian penulis menjelaskan fakta unik tentang Kue Cucur dan Dodol ini dan kemudian mendapat jawaban dari responden bahwa sebanyak 68,8% belum mengetahui fakta-fakta tersebut.

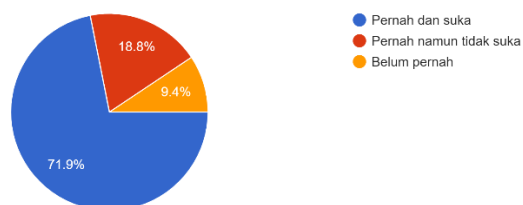
Dari penjelasan fakta unik kue cucur dan dodol diatas, apakah kamu sudah tau sebelumnya?
32 responses



Gambar 3. 5 Pengetahuan Tentang Fakta Unik Kue Cucur Dan Dodol
(Sumber:Dokumentasi Pribadi)

c. Media Yang Biasa Target Gunakan

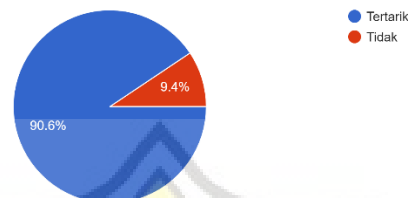
Apakah kamu pernah membaca buku digital? (melalui hp atau komputer, melalui internet misalnya) dan apakah kamu menyukainya?
32 responses



Gambar 3. 6 Media Yang Target Gunakan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Buku digital interaktif ini terkadang bisa dibaca melalui internet dan *ebook*, setelah melihat jawaban responden, didapati 71,9% menyukai buku digital interaktif ini.

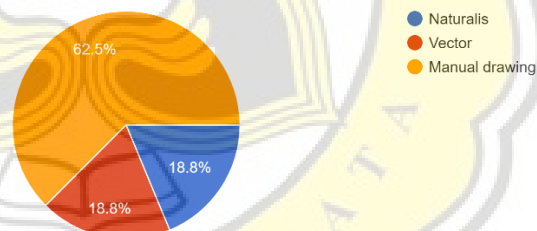
Jika ada buku digital interaktif yang membahas tentang keunikan kue cucur dan dodol apakah kamu tertarik?
32 responses



Gambar 3. 7 Ketertarikan Responden dengan Perancangan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Kemudian untuk ketertarikan dari 32 responden 90,6% tertarik pada buku digital ilustrasi, dan memilih *style* ilustrasi manual *drawing* dengan hasil 62,5%.

Dari ketiga gambar dibawah ini, ilustrasi mana yang kamu sukai?
32 responses



Gambar 3. 8 Pemilihan Ilustrasi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.4 Analisis 5W+1H

1. What

Perlunya media komunikasi visual yang dapat memberikan pengenalan tentang kue cucur dan dodol sebagai jajanan tradisional yang menjadi ikonik di Indonesia, serta memberi pengetahuan tentang fakta unik dibalik kue cucur dan dodol ini dengan menarik dan menyesuaikan target yaitu 11-18 tahun yang menggunakan media interaktif agar lebih bisa diingat.

2. Why

Perancangan ini diperlukan untuk bisa memberikan pengetahuan mengenai jajanan tradisional yang sudah menjadi ikonik Indonesia yaitu kue cucur dan dodol. Dengan mengenalkan kedua jajanan tradisional ini menggunakan media interaktif, kita bisa mengingat dan lebih mengenal tentang kedua jajanan ikonik ini. Mulai dari cara penyajiannya yang berbeda disetiap daerahnya, sampai sebutan yang berbeda-beda untuk setiap daerahnya.

Dengan adanya pengetahuan baru remaja bisa lebih mengenal dan bisa mencoba untuk menyukai jajanan tradisional Indonesia yang mungkin sebelumnya sangat jarang mengkonsumsi, kini bisa belajar untuk membuat dari intruksi buku yang ada.

3. *When*

Media utamanya akan dipublikasi saat 2 Mei, jika tanggal 2 Mei adalah Hari Pendidikan Nasional dan 24 Mei adalah Hari Kebudayaan, maka selama sebulan dalam bulan Mei akan dijadikan bulan pendidikan dan kebudayaan, dimana saat tanggal 2 Mei bukunya akan dirilis terlebih dahulu, yang kemudian akan menggunakan poster yang *dishare* diberita maupun instagram mengenai buku interaktif baru nantinya akan ada *giveaway* yang akan diumumkan pada 24 Mei dimana harus membaca bukunya dahulu untuk bisa menjawab kuis *give away*.

4. *Where*

Media utama akan diposting diweb yang berupa *ebook* dan bisa langsung di *download* siapapun untuk dibaca. Untuk media pendukung sendiri diposting ke Instagram dan berita dibeberapa akun seperti line today, folkative, dll. Agar bisa lebih menjangkau target dengan baik melalui media sosial.

5. *Who*

Remaja awal diusia 11-18 tahun didaerah Jawa Tengah, karena dari umur 11 remaja mulai menyukai hal-hal baru untuk dicoba dan merupakan masa transisi dimana mereka sudah bisa berpikir abstrak dan sudah mulai bisa menganalisis sesuatu dengan baik, dan diumur 18 juga mereka sudah bisa saling bertukar pendapat dengan temannya untuk mencoba hal baru, misalnya dengan mencoba memasak kue cucur atau dodol ini.

6. *How*

Dari beberapa analisis diatas, maka butuhannya media komunikasi visual yang menarik dan bisa membuat target mengingat atau memberikan kesan dengan baik bahwa kue cucur dan dodol ini memang perlu dikenal oleh masyarakat Indonesia diberbagai daerah. Dengan menggunakan buku digital interaktif ini akan mengajak

target untuk bermain dan sekaligus belajar mengingat tentang apa yang menjadi keunikan kedua jajanan ini di setiap daerahnya yang berbeda.

Dibutuhkannya media yang menarik target untuk bisa mencari tahu terlebih dahulu yaitu poster pendukung yang akan disebar di sosial media yang sudah banyak dikenal oleh kebanyakan remaja saat ini apa lagi dengan menyambut Hari Pendidikan Nasional yang sudah diketahui banyak orang. Yang kemudian akan diarahkan untuk membaca isi buku terlebih dahulu yang nantinya akan menjadi jawaban saat *give away* berlangsung. Dan untuk setelah membaca dan berinteraksi dengan buku, target remaja akan mengerti informasi kue cucur dan dodol ini dengan keunikan dan penyajian yang berbeda untuk setiap daerahnya atau mereka juga bisa mencoba membuat dan membeli setelah penasaran dengan kedua jajanan ini.

3.5 Analisis SWOT

1. Strength (Kekuatan)

Dengan adanya pengetahuan baru diharapkan perancangan ini bisa menjadi awal yang baik dalam pengenalan jajanan tradisional, berawal dari kedua jajanan ini yang nantinya bisa menjadi minat baru untuk mencari tau jajanan tradisional yang lainnya. Adanya interaksi dengan buku ini juga menjadi pengingat yang baik dalam target belajar.

2. Weakness (Kekurangan)

Beberapa remaja saat ini masih gengsi untuk menyukai jajanan tradisional, karena generasi yang saat ini sedang ramai oleh budaya negara lain yang masuk ke Indonesia dan bisa saja dianggap kuno.

3. Opportunity (Kesempatan)

Karena saat ini adalah era digital, remaja akan terus mengikuti perkembangan teknologi yang ada, dengan memanfaatkan sosial media yang ada saat ini bisa memudahkan perancangan ini untuk dikenal ke beberapa tempat yang ada di Jawa Tengah, yang kemudian keunikan jajanan tradisional bisa dikenal ke seluruh Indonesia.

4. Threat (Ancaman)

Makanan siap saji yang lebih menggugah selera untuk dikonsumsi karena kelihatan dari warna yang menarik mata dan jajanan dari negara lain yang sedang viral bagi kaum remaja.

3.6 USP Perancangan

Perancangan ini berupa media komunikasi visual interaktif yang memberikan pengenalan yang padat dan jelas agar bisa diingat dengan baik oleh target. Dengan menggunakan beberapa ilustrasi akan memudahkan target untuk memahami juga penjelasan mengenai kue cucur dan dodol ini dengan menarik. Buku interaktif ini juga membuat target bermain dengan belajar. Beberapa fakta unik akan membuat target minat untuk mencoba membuat atau membeli sehingga mereka bisa merasakan langsung jajanan tersebut. Jadi buku digital interaktif ini mampu menjadi media pengenalan yang baik dalam masa belajar remaja awal 11-18 tahun.

Karena sejauh ini belum ada media komunikasi visual yang mengenalkan fakta unik dibalik jajanan tradisional dengan menggunakan media interaksi. Disatu sisi ada penelitian yang sudah membahas kue cucur namun hanya singkat saja disalah satu daerah, tidak dibeberapa daerah. Target yang diterapkan juga masih tergolong anak-anak dan penelitian lain pun hanya membahas kue cucur dan dodol namun tidak menggunakan ilustrasi dan dibuat buku, hanya diartikel maupun jurnal saja.



Gambar 3. 9 Penelitian Yang Telah Membahas Cucur Secara Singkat
(Sumber : Yohanes Ev Swandawidharma, 2016;90&96)

Selain itu, masih kurangnya pengenalan media yang menceritakan keunikan tentang kue cucur dan dodol sebagai jajanan yang ikonik di Indonesia yang perlu diketahui.

3.7 Strategi IMC

Strategi IMC yang penulis buat untuk media utamanya adalah buku digital ilustrasi interaktif yang berisi tentang pengenalan kue cucur dan dodol yang memiliki keunikan dibaliknya, tentang cara penyajian yang berbeda disetiap daerah di Indonesia, serta nama sebutan yang berbeda. Interaksi berupa *games* dan *challenge* membuat jajanan tersebut. Untuk media pendukung dari perancangan ini adalah pembuatan poster sosial media dan *give away* yang sebelumnya sudah disebar ke sosial media seperti Instagram, facebook dan lain-lain.

3.7.1 Strategi Pesan

Perancangan ini untuk memberikan informasi guna mengenalkan kue cucur dan dodol sebagai jajanan tradisional ikonik Indonesia yang memiliki keunikan dibaliknya dengan media interaktif kepada remaja awal usia 11-18 tahun. Agar bisa mengetahui apa saja penyajian kue cucur dan dodol diberbagai daerah. Berisi fakta-fakta unik, cerita dibalik kue cucur dan dodol, serta penyajian yang berbeda disetiap daerah, ada pula cara memasaknya.

3.7.2 Strategi Kreatif

1. Judul Perancangan

Buku digital interaktif yang memakai judul “Si Manis dan Si Legit Legenda Nusantara”. Memakai perumpamaan seperti karakteristiknya yaitu sama-sama manis dan legit. Kemudian ada cerita dibalik kue cucur dan dodol ini yang melegenda dari dulu hingga sekarang selalu disajikan diacara adat sakral.

2. Tagline

Menggunakan *tagline* “Si Manis dan Si Legit yang selalu dihati” yang memiliki makna rasa legit dari kue cucur dan dodol itu sedniri, selain itu juga bisa melekatkan dihati masyarakat Indonesia.

3. Maskot

Diberi nama Si Manis dan Si Legit yang menjadi karakter kue cucur dan dodol yang memiliki rasa manis serta legit.

3.7.3 Strategi Media

1. Objektif Media

- a. Tujuannya untuk mengenalkan informasi kue cucur dan dodol ke target.
- b. Untuk memberikan informasi mengenai cara penyajian, sebutan yang berbeda dari berbagai daerah di Indonesia.
- c. Memberitahukan fakta unik dan interaksi yang memudahkan target mengingat dengan baik.
- d. Media yang digunakan mudah diakses oleh target usia 11-18 tahun.

2. Pendekatan Media

a. Media Utama

Media utama dari perancangan ini berupa buku digital interaktif yang membahas tentang fakta dibalik kue cucur dan dodol, serta cara penyajiannya dan sebutan yang berbeda dari setiap daerah di Indonesia. Bertujuan untuk mengenalkan jajanan tradisional yang sudah menjadi ikonik di Indonesia. Dengan media interaktif ini akan lebih memudahkan target untuk belajar.

- **Gaya Ilustrasi**, berdasarkan hasil kuisioner hasil paling tinggi memilih ilustrasi *hand drawing* yang lebih halus dan terdapat beberapa bayangan yang memang sudah sesuai dengan target. Agak tegas namun tetap santai karena efek penggambaran tangan.
- **Warna**, akan menggunakan warna yang hangat agar terkesan lebih lekat. Lebih banyak menggunakan warna tersebut untuk memperlihatkan nusantara.
- **Tipografi**, memakai jenis *hand writing* yang memiliki gaya font santai dan menyenangkan. Menyesuaikan dengan target supaya belajar dengan menyenangkan.
- **Layout**, memakai *layout* center ditengah yang memudahkan target untuk berfokus pada informasi yang ada.

b. Media Pendukung

Menggunakan poster dan memanfaatkan sosial media yang ada seperti Instagram Ads, dan menempelkan poster pada sekolahan agar mempunyai dampak yang cukup besar untuk mengumumkan adanya buku interaktif tentang jajanan pasar dan tentang *give away merchandise*. Sementara itu ada juga *giveaway* diinstagram dah *challenge* yang berhubungan dengan bukunya. Dan bekerjasama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk dukungan penyebaran perancangan ini.

3.8 AIDA

- **Attention** – dengan menarik perhatian target menggunakan ilustrasi dan mempublikasikan poster media pendukung ke sosial media berupa Instagram Ads, dengan menyelenggarakan *give away* seperti *totebag*, *hat bucket*, kaos yang berhubungan dengan ilustrasi kue cucur dan dodol itu sendiri sehingga target melihat adanya keunikan kue cucur dan dodol. Poster yang ditempel disekolahan.

- **Interest** – setelah membuat perhatian target, akan disajikan visualisasi dari perancangan seperti adanya maskot, dan fakta-fakta unik tentang kue cucur dan dodol, agar target bisa tertarik membaca isi bukunya.
- **Desire** – strategi selanjutnya setelah tertarik dengan iklan yang telah dibagikan, target akan merasa ingin mencari tau lebih lanjut mengenai hal-hal yang ada didalam bukunya.
- **Action** – target sudah membaca dan berinteraksi dengan buku ilustrasi ini, dengan interaksi yang ada target akan lebih cepat mengingat dengan keunikan kue cucur dan dodol yang ada dalam pesan bukunya.

3.9 Anggaran Perancangan

No.	Item	Jumlah	Harga Satuan	Total
1.	Media Utama: Buku Ilustrasi Digital Interaktif riset, berpikir kreatif	72 jam	Rp25.000	Rp1.800.000
	Desain <i>cover ebook</i>	24 jam	Rp50.000	Rp1.200.000
	Desain Ilustrasi			Rp4.000.000
	Desain <i>layout</i>			Rp3.000.000
2.	Media Pendukung: Media Sosial – Instagram Desain media sosial Instagram			Rp2.500.000
	Iklan <i>feed dan story</i> di ads Instagram (promote) (missal folkative) Jangkauan audiens 6.400-17.000 orang.	30 hari	Rp100.000/hari	Rp3.000.000
3.	Media Pendukung: Poster Cetak - Sekolah Cetak warna poster A3 (Ivory 210gr) untuk: SMA SMP SD	30lembar 30lembar 20lembar	Rp3.500/lembar	Rp280.000
				Rp15.780.000