BAB III
STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan ialah melakukan penelitian gabungan dengan mengkombinasikan dua desain penelitian yaitu kuantitatif dan kualitatif. Perancangan ini menggunakan penelitian kualitatif guna menyingkap objek yang diteliti, sementara kuantitatif agar data yang didapat oleh perancang menjadi terukur. Perancang juga menggunakan *cross section* sebagai desain penelitian, dimana data yang dikumpulkan oleh perancang ialah dalam sekali waktu. Dalam proses pengumpulan data, maka strategi pengumpulan data ialah

3.1.1 Strategi Pengumpulan Data

1. Primer

a. Observasi

Penulis akan mengumpulkan data dengan mengobservasi dan mencermati topik perancangan baik secara verbal maupun visual mengenai *sex education* dan juga remaja usia 10 – 15 tahun.

b. Dokumentasi

Selain mengobservasi data, penulis juga melakukan dokumentasi data secara verbal maupun visual guna melengkapi landasan perancangan.

c. Kuisioner

Penulis juga melakukan survey melalui kuisoner, diaman penulis membuat beberapa alternatif jawaban dengan pertanyaan sehingga responden dapat memilih sesuai dengan pemahamannya. Kuisioner ini bertujuan untuk mengetahui wawasan responden mengenai topik terkait. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang penulis ajukan melalui kuisioner :

1. Apakah kamu tahu tentang *sex education*?
2. Ketika muncul kata “sex” apasih arti sex itu?
3. Menurut kamu, *sex education* itu membahas apa?
4. Apakah kamu pernah mendapatkan pengetahuan seputar *sex education*?
5. Darimana kamu mendapatkan pemahaman tentang *sex education* tersebut?

6. Menurut kamu penting ngga sih mendapatkan pengetahuan seputar *sex education*?
7. Apabila ada media pembelajaran seputar *sex education*, apakah kamu tertarik untuk mempelajarinya?
8. Jika ada alternatif media pembelajaran tentang *sex education*, media apa yang menurut kamu menarik dan mudah dipahami?

d. Wawancara Ahli

Pada perancangan ini, penulis juga mendapatkan data dari narasumber ahli yang betul mengerti dan bergerak dibidang *sex education* dan psikologi. Penulis melakukan interview dengan Ibu Zoya Amirin, M.Psi.,FIAS yang merupakan seksolog klinis dan *sexual psychologist* dimana wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi lebih mendalam mengenai *sex education* langsung dari pakarnya dan juga mengetahui sudut pandak psikolog terhadap potensi perancangan *sex education* untuk anak remaja usia 10 – 15 tahun.

2. Sekunder

a. Studi Literatur

Guna mendukung data – data yang penulis kumpulkan, penulis juga melakukan studi literatur yaitu mengumpulkan sumber – sumber kepustakaan yang dapat dijadikan teori pendukung terkait topik yang diangkat. Penulis mendapatkan data ini melalui jurnal serta buku yang berisi topik terkait. Sumber yang di dapatkan oleh penulis tidak secara asal digunakan, tapi melalui proses reduksi data dimana penulis akan melakukan seleksi terhadap sumber dan kredibilitas terhadap sumber – sumber kepustakaan yang digunakan.

3.2 Data Khalayak Sasaran dan Wawasan Pengguna

Target primer pada perancangan ini ialah remaja dengan rentang usai 10 – 15 tahun dimana pada usia ini anak remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, berpikir secara abstrak dan kritis, serta berada di fase pertumbuhan kognitif, dan juga tidak asing dengan penggunaan social media sehari – hari kemudian orang tua sebagai target sekunder.

a. Geografis

Bertempat tinggal di kota – kota besar. Kota Semarang sebagai kota sampling.

b. Psikografis

1. Menyukai hal – hal baru.
2. Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.
3. Termasuk golongan masyarakat urban, yang mana erat dengan pemakaian digital, berperilaku modern dan berpikiran terbuka.
4. SES B – A.

c. Demografis

1. Target primer ialah remaja usia 10 – 15 tahun (*teenager age*).
2. Orang tua sebagai target sekunder.
3. Sedang memasuki masa pubertas.
4. Suka belajar hal – hal baru dan bereksplorasi.

3.3 Analisis Data Penelitian

3.3.1 Wawancara Ahli

Wawancara dilakukan melalui *GoogleMeet* pada Senin, 11 April 2022 pukul 14.00 – 14.30.

3.1 Profil Sexual Psychologist Zoya Amirin, M.Psi., FIAS
Sumber : Instagram.com/zoyaamirin

1. Data Narasumber

Nama : Zoya Amirin, M.Psi., FIAS

Spesialis : Sexual Psychologist

Pengalaman : 2005 (Psikolog Klinis), 2008 (Sertifikasi Seksologi) – hingga sekarang di bidang seksologi.

2. **Hasil Kesimpulan Wawancara**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan Ibu Zoya Amirin, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *sex education* yang komprehensif, dapat memberikan pemahaman kepada anak khususnya di masa pubertas sebagai bentuk dari consent diri. Sehingga anak akan lebih menghargai satu sama lain dan lebih mengenal diri sendiri. Namun orang tua juga memiliki peranan penting dalam membantu anak mempelajari pendidikan seks. (*Transkrip data wawancara ada dalam lampiran*)

3.3.2 Data Kuisioner

Berdasarkan data yang diperoleh penulis melalui kuisioner melalui *GoogleForm*, terdapat 83 responden dengan kriteria yang sudah ditetapkan yaitu sebesar 14.6% berusia 10 tahun, 22% berusia 12 tahun, 23.2% berusia 13 tahun, 19.5% berusia 14 tahun dan sebanyak 20.7% berusia 15 tahun. Pada usia mereka saat ini, sebanyak 58.5% menjawab bahwa mereka mengtahui tentang *sex education*, dan sebanyak 41.5% tidak mengetahui apa itu *sex education*.

Sebanyak 82 responden memahami arti kata sex yaitu 17.1% menjawab tentang perubahan fisik, 17.1% menjawab tentang kesehatan reproduksi, sebanyak 76.8% menjawab berhubungan intim, sebanyak 17.1% menjawab tentang gender, 6.1% responden menjawab tentang kekerasan seksual, 31.7% menjawab tentang proses reproduksi, dan sebanyak 2.4% menjawab tidak tahu dan sebanyak 1.2% menjawab perbedaan biologis antara perempuan dan laki – laki.

Sebanyak 74.4% dari 82 responden memiliki pemahaman tentang *sex education* yang merupakan berhubungan intim, kemudian sebanyak 29.3% menjawab pubertas, 26.8% menjawab kesehatan reproduksi, 14.6% menjawab tentang gender, 40.2% menjawab tentang proses reproduksi, seebanyak 8.5% responden menjawab tentang kekerasan seksual, kemudian 1.2% menjawab informasi menganai persoalan seksualitas serta 1.2% responden menjawab tidak tahu.

Sebanyak 58.5% dari 82 responden pernah mendapatkan pengetahuan seputar *sex education*, dan sebanyak 41.5% tidak pernah mendapatkan pengetahuan seputar *sex education*. Dari 82 responden, sebanyak 354% mengetahui *sex education* melalui social media, 4.9% melalui orang tua, 24.4% melalui sekolah, 3.7% melalui

buku pelajaran, 8.5% melalui situs porno, 1.2 menjawab semua kecuali buku pelajaran, lalu sebanyak 2.4% menjawab tidak tahu.

92.7% dari 82 responden menjawab bahwa penting untuk mendapatkan pemahaman seputar *sex education*, sebanyak 7.3% menjawab tidak penting. Sejumlah 86.6% responden tertarik apabila ada media pembelajaran seputar *sex education* den sebanyak 13.4% tidak tertarik.

Sebanyak 82 responden, sejumlah 67.1% memilih buku ilustrasi sebaagai alternatif media pembelajaran, 29.3% memilih video dan sebanyak 3.7% memilih aplikasi. (*Diagram hasil kuisioner ada dalam lampiran*)

3.3.3 SWOT

1. ***Strength* (Kekuatan)**

   Dalam perancangan ini, diharapkan dapat memberikan awareness dan menjadi media pembelajaran serta wawasan terhadap *sex education* yang mudah dipahami oleh anak remaja yang tepat guna serta memberikan remaja pemahaman dan dapat membentuk consent remaja baik untuk diri sendiri maupun lingkungan dan juga orang lain meliputi pengenalan terhadap diri sendiri di masa pubertas, perubahan apa saja yang akan dialami hingga bagaimana remaja dapat menyikapi perubahan – perubahan tersebut.

2. ***Weakness* (Kekurangan)**

   Dengan ketertarikan anak remaja terhadap keingin tahuan tentang *sex education*, tidak dapat menjamin hilangnya stigma taboo di masyarakat terhadap pendidikan seks, terlebih untuk anak usia 10 – 15 tahun. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya pendidikan seks untuk anak sedari dini.

3. ***Opportunity* (Kesempatan)**

   Masih banyak anak remaja yang kurang memiliki pengetahuan terhadap *sex education* namun dengan ketertarikan dan rasa ingin tahu mereka yang besar, memberikan peluang terhadap perancangan ini dapat tersampaikan dengan baik dan dapat memberikan wawasan sedari dini dan dapat menciptakan consent diri, boundaries, dan juga pemahaman akan diri sendiri, Selain itu, banyaknya platform maupun media yang juga membahas tentang *sex education* yang terlalu jauh dan juga tidak menggunakan komunikasi visual yang tepat untuk remaja.

4. ***Threat* (Ancaman)**

Meskipun perancangan ini dilandasi oleh adanya ketertarikan dan juga rasa ingin tahu remaja yang tinggi, stigma masyarakat yang menganggap *taboo* perihal *sex education* untuk dibicarakan sedari dini dan akan dipahami remaja secara alami, menjadi hambatan untuk remaja menerima pengetahuan seputar seksualitas secara positif.

3.3.4 USP

Unique Selling Point pada perancangan ini ialah sebagai *agent of change* untuk memberikan *empower* terhadap anak remaja khususnya dalam memahami pendidikan seksual dengan komunikasi visual yang terintegrasi, sehingga pesan yang tersampaikan dapat dipahami remaja dengan penyampaian tepat guna serta dapat memberikan remaja awareness, wawasan akan diri sendiri, membentuk *self-acceptance* serta *consent* diri dan bagaimana bersikap di hadapan orang lain. Sehingga ketika remaja dihadapkan oleh suatu kondisi dan memerlukan pertimbangan terkait diri sendiri, mereka akan mampu mempertimbangkannya dengan baik.

3.3.5 5W + 1 H

1. ***What?***

   Merancang media yang memberikan edukasi serta pemahaman dan segala informasi seputar *sex education* khusunya pada focus pembahasan yaitu pubertas dan perubahan diri sendiri yang akan bermanfaat untuk remaja dalam membentuk *consent* diri dan orang lain.

2. ***Why?***

   Guna memberikan pemahaman dan edukasi serta *awareness* kepada remaja tentang *sex education* khususnya diusia 10 – 15 tahun dimana mereka sedang memasuki masa pubertas yang dapat memberikan mereka pemahaman dan dapat terbuka mengenai topik terkait. Pengetahuan tetang seksualitas ini akan mencakup dari gender, perubahan diri sendiri hingga bagaimana harus menyikapi perubahan yang terjadi sehingga target dapat mengenali diri sendiri dan perubahan yang ada.

3. ***Who?***

   Remaja berusia 10 – 15 tahun baik perempuan maupun laki – laki yang tinggal diperkotaan, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, serta berada di lingkungan modern dengan pemikiran terbuka.

4. ***When?***

   Penerbitan perancangan ini akan dipublikasikan pada tanggal 23 Juli 2022 secara bertahap guna merayakan Hari Anak Nasional di Indonesia. Dengan publikasi media pada hari tersebut, diharapkan perancangan ini dapat memberikan perubahan khusunya anak remaja baik di kota Semarang maupun di Indonesia.

5. ***Where?***

   Perancangan yang dibuat ini akan diterbitkan atau dipublikasikan melalui social media dengan media utama yaitu buku ilustrasi dimana Instagram sebagai media penghubung antara informasi utama dengan khalayak target. Dalam media pendukung yaitu Instagram sendiri akan membahas bagaimana gambaran keseluruhan pada buku ilustrasi digital mengenai *sex education* serta melakukan *brand activation* melalui feeds Instagram dengan content edukasi yang dikemas sesuai tutur bahasa yang mudah dipahami oleh remaja. Selain melakukan *activation* pada sosial media, perancangan ini juga akan dipublikasikan secara offline dengan mencetak serta menyebarluaskan media utama dan media pendukung seperti poster perancangan yang dipublikasikan khususnya ke sekolah – sekolah.

6. ***How?***

   Dengan merancangan media komunikasi visual terintegrasi yang memuat pembelajaran yang disertai oleh gambar atau ilustrasi yang divisualkan secara menarik dan mampu menceritakan keseluruhan informasi secara kreatif untuk remaja usia 10 – 15 tahun. Selain itu, remaja usia 10 – 15 tahun kerap bermain social media, sehingga pada perancangan ini social media dapat digunakan sebagai *brand activation* sebagai media pendukung guna membantu mengarahkan target kepada media utama terhadap rasa ingin tahu tentang sex education.

3.4 Strategi IMC

Strategi yang dirancang oleh penulis ialah berupa perancangan komunikasi visual terpadu dengan media buku ilustrasi guna memberikan *awareness* dan pemahaman mengenai *sex education* untuk anak usia 10 – 15 tahun. Penulis menerapkan pendekatan komunikasi visual disetiap strategi yang dirancang.

3.4.1 Strategi Pesan

Perancangan ini dirancang untuk memberikan awareness serta pemahaman untuk remaja usia 10 – 15 tahun tentang *sex education* khususnya pada perkembangan remaja yaitu pubertas melalui komunikasi visual dengan media utama yaitu buku ilustrasi digital.

Perancangan media ini digunakan sebagai bahan pembelajaran mengenai *sex education* pada khususnya membahas mengenai pubertas yang dapat diakses dengan mudah melalui social media. Buku ilustrasi digital dikemas dengan penyampaian yang memiliki narasi bercerita dan berisi tentang segala bentuk informasi mengenai pubertas atau perubahan – perubahan yang akan terjadi selama masa remaja, dan juga berisi tentang pengenalan diri yang dimaksud dengan pengenalan bagian tubuh, perubahan apa saja yang akan terjadi, perbedaan perempuan dan laki – laki, memberikan bahwa segala perubahan yang dialami adalah normal, agar remaja dapat mempertimbangkan segala sesuatu dengan baik, serta memiliki pemahaman akan *self-acceptance* atau penerimaan akan diri sendiri sehingga dapat menyadarkan remaja bahwa seksualitas merupakan aspek menjadi manusia yang seutuhnya, sehingga menormalisasikan tentang topik terkait dimasa perkembangan kognitif.

Perancangan ini juga menggunakan bahasa Indonesia, yang merupakan bahasa ibu dan juga bahasa sehari – hari sehingga mudah dipahami oleh target, penyampaian pesan sendiri menggunakan tutur bahasa yang netral dan tidak menjurus, menormalisasi topik tentang *sex education*.

3.4.2 Strategi Kreatif

1. Judul Perancangan

Strategi kreatif pada perancangan ini mengangkat tentang *sex education* untuk remaja usia 10 – 15 tahun dengan menggunakan pendekatan komunikasi visual terintegrasi dengan media utama buku ilustrasi. Buku ilustrasi ini memiliki judul "*Aku Sudah Besar! : Petualanganku Bermetamorfosis*". Penggunaan judul pada buku ilustrasi ini menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia yang merupakan bahasa ibu atau bahasa sehari - hari, memberikan penekan pada judul utama dan sub judul sehingga penyampaian pesan lebih optimal. Pengemasan judul buku ilustrasi ini dikemas dengan menyenangkan, tidak terlalu *saintis*, namun dapat menyampaikan pesan yang

mencakup topik terkait. (innocent, simple, clean, polos)

2. **Tagline**

   Perancangan ini juga akan menggunakan tagline dengan penggunaan bahasa Indonesia yang akan menyampaikan makna bahwa hal – hal yang dialami oleh remaja di usia 10 – 15 tahun terhadap perubahan fisik hingga kognitif adalah hal yang normal, wajar dan tidak perlu untuk malu melainkan merupakan satu hal perlu untuk dipahami. Tagline perancangan ini berbunyi "Semua Itu Normal, Oke?"

3. **Tone and Manner**

   Perancangan ini akan dikemas secara menyenangkan, memiliki narasi bercerita sehingga konten yang diberikan tidak terlalu saintis, namun tetap mendetail dengan menggunakan warna – warna yang colorful dengan penggunaan warna yang lebih subtle sehingga warna tidak terlalu mencolok.

Gambar 3.2 Ilustrasi Buku Anak
Sumber : https://www.behance.net/gallery/141460921/O-Que-Eu-Faco-Com-Esse-Grito-Childrens-Book by Maria Gabriella Gama

Penggunaan ilustrasi pada media utama yaitu buku bertujuan untuk menstimulus pikiran anak, dimana peranan psikologi retorika gambar yang dapat diterapkan melalui penggambaran isi topik terkait dengan visualisasi berupa ilustrasi anak. Sehingga informasi yang disampaikan dapat ditangkap secara optimal karena bersifat persuasif dan dapat memicu emosional khalayak target.

3.4.3 Strategi Media

Perancangan ini memiliki dua media sebagai media utama (*primer*) dan media pendukun (*sekunder*). Pada perancangan ini, media utama sebagai media untuk mengakses informasi tentang topik terkait kepada target. Sementara media pendukung merupakan media yang berperan sebagai penarik perhatian, pemberi arahan informasi menuju medoa utama hingga dapat berfungsi sebagai alat penyebaran informasi secara meluas.

3.4.3.1 Pendekatan Media

1. **Media Utama**

   Perancangan komunikasi visual ini menggunakan buku illustrasi digital sebagai media utama. Buku illustrasi digital dikemas dengan ringkas dengan pembawaan isi berupa *story telling* atau cerita bernarasi yang akan memberikan informasi seputar *sex education* khususnya di masa pubertas remaja. Media ini juga dilengkapi illustrasi anak yang divisualisasikan secara netral, dimana sebagai bentuk dari psikologi retorika gambar dimana anak akan memahami suatu infromasi melalui visual dengan jauh lebih mudah. Selain itu, perancangan ini juga akan berkolaborasi dengan sekolah – sekolah sehingga pesan yang disampaikan akan lebih komprehensif, apa adanya dan bersifat objektif.

2. **Media Pendukung**

   Pada perancangan ini terdapat media pendukung berupa social media seperti Instagram, target baik primer maupun sekunder sebagai media guna mengarahkan target ke media utama. Selain itu, juga menyebarkan poster ke sekolah – sekolah serta memberikan teaser sebagai pemantik rasa penasaran target kepada media utama sehingga dapat mengarahkan target untuk mengakses buku ilustrasi digital tersebut.

3.5 Anggaran Perancangan

No.	Item	Jumlah/Waktu	Harga Satuan	Total
1.	**Media Utama (Buku Ilustrasi)** **Inspiration** Visual research, storyboard, thumbnail, tightissue	72 Jam	35.000,-	2.520.000,-
	Aset Buku	45 hal	175.000,-	7.875.000,-
	Layouting	45 hal	150.000,-	6.750.000,-
	Desain Cover	48 Jam	125.000,-	6.000.000,-
2.	**Media Pendukung (Instagram)** Desain feeds (4:5) Desain story (9:16)	 9 feeds 4 stories	 100.000,- 100.000,-	 900.000,- 400.000,-
	Instagram reels video teaser animation	30 detik	150.000,-	4.500.000,-
	Instagram Ads (10.000 – 27.000 audiens)	1 feeds, 1 story ads (berkala selama satu bulan)	125.000,-	7.500.000,-
	Poster Cetak A3 (ivory 270 gr) untuk di publikasikan di sekolah – sekolah	10 lembar	4.000,-	40.000,-
TOTAL				**36.485.000,-**