

## BAB III

### STRATEGI KOMUNIKASI

#### 3.1. Data Hasil Penelitian (Analisis)

##### 3.1.1. Analisa Hasil Observasi

Dengan melakukan metode observasi ini memiliki tujuan untuk mendapatkan data-data untuk konsep visual yang akan di eksplorasi menjadi identitas visual berupa brand.

Dari hasil observasi yang dilakukan LRT masih dalam tahap pembangunan. LRT merupakan transportasi modern yang menggunakan tenaga listrik yang akan mengurangi polusi udara begitu juga lintasan yang berada diatas yang memungkinkan mengurangi kemacetan di kota Palembang.

Kota Palembang terkenal dengan icon kota yaitu jembatan Ampera yang membentang diatas sungai musu, selain itu juga terkenal dengan makanan khasnya yaitu pempek.

##### 3.1.2. Daftar Pertanyaan Narasumber

###### 3.1.2.1. Wawancara Narasumber Dinas Perhubungan

Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi yang pasti mengenai LRT Palembang. Narasumber yang diwawancarai merupakan sekretaris proyek manajemen unit LRT dari Dinas Perhubungan kota Palembang bapak Ahmad Wahidin, S.ST, ST, MT, pada tanggal 1 Agustus 2017. Hasil wawancara dengan Dinas perhubungan :

- a. Masalah transportasi baik di kota Palembang dan kota lain yaitu kemacetan. Terjadinya kemacetan diakibatkan pertumbuhan kendaraan lebih besar dibandingkan dengan pembangunan jalan dan infrastruktur. Maka dari itu dibutuhkan transportasi masal untuk mengatasi peningkatan kendaraan. Ditambah dengan kredit bermotor dan mobil yang

murah,sebenarnya tidak boleh. Maka dari itu dinas perhubungan melakukan intervensi melalui moda transportasi masal.

- b. Sudah banyak yang dicoba pemerintah kota, seperti trans musu, bus air dan sekarang LRT ( light rail transit) kapasitasnya besar mencapai 400 sekali berangkat. Dengan ini menjadikan poros utama untuk percepatan pembangunan transportasi masal. Dampaknya mengurangi masyarakat menggunakan transportasi pribadi, yang menjadi masalah LRT harus lebih murah tiketnya dari pada kredit kendaraan. Ini yang akan menjadikan LRT sebagai transportasi yang ramah lingkungan, efektif, efisien dan murah.
- c. Sudah cukup baik respon masyarakat terhadap sarana transportasi di kota Palembang. Namun pemerintah harus menciptakan transportasi moda masal lainnya supaya akses masyarakat dipermudah.
- d. Sudah jelas masyarakat menerimanya. Namun disini pemerintah harus memperkenalkan LRT kepada masyarakat. Bagaimanapun diseluruh dunia sosialisasi harus ada dari awal untuk memberitahukan bahwa LRT ini murah, mudah dan cepat.
- e. Progres pembangunan fisik ssudah 50% dan kondisi pembangunan terus dilakukan untuk ASEAN Games 2018. ASEAN Games merupakan salah satu cara pemerintah daerah untuk mendapatkan dana dari pusat lebih besar. Dana yang didapat untuk pembangunan infrastruktur yang ada di kota Palembang seperti *flyover*, jembatan, LRT dan pembenahan lainnya.

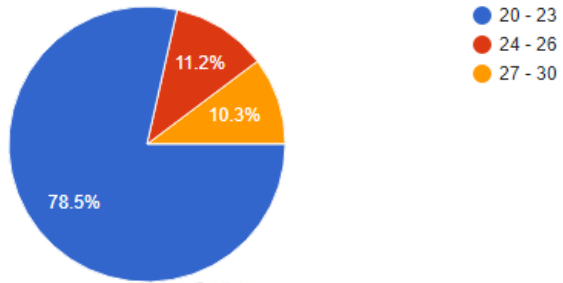
- f. Keuntungan yang didapat banyak yaitu dari segi budaya masyarakat antri, keselamatan masyarakat terjamin, aman, efektif dan efisien.
- g. Selalu ada sosialisasi kepada masyarakat misalnya pada saat menaiki busair dilakukan sosialisasi menggunakan jaket pelampung. Pemilihan supir, awak kapal yang teladan dan melalui teknologi modern.
- h. Ciri khas dari LRT Palembang saat ini ada pada tiap stasiun. Seperti halnya pada stasiun yang ada di bandara bentuk atapnya diadaptasi dari rumah limas dan juga stasiun tipikal yang berberbentuk seperti pempek.
- i. Namun untuk jangka panjangnya untuk merubah wajah kota Palembang.

Dari hasil wawancara dengan dinas perhubungan ini untuk mendapatkan progres dari pembangunan LRT dan juga bagaimana proses pemerintah untuk pengembangan LRT dalam bentuk identitas dari LRT begitujuga bagaimana sosialisasi terhadap masyarakat Palembang.

### 3.1.3. Membaca Data Kuesioner

Kuesioner ini diambil secara random sampling dengan *range* usia 20-30 tahun.

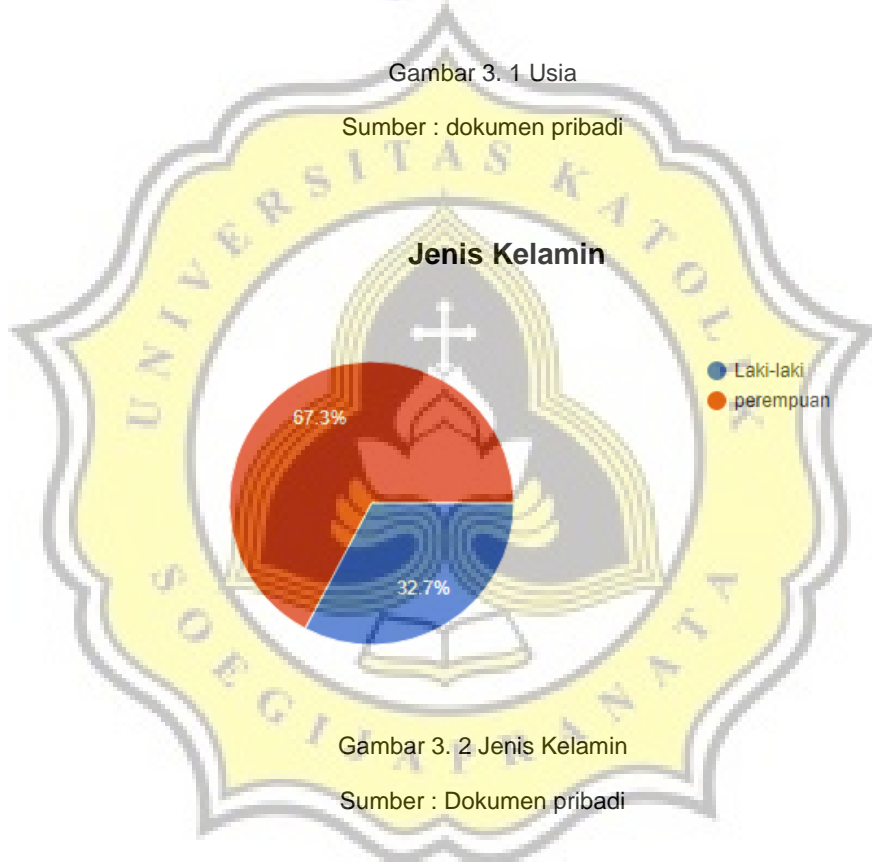
### Usia



Gambar 3. 1 Usia

Sumber : dokumen pribadi

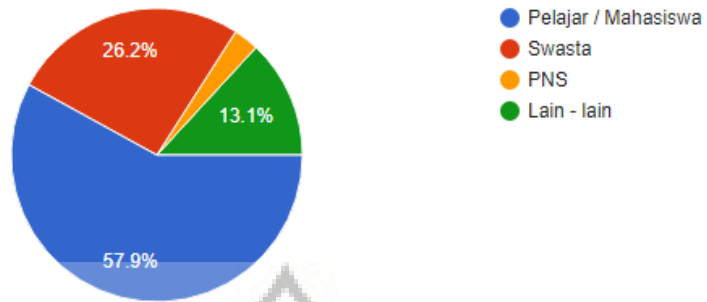
### Jenis Kelamin



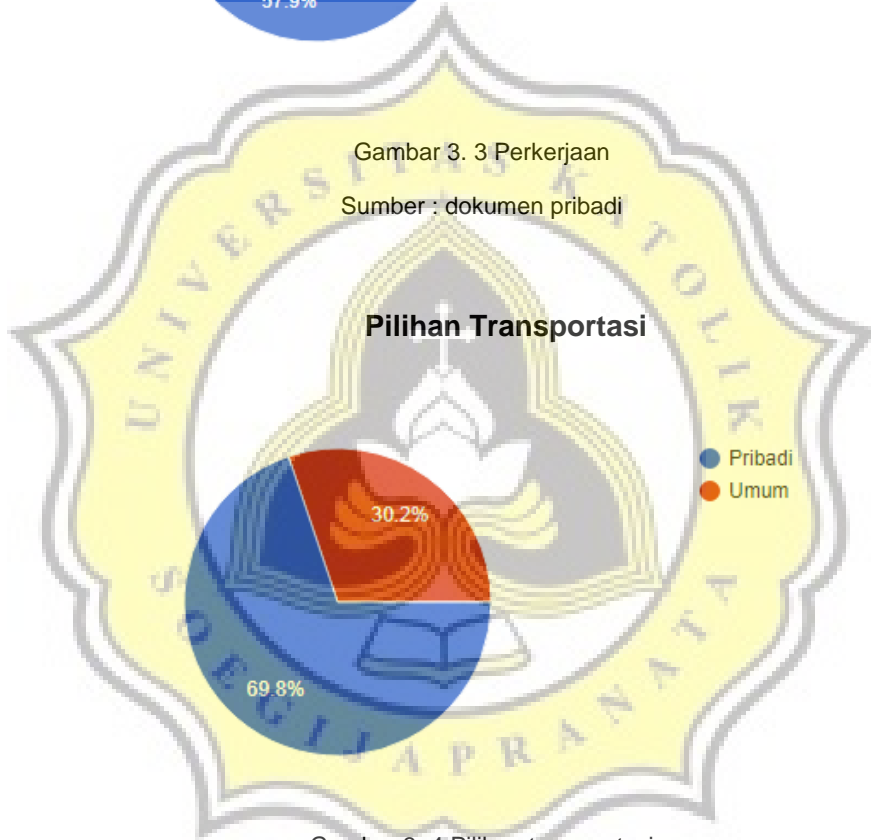
Gambar 3. 2 Jenis Kelamin

Sumber : Dokumen pribadi

### Pekerjaan

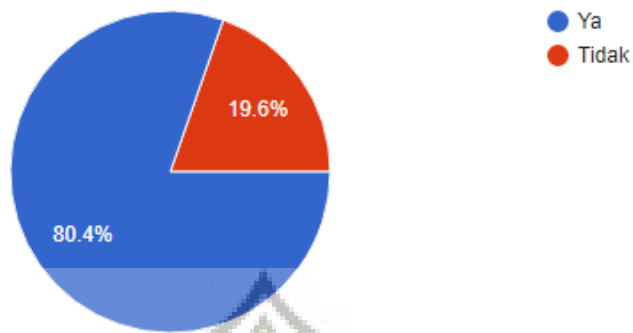


Gambar 3. 3 Perkerjaan  
Sumber : dokumen pribadi



Gambar 3. 4 Pilihan transportasi  
Sumber : dokumen pribadi

### Apakah mengetahui LRT Palembang



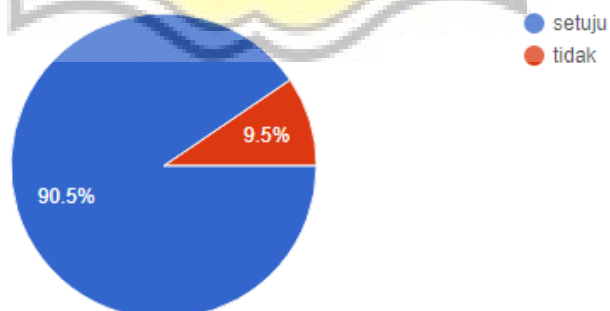
Gambar 3. 5 Apakah mengetahui LRT Palembang

Sumber : dokumen pribadi

### Apa yang diketahui mengenai LRT

Dari 109 responden dalam kuesioner ini mayoritas menjawab bahwa LRT adalah kereta api ringan yang dioperasikan menggunakan listrik. Namun ada juga yang menjawab bahwa LRT merupakan transportasi umum yang akan mengurangi kemacetan di Palembang karena infrastrukturnya yang berada diatas dan juga menunjang untuk ASEAN GAME 2018.

### Setuju / tidak dengan adanya LRT



Gambar 3. 6 Setuju / tidak dengan LRT

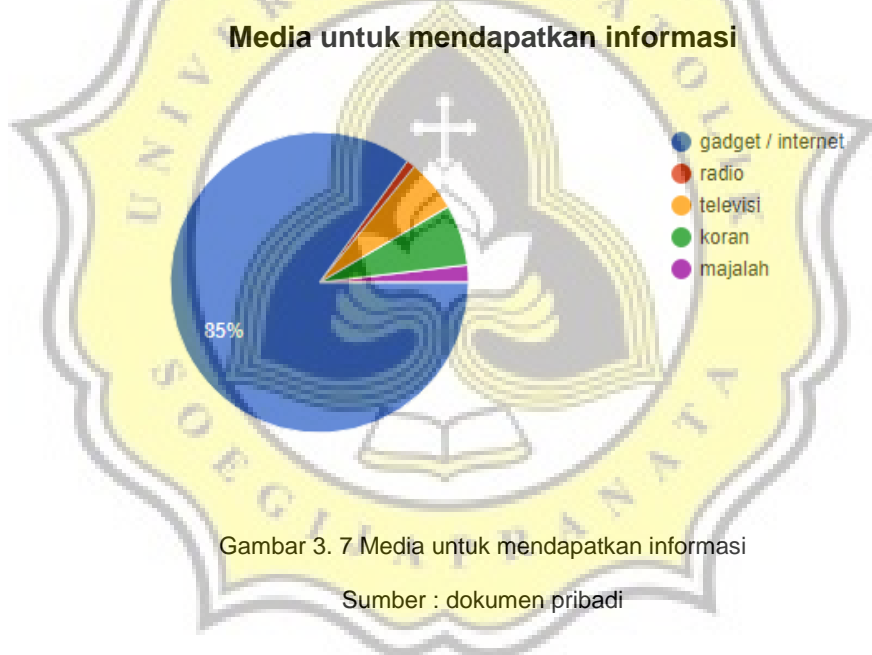
Sumber : dokumen pribadi

### Alasan setuju

Dari total 109 responden ada 92 responden yang setuju dengan pembangunan LRT di Palembang dengan alasan mengurangi kemacetan, mempercepat jarak tempuh atau mempersingkat waktu dan juga mengurangi polusi.

### Alasan tidak

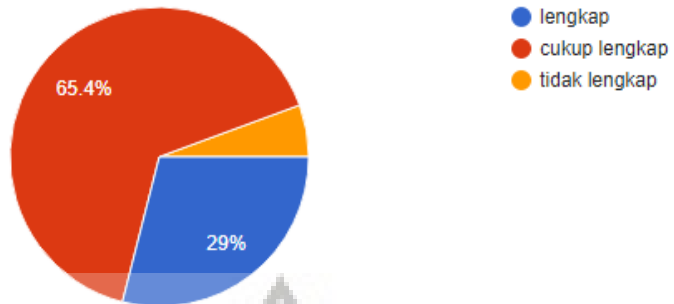
Beberapa responden ada yang tidak setuju dengan pembangunan LRT di Palembang karena akan menghabiskan dana APBD dan mengganggu Palembang dan mempertanyakan keselamatan saat menggunakan LRT serta harga tiket yang sesuai dengan kalangan menengah kebawah.



Gambar 3. 7 Media untuk mendapatkan informasi

Sumber : dokumen pribadi

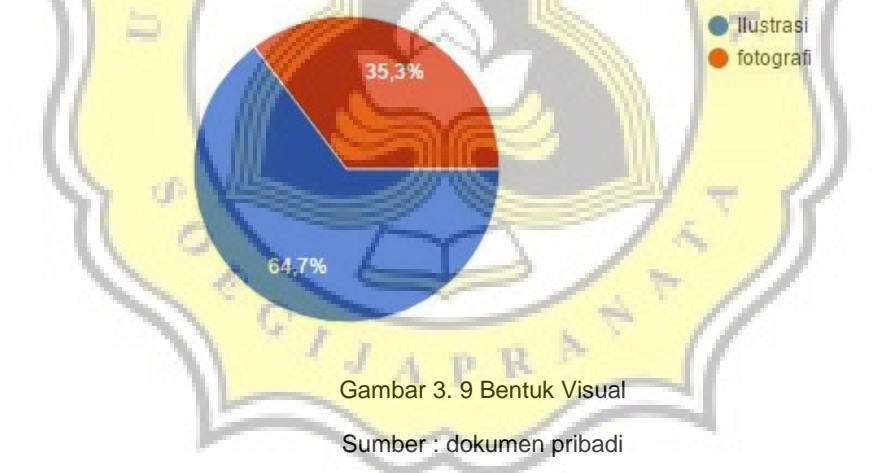
### Kelengkapan media



Gambar 3. 8 Kelengkapan Media

Sumber : dokumen pribadi

### Bentuk visual yang di sukai

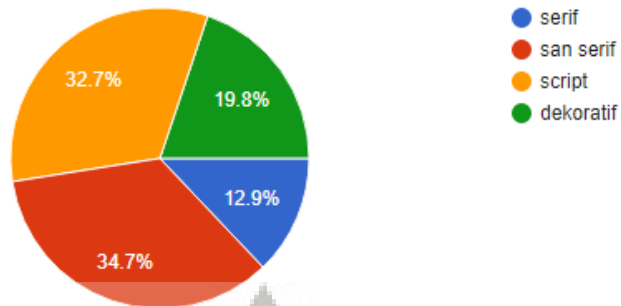


Gambar 3. 9 Bentuk Visual

Sumber : dokumen pribadi

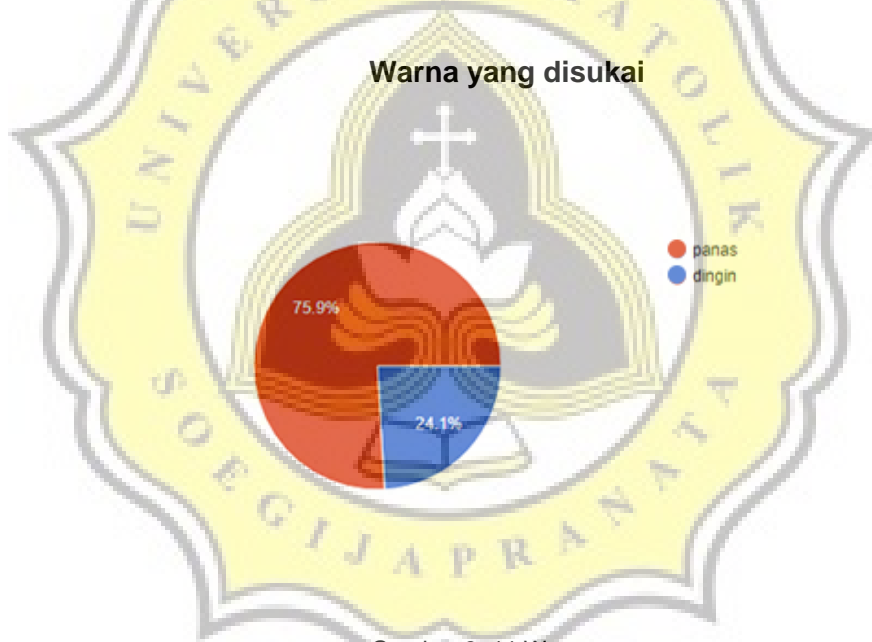


### Jenis Tipografi yang disukai



Gambar 3. 10 Jenis Huruf

Sumber : dokumen pribadi



Gambar 3. 11 Warna

Sumber : dokumen pribadi

#### 3.1.4. Analisa Hasil Kuesioner

Dari hasil kuesioner yang dilakukan pada masyarakat Palembang, dapat dilihat dari total 109 responden, didominasi oleh usia 20-23 tahun dari target yang diinginkan yaitu usia 20-30 tahun.

Pada usia dewasa muda saat ini banyak menggunakan transportasi pribadi namun masih banyak yang menggunakan

transportasi umum. Banyak responden yang mengetahui tentang LRT di Palembang, responden pun banyak yang setuju dengan pembangunan LRT di Palembang begitu juga ada beberapa yang kurang setuju dengan pembangunan LRT.

Saat ini banyak responden mendapatkan informasi melalui gadget atau internet. Informasi yang didapat responden dari internet cukup lengkap, namun beberapa responden yang belum mendapatkan informasi secara lengkap, sehingga masih kesulitan untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai LRT di Palembang.

### 3.1.5. Hasil Focus Group Discussion (FGD)

*Focus Group Discussion* dilakukan bersama masyarakat Palembang yang sedang menempuh studi di jogjakarta. Dari FGD ini difokuskan untuk mendapatkan ciri khas atau karakteristik dari kota Palembang yang akan dieksplorasi menjadi identitas visual berupa brand dari LRT.

Tabel 3. 1 Hasil FGD  
Sumber : analisa pribadi

Hasil FGD	Visual
<p>Pada dasarnya bahasa yang kasar dan keras sering dihubungkan dengan air, dimana masyarakat Palembang dahulu tinggal di dekat sungai Musi dan membangun rumah panggung atau sering disebut rumah limas. Rumah limas merupakan rumah adat masyarakat Palembang dengan atap</p>	 <p data-bbox="959 1783 1262 1809">Gambar 3. 12 Rumah Limas</p> <p data-bbox="1007 1839 1214 1865">Sumber : google.id</p>

<p>berbentuk piramida dan memiliki tanduk.</p>	
<p>Warna yang sering digunakan dikota Palembang yaitu warna merah tua dan kuning keemasan. Merah menggambarkan budaya cina dan kuning menggambarkan kejayaan kerajaan Sriwijaya. Dan warna tersebut tersemat pada kain songket Palembang dan juga pada icon-icon di kota Palembang.</p>	 <p>Gambar 3. 13 Warna Dominan Sumber : Dokumen Pribadi</p>
<p>Dari keberagaman budaya yang ada di Palembang memunculkan berbagai makanan khas kota Palembang salah satunya yang terkenal adalah pempek. Namun masih banyak makanan khas dari Palembang seperti tekwan, model, pindang ikan patin, krupuk kemplang dan kue maksuba.</p>	 <p>Gambar 3. 14 makanan khas pempek Sumber: google.id</p>
<p>Palembang pun memiliki</p>	

kain khas yaitu kain songket yang merupakan warisan budaya dari jaman kerajaan sriwijaya. Kain songket memberikan kebanggaan tersendiri bagi yang mengenakannya. Kain ini dirangkai dengan rangkaian kain yang rapi dengan pola yang simetris dengan perpaduan warna emas yang melambangkan kejayaan.



Gambar 3. 15 kain songket

Sumber google.id

Palembang sendiri memiliki berbagai icon yang paling dikenal masyarakat luas yaitu jembatan Ampera yang membentang diatas sungai musi, lalu ada juga jakabaring sport city, Monpora, pulau kemarau dan juga yang baru dibangun icon ikan Blado yang berada diarea Benteng Kuto Besak.



Gambar 3. 16 jembatan Ampera

Sumber: Dokumen Pribadi

Hasil FGD yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat beberapa gambaran untuk visual yang digunakan pada identitas LRT Palembang. Mulai dari bangunan khas kota Palembang yaitu rumah Limas, warna, makanan khas dan juga icon kota Palembang.

### 3.2. Khalayak Sasaran

#### 3.2.1. Geografis

*Target Audience* secara geografis adalah dalam lingkup negara Indonesia. Dan fokuskan pada masyarakat yang menetap di Kota Palembang, karena merekalah yang akan menikmati dan menggunakan transportasi LRT tersebut dan juga merasakan dampak kemajuan dari kota Palembang.

#### 3.2.2. Demografis

- Usia

Target dari segi usia diutamakan untuk masyarakat SES B dengan kisaran usia 20-30 tahun

- Pekerjaan

Dari segi pekerjaan adalah masyarakat yang berada dalam lingkup:

- a. Mahasiswa
- b. Karyawan/pegawai

#### 3.2.3. Psikografis

Target secara psikografis dapat dijabarkan sebagai masyarakat yang memiliki aktifitas dan masyarakat yang membutuhkan akses cepat dalam berpindah tempat.

### 3.3. Strategi Komunikasi

#### 3.3.1. Creative Brief

Penyusun menggunakan **5W+1H** dalam menyusun *creative brief*:

**What** : LRT di Palembang pembangunannya masih berlangsung dan belum terdapat pusat informasi mengenai LRT. Munculah

solusi dengan membuat identitas LRT dan penerapan visual *identity* agar masyarakat dengan mudah mengenal LRT.

**Who** :Terhusus warga kota Palembang dengan usia antara 20-30 tahun SES B, dimana pada umur tersebut tergolong dewasa muda yang memiliki mobilitas diluar ruangan.

**When** :Akan berjalan sebelum peresmian LRT Palembang sebelum terselenggaranya ASEAN GAME 2018 di kota Palembang.

**Where** : Akan memunculkan identitas LRT pada pengaplikasian logo pada media-media agar masyarakat dapat mengenal LRT dengan mudah.

**Why** :Karena dengan visual yang dimunculkan membawa karakteristik dari kota Palembang yang akan memberikan rasa percaya kepada masyarakat dan masyarakat dengan mudah untuk mengenal brand dari LRT.

**How** :dari perancangan brand identity ini akan memunculkan beberapa pengaplikasian brand LRT pada media yang akan digunakan untuk mengenalkan brand LRT dan juga beberapa pengaplikasian pada produk yang digunakan untuk mengenalkan brand LRT.

### 3.3.2. Strategi Verbal

Bahasa yang disesuaikan dengan target audien, dengan gaya bahasa yang digunakan lebih informatif agar masyarakat dapat memahami dan mengetahui tujuan dari LRT Palembang. Informasi akan disampaikan menggunakan bahasa Indonesia, Inggris dan juga menggunakan bahasa Palembang.

### 3.3.3. Strategi Visual

#### a. Warna

Warna yang akan digunakan didominasi warna panas atau primer dengan kesesuaian dari karakteristik kota Palembang.

- b. Tipografi yang digunakan jenis huruf *sans serif*. Jenis huruf *sans serif* ini akan digunakan pada *body text*.
- c. Ilustrasi akan digunakan pada visual disain yang akan dibuat. Penggunaan ilustrasi agar pesan lebih mudah tersampaikan.

#### 3.3.4. Tema Brand

Tema yang diangkat adalah memunculkan identitas visual dari LRT Palembang dengan karakteristik kota Palembang.

#### 3.3.5 Judul Brand

Judul brand yang akan digunakan adalah “ LRT Palembang, Enjoy Mobility”. Memiliki tujuan bahwa LRT menjamin keamanan, kenyamanan serta efektif dan efisien dalam penggunaannya..

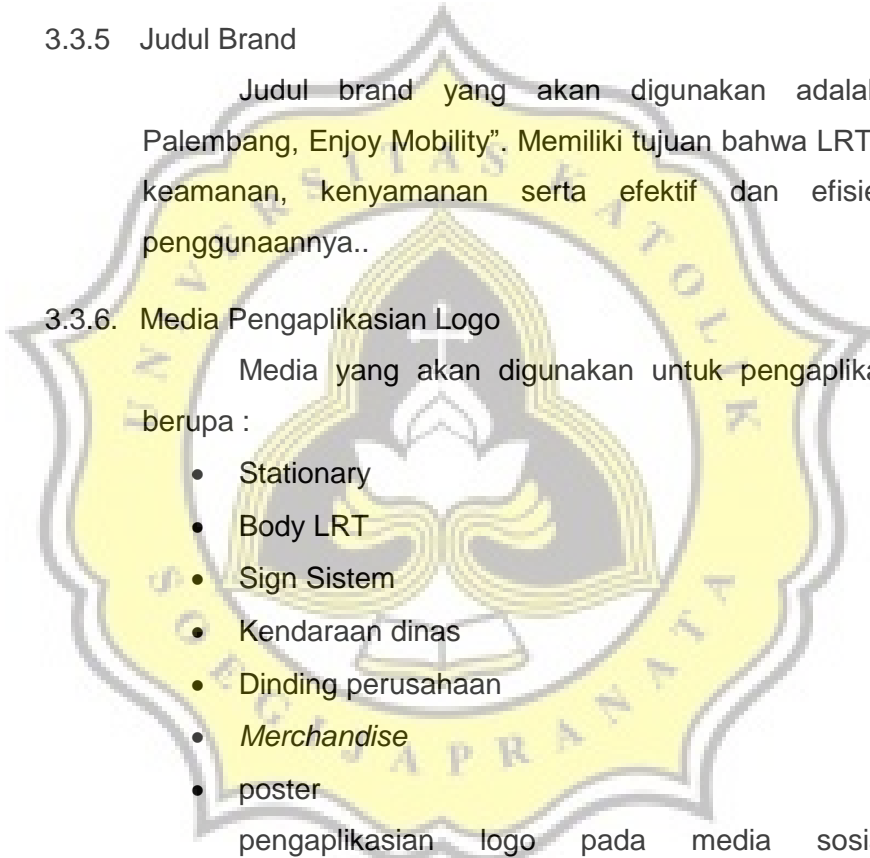
#### 3.3.6. Media Pengaplikasian Logo

Media yang akan digunakan untuk pengaplikasian logo berupa :

- Stationary
- Body LRT
- Sign Sistem
- Kendaraan dinas
- Dinding perusahaan
- *Merchandise*
- poster

pengaplikasian logo pada media sosial untuk memunculkan identitas agar masyarakat dapat dengan mudah mengenal dan mengingat melalui media antara lain :

- Instagram
- web
- Facebook
- Youtube



### 3.3.7. Rincian Anggaran Biaya

Tabel 3. 2. Rincian Anggaran Biaya  
Sumber : Dokumen Pribadi

PERINCIAN ANGGARAN	ANGGARAN
• <i>Brand building</i> Rp 200.000.000,-	Rp.200.000.000, -
<b>TOTAL :</b>	<b>Rp.200.000.000,-</b>

