

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 *User Research*

3.1.1 Hasil Wawancara

- Narasumber : Maria Meilinda Andreanti, S Psi. sebagai Guru BK di salah satu sekolah di Kota Semarang

Menurut Ibu Linda, seseorang mengalami *burnout*, karena adanya faktor dari dalam diri seperti ketidaksiapan dalam menghadapi tuntutan yang ketat, tidak siap mental, dan tidak paham tujuan hidup. Sedangkan faktor dari luar yaitu persaingan ketat, kurangnya apresiasi. Sehingga menyebabkan seseorang kelelahan belajar/bekerja, menyebabkan sikap apatis, depersonalisasi, perubahan sikap yang merugikan diri sendiri, hingga depresi. *Burnout* sendiri sering dialami orang dewasa khususnya yang berumur 18 – 20 tahun.

- Narasumber : Christa Vidia Rana Abimanyu, S.Psi.,M.Si sebagai dosen fakultas psikologi di Universitas Katholik Soegijapranata

Menurut beliau, *Burnout* adalah istilah dari psikologis klinis yang sering dialami orang dewasa awal diakibatkan dari kelelahan bekerja. Dampak dari *Burnout* bagi orang dewasa yaitu menurunnya prestasi, tidak semangat, hingga keluar dari pekerjaan. Beliau juga menambahkan, umumnya seseorang yang sedang merasa jenuh tentunya akan melakukan hal – hal yang menurut mereka dapat melepas kejenuhan mereka seperti menggambar, bermain *game*, atau bernyanyi. Namun hal tersebut tidak dapat dipastikan bahwa seseorang tidak akan terkena *Burnout*. Karena *Burnout* dapat terjadi karena adanya multi faktor. Untuk mengatasinya diperlukan *time management*, meluangkan waktu untuk relaksasi atau berolahraga, pola makan teratur, bersosialisasi dengan orang sekitar dan lingkungan, mengurangi penyebab – penyebab terjadinya *Burnout*.

- Narasumber : Orang dewasa awal berumur 21 tahun, seseorang yang pernah mengalami *Burnout*

Penyebab terjadinya *burnout* pada narasumber dikarenakan beberapa faktor antara lain, beban dan tuntutan tugas kuliah yang banyak, tekanan dari lingkungan sosial, kejenuhan karena aktivitas

yang sama dan dilakukan secara terus menerus. Kondisi tersebut menyebabkan narasumber stres dan hampir bunuh diri.

Kesimpulan dari ketiga wawancara adalah *burnout* dapat menyebabkan menurunnya prestasi, keluar dari pekerjaan, depersonalisasi, gangguan mental, fisik, dan emosional, hingga stres dan bunuh diri. *Burnout* tidak hanya dialami orang yang sudah bekerja saja namun anak SMA dapat mengalaminya. Hal ini dapat dikategorikan orang dewasa awal rentan terkena *Burnout*.

3.1.2 Hasil Kuesioner

Pertanyaan kuesioner yang digunakan berasal dari jurnal yang berjudul *students school Burnout inventory* dan *quality of life scale*. Tujuan kuesioner ini untuk mengetahui seberapa banyak orang dewasa memiliki gejala *burnout*, media apa yang sesuai dengan target, dan kebiasaan dari target (psikografis). Kesimpulan kuesioner pada lampiran 3.1.2 adalah sebanyak 40 responden memiliki gejala *burnout* dan masih banyak dari mereka yang belum mengetahui apa itu *Burnout*, responden memilih Instagram sebagai media sosial yang sering digunakan, dan media kedua yang banyak dipilih yaitu Youtube, responden memiliki kebiasaan tidak bepergian jika tidak diperlukan.

3.2 Analisa Masalah (5W + 1 H)

3.2.1 What ? (apa masalahnya, apa perancangannya)

Burnout merupakan kondisi akhir dari stres yang dikeluarkan dalam bentuk kelelahan fisik, mental, emosional dan sering dialami banyak orang dewasa. Gangguan psikologi *Burnout* berdampak pada penurunan prestasi, penurunan kepercayaan diri, penurunan harga diri hingga depresi. Orang dewasa awal sangat rentan terkena *burnout*. Hal ini dikarenakan orang dewasa awal tidak mengenal apa itu *burnout*, sehingga tidak ada kewaspadaan dan pengaturan diri terhadap gejala dan penyebab *burnout*. Maka dari itu perlu ada media informatif yang mengenalkan arti, gejala dan penanganan *burnout*.

Perancangan akan berbentuk video *motion graphic*. *Motion graphic* berisikan penjelasan tentang penyebab dari *burnout* yang sering target alami, gejala dan dampak dari *burnout*, dan hal yang bisa dilakukan untuk mencegah terjadinya *burnout*. *Motion graphic* akan dilengkapi dengan audio dan sedikit teks. Perancangan ini akan didasari teori *motion graphic*. Tujuan penggunaan

teori *motion graphic* yaitu untuk menyampaikan sebuah informasi baru dengan menggunakan media yang lebih atraktif, dinamis dan efisien,

3.2.2 *Who ?* (Terjadi pada siapa)

Berdasarkan hasil riset, orang yang dewasa awal yang berumur 18 – 24 tahun rentan terkena *burnout*, seorang pelajar ataupun pekerja (*fresh graduate*).

3.2.3 *Where ?* (Di mana masalah dapat terjadi, di mana perancangan ditayangkan)

Burnout dapat terjadi di mana saja. Di lingkungan pekerjaan/sekolah, lingkungan rumah, maupun lingkungan masyarakat.

Dan berdasarkan data yang diperoleh, frekuensi target membuka dan memainkan media sosial sebanyak 10 kali lebih. Maka dapat disimpulkan bahwa target perancangan merupakan seseorang yang aktif di media sosial dan media sosial yang sering digunakan adalah Instagram dan Youtube. Sehingga *motion graphic* akan ditayangkan di Instagram dan Youtube. Karena target memiliki kebiasaan membagikan sebuah informasi baru pada orang lain, maka *motion graphic* yang ditayangkan di Instagram dan Youtube memiliki peluang tersebar di media sosial lainnya. Sehingga kesempatan *motion graphic* ditonton banyak orang makin besar karena adanya kebiasaan target untuk membagikan sebuah postingan.

3.2.3 *When ?* (Kapan masalah dapat terjadi, kapan perancangan ditayangkan)

Ketika orang dewasa awal menghadapi banyak masalah penyesuaian diri dan pembentukan pola hidup, harapan sosial yang tinggi, serta mengalami kejenuhan secara emosional, fisik, dan mental. Orang tersebut rentan terkena *burnout* yang menyebabkan penurunan prestasi, rasa tidak berdaya, rendahnya penghargaan diri, dan melakukan sesuatu yang merugikan diri sendiri. *Burnout* dapat terjadi kapan saja saat orang dewasa awal tidak waspada akan gejala *burnout*. Dan perancangan akan ditayangkan pada bulan Juli.

3.2.4 *Why ?* (Mengapa topik *burnout*, mengapa *Motion graphic*)

Karena orang dewasa awal rentan terkena *burnout* dan disadari setelah mengalami dampak, penyebab gangguan psikologis *burnout* berkorelasi dengan perkembangan psikologi orang dewasa

awal, dan juga masih banyak orang dewasa awal yang belum mengenal apa itu *burnout* sehingga tidak ada kewaspadaan dari mereka untuk mengatur gejala *burnout* pada dirinya.

Pemilihan *motion graphic* sebagai media perancangan ini dikarenakan dari hasil data yang diperoleh, target memiliki kebiasaan yang tidak jauh dari media sosial dan internet untuk mendapatkan informasi baru. Target juga lebih menyukai informasi dengan visual yang lebih banyak dari pada teks. Selain itu *motion graphic* memiliki kelebihan tersendiri dan sesuai dengan target perancangan, yaitu

- *Motion graphic* sebagai media yang efisien, atraktif, dan dinamis dalam menginformasikan sesuatu yang baru
- Informasi menjadi lebih berkesan karena menggunakan visual dan audio
- Alat bantu visual yang mempermudah target memahami pesan
- Pesan tersampaikan secara keseluruhan
- *Motion graphic* merupakan media digital yang mudah disebarluaskan melalui media sosial dan mudah di *sharing* di internet.

3.2.5 How ? (Bagaimana merancangnya)

Motion graphic akan dirancang dalam 3 tahapan, yaitu sebelum produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahapan sebelum produksi terdapat tahapan konsep, penulisan narasi/skrip, dan *storyboard*. Kemudian pada tahapan produksi, perancang akan menggunakan beberapa *software* seperti *adobe illustration*, *photoshop*, dan *after effect*. Lalu tahapan pasca produksi yakni pengisian suara, *editing*, hingga *rendering* menjadi *file* video.

3.3 Khalayak Sasaran

Target perancangan ini disusun berdasarkan kondisi geografis, demografis, dan psikografis yang sering digunakan oleh target, sebagai berikut

3.3.1 Demografis

- Usia : 18 – 24 tahun
- Gender : Wanita dan Pria
- Pendidikan terakhir : SMA/SMK, S1 dan D3

- Pekerjaan : Pelajar dan pekerja awal
- SES : B dan C
- Status Pernikahan : Belum menikah

3.3.2 Geografis

- Kota : Semarang
- Provinsi : Jawa Tengah

3.3.3 Psikografis

- Gaya hidup : hemat, lebih menyukai kegiatan dalam ruangan, sederhana, aktif membuka media sosial, gemar menonton video
- Aktivitas sehari : Kuliah/kerja, pergi keluar jika ada keperluan selebihnya berdiam diri di rumah.
- Kebiasaan : mengisi waktu luang dengan bermain game, bermain media sosial, tidur, memasak, dan berdiam diri di rumah. mudah memahami sesuatu, mengikuti perkembangan zaman, menyukai informasi dengan visual lebih banyak dari pada teks, mudah membagikan informasi ke teman atau kerabat.
- Tertarik pada : *Game, podcast, musik, video unboxing/review*, memasak, dan teknologi
- Media yang sering digunakan : Youtube dan Instagram

3.4 Creative Brief

- *Why are we advertising*

Burnout sering dialami orang dewasa awal. Namun masih banyak orang belum mengenal apa itu *burnout*. Sehingga tidak ada kewaspadaan orang dewasa terhadap gejala dan penyebab terjadinya *burnout*. Maka dari itu diperlukan media informatif yang mengenalkan apa itu *burnout* dan bagaimana gejala, penyebab, dan mengatasi *burnout*.

- *Who are we talking to and What do we know about them*

Target pada perancangan ini adalah orang dewasa awal yang berumur 18 – 24 tahun, yang memiliki gejala stres, kejenuhan, dan gejala awal *burnout*. Karena orang dewasa awal lebih rentan

terkena *burnout*, hal ini dapat dilihat dari tingginya persentase gangguan mental emosional yang berperan sebagai prekursor dan berkorelasi dengan terjadinya *burnout*. Target juga merupakan seorang yang aktif di media sosial, mengikuti perkembangan zaman, memiliki kebiasaan membagikan informasi baru dan lebih menyukai visual dari pada teks.

- *What do we want them to think or do and What should the advertising say*

Melalui perancangan media ini, diharapkan target mengenal gejala dan penyebab terjadinya *burnout*. Sehingga target memiliki kewaspadaan dan mengurangi gejala terjadinya *burnout*. Maka dari itu isi dari perancangan adalah penjelasan mengenai penyebab, gejalanya, dan penanganan yang dapat mereka lakukan dalam menghadapi *burnout*.

- *What is the desires tone and manner of the advertising*

Perancangan media berupa video *motion graphic* yang mampu mengenalkan informasi tentang *burnout* dan mampu memberikan rasa introspeksi dan kewaspadaan bagi penonton. Nuansa dalam penyampaian pesan cenderung informatif dan menyenangkan. Sehingga penonton tidak merasa jenuh dan mendapatkan point – point penting yang harus mereka tahu dari video *motion graphic*.

3.5 Strategi Penyampaian Pesan

3.5.1 Konsep Awal

Konsep awal didapatkan dari hasil khalayak sasaran dan dilandaskan teori *motion graphic*. yang ada pada point 2.3. Pada hasil data khalayak sasaran, target merupakan seorang yang mudah mengerti, memiliki gejala *burnout*, menyukai kesederhanaan, dan efisien. Sedangkan berdasarkan teori *motion graphic*, video *motion graphic* umumnya menggunakan warna, ilustrasi gambar, tipografi yang sederhana agar mudah dipahami. *Tone and Manner* pada video *motion graphic* ini memiliki suasana sederhana, dinamis, *refreshing*, informatif, dan ringan. Sehingga *audience* yang menonton mendapatkan informasi yang ringan dan tidak menambah beban yang dimiliki. Untuk itu konsep visual yang sesuai dengan perancangan ini adalah ilustrasi gambar untuk membantu memvisualisasikan dan membantu menjelaskan topik *burnout*, teknik gambar ilustrasi yang digunakan yaitu kartun berjenis 2D dan *flat design*. Karena kartun merupakan jenis ilustrasi yang ringkas, tidak menggunakan banyak kata, mudah di pahami dan memberi kesan jelas dan

ringan serta memiliki sifat hiburan yang dapat dibaca oleh semua orang. Sedangkan *flat design* digunakan untuk menciptakan kesan minimalis. Selain konsep visual terdapat konsep verbal, yaitu menggunakan bahasa kasual yang banyak dimengerti dan mudah dipahami. Video akan menggunakan pendekatan narasi yang mempresentasikan realitas sosial dan pendekatan bahasa berjenis rasional dan *resonance*. Sehingga menumbuhkan rasa kebenaran dan koherensi.

Untuk membangkitkan *mood audience* warna yang akan digunakan dominan dengan warna *calm* sehingga memberikan kesan menenangkan, logis, efisien, dan menumbuhkan rasa kepercayaan. Dan cara pewarnaan menggunakan teknik *basic*. Font yang digunakan berjenis font sans serif dan tipografi memiliki ketebalan tertentu untuk memberikan kesan santai namun masih ada penekanan di beberapa kalimat.



Gambar 21 Contoh Gaya desain flat, Ilustrasi gambar, Moodboard, 3D Tipografi

Sumber : www.google.com

Alur pertama dalam video *Motion graphic* menggunakan kalimat yang mempresentasikan realitas sosial seperti kebiasaan, pengalaman, dan kejadian yang sering dialami target yang dapat menyebabkan *Burnout*. Selanjutnya video akan mulai memberikan kalimat peringatan agar tidak mengalami *Burnout* dan penjelasan mengenai dampak dari *Burnout*. Dan video akan diakhiri dengan informasi bagaimana mengatur gangguan psikologis *Burnout* dan pengarahannya ke dokter psikolog apabila *burnout* mengarah pada perasaan depresi hingga bunuh diri. Video *Motion graphic* ini bertujuan memberikan informasi. Diharapkan target yang menonton dapat mengenal

penyebab, gejala, dampak dari *Burnout* dan dapat mengatur gangguan psikologis *Burnout* agar tidak menjadi depresi atau tindakan bunuh diri. Suasana pada *Motion graphic* yaitu informatif namun ringan dan serius namun ceria sehingga video tidak menambahkan rasa stres dan bingung bagi penonton.

3.5.2 Konsep Narasi

Pembuatan narasi akan mempresentasikan realitas sosial (teori narasi menurut Walter Fisher). Tahapan narasi terdiri dari penjelasan penyebab *burnout* yang sering dialami target, penjelasan akibat dari *burnout*, solusi yang dapat dilakukan untuk mengatur kondisi *burnout*, dan pengarahannya ke dokter psikolog apabila *burnout* mengarah ke perasaan depresi hingga perasaan ingin bunuh diri. Narasi akan dibacakan menggunakan suara wanita.

3.6 Strategi Media

3.6.1 Media Utama

Media utama pada perancangan ini adalah video *motion graphic* berdurasi 3 menit yang akan ditayangkan di Youtube. Karena berdasarkan hasil survei, Youtube sering digunakan target untuk menghabiskan waktu luang mereka. Youtube juga merupakan media sosial yang memiliki fasilitas membagikan (share) suatu video ke orang lain, melayani audience dalam berbagai keperluan seperti mencari informasi, gaya hidup, hingga hiburan. Youtube menjadi salah satu alat penyebaran informasi baru.

3.6.2 Media Pendukung

Untuk menarik target ke video yang berdurasi 3 menit, maka perancang akan menggunakan strategi promosi di Instagram seperti iklan video pendek di Youtube, iklan video pendek yang diiklankan di Instagram, dan postingan di Instagram.

- Iklan Youtube

Jenis yang digunakan yaitu *non-skippable in ads*, dengan durasi 15 detik. Iklan akan berisi cuplikan tentang apa itu *burnout* dan ajakan untuk menonton video yang berdurasi 3 menit.

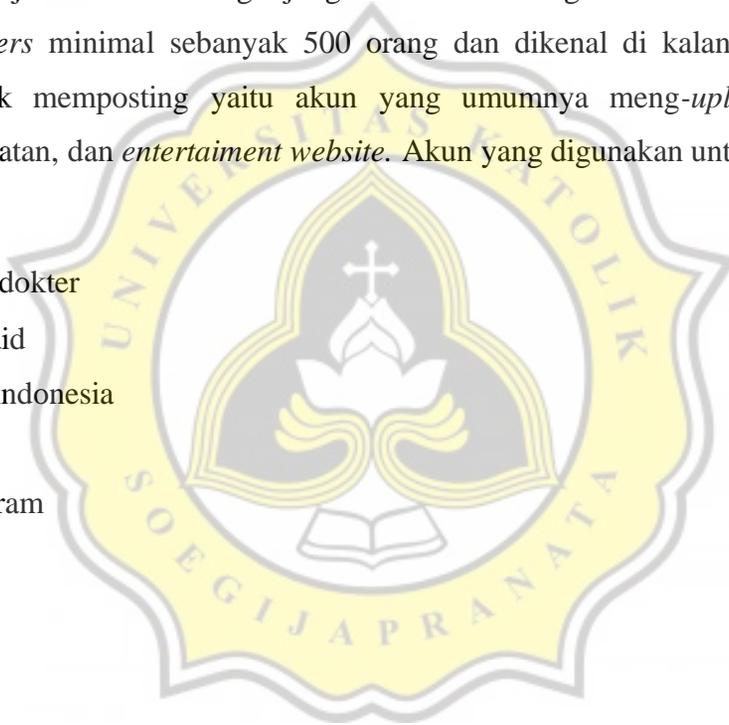
- *Stories ads* di Instagram,

Jenis video iklan yang akan digunakan di Instagram adalah *stories ads*. Iklan *stories ads* akan berdurasi 15 detik – 1 menit. Iklan akan berbeda dengan iklan di Youtube. Iklan di Instagram akan berisi penjelasan mengenai keadaan yang dapat menyebabkan *burnout* lalu diakhiri dengan ajakan untuk menonton video yang lebih lengkap di Youtube.

- *Instagram Post*

Instagram post digunakan untuk mengenalkan apa itu *burnout* dalam bentuk gambar grafis yang tidak bergerak. Keuntungan *instagram post* yaitu terdapat kolom *caption* yang dapat diisi keterangan dan ajakan untuk mengunjungi akun. Gambar grafis akan di post oleh akun yang memiliki *followers* minimal sebanyak 500 orang dan dikenal di kalangan target. Akun yang digunakan untuk memposting yaitu akun yang umumnya meng-*upload* informasi tentang pekerjaan, kesehatan, dan *entertainment website*. Akun yang digunakan untuk mengiklankan, yaitu

- a) Halo doc
- b) Jawaban dokter
- c) Maukerjaid
- d) Jobstreetindonesia
- e) Tirtoid
- f) Indovidgram
- g) Kokbisa
- h) Indozone



3.7 Analisa SWOT

Analisa SWOT digunakan untuk mengetahui kesempatan, ancaman, kelebihan dan kekurangan pada perancangan ini, antara lain :

Strenght (kekuatan)

- Memberikan informasi baru mengenai kondisi yang sering dialami orang dewasa awal
- Gaya hidup target yaitu target lebih menyukai kegiatan dalam ruangan dan aktif dalam media sosial
- *Motion graphic* merupakan media informatif yang efektif, dinamis, dan efisien.

- Target lebih menyukai media dengan visual yang lebih banyak dari pada teks, sehingga *motion graphic* menjadi salah satu media yang sesuai dengan target
- *low costs*
- Youtube dan Instagram merupakan media sosial yang populer dan memiliki banyak pengguna

Weakness (kelemahan)

- Topik *burnout* merupakan topik yang baru bagi masyarakat (target)
- Media youtuber bergantung pada iklan

Opportunities (kesempatan)

- Gejala *burnout* sering dialami masyarakat (target)
- *Motion graphic* merupakan media informatif yang efisien dan memudahkan pesan sampai ke *audience*
- Target merupakan seorang yang aktif dalam menggunakan media sosial dan memiliki kebiasaan untuk membagikan sebuah informasi baru.
- Youtube dan Instagram memiliki fasilitas membagikan video ke orang lain, sehingga memudahkan dalam penyebaran informasi baru bagi target,

Threads (ancaman)

- Di Youtube terdapat banyak konten yang dapat mengalihkan target.

3.8 Strategi Anggaran

Media Komunikasi	Durasi	Biaya	Total
<i>Motion graphic</i> (Riset, Konsep Awal, Skrip, <i>Storyboard</i>)	8 jam per hari Selama 20 hari	UMK Rp 2.715.000 Harga per jam Rp 15.500	(160 jam x Rp 15.500) = Rp 2.480.000,00
<i>Motion graphic</i> (proses produksi)	Video 3 menit	1 menit Rp 1.350.000	(3menit x Rp 1.350.000) = Rp 4.050.000,00
Iklan Youtube (Pasca produksi)	60 hari (2 bulan)	<i>Daily budget</i> Rp 160.000	(60 hari x Rp 160.000) = Rp 9.600.000,00
Iklan Instagram <i>Stories ads</i> dan <i>video ads</i> (Pasca produksi)	30 hari	<i>Daily budget</i> Rp 160.000	(30 hari x Rp 160.000) = Rp 4.800.000,00
TOTAL BIAYA			Rp 20.930.000,00