

## **BAB III**

### **STRATEGI KOMUNIKASI**

#### **3.1 Analisis Data Tahap Awal**

Metode analisis data tahap pertama yang digunakan adalah metode analisis interaktif. Dari data yang telah dikumpulkan, penulis telah memilah data yang didapatkan agar sesuai dengan perancangan yang akan dibuat. Hasil data yang didapatkan sebagai berikut:

##### **3.1.1 Data dari Observasi Daring**

Dari hasil observasi daring yang dilakukan penulis, didapatkan data bahwa Perubahan kondisi yang mendadak akibat pandemi COVID-19 mahasiswa kesulitan karena terkadang ada kendala yang terjadi pada saat perkuliahan daring. Seperti misalnya *e-learning* yang bermasalah, gangguan jaringan, pemadaman listrik secara tiba-tiba. Perbedaan situasi antara pembelajaran secara langsung dan melalui daring juga menjadi salah satu kendala yang dialami mahasiswa, mereka menjadi kesulitan untuk fokus dan menerima materi yang disampaikan oleh dosen dengan baik. Selain itu, karena adanya protokol kesehatan yang harus dipatuhi, mahasiswa juga kesulitan pergi ke luar untuk *refreshing* atau bertemu dengan teman. Hal-hal inilah yang kemudian memicu timbulnya rasa stres yang dialami oleh mahasiswa. Masuknya pandemi COVID-19 juga berdampak pada peningkatan penggunaan ponsel atau *smartphone* untuk bekerja, belajar, ataupun bermain game. Dari salah satu artikel yang ditemukan penulis, dikatakan bahwa game dapat membantu mengurangi stres yang dialami seseorang.

##### **3.1.2 Data dari Studi Literatur**

Data yang didapatkan penulis melalui studi literatur adalah sebagai berikut: Setiap individu memiliki penyebab stress yang berbeda. Stres yang dirasakan dapat muncul dari luar (lingkungan, keluarga, akademik) atau dari dalam (diri sendiri). Pada mahasiswa, pada pandemi COVID-19 ini, stres yang dialami disebabkan karena tugas pembelajaran, rasa bosan karena hanya dapat berada di rumah saja, pembelajaran daring yang dirasa membosankan, tidak dapat bertemu dengan teman atau orang yang disayangi, kurang dapat mengikuti pembelajaran daring dengan baik karena keterbatasan kuota internet, dan karena

mereka tidak dapat melakukan hobi yang dimiliki seperti biasa (Livina PH *et al.*, 2020: 206-207). Dalam menghadapi stres, seseorang membutuhkan suatu media *coping* seperti misalnya dengan menggunakan media interaktif sehingga dapat membantu menurunkan rasa cemas, stres, dan memberikan efek relaksasi. Penggunaan media interaktif melalui komunikasi visual ini berlaku secara dua arah sehingga pengguna nantinya dapat merasakan efeknya secara langsung (Benedicka, 2019: 3).

### 3.1.3 Data dari Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan narasumber kunci ditujukan untuk memperoleh data seputar stres mahasiswa Semarang pada masa pandemi COVID-19, didukung wawancara dari narasumber pendukung untuk mendapatkan data mengenai stres yang mereka alami selama pandemi. Hasil wawancara ini akan menjadi landasan untuk perancangan yang akan dibuat.

Dari hasil wawancara bersama narasumber kunci, yakni Ibu Christine Wibowo, S.Psi, M.Psi (Dosen Psikologi, Semarang) didapatkan data bahwa menurut Bu Christine, dibandingkan stres, mahasiswa lebih merasa bosan akibat adanya pandemi COVID-19. Ciri-ciri utama dari stres (tepatnya *distress*) adalah menurunkan kualitas hidup, seperti tidak ingin berkuliah atau tidak ingin bertemu dengan orang. Rasa stres yang muncul pada mahasiswa pada masa pandemi ini dipicu karena proses pembelajaran dan tidak dapat bertemu orang secara langsung. Bu Christine juga menjelaskan bahwa stres dapat memberikan dampak pada psikis dan fisik, dan setiap orang memiliki dampak yang berbeda. Cara mengatasi stres dengan *problem focused coping* adalah cara untuk mengatasi masalah yang ada dalam kendali manusia, sementara *emotion focused coping* untuk menghadapi yang ada diluar kendali manusia. Apabila seseorang menggunakan *coping* secara tepat, maka orang tersebut tidak akan stres. Beliau juga menjelaskan bahwa untuk saat ini istilah yang digunakan adalah *proactive coping*. Menurut beliau, media interaktif yang dirasa cocok dapat menggunakan video animasi, game, atau gamifikasi.

Lalu dari hasil wawancara dengan ketiga narasumber pendukung (Ricky, Victoria, dan Eveline), dapat diketahui bahwa ketiganya mengalami stres karena terjadi penurunan kualitas hidup karena merasa kewalahan mengerjakan tugas, penurunan motivasi dan cepat letih. Penyebab stress yang dialami Ricky dan

Victoria hampir sama, keduanya merasa kesulitan untuk memahami dan menerima materi yang diberikan pada perkuliahan daring, sementara Eveline memiliki penyebab yang berbeda, stress yang dirasakan timbul karena tidak dapat bertemu dan berkumpul dengan teman. Ketiga narasumber memiliki dampak stres yang berbeda, stres yang dialami Ricky menyebabkan gangguan pada pola tidur dan rasa cemas, Victoria merasa lebih emosional, dan Eveline lebih cepat merasa letih dibanding biasanya. Untuk cara mengendalikan stres, ketiganya sama-sama menggunakan cara untuk mengendalikan emosi terlebih dahulu dengan cara bermain game, menonton film, atau pergi keluar. Selama masa pandemi COVID-19 ini, ketiga narasumber sering menggunakan ponsel dalam kesehariannya.

#### **3.1.4 Hasil Analisis Tahap Awal**

Dari data-data yang telah didapatkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa masuknya pandemi COVID-19 ke Indonesia menyebabkan mahasiswa menjadi stres karena pembelajaran secara daring menyebabkan mahasiswa kurang dapat berkonsentrasi sehingga tidak dapat menerima materi yang disampaikan dengan baik, juga ada beberapa gangguan dari luar seperti kendala jaringan atau sistem yang juga dapat menyebabkan hal yang sama. Penyebab lainnya karena mahasiswa tidak dapat bertemu dengan teman atau orang lain sehingga menimbulkan stres. Penggunaan ponsel semakin meningkat pada masa pandemi COVID-19 untuk menggunakan sosial media, belajar, atau bermain game, dimana game juga dapat membantu seseorang untuk menghilangkan stres.

### **3.2 Analisis Data Tahap Kedua**

Analisis tahap kedua yang digunakan adalah analisis SWOT, untuk menganalisa *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Treat* dari perancangan yang digunakan dan dilanjutkan dengan USP.

#### **3.2.1 Analisis SWOT**

##### **1. Strength**

- Mudah digunakan karena diakses melalui ponsel
- Desain media menggunakan pendekatan komunikasi visual
- Desain yang akan dibuat berhubungan dengan mahasiswa
- Dapat menjadi sarana yang menyenangkan untuk melepaskan stres

- Aplikasi dapat diakses secara *offline* sehingga tidak memerlukan biaya atau kuota pada saat menggunakannya

## 2. Weakness

- Hanya dapat diakses dengan ponsel, tidak dapat melalui PC atau laptop
- Terjadinya error pada aplikasi

## 3. Opportunity

- Penggunaan ponsel yang semakin meningkat pada masa pandemi COVID-19
- Belum ada aplikasi yang memadukan game dan informasi tentang stres

## 4. Treat

- Ada beberapa aplikasi tentang stres yang sudah ada terlebih dahulu

### 3.2.2 USP (*Unique Selling Proposition*)

Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, maka ditentukan bahwa USP dari perancangan ini adalah aplikasi yang sesuai untuk mahasiswa, *friendly*, menyenangkan namun juga informatif sehingga dapat membantu mengurangi stres dan menjadi pelepas stres yang dialami mahasiswa.

## 3.3 Sasaran Khalayak

### 3.2.1 Demografis

1. Seorang mahasiswa.
2. Berjenis kelamin baik laki-laki maupun perempuan.
3. Berusia kurang lebih 18-22 tahun.
4. SES B.

### 3.2.2 Psikografis

1. Tengah mengalami stres perkuliahan di masa pandemi COVID-19.
2. Terbiasa melepaskan stres dengan berpergian keluar rumah.
3. Jarang keluar rumah saat pandemi dan mengikuti protokol kesehatan yang berlaku.
4. Sering menggunakan ponsel selama masa pandemi COVID-19.

### 3.2.3 Geografis

1. Berada di Indonesia.
2. Bertempat tinggal di perkotaan besar, khususnya di kota Semarang, Jawa Tengah.

### 3.4 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan pada perancangan ini ada dua, yang pertama adalah strategi 5W+1H, dan yang kedua adalah strategi AISAS.

#### 3.3.1 5W+1H

Mengutip perkataan Suhandang, disebutkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan harus mampu untuk menjawab pertanyaan dari suatu perancangan yang tengah dibuat (2005, dalam Sari, 2015: 21).

##### 1. **What : Apa tujuan perancangan?**

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membantu mahasiswa mengurangi dan melepaskan rasa stres yang dialami pada perkuliahan di masa pandemi COVID-19 dengan baik, dimana pandemi membuat mahasiswa tidak dapat melepaskan stres yang dialami sebebaskan sebelumnya, terbatas pada protokol kesehatan yang harus ditaati.

##### 2. **Why : Mengapa perancangan ini dibuat?**

Perancangan ini dibuat dikarenakan pada masa pandemi COVID-19, cukup banyak mahasiswa yang mengalami stres karena perkuliahan daring. Apabila stres yang dirasakan direspon secara negatif oleh tubuh dan dibiarkan saja tanpa penanganan, dapat memberikan dampak yang cukup fatal bagi mahasiswa.

##### 3. **Who : Siapa target perancangan?**

Yang menjadi target sasaran dalam perancangan ini adalah mahasiswa baik laki-laki maupun perempuan yang berusia 18-22 tahun yang tinggal di kota Semarang yang terbiasa melepaskan stres dengan cara berpergian keluar sebelum masa pandemi COVID-19 sementara saat ini harus berusaha menaati protokol kesehatan yang berlaku.



**4. When : Kapan perancangan ini digunakan?**

Perancangan ini dapat digunakan pada saat mahasiswa merasakan stres akibat perkuliahan di masa pandemi COVID-19.

**5. Where : Dimana perancangan ini digunakan?**

Perancangan ini dapat digunakan melalui ponsel atau *gadget* target sasaran yang dituju.

**6. How : Bagaimana perancangan ini dibuat?**

Perancangan ini dibuat dari hasil data yang telah dianalisis, sehingga didapatkan perancangan media interaktif yang tepat, kreatif dan solutif untuk dapat membantu mahasiswa mengurangi stres perkuliahan yang dialami pada masa pandemi COVID-19.

**3.3.2 AISAS**

**1. Attention**

Pada tahapan *Attention*, untuk mendapatkan perhatian dari target yang dituju akan digunakan poster promosi pada sosial media. Poster digital ini bertujuan untuk mengenalkan aplikasi dan meningkatkan rasa penasaran target terhadap aplikasi yang dirancang.

**2. Interest**

Setelah mendapatkan perhatian target yang dituju, untuk membuat target semakin tertarik akan digunakan iklan pada sosial media yang akan memperkenalkan aplikasi.

**3. Search**

Pada tahapan *search*, target akan mencari informasi lebih lanjut mengenai aplikasi. Pada tahapan ini akan menggunakan *feeds* instagram dengan isi postingan untuk memberikan informasi pada target yang akan dituju mengenai fitur-fitur yang ada pada aplikasi dan juga kelebihanannya.

#### 4. Action

Target yang tertarik pada aplikasi pada tahapan *action* akan memutuskan untuk mengunduh dan menggunakan aplikasi melalui *playstore* atau *appstore*.

#### 5. Share

Setelah target menggunakan aplikasi, target akan membagikan informasi seputar aplikasi ini pada sesama mahasiswa yang juga tengah membutuhkan bantuan untuk mengurangi stres yang dialami, dan juga target dapat membagikan *review* mengenai aplikasi pada *playstore*, *appstore*, atau sosial media.

### 3.5 Strategi Media

Media yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

#### 3.4.1 Media Primer

Media primer yang digunakan dalam perancangan ini adalah aplikasi. Dalam hal ini perancangan akan berupa desain visual dari aplikasi tersebut. Nantinya aplikasi ini dapat diunduh pada *playstore* ataupun *appstore*. Aplikasi ini berfungsi sebagai sarana bagi mahasiswa untuk mengurangi atau melepas stres yang mereka alami dengan desain yang dibuat berhubungan dengan kehidupan mahasiswa. Aplikasi ini akan berisi permainan dengan tambahan informasi bagi mahasiswa yang menggunakannya.

#### 3.4.2 Media Sekunder

Media sekunder yang digunakan dalam perancangan ini adalah sosial media yang digunakan sebagai media promosi. Promosi akan dilakukan menggunakan poster yang akan di *post* pada sosial media, tepatnya Instagram karena Instagram adalah salah satu sosial media yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Selain itu juga melakukan promosi dengan *instagram feeds* untuk memberikan informasi seputar aplikasi yang sedang sehingga target dapat mengetahui gambaran singkat seputar aplikasi tersebut, dan dengan iklan.

### 3.6 Perencanaan Biaya Kreatif

Keterangan	Biaya
Perancangan aplikasi	Rp. 150.000.000,00
Iklan pada sosial media	Rp. 20.000.000,00 / 1 tahun
Desain postingan (konten) pada sosial media	Rp. 5.000.000,00
Memasukan aplikasi ke playstore dan appstore	Rp. 1.800.000,00
<b>Total</b>	<b>Rp. 175.800.000,00</b>

