

BAB III

PERANCANGAN STRATEGI KREATIF

3.1 Target Audience

3.1.1 Segmentasi TA

Sasaran target *audience* untuk regenerasi pengrajin gerabah adalah para remaja di kecamatan Kandanghaur dengan segmentasi sebagai berikut :

A. Demografis

- Pria - wanita
- Remaja madya (15 - 17 tahun)
- Remaja akhir (17 - 21 tahun)

B. Geografis

- Kecamatan Kandanghaur
- Diutamakan di desa karanganyar

C. Psikografis

- Remaja yang sudah memasuki usia kerja (15 tahun ke atas)
- Remaja yang butuh kerja sampingan

3.1.2 Personifikasi TA

Nur Imania adalah remaja yang baru lulus SMA, dia berusia 18 tahun, seperti siswi yang baru lulus pada umumnya, Nia ingin kuliah, namun orang tuanya belum mampu, jadi sekarang Nia berkerja melatih ekskul di salah satu sekolah, dengan pendapatanya yang pas – pasan dia ingin punya pekerjaan yang lain yang pendapatanya lebih besar. Nia termasuk remaja yang aktif di media sosial terutama facebook, nia remaja yang sederhana namun aktif seperti remaja desa pada umumnya.

Jika di baratkan dengan publik figur, nia itu seperti Lesti Andryani (penyanyi pemenang D'Academy 2014) yang berusia 18 tahun.



Gambar 3.1.2 Personifikasi TA (Sumber: penulis) 2017

3.1.3 Consumer journey

Waktu	Nama : Agus Candrayanto Usia : 20 Pekerjaan : Lulusan SMA			
	Kegiatan	Touch Point	Point of Contact	Warna
23.00 – 05.00	Tidur	Kamar	Kasur, kipas angin, kamar	Coklat Biru
05.00 – 06.00	Bangun Wudu, mandi Solat, olahraga	Kamar Kamar mandi Ruang tamu pantura	Hp nokia, facebook, pepsodent, zink orange, sabun ekonomi, ember, sabun lux putih, sikat ciptadent, Sajadah, sarung, al quran, jaket. Sepatu.	Pink Biru Merah Putih Hitam
06.00 – 09.00	Nonton tv, Sarapan Mencuci	Rumah, Jalan, Rumah	Trans7, Suzuki, Honda, Sarapan nasi kuning Sabun boom hijau, sikat pakaian coklat	Merah Biru Hijau Coklat
09.00 – 11.00	Makan di warung Tidur	Warung Kasur	Gorengan, sarapan, marimas, tea jus, sendok, gelas, air kemasan axo, facebook, Kasur	Orange Putih Coklat biru
11.00 – 18.00	Solat Latihan gamelan Istirahat Balik	Musola Sanggar Sanggar Jalan, sawah,	Mushola, tutup kran, tempat wudhu, kenang, saron, gambang, kebluk, bonang, gong Ngobrol, rumbah, makan, minum Jalan, sawah, pohon	Coklat Kuning Merah Abu – abu Hijau
18.00 – 23.00	Solat, Nonton tv Main Nyantai, minum Main	Rumah Ruang tamu Bilyard PS2 rumah teman futsal	Sajadah, sarung, al quran, jaket Hit, trans7, TV, sctv, trans7, rokok surya, flolidina. Bilyard, coint. PS2, stick PS, uang, Florodina, teh arinda, nasi goreng, rokok surya, gitar, excimer, Kopi, teh pucuk, A mild, kacang garuda. Sepatu specs, lapangan.	Hijau Putih Biru Merah Coklat Orange Hitam Kuning

Waktu	Nama : Atin kustriani Usia : 18 Pekerjaan : Pelajar			
	Kegiatan	Touch Point	Point of Contact	Warna
22.00 – 04.00	Tidur		Air kemasan axo, atap, kasur.	Biru Kuning biru
04.00 – 07.00	Bangun Solat Mandi Nyetrika Ngambil buku berkaca Berangkat sekolah	Kamar Kamar Kamar mandi Rumah Kamar Rumah, jalan	Fb, Instagram, hp samsung. Mukenah, sajadah. Sabun shinzui, pasta gigi pepsodent, sampo pantene, kondisioner pantene. Strika, sajadah, baju. Buku belajar, coklat, sepatu nb. bedak bayi, sisir, deodorant dove, minyak wangi vitalis, baju sekolah, kerudung, Mobil, jalan, sawah.	Putih Merah Orange Kuning Biru Hitam
07.00 – 14.30	Belajar Istirahat Piket pmr Solat Belajar	Kelas Kantin, kelas UKS Masjid Kelas	Kelas, papan tulis, bangku. Kantin pink, gorengan kuning, minum tea jus, ludo. sprey, selimut, syal, p3k Masjid coklat, kantin. kelas hijau, papan tulis, bangku,	Hijau Pink Kuning Coklat Putih
14.30 – 16.00	Balik sekolah Main ke teman	Jalan, sawah, Rumah teman	Jalan, sawah, mobil, Teh eco, toko, ngerujak mangga, motor yamaha, rok, kerudung, baju, tahu getjrot,	Hijau Abu Hitam Biru Putih
16.00 – 19.00	Mandi Online Solat Nonton tv, makan,	Kamar mandi Rumah kamar ruang tamu	Kamar mandi, sabun shinzui, pasta gigi pepsodent, sampo pantene Instagram, fb, messenger. Sajadah, mukenah. Piring, nasi, sambal, lauk.	Cokat Putih Hijau Kuning Orange Biru Merah

19.00 – 22.00	Solat pacaran belajar Ngemil	Di rumah, Café/ rumah Kamar Ruang tamu	Sajadah, mukenah. fb, mesenger, baju hitam, celana. pensil biru, hp samsung putih, browsing, ballpoint, buku. Mie sedap, sctv, fb, instagram.	Biru Hitam Orange
Waktu	Nama : Basir Usia : 19 Pekerjaan : Wirausaha			
	Kegiatan	Touch Point	Point of Contact	Warna
22.00 – 06.00	Tidur	Kamar	Tembok, Sprey, kasur.	Kuning Putih
06.00 – 08.00	Bangun, Sarapan Mandi	Kamar Depan rumah Kamar mandi	Hp Samsung, FB. Orang lewat, motor, rokok super, kopi. Shampo lifebuoy, sabun lifebuoy, sikat gigi ciptadent, pasta gigi pepsodent.	Putih Biru Merah Hijau merah
08.00 – 10.00	Nonton Tv Bersih - bersih	Rumah, Ruang PS Tempat Billiard	SCTV, Trans7, RCTI. Lantai, PS, Tv, Stick sony. Kapur, coint, stick billiard, papan tulis.	Biru Putih Hitam Hijau
10.00 – 17.00	Kerja Jaga PS dan Billiard	Ruang PS dan Tempat Billiard	Teman, Motor yamaha, honda, suzuki. Sandal swallow, Hp samsung, nokia, uang receh, uang kertas, rokok super.	Biru Merah Hitam
17.00 – 19.00	Istirahat/ Main bola/ nongkrong	Halaman rumah pak haji	Bola, rokok super, es tea jus, bola plastik. Bengkel.	Putih Orange
19.00 – 22.00	Jaga PS	Ruang PS	Teman, Motor yamaha, honda, suzuki. Sandal swallow, Hp samsung, nokia. Uang receh. Tidur.	Biru Merah Putih
Waktu	Nama : Tuti Purwati Usia : 19 Pekerjaan : Mahasiswi			
	Kegiatan	Touch Point	Point of Contact	Warna
21.00 – 05.00	Tidur	Kamar	Tembok putih, baju tidur putih merah.	Putih Merah
05.00 – 08.00	Bangun,	Kamar	Xiaomi, instagram, Fb, whatsapp, line.	Orange Biru

	Solat Mandi, Berkaca	Kamar Kamar mandi Kamar	Sajadah, mukenah. Shampo pantene, lux, ponds, sikat, pasta gigi, kondisioner tresemme. ponds, sisir, deodorant Rexona lavender, minyak wangi, baju & kerudung, biru dongker.	Hijau Merah Gold Putih Ungu Kuning Hitam Pink
08.00 – 14.00	Berangkat Kuliah Sarapan/ Istirahat	Pantura, jalan kota. Kampus kantin	Honda beat, jalan pantura, truk, mobil elf. kampus, teman. Soto, nasi uduk, ketoprak, rumbah, teh arinda, Aqua biru, FB, Instagram, whatsapp, line	Putih Orange Biru Hijau
14.00 – 18.00	Balik dari kampus. Nyantai / kadang tidur.	Pantura Ruang tamu / kamar	Motor, mobil truk, elf, mobil pribadi. Ngemil coklat, keripik, fb, instagram, whatsapp, nonton tv, sctv, indosiar.	Putih Hitam Coklat Biru
18.00 – 20.00	Mandi Solat Makan	Kamar mandi Ruang solat Ruang tamu	Shampo pantene, lux, ponds, sikat, pasta gigi, kondisioner tresemme. Sajadah merah, mukenah putih. Nasi putih, lauk, air putih.	Gold Merah Coklat Putih
20.00 – 21.00	Ngemil Nugas	Kamar Kamar	Coklat, keripik, permen. dll Laptop acer, buku putih, pulpen hitam, tipe x merah putih, penggaris, google. Tidur.	Kuning Coklat Hitam Putih
Waktu	Nama : Lina alvina Usia : 17 Pekerjaan : Pelajar			
	Kegiatan	Touch Point	Point of Contact	Warna
22.00 – 04.00	Tidur	Kamar	Kasur, spreng, bantal.	Biru Merah
04.00 – 06.30	Bangun Solat Mandi Ngambil	Kamar Kamar Kamar mandi Kamar	Hp samsung, Fb, BBM, Instagram Wudhu, mukenah, sajadah . Sabun Dove, shampo lifebuoy, pasta gigi pepsoden, sikat gigi. Buku, pensil, ballpoint hitam	Putih Biru Orange Merah hitam

	buku, Berkaca	Kamar	biru, tipe x. Minyak warangi, kerudung putih.	
06.30 – 15.30.	Berangkat sekolah Belajar Istirahat, Solat Balik sekolah.	Rumah, jalan kelas Kantin, kelas Masjid sekolah Jalan	Sepatu NB, Mobil, jalan, sawah Kelas, papan tulis, bangku Kantin, marimas kuning, baso, teh arinda, sarapan. Masjid coklat, kantin pink, main ludo Jalan	Hitam Coklat Hijau Pink Kuning Biru Abu
15.30 – 17.00	Main ke teman/ tidur Nyetrika	Rumah teman Ruang tamu	Sandal carvil, hp samsung, messenger, musik dpas4, dangdut, pop. Strika pink, alas putih.	Hitam Biru Pink Putih
17.00 – 22.00	Mandi Solat Nonton tv, makan, nyantai Belajar Tidur	Rumah kamar Ruang tamu Kamar/ ruang tamu Kamar	Sabun Dove, shampo lifebuoy, pasta gigi pepsoden, sikat gigi. Wudhu, mukenah putih, sajadah merah. Trans7 hitam putih, on the spot, rcti dunia terbalik, nasi putih, lauk, cemilan grejeg. Instagram, fb, inbox. Pensil biru, hp samsung putih, browsing biru, ballpoint hitam sprey biru.	Putih Merah Biru Orange Hitam
Waktu	Nama : Evi Usia : 20 Pekerjaan : karyawan alfamart			
	Kegiatan	Touch Point	Point of Contact	Warna
21.00 – 05.00	Tidur	Kamar	Sprey hijau, kamar ungu.	Ungu Hijau
05.00 – 06.30	Bangun, Solat Mandi nyuci Berkaca	Kamar Kamar Kamar mandi	Oppo putih, Fb, instagram Whatsapp, line. Sajadah, mukenah. Shampo pantene, dove, sikat, pasta gigi, kondisioner pantene. ponds, Sisir ungu, deodorant rexona, lipstik ponds, bedak ponds,	Putih Biru Hijau Orange Kuning Ungu Hitam

			minyak wangi gardiaflow, baju, kerudung.	
06.30 – 14.00	Berangkat Kerja Sarapan gantian Makan siang	Jalan Alfamart Ruang alfamart Ruang alfamart	Yamaha fino, jalan pantura, jalan desa truk, mobil elf, bis luragung. Alfamart merah, warna warni. Bekal, nasi uduk, nasi lengko, gorengan Soto, baso, rumbah, es jus, Aqua biru	Merah Hitam Coklat Biru
14.00 – 18.00	Balik kerja Nyantai / kadang tidur.	Jalan Ruang tamu / kamar	Motor yamah fino, mobil truk, elf, mobil pribadi. Fb, instagram, whatsapp, line, kartu xl 4g, ngemil keripik, rujak, rumbah. nonton tv, sctv, indosiar, net tv.	Merah Biru Orange Hijau Hitam
18.00 – 21.00	Mandi Solat Makan Nongkron g Tidur	Kamar mandi Ruang solat Ruang tamu Sie san, kali susu Kamar	Shampo pantene emas, dove putih, sikat kuning, pasta gigi hijau, kondisioner pantene putih. Mukenah putih, sajadah coklat. Nasi putih, sayur, lauk, air putih, madu tj. Teman, pacar, es warna, es susu putih. Hp oppo, spreya, kamar ungu.	Orange Kuning Putih Coklat Hijau Ungu

Tabel 3.1.3 Consumer journey (Sumber: penulis) 2017

3.1.4 Analisis Consumer Journey

ADA DI HALAMAN PDF TERPISAH KARENA BENTUKNYA
MEMANJANG KE SAMPING

3.2 Strategi Pesan Komunikasi

3.2.1 Consumer Insight

Berdasarkan observasi, kuesioner, wawancara dan consumer journey hasil yang dapat di simpulkan terdapat keinginan dan harapan dari remaja di kecamatan Kandanghaur secara garis besar yaitu ingin mendapatkan pekerjaan yang ringan dan penghasilan yang besar.

3.2.1 A What To Say

- Menjadi Sukses dengan Melestarikan Gerabah

Tagline

Tagline yang di pakai berupa logo sebagai identitas program yang akan di jadikan kampanye, logonya berupa visual dan tulisan “Sukses dengan melestarikan gerabah”.

Headline

Headline yang di gunakan yaitu mengikuti tahapan kampanye yang menggunakan AISAS, setiap tahapan mempunyai Headline yang berbeda. Untuk subheadline berupa kata pelengkap setelah headline. Misalnya “Headline Industri gerabah”, maka subheadlinenya “kerajinan beromset besar di karanganyar” adapun headline dan subheadlinenya sebagai berikut:

- Attention : Industri Gerabah , kerajinan beromset besar di karanganyar.
- Interest : Butuh Penghasilan tambahan? jadi pengrajin gerabah ajah!
- Search : Ayo lebih mengenal gerabah karanganyar. Ayo Ikuti event foto menggunakan kamera HP.
- Action : Sukses di desa Sendiri, Bisa!!!
- Share : Kerja santai pendapatan besar? Jadi pengrajin gerabah ajah!.

3.2.1.B Pendekatan Kreatif Pesan Komunikasi

Pesan yang ingin di sampaikan yaitu agar target mengetahui keuntungan yang di dapat jika menjadi pengrajin gerabah, seperti pendapatan yang besar, waktu yang *fleksibel* dan bisa di jadikan sebagai pekerjaan sampingan. Cara menyampaikannya yaitu menggunakan ajakan rasional menggunakan pendekat ekonomi.

3.2.1.C Daya Tarik Komunikasi Pada Alternatif Media

1. Faktual

Tipe ini umumnya berhubungan dengan pengambilan keputusan high involvement yaitu penerima pesan dimotivasi untuk dapat memproses informasi yang menampilkan sisi manfaat pekerjaan dan keunggulan

pekerjaan sekaligus menampilkan argumentasi yang masuk akal, termasuk ke dalam tipe daya tarik faktual.

2. Majas Retoris

Majas retoris adalah majas yang berupa pertanyaan yang sebenarnya tidak perlu dijawab. Karena jawaban atau maksud si penanya sudah terkandung dalam pertanyaan tersebut. Kalimat tanya retoris ini digunakan penulis untuk memberikan kesadaran target terhadap gerabah secara tidak langsung. Kalimatnya yaitu : “Kerja santai pendapatan besar? Jadi pengrajin gerabah ajah!”

3. Majas satire

Majas satire hampir yaitu mengungkapkan sindiran dengan kasar dan keras, namun menggunakan kata – kata ungkapan dalam menyatakan sindiran. Majas satire saya gunakan untuk media utama dalam kampanye berupa Audio Visual. Kalimat satirenya adalah : ” Daripada kerja di luar kota, penghasilan habis buat kosan dan makan doang”.

3.3 Strategi Media Komunikasi

Untuk strategi tahapan perancangan media yang di gunakan dalam kampanye menggunakan model AISAS. Karena setelah tahap akhir kampanye (action) masih di perluas yaitu share untuk keberlanjutan kampanye regenerasi pengrajin gerabah ini.

Menurut Dentsu (dalam Sugiyama dan Andree, 2011:51) mengemukakan sebuah model komunikasi pemasaran yang didapat dari perkembangan teknologi, yang diberi nama dengan model AISAS. Jika dibandingkan model ini ke AIDMA, maka akan dilihat bahwa proses transformasi psikologis (Action, Interest, Desire, Memory) telah disederhanakan menjadi Action dan Interest saja. Kemudian yang terakhir untuk proses Action telah diperluas untuk mencakup Search → Action → Search → Action → Share.

3.3.1 Media Utama

- Audio Visual Kampanye

3.3.2 Media Pendukung

- Poster
- Media Sosial
- Spanduk
- Merchandice
- X-Banner
- AV
- AV Tutorial
- Baliho
- Hadiah

3.3.3 Strategi Perencanaan Media

3.3.3.1 Jadwal Media

Media Planning																					
No	Media	A (Attention)				I (Interest)				S (Search)				A (Action)				S (Share)			
		Juni				Juli				Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Poster	■	■	■	■	■	■	■	■	■				■							
2	Media Sosial	■	■	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	Spanduk														■						
4	Merchandice							■							■						
5	X-Banner							■							■						
6	AV														■	■	■	■	■	■	■
7	AV Tutorial							■							■	■	■	■	■	■	■
8	Baliho										■	■	■	■	■						
9	Seminar							■													
10	Hadiah														■						
11	Event										■	■	■	■							
12	Pelatihan														■						

Tabel 3.3.3.1 Jadwal Media (sumber : Penulis) 2017

3.3.3.2 Penempatan Media

No	Media	Keterangan
1	Poster	Di sebarkan di beberapa SMA di kecamatan Kandanghaur dan di tempat – tempat nongkrong pemuda di seluruh kecamatan Kandanghaur
2	Media Sosial	Media sosial yang di gunakan yaitu yang paling sering sering di gunakan yaitu instagram & facebook.
3	Spanduk	Sepanduk di tempatkan di gang desa yang menuju pengrajin dan di pakai saat seminar dan pelatihan.
4	Merchandice	Merchandise di bagikan kepada pemenang event lomba desain gerabah.
5	X-Banner	X – Banner di tempatkan saat sedang pelatihan.
6	AV	Av sebagai media utama di pakai saat pelatihan berlangsung dan digunakan 1 bulan saat tahap share.
7	AV Tutorial	Av tutorial sebagai media pendukung di pakai saat pelatihan berlangsung dan digunakan 1 bulan saat tahap share agar yang belum sempat hadir dapat mengetahui cara membuat gerabah.
8	Baliho	Baliho di tempatkan di desa karanganyar di samping jalan pantura,

		baliho di gunakan untuk memberi petunjuk bahwa di desa inilah pusat kerajinan gerabah.
9	Seminar	Seminar di lakukan di seluruh SMA kecamatan Kandanghaur.
10	Hadiah	Hadiah di berikan pada saat pelatihan berlangsung.
11	Event	Event dalam bentuk lomba desain gerabah, mereka yang ingin ikut lomba desain gerabah harus membuatnya langsung di tempat pengrajin gerabah. lalu di upload di media sosial. Tujuannya agar mereka tau lokasi tempat pembuatan gerabah
12	Pelatihan	Pelatihan di lakukan pada bulan september di tempat pembuatan gerabah mak Unah.

Tabel 3.3.3.2 Penempatan Media (sumber : Penulis) 2017