

BAB III

PERENCANAAN STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Target Audiens



Gambar 3.1 Studi Target Audiens

Sumber : Riset Pribadi & Media Sosial TA (Tahun 2017)

3.1.1 Segmentasi Target Audiens

Target audiens dalam penelitian perancangan media informasi ini adalah remaja usia 15-21 tahun, dengan ketentuan sebagai berikut :

Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Usia : 15-21 tahun

Pendidikan : Pelajar SMA dan Mahasiswa/i

SES : Menengah

Geografis

Kota Bandung

Psikografis

Aktif dengan rutinitas sehari-hari, masa peralihan anak-anak menuju dewasa, mencari jati diri, memiliki interaksi, sosialisasi, dan komunikasi aktif, serta keingintahuan yang tinggi.

3.1.2 Segmentasi Target Audiens

Personifikasi Target Audiens



Nanda Restu N. F., usia 19 tahun, seorang mahasiswi di *Widyatama University* Bandung. Tinggal hanya bersama ibunya. Seorang yang-

friendly, menyukai musik terutama K-POP. Aktif dalam sebuah grup *cover dance*, hobi menggambar, dan pengguna aktif media sosial. Selalu ingin mengetahui berita/informasi terkini. Menyukai konten menarik dan karakter/kartun yang lucu.

Insight

- Menyukai warna biru, merah dan visual lucu
- Suka mendengarkan musik, menonton video, dan cek berita/info terbaru

3.1.3 Consumer Journey

Waktu	Aktivitas			
	TA 1		TA 2	
	Kirana Andine 15 tahun (Pelajar) SMA Negeri 20 Bandung		Azarine Raina 16 tahun (Pelajar) SMA Negeri 2 Bandung	
	Kegiatan	Touch Point & Point Of Contact	Kegiatan	Touch Point & Point Of Contact
04:30-05:30 // 03:00-04:30	Bangun tidur, sholat, mandi, sarapan	Kasur, jam, HP (acer), tas, buku-buku, pepsodent, nuvo, wardah	Bangun tidur, buka buku (PR), main HP, sholat	Kamar, bantal, guling, HP (IPhone)
05:40-06:30 // 04:30:05:15	Berangkat sekolah, naik kendaraan umum, main HP, denger lagu (korea)	Sepatu (NB), angkot margahayu, HP, headset samsung, KFC Riau	Mandi, beres-beres, sarapan, siap-siap berangkat sekolah	Kamar mandi, lux, dove, pepsodent, closeup, sari roti
06:50-15:15 // 05:20-06:00	Sampai sekolah, belajar, istirahat	Sekolah, kelas, teman, buku tugas, HP, kantin, masjid, mukena	Berangkat, sampai sekolah	Honda jazz, ciwalk, RS Advent, pedagang kakai lima, jalan raya
15:20-16:50 // 06:00-06:50	Sholat ashar, jajan, pulang	Ke istiqomah, mukena, pedagang makanan, angkot margahayu	Ngerjain PR, belajar, main HP, baca buku/Quran	Kelas, teman, bangku, meja, line, line today/video, twitter
17:00-18:00 // 07:00-15:00	Sampai rumah, mandi, belajar, main hp	Buku-buku, HP, headset, music player, email, Line, Line Today, Chat, Instagram (Story), Youtube (lagu barat/korea)	Belajar, ISOMA, belajar, pulang sekolah	Kelas, buku, teman, guru, masjid, kantin

18:00-20:00 // 15:00-17:00	Sholat, main HP	Kamar, Mukena, HP, headset, bantal, guling	Sholat, berangkat les, les, pulang les	Naik angkot, tempat les, ojek langganan/grab/gojek
21:00 // 18:00-18:30	Tidur	Selimut, bantal, guling, lampu, baygon	Sampai rumah, mandi, sholat	Kamar, kamar mandi
18:30-19:15	-	-	Free time, main hp, baca fanfiction, artis korea	Kamar, HP, twitter, wattpad, youtube, Instagram, Line
19:15-21:15	-	-	Belajar, ngerjain PR	buku
21:15-22:00	-	-	Review ulang materi pelajaran, main HP (koreaan)	Twitter, IG, Line
22:00-04:30	-	-	Tidur (kadang tidur jam 03:00, baca fanfiction)	Kasur, bantal, guling/HP

Waktu	Aktivitas			
	TA 3		TA 4	
	Rafly Rakarazi 17 tahun (Pelajar) SMA Pasundan 2 Bandung		Nanda Restu N. F 19 tahun (Mahasiswi) Widyatama University	
	Kegiatan	Touch Point & Point Of Contact	Kegiatan	Touch Point & Point Of Contact
05:00-05:30 // 04:00-05:30	Bangun tidur, sholat	Kasur (Captain Amerika), HP (Sony), tv, mainan (mobil), gitar	Bangun tidur, sholat, mandi, cek buku, tas, cari pakaian, bersihin	Kasur, HP (Xiaomi), jam dinding, clean n clear, biore, eglips, nivea, klairs

			muka	
05:30-06:00 // 05:30-06:30	Mandi, siap-siap, berangkat sekolah	Pepsodent, biore, garnier man, Tresemme, Seragam, tas abu-abu, sepatu (Nike)	Siap-siap ke kampus, pesen gojek, cek line, cek berita, dandan	HP, Line, Line today, Twitter
06:00-07:00 // 06:30-07:00	Berangkat sekolah, mendengarkan lagu, naik angkutan umum, sampai sekolah	HP, angkot, Ciwalk, RS Advent, Pedagang kaki lima, pinggir jalan, Maroon5, Payung Teduh, Ed Sheeran	Sampai kampus, cek grup chat	HP, Line
07:00-14:30 // 07:00-09:30	Belajar, istirahat, ekskul	Buku, seblak, kupat tahu, gitar akustik	Mulai kelas, belajar, keluar kelas, makan	Buku tulis/paket, infocus, dosen, teman-teman, warteg
14:30-15:00 // 09:45-12:00	Pulang, main HP, main gitar	Musik, Chatting, Youtube, Line, WA, Instagram	Mulai kelas berikutnya, selesai kelas, jajan makanan pedas, sholat, nongkrong di main hall, ngewifi, main HP	Lab bahasa, infocus, masjid, kantin, main hall kampus
15:00-18:00 // 12:30/13:00	Kumpul sama temen-temen, main gitar, jajan, sholat	Gitar, Kopikap, Teh Gelas, warung, Yomart	Pulang, naik kendaraan umum 3x, mendengarkan lagu barat/korea	Angkot caheum-kalapa, ciwastra- gasibu, buah batu-dayeuhkolot
18:00-21:30 // 14:30/15:30	Main HP, nonton TV, Buku	Musik, Chatting, Youtube, Line, WA, Instagram	Sampai rumah, makan, cek HP, mengobrol dengan mama, tidur sore	Alat makan, HP, mama, kasur

21:30-05:00 // 17:00	Tidur	Kasur	Sholat ashar (kadang, karena suka ketiduran sampai maghrib)	Kamar, kasur
18:30-21:00	-	-	Main HP, nonton tv (on the spot, film barat)	Twitter, Instagram, Line, Trans7, Global TV, TV One
21:00-23:00	-	-	Buka buku, belajar, tulis ulang materi, menghafal untuk matkul speaking, main HP disela-sela, turn off data HP, tidur	Kasur, bantal, guling, selimut, jam dinding

Waktu	Aktivitas	
	TA 5	
	Nadira R. Dwirahma 21 tahun (Mahasiswa) Universitas Pasundan Bandung	
	Kegiatan	Touch Point & Point Of Contact
04:30-05:00	Bangun tidur, sholat, tidur lagi	Kamar, kasur, bantal, guling, jam, HP (Oppo)
06:00-07:00	Bangun, mandi, siap-siap berangkat kuliah, beberes barang bawaan, dandan, sarapan	Kamar mandi, closeup, biore, wardah, quaker oats
07:00-08:00	Berangkat (dianter + naik bus), sampai kampus	Motor Honda lewi panjang, bus damri, kopo-astana anyar-gardujati-paskal-sukajadi-setiabudhi
08:00-12:00	Ketemu temen, belajar, ngobrol, main HP, sholat	Kelas, teman-teman, dosen, buka Instagram (story/olshop)
12:00-13:00	Istirahat di kantin, makan-minum, ngobrol bareng teman	Pedagang makanan, kursi, meja, teman, nutrisari, HP

13:00-16:00	Belajar mata kuliah lain	Kelas, teman, dosen
16:00-19:30	Keluar kelas, ke kontrakan/kostan teman, bercanda, nonton video, main HP, main game, kadang nugas/kerja kelompok	Kamar, Youtube, Instagram, Laptop, HP, The Sims 4, tutorial hijab/make up, video 7 kejadian aneh/keajaiban, gosip
19:30-20:30	Pulang, perjalanan ke rumah	Angkutan umum/motor
20:30-21:00	Beresin pakean kotor, mandi, sholat	Kamar, kamar mandi
21:00-22:00	Main HP, main Game	Kamar, Chatting Line/WA, IG, laptop
22:00-04:30	Tidur	Kamar, kasur, bantal, guling, jam

Tabel 3.1 *Consumer Journey*

Berdasarkan consumer journey TA, terdapat beberapa indikator yang menjadi bahan studi dalam pengolahan data penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3.2 Studi Indikator

Sumber : Riset Pribadi (Tahun 2017)

3.2 Strategi Pesan Komunikasi

3.2.1 *Consumer Insight*

Berdasarkan hasil analisis studi target audiens disimpulkan bahwa, remaja masih belum paham mengenai gigi impaksi pada geraham bungsu. Juga masih ada keingintahuan mereka mengenai gigi impaksi dan dampaknya. Maka perancangan media informasi yang bersifat edukatif sangat dibutuhkan.

3.2.2 A. *What To Say*

Solusi dari uraian permasalahan di atas adalah dibuatnya infografis animasi sebagai media informasi yang edukatif kepada remaja untuk mulai peduli terhadap kesehatan gigi, juga tanggap dan paham mengenai gigi impaksi geraham bungsu sedini mungkin. Maka *What To Say* adalah “**Awasi Geraham Bungsu Sejak Dini**” (mengajak remaja untuk memeriksakan keberadaan gigi geraham sedini mungkin) dengan *tagline* “**Jangan Biarkan Gigi Impaksi Mengganggumu**” (agar gigi impaksi pada geraham bungsu dapat diawasi dan ditangani sebelum menimbulkan gangguan kesehatan pada gigi dan mulut). Juga membuat kebiasaan yang baik yakni rutin dalam memeriksakan kesehatan gigi.

3.2.3 B. Pendekatan Kreatif Pesan Komunikasi

Pendekatan pesan dan komunikasi yang digunakan adalah secara rasional, sehingga membuat target merasa bahwa gigi impaksi pada geraham bungsu ini merupakan gangguan kesehatan yang tidak boleh disepelekan dan membuat target memiliki keinginan untuk lebih tahu. Kualitas komunikasi yang digunakan sendiri bersifat akurat, jelas, ringkas dan persuasif, sehingga target mulai peduli akan kesehatan gigi. Selain itu, gaya komunikasi yang digunakan adalah penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh remaja sehingga, informasi dan pesan dapat tersampaikan dengan baik.

3.3 Strategi Media Komunikasi

3.3.1 Media Utama

Berdasarkan WTS yang telah diuraikan media utama pada perancangan ini adalah infografis animasi.

3.3.2 Media Pendukung

Media Sosial

Penggunaan media sosial pada media pendukung mengacu pada kebiasaan target audiens dalam kesehariannya yang tidak lepas dari *gadget*, dengan tujuan menarik target audiens untuk melihat media utama infografis animasi mengenai gigi impaksi geraham bungsu. Media sosial yang di gunakan adalah Instagram, Line, Youtube.

Poster Digital

Penggunaan poster pada media pendukung ini adalah jenis poster digital yang akan ditampilkan pada Instagram dan Line dengan tujuan sebagai tahapan-tahapan pemberitahuan kepada target audiens mengenai adanya media utama (video) mengenai gigi impaksi geraham bungsu.

Banner/Header Digital

Penggunaan *banner* pada media pendukung adalah sebagai tampilan pada akun Line dan *channel* Youtube.

3.3 Strategi Perencanaan Media

Adapun strategi media pada perancangan yang dibuat dengan tujuan target tahu mengenai infografis animasi yang ada dan paham mengenai gigi impaksi geraham bungsu adalah sebagai berikut:

Media Planning

Media		Pengaplikasian Media
Utama	Infografis Animasi	Untuk Youtube juga, dapat digunakan sebagai penunjang para ahli dalam penyuluhan gigi pada remaja
Pendukung	Media Sosial	Instagram, Line, Youtube
	Poster Digital	Instagram, Line
	<i>Banner/Header</i>	Untuk Tampilan Line, Youtube

Tabel 3.2 *Media Planning*

Media Scheduling

Media	Februari				Maret				April			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Infografis Animasi												
Media Sosial												
Poster <i>Digital</i>												
<i>Banner/Header</i>												

Tabel 3.3 *Media Scheduling*