

BAB III

PERENCANAAN STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Target Audience

Berikut adalah perumusan target audience yang dilakukan untuk penggiat *hand lettering* pemula

3.1.1 Segmentasi Target Audience

Demografis : Ditempatkan di wilayah perkotaan Bandung

- Jenis kelamin : Pria – Wanita
- Usia : 15 – 25 tahun
- SES : Menengah

Geografis : Kota Bandung

Psikografis :- Masyarakat penggiat handlettering

- Masyarakat yang suka dengan seni menggambar huruf
- masyarakat yang suka nongkrong, santai dan suka berkarya

3.1.2 Personifikasi *Target Audience*

Target yang akan di personifikasi adalah kalangan yang menengah yaitu kalangan pelajar, dalam hal ini, mereka selalu menghabiskan waktunya dalam lingkungan sekolah. Dimulai dari bangun pagi hingga tidur, mereka sangat biasa diprediksi dari perilaku berangkat sekolah, istirahat sekolah, ekstra kulikuler hingga bermain diluar pulang sekolah. Pergi ke sekolah kebanyakan menggunakan kendaraan sendiri dan menggunakan angkutan umum, melewati jalur-jalur perkotaan. Mereka mengeluarkan uang mereka hanya untuk keperluan pribadi seperti jajan camilan dan

nongkrong di kedai-kedai kopi dan makanan. Dan mereka memposisikan dirinya sebagai orang yang sadar akan teknologi sekarang dan kebudayaan luar.

3.1.3 CONSUMER JOURNEY

Dalam mendapatkan data untuk *consumer journey* ini, sample yang digunakan sesuai dengan target audience yang di tentukan. Berikut sample yang diambil :

NAMA : Dimas Fakhrudin
 USIA : 24TAHUN
 PEKERJAAN : Mahasiswa
 ALAMAT : Jl. Tamansari , Kota Bandung

WAKTU	KEGIATAN	TOUCH POINT	POINT OF CANTACT
05.00 – 06-00	• Bangun	Kamar	Poster di dinding, Kalender,
	• Shalat	Kamar	Jam, Lampu
	• Mandi	Kamar mandi	Sikat gigi, Tempat sabun, Peralatan mandi, pomade
06.00 – 07.15	• Buka Laptop, Buka HP & sarapan	Kamar	Laptop , alat makan
07.15 – 11.00	• Sketching	Kamar	Pinsil, Buku, laptop
11.00 – 13.15	• Kampus	Kuliah Perpus	Buku, Sosial Media
13.20	• Nongkrong Dikafe	Jalan	Angkot, Warung, Billboard, Poster-poster di dinding jalan.
		Kafe	Ruangan di dalam kafe
16.00 – 18.00	• Pulang ke kosan • Main HP	kamar	Laptop, dan buku

18.00 – 20.00	<ul style="list-style-type: none"> • Istirahat sambil browsing 	Kamar	Laptop
20.00 – 22.00	<ul style="list-style-type: none"> • Cari Makan Malam 	Jalan	Iklan dijalanan
22.00 – 05.00	<ul style="list-style-type: none"> • Tidur 	Kamar	

Tabel 3.1 Tabel Target Audiens 1

NAMA : ANDITA AULIAWATI
 USIA : 16 TAHUN
 PEKERJAAN : PELAJAR
 ALAMAT : Jalan Dipatiukur, Bandung

WAKTU	KEGIATAN	TOUCH POINT	POINT OF CONTACT
04.30 – 06.00	• Bangun	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar, aksesoris, boneka, karpet kamar
	• Sholat	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar, aksesoris, boneka, karpet kamar
	• Mandi	Kamar mandi	Sikat gigi, Tempat sabun, Peralatan mandi
	• Sarapan, Main HP	Ruang makan	Alat makan
07.00	• Berangkat ke Sekolah (pakai motor)	Jalan	Stiker, radio, angkot, Warung, Billboard, Poster-poster di dinding jalan, spanduk.
07.10 – 09.15	• Berada di sekolah	Ruang kelas, Lingkungan sekolah, kantin	Pinsil, Buku, Kotak Pinsil, Tas, board, Poster-poster di dinding jalan, madding, dinding kantin
09.15 – 09.45	• Istirahat • Kantin, Buka HP (Sosial Media)	Kantin, Lapangan Sekolah	Madding, media social.
09.45 – 13.25	• Pulang dari sekolah (pakai motor)	Rumah	Ruangan di dalam rumah

13.40 – 16.00	<ul style="list-style-type: none"> Nonton TV dan makan, Main HP 	Ruang TV	TV, dan alat makan
18.00 – 21.00	<ul style="list-style-type: none"> Sholat 	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar, aksesoris, karpet kamar
	<ul style="list-style-type: none"> Nonton 	Ruang TV	TV
	<ul style="list-style-type: none"> Mempersiapkan buat besoknya ke sekolah 	Kamar	Poster di dinding, jam, lampu
21.00 – 22.00	<ul style="list-style-type: none"> Main Hp (Sosial Media) 	Kamar	Media sosial
22.00 – 04.30	<ul style="list-style-type: none"> Tidur 	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar

Tabel 3.2 Tabel Target Audiens 2

NAMA : Annida Fathurohmah
 USIA : 17 TAHUN
 PEKERJAAN : PELAJAR
 ALAMAT : Jalan Sarijadi, Bandung

WAKTU	KEGIATAN	TOUCH POINT	POINT OF CONTACT
04.30 – 06.00	<ul style="list-style-type: none"> Bangun 	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar, aksesoris, boneka, karpet kamar
	<ul style="list-style-type: none"> Sholat 	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar, aksesoris, boneka, karpet kamar

	<ul style="list-style-type: none"> • Mandi 	Kamar mandi	Sikat gigi, Tempat sabun, Peralatan mandi
	<ul style="list-style-type: none"> • Sarapan, Main HP 	Ruang makan	Alat makan
07.00	<ul style="list-style-type: none"> • Berangkat ke Sekolah (pakai motor) 	Jalan	Stiker, radio, angkot, Warung, Billboard, Poster-poster di dinding jalan, spanduk.
07.10 – 09.15	<ul style="list-style-type: none"> • Berada di sekolah 	Ruang kelas, Lingkungan sekolah, kantin	Pinsil, Buku, Kotak Pinsil, Tas, board, Poster-poster di dinding jalan, madding, dinding kantin
09.15 – 09.45	<ul style="list-style-type: none"> • Istirahat • Kantin, Buka HP (Sosial Media) 	Kantin, Lapangan Sekolah	Madding, media social.
09.45 – 13.25	<ul style="list-style-type: none"> • Pulang dari sekolah (pakai motor) 	Rumah	Ruangan di dalam rumah
13.40 – 16.00	<ul style="list-style-type: none"> • Nonton TV dan makan, Main HP 	Ruang TV	TV, dan alat makan
18.00 – 21.00	<ul style="list-style-type: none"> • Sholat 	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar, aksesoris, karpet kamar
	<ul style="list-style-type: none"> • Nonton 	Ruang TV	TV
	<ul style="list-style-type: none"> • Mempersiapkan buat besoknya ke sekolah 	Kamar	Poster di dinding, jam, lampu
21.00 – 22.00	<ul style="list-style-type: none"> • Main Hp (Sosial Media) 	Kamar	Media sosial
22.00 – 04.30	<ul style="list-style-type: none"> • Tidur 	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar

Tabel 3.3 Tabel Target Audiens 3

NAMA : Rinjani Bagas
 USIA : 21 TAHUN
 PEKERJAAN : Mahasiswa
 ALAMAT : Jl. Dipatiukur, Bandung

WAKTU	KEGIATAN	TOUCH POINT	POINT OF CANTACT
05.00 – 06-00	• Bangun	Kamar	Poster di dinding, Kalender, Jam, Lampu
	• Shalat	Kamar	
	• Mandi	Kamar mandi	Sikat gigi, Tempat sabun, Peralatan mandi
06.00 – 07.15	• Nonton tv, Buka HP & sarapan	Ruang TV	TV , majalah, dan alat makan
	• Berangkat Ke Kampus	Jalan	Angkot, Warung, Billboard, Poster-poster di dinding jalan.
07.15 – 15.00	• Berada di Kampus	Ruang kelas	Pinsil, Buku, Kotak Pinsil, Tas
15.00 – 19.20	• Pulang Kuliah, Istirahat • Kantin, Buka HP (Sosial Media)	Kantin, Parkiran Kampus	media social.
19.20	• Pulang Ke Rumah	Jalan	Angkot, Warung, Billboard, Poster-poster di dinding jalan.
		Rumah	Ruangan di dalam rumah
		Kamar	Poster, Gadget
19.20 – 20.00	• Makan Malam	Ruang TV	TV, dan alat makan
20.00 – 22.00	• Sketching	Kamar	Drawing Book, Pensil
		kamar	Sosial media

	<ul style="list-style-type: none"> • Buka Gadget 		
22.00	<ul style="list-style-type: none"> • Tidur 	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar

Tabel 3.4 Tabel Target Audiens 4

NAMA : Wildansyah
USIA : 23 TAHUN
PEKERJAAN : Mahasiswa
ALAMAT : Jl. Suci , Bandung

WAKTU	KEGIATAN	TOUCH POINT	POINT OF CONTACT
05.00 – 06-00	<ul style="list-style-type: none"> • Bangun 	Kamar	Poster di dinding, Kalender,
	<ul style="list-style-type: none"> • Shalat 	Kamar	Jam, Lampu
	<ul style="list-style-type: none"> • Mandi 	Kamar mandi	Sikat gigi, Tempat sabun, Peralatan mandi
06.00 – 07.15	<ul style="list-style-type: none"> • Nonton tv, Buka HP & sarapan 	Ruang TV	TV , majalah, dan alat makan
	<ul style="list-style-type: none"> • Berangkat Ke Kampus 	Jalan	Angkot, Warung, Billboard, Poster-poster di dinding jalan.
07.15 – 15.00	<ul style="list-style-type: none"> • Berada di Kampus 	Ruang kelas	Pinsil, Buku, Kotak Pinsil, Tas
15.00 – 19.20	<ul style="list-style-type: none"> • Pulang Kuliah, Istirahat • Kantin, Buka HP (Sosial Media) 	Kantin, Parkiran Kampus	media social.
19.20	<ul style="list-style-type: none"> • Pulang Ke Rumah 	Jalan	Angkot, Warung, Billboard, Poster-poster di dinding jalan.

		Rumah	Ruangan di dalam rumah
		Kamar	Poster, Gadget
19.20 – 20.00	<ul style="list-style-type: none"> • Makan Malam 	Ruang TV	TV, dan alat makan
20.00 – 22.00	<ul style="list-style-type: none"> • Sketching • Buka Gadget 	Kamar	Drawing Book, Pensil
		kamar	Sosial media
22.00	<ul style="list-style-type: none"> • Tidur 	Kamar	Poster di dinding, Jam, Lampu belajar

Tabel 3.5 Tabel Target Audiens 5

KESIMPULAN CONSUMER JOURNEY

Data dari *sample* diatas dapat di tentukan media apa saja yang akan di gunakan dan dimana saja media itu akan di posisikan. Sehingga pada akhirnya tujuan yang ingin di capai tepat sasaran. Berdasarkan *sample* consumer diatas, berikut media yang akan di gunakan dan di posisikan dimana saja :

NO.	MEDIA	TEMPAT
1.	Buku	Rumah, Sekolah, Kampus, Perpustakaan
2.	Web	Website
3.	Poster	Akan di sekitaran kampus (madding Sekolah)
4.	billboard	Jalan raya
5.	Banner	Di dekat-dekat sekolah
6.	Sticker	Mobil, Motor, dan di tempat lainnya sesuai keinginan konsumen
7.	Jam Dinding	merchandise
8.	Mug	merchandise
9.	Facebook dan Instagram	Media sosial
10.	Gantungan Kunci	Kendaraan

3.1.4 Studi Indikator

Study Indicator



Creative Brief "PANDUAN HANDLETTERING"

Gambar 3.1 Studi Indikator

3.2. Strategi Pesan Komunikasi

Bagaimana cara menyampaikan pesan agar pesan yang dimaksudkan dapat mengenai pada audiens sehingga audiens mengerti akan pesan yang disampaikan.

3.2.1 Consumer Inside

Berdasarkan hasil dari analisa observasi, kuesioner dan wawancara yang dilakukan, hasil yang dapat disimpulkan ialah terdapat harapan dan keinginan dari para penggiat Handlettering khususnya penggiat pemula mendapatkan informasi-informasi mengenai handlettering yang lengkap dalam bahasa yang dapat dimengerti dan mudah dijangkau dimanapun dan kapanpun.

3.2.1.A *What To Say*

What to say yang akan disampaikan yaitu :

- Pelajari dasar-dasar Handlettering
- Handlettering sebagai pembangkit minat menulis indah

3.2.1.B Pendekatan Kreatif Pesan Komunikasi


Strategi pendekatan pesan yang digunakan dalam perancangan buku “Panduan *Hand Lettering*” adalah melalui pendekatan secara rasional dan emosional. Memudahkan audiens untuk mempelajari dasar-dasar pada *Hand lettering*.

3.3 Strategi Media

3.3.1 Media Utama

Perancangan ini berisikan pengetahuan dasar tentang hand lettering. Buku ini memberikan informasi tentang pengenalan tipografi yang berkaitan dengan hand lettering. Selain itu, pada buku ini juga memberikan tutorial dasar perancangan hand lettering. Sehingga para pembaca tidak hanya sekedar mendapatkan informasi namun juga mendapatkan pengalaman dalam membuat hand lettering secara bertahap melalui tutorial tersebut. Visualisasi buku ini pun dirancang dengan konsep retro dengan tatanan halaman yang minimalis. Gaya visual retro tersebut menguatkan kesan kuno dan halaman yang minimalis memberikan kenyamanan dalam membaca, sehingga para pembaca dapat fokus terhadap elemen tipografi dan hand lettering pada buku ini.

- *Copywriting*

Copywriting adalah kemampuan dalam mengolah kata dan menciptakan naskah yang menggabungkan kerja intelektual dan seni untuk memenuhi pesan penjualan. Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, *copywriting* yang digunakan dalam perancangan ini adalah 

1. Headline : *Hand Lettering*
2. Subheadline : Untuk Pemula

- ***Storyline***

1. Halaman 1-2

Definisi *Hand Lettering*.

2. Halaman

3-4

Definisi

Tipografi.

3. Halaman 5-8

Menjelaskan klasifikasi bentuk-bentuk huruf.

4. Halaman 9-12

Menjelaskan tentang anatomi huruf dan pembedahannya.

5. Halaman 13-14

Menjelaskan tentang *Brush lettering*.

6. Halaman 15-16

Memperkenalkan alat-alat yang dipakai

8. Halaman 19-50

Menjelaskan proses pembuatan *hand lettering* dari A - Z.

9. Halaman 50-55

Latihan .

- ***Storyboard***



Gambar III.1.2 Contoh *Storyboard* Buku

Sumber : Dokumen Pribadi (Desember 2017)

- **Visualisasi**

Visualisasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah tipografi. Semua konten yang terdapat didalam buku ini menyesuaikan dalam bentuk tipografi dan *hand lettering* agar mudah selaras dengan tema dan menguatkan visualisasi pembaca.



Gambar III.1.3 Contoh tipografi sebagai elemen visual buku

<http://lettershoppe.com/wp-content/uploads/2014/11/lettering-resources27.jpg>

(Desember 2017)

3.3.2 Media Pendukung

- **Tahap Informasi**

1. **X-Banner**

Dipasang di saat peluncuran buku dan workshop.

2. **Poster**

Berfungsi untuk menarik perhatian baik target audiens primer maupun sekunder.

3. **Flyer**

Media yang memberikan informasi produk secara detail dan dibagikan didalam jangka waktu tertentu.

- **Tahap Peningat**

1. ***T-Shirt***

Media ini digunakan sebagai cinderamata yang akan dijual selain media utama pada saat bulan pertama penerbitan buku dan kepada pembeli buku diberi akan diberi harga khusus.

2. ***Totebag***

Totebag banyak digunakan oleh semua kalangan terutama remaja karena sederhana dan cukup modis jika dirancang dengan baik. Media ini bagian dari cinderamata yang diberikan gratis kepada seratus orang pembeli pertama.

3. **Stiker**

media yang bisa diaplikasikan dimana saja, maka dari itu stiker salah satu media pendukung yang tepat untuk dijadikan media pengingat. Stiker terdapat didalam buku.

3.3.3 Strategi Perencanaan Media

Buku pengenalan *hand lettering* akan didistribusikan sesuai pada tabel berikut :

Tabel III.2 Distribusi Media Tahun 2018 Awal

No	Media	Februari	Maret	April									
	Media Utama												
1	Buku	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Media Pendukung												
	Media Informasi												
1	X-banner	■	■	■	■								
2	Poster	■	■	■	■	■	■	■					
3	<i>Flyer</i>	■	■										
	Media Pengingat												
1	<i>Sticker</i>	■	■	■	■								
2	<i>Tottebag</i>	■	■	■	■								
3	T-shirt	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Penjualan buku *Hand Lettering* “Untuk Pemula” akan memberikan cinderamata kepada seratus orang pembeli pertama pada bulan pertama

launching atau penerbitan buku berupa *Tottebag* dan *T-shirt*. Harga untuk buku ini di proyeksikan seharga Rp. 80.000,00

- Lokasi penyebaran media utama : Toko Buku.

Toko buku merupakan lokasi utama untuk untuk menyebarkan media. Khususnya di Bandung, toko buku yang sudah dikenal oleh masyarakat seperti Gramedia, Togamas, dan toko buku lainnya.

- Lokasi penyebaran media pendukung : Toko Buku dan Pusat Perbelanjaan. Media pendukung pun banyak bertempat di toko buku karena merupakan tempat masyarakat untuk mencari buku-buku. Biasanya penempatan media pendukung bertempat pada meja kasir, sehingga masyarakat yang mengadakan transaksi juga mendapatkan informasi tentang terbitnya buku ini.