BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP PERANCANGAN

3.1 Strategi Komunikasi

Komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick O Whitney (1988) dalam *I Putu Suwarbawa* (2009), bahasa komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan yang diproduksi secara missal atau tidak sedikit itu disebabkan kepada massa penerima pesan yang luas.

Strategi yang dilakukan dalam promosi Edu-Games yaitu disampaikan secara *persuasive*, yaitu untuk menyampaikan atau membujuk konsumen supaya tertarik untuk membeli produk Edu-Games.

3.1.1 Tujuan Komunikasi

Komunikasi ditujukan untuk memberikan informasi kepada target audiens bahwa Edu-Games merupakan game edukasi yang bisa digunakan untuk bermain dan belajar dari mulai anak-anak sampai remaja.

Tercapainya tujuan komunikasi yang efektif dari pesan yang disampaikan baik berupa verbal maupun visual, diharapkan target sasaran dapat menerima dan mengerti pesan yang disampaikan.

Perancangan promosi Edu-Games yang ditujukan pada orang tua yang memiliki anak usia 3-15 Tahun di wilayah Kota Bandung melalui pembelian produk dan mendapatkan merchandise langsung berupa tas, tempat pensil, topi, kaos dan lain-lain pada setiap pembelian produk dalam jumlah tertentu. Penyebaran promosi tersebut dilakukan melalui

event “Lomba Cerdas” di setiap Toko Buku, tempat hiburan dan mall di wilayah Kota Bandung.

3.1.2 Pesan Utama

Pesan utama merupakan inti pengkomunikasian materi pesan dalam perancangan media dan *event*. Dengan pesan utama yang telah ditentukan maka perancangan promosi ini bisa lebih fokus dan efektif. Pesan utama yang ingin disampaikan dari perancangan ini adalah memperkenalkan game Bobby Bola keluaran dari Edu-Games melalui *event*.

3.1.3 Materi Pesan

Dalam setiap promosi mengandung pesan-pesan yang bersifat membujuk agar penerima pesan memiliki ketertarikan terhadap Edu-Games. Materi yang ingin disampaikan dalam promosi ini adalah bahwa Edu-Games merupakan games dengan unsur pendidikan dan dapat digunakan sebagai sarana pendidikan.

3.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan disimpulkan dari beberapa pemecahan masalah dari Edu-Games yaitu :

- Membuat *event* di tempat-tempat rekreasi anak-anak dan keluarga serta di Mall di bandung yang menyediakan penjualan produk Edu-Games.
- Membuat promosi dengan memberikan hadiah langsung berupa alat pendidikan.

3.2.1 Tempat-tempat *Event*

Tempat-tempat dilaksanakannya *event* adalah tempat yang banyak dikunjungi target audien, yaitu BIP (Bandung Indah Plaza), IP (Istana Plaza), Gramedia Merdeka Bandung, Taman Lalu Lintas Bandung.

3.2.2 Alasan Diadakannya *Event*

Alasan diadakannya *event* adalah, *Event* lebih interaktif ke target sasarannya, memiliki banyak acara dalam *event* tersebut, penyampaian pesan tentang produk bisa dijelaskan secara detail.

3.2.3 Tujuan *Event*

Tujuan diadakannya *event* pada promosi edugames adalah, untuk meningkatkan penjualan produk dari promosi *event* tersebut, memperkenalkan produk lebih luas ke target audien, dan memberikan merchandise produk kepada peserta *event* guna untuk media promosi.

3.3 Tahap-tahap Perancangan

Dalam perencanaan membuat *event* Edu-Games, maka dibutuhkan beberapa tahapan dalam pengadaan *event* tersebut.

3.3.1 Pra *Event* Edu-Games

Agar acara *event* ini berlangsung dengan baik, maka dalam persiapannya membutuhkan pemikiran yang matang, tenaga dan waktu yang cukup lama. Selain itu maka akan diketahui media apa saja yang akan digunakan untuk melancarkan acara tersebut.

Tujuan	Sasaran	Media
Pembentukan panitia	Pihak terkait	-
Proposal	BIP, IP, Taman lalu lintas, gramedia merdeka	Proposal acara
Pendekatan dan pendaftaran	Masyarakat	Poster, spanduk, flyer, majalah, baligho, radio

Tabel 3.1. Susunan Pra *Event*

3.3.2 Acara *Event* Edu-Games

Pada acara didalam *event* ini ada dua lomba yang dilombakan yaitu menggambar sang *mascot* dan bermain games produk "Edu-Games. Pendaftaran pada setiap lomba bisa melalui counter Edu-Games dengan persyaratan hanya setiap pembelian Edu-Games baik hari sebelum *event* ataupun saat *event* dilaksanakan di lokasi acara.

Pembagian hadiah pada acara lomba dalam *event* ini berupa

Juara I : Uang Tunai Rp 750.000 + Paket Edu-Games

Juara II : Uang Tunai Rp 500.000 + Paket Edu-Games

Juara III : Uang Tunai Rp 300.000 + Paket Edu-Games

Sebuah *event* akan berjalan dengan lancar apabila terkoordinasi dengan baik. Oleh karena itu dibutuhkan suatu susunan acara yang perlu direncanakan, berikut ini adalah tabel susunan dan pembagian waktu acara *event* Edu-Games.

Jam	Acara	Oleh	Kebutuhan
08.00 – 09.00	Persiapan	Panitia	Tempat persiapan, Beberapa media yang dibagikan ke pengunjung
09.00 – 09.30	Membagikan beberapa media ke pengunjung tempat	panitia	Beberapa media yang dibagikan ke pengunjung
09.30 – 10.00	Masuknya *mascot* Edu-Games ke panggung	Panitia	*Mascot* Edu-Games
10.00 – 10.30	Pembukaan acara	Panitia	Tempat acara (panggung)
10.00 – 11.00	Pendaftaran ulang	Panitia dan peserta	Beberapa media yang dibagikan ke peserta
11.00	Dimulai lomba menggambar maskot	peserta	Kertas gambar
13.00	Dimulai lomba games bobby bola	peserta	Computer dan game
13.00– 13.30	Pembagian merchandise “edu-game” melalui persyaratan	Panitia dan pengunjung	Merchandise
14.30	Selesainya semua acara lomba	Panitia dan peserta	

14.30– 15.00	Pembagian Edu-Games melalui persyaratan	Panitia dan pengunjung	CD Edu-Games
15.00– 15.30	Pembagian hadiah	Panitia dan pengunjung	Hadiah
15.30	Penutup	Panitia dan pengunjung	

Tabel 3.2. Susunan Acara

3.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam perancangan promosi Edu-Games yaitu menggunakan elemen-elemen dalam sebuah rumus yaitu AIDCA:

a. *Attention* (Perhatian)

Menarik perhatian target sasaran yaitu orang tua dari si anak melalui merchandise-merchandise pendidikan yang diperkenalkan dari Edu-Games.

b. *Interest* (Minat)

Bagaimana agar target sasaran berminat dan ingin membeli Edu-Games dengan konsep *event* dan merchandise.

c. *Desire* (Kebutuhan)

Menggerakan keinginan target sasaran melalui pesan yang disampaikan pada *event* dan jenis merchandise agar target sasaran menjadi yakin bahwa Edu-Games adalah merupakan games dengan unsur pendidikan dan merupakan alat bantu pendidikan maka timbulnya suatu rasa bahwa Edu-Games merupakan sebuah kebutuhan dalam belajar.

d. *Conviction* (Rasa Percaya)

Membangun rasa percaya pada target sasaran dengan memberikan informasi dari narasumber dan tanggapan masyarakat yang telah membelinya lebih dulu maka informasi yang disampaikan menjadi lebih akurat dan terpercaya.

e. *Action* (Tindakan)

Memberikan informasi positif yang lebih meyakinkan tentang kelebihan Edu-Games maka hal tersebut menjadi salah satu alasan masyarakat untuk membeli produk tersebut.

3.4.1 Pendekatan Kreatif

Pendekatan kreatif yang digunakan dalam mempromosikan Edu-Games ini meliputi *event* dan memberikan merchandise yang dilaksanakan pada bulan Mei, dengan alasan pada bulan itu terdapat Hari Pendidikan Nasional yang jatuh pada tanggal 2 Mei. Dan pada bulan itu juga banyak *moment* pendidikan seperti kelulusan sekolah, hari-hari ujian sekolah, hari pendaftaran kejenjang berikutnya.

Konsep pendekatan kreatif dalam pembuatan tema *event* yang berhubungan dengan games dan pendidikan, tema tersebut berawal dari sesuatu yang berhubungan dengan games, kata yang diambil adalah *"level"*, kata tersebut diambil karena *"level"* merupakan kata yang selalu ada pada setiap games sehingga dimunculkan dalam tema promosi ini. Pada edukasi kata yang diambil adalah "cerdas", kata "cerdas" diambil karena kata tersebut sering disebut-sebut masyarakat ketika menanggapi orang yang berpendidikan tinggi. karena bertepatan dengan Hari Pendidikan Nasional dan tujuan utama produk untuk si anak maka kalimat tambahan yang diambil adalah "Anak

Indonesia", sehingga judul yang disesuaikan dalam *event* tersebut adalah "Level Cerdas Anak Indonesia".

3.4.2 Pendekatan Visual

Dalam gagasan visual berawal dari pemahaman dan pesan yang disampaikan kepada target sasaran sesuai dengan judul *event* yaitu "Level Cerdas Anak Indonesia" maka gagasan visualnya sebagai berikut:

- **Ilustrasi**

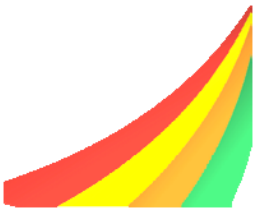
  Visual yang digunakan adalah sesuatu yang berhubungan dengan pendidikan, Edu-Games, dan anak-anak dengan ilustrasi sederhana. Ilustrasi itu memperlihatkan maskot dari Edu-Games yang terlihat ceria.



Gambar 3.1 Maskot Bobby Bola

Maskot Bobby Bola Edu-Games pada media merupakan ilustrasi utama, pada ilustrasi tersebut memperlihatkan sang maskot dengan senyuman dan melompat yang menandakan keceriaan, kesenangan, dan keberhasilan. Awan yang mengikuti sang maskot sebagai gambaran dari pribahasa "tuntutlah ilmu setinggi langit" sehingga sang maskot berada diatas awan itu sendiri.

Topi toga yang dipakai sang maskot merupakan maksud dari sebuah keberhasilan didunia pendidikan, dan tiga bintang diatas merupakan sebuah titik level kesempurnaan minimum dalam sebuah game.



Gambar 3.2 Pelangi

Ilustrasi pelangi pada media utama merupakan visualisasi tambahan. Maksud dari ilustrasi itu adalah memperlihatkan keceriaan dimana keceriaan itu sendiri terdapat pada *event* yang akan diadakan pada promosi Edu-Games.



Gambar 3.3 Awan

Awan merupakan ilustrasi tambahan pada media utama, makna dari awan itu sendiri sama seperti awan yang mengikuti sang maskot yaitu sebagai ilustrasi dari peribahasa “tuntutlah ilmu setinggi langit”, namun fungsi dari ilustrasi tambahan ini adalah sebagai penambah suasana diatas langit pada media-media tertentu agar terlihat proporsional dan lebih menarik.

- **Warna**

  Warna-warna yang digunakan pada visual tersebut adalah warna yang membuat suasana ceria.

  Biru Muda: Merupakan warna yang ceria dan bersemangat namun tetap terlihat tenang dan santai, warna tersebut juga merupakan warna dasar setiap media promosi.

  R=98, G=186, B=227
  C=40, M=0, Y=0, K=0

  Kuning: Warna yang bisa mewakili kesan kehangatan, semangat dan keseimbangan, warna ini juga merupakan warna dasar dari maskot Edu-Games.

  R=242, G=224, B=0
  C=0, M=0, Y=100, K=0

  Merah: Mewakili kesan kekuatan dan kesungguhan warna merah juga sebagai warna penyemangat dalam *event* promosi ini.

  R=214, G=44, B=38
  C=0, M=100, Y=100, K=0

Putih: Warna putih digunakan untuk menciptakan suatu kesan yang tulus dan bersih.



R=255, G=255, B=255
C=0, M=0, Y=0, K=0

Hijau: Warna yang memperlihatkan sebuah keceriaan dan membawa suasana menjadi lebih santai dan tenang, hal tersebut membantu menimbulkan suasana ceria namun tetap santai pada *event* promosi ini.



R=0, G=145, B=68
C=100, M=0, Y=100, K=0

- **Tipografi**

  Tipografi yang dimunculkan dalam promosi ini adalah tipografi yang memiliki kesan ceria, anak ke-anak, dan yang paling penting adalah bisa dibaca dengan jelas oleh masyarakat. Tipografi yang diambil dari promosi ini adalah comic sans dan Cooper Black.

  Comic sans ms

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890

Comic sans ms Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Cooper Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

- **Layout**

  Layout yang digunakan pada setiap media dibuat dengan konsep sederhana agar isi pesan lebih sampai kepada masyarakat, namun masih tetap mempertimbangkan komposisi warna dan desainnya agar terlihat proporsional dan menarik perhatian masyarakat.

3.5 Strategi media

Untuk mendukung kegiatan produksi ini, maka perlu adanya media iklan yang berfungsi sebagai perantara kepada target sasaran yang berisikan pesan-pesan yang bersifat membujuk untuk membeli produk Edu-Games dan mengikuti *event* Edu-Games ditempat yang sudah direncanakan.

3.5.1 Pemilihan Media

Media merupakan unsur yang penting dalam penyampaian pesan kepada audien, agar penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan maksimal maka pemilihan media harus diperhitungkan dengan matang mengenai kapasitas dan kegunaannya.

Pemilihan media berfungsi untuk membatasi media yang akan digunakan dalam perancangan agar tidak terlalu luas melalui pertimbangan yang disesuaikan dengan kepentingan target audien. Dalam perancangan media promosi Edu-Games digunakan beberapa media promosi sebagai berikut:

- Poster

  Poster merupakan media yang efektif karena dapat ditempel dimana saja dan bisa menjangkau kelompok sasaran yang lebih banyak dengan biaya distribusi yang lebih murah dan bisa memberikan kejelasan lengkap dari jarak dekat sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Pemasangan poster itu sendiri akan dipasang ditempat-tempat umum yang biasa dilalui masyarakat banyak seperti tembok perempatan jalan, mading pinggiran jalan, tiang listrik pinggiran jalan dan lain-lain.

- Spanduk

  Spanduk digunakan sebagai media pendukung dalam penyampaian informasi promosi Edu-Games yang akan dipasang ditempat yang dilalui banyak orang.

- Flyer

  Flyer merupakan media promosi yang sangat praktis dimana penyebarannya bisa dibagikan langsung kepada target sasaran di tiap tempat keramaian seperti Mall, pinggir jalan, lokawisata dan lain-lain.

- Majalah

  Majalah merupakan media untuk mempermudah promosi karena banyaknya masyarakat yang membeli dan membacanya. Majalah yang digunakan dalam promosi ini adalah majalah yang berunsur anak-anak, keluarga, games, dan pendidikan.

- Baligho

  Pemakaian baligho adalah untuk mempermudah melakukan informasi *event* yang akan diselenggarakan, karena baligho dipasang dipinggiran jalan dan perempatan maka pesannya lebih mudah untuk disampaikan.

- Umbul-umbul

  Umbul-umbul dipasang saat acara *event* berlangsung disekitar tempat diadakannya *event* tersebut.

- Nametag

  Media ini digunakan saat acara berlangsung dan dipakai oleh panitia dan peserta lomba.

- Balon

  Media ini digunakan saat acara dilaksanakan dan hanya berada disekitar panggung. Adapun juga balon yang diberikan langsung kepada peserta *event* yang lebih keanak kecil.

- Bendera genggam

  Media ini diberikan gratis oleh panitia untuk pengunjung dan orang-orang sekitar *event* agar memberitahuakan pesan bahwa ada even tersebut disekitar wilayah adanya *event* tersebut.

- Kalender

  Kalender merupakan media yang cukup efektif, karena penggunaan kalender juga sangat dekat dengan target pasar yaitu anak-anak yang biasa diletakan dimeja belajar anak.

- X-Banner

  Media X-Banner merupakan media yang efektif untuk memberikan informasi *event* Edu-Games disetiap tempat-tempat yang menjual produk Edu-Games.

- Kaos

  Kaos merupakan media promosi tambahan, pada promosi ini kaos akan diberikan pada saat acara *event* dilaksanakan, dan pada kaos tertera jelas nama produk Edu-Games sehingga membantu dalam mempromosikan produk tersebut ditengah masyarakat. Pada media ini juga ada jenis lain yaitu kaos yang dipakai oleh panitia *event*.

- Pin

  Seperti halnya dengan kaos pin juga akan diberikan kepada peserta *event* dan dipakai oleh setiap panitia.

- Mug

  Mug merupakan media tambahan yang diberikan saat acara berlangsung ke peserta *event*, media ini dikhususkan untuk keperluan rumah tangga ketika sudah dimiliki oleh penerimanya.

- Gantungan kunci

  Seperti halnya dengan Pin, gantungan kunci akan diberikan kepada peserta *event* namun tidak digunakan oleh panitia.

- Stiker

  Media stiker akan diberikan oleh masyarakat sekitar *event* berlangsung dan ada juga yang dipasang disetiap angkutan umum dan kendaraan yang berada disekitar *event* berlangsung.

- Topi

  Seperti halnya dengan kaos topi juga diberikan kepada panitia pelaksana dan peserta *event*.

- Gelang

  Media ini akan diberikan ke masyarakat yang berada disekitar *event* berlangsung.

- Tas

  Media ini diberikan kepada pembelian khusus produk Edu-Games.

- Paket Tempat Pensil

  Media ini diberikan satu paket yang berisi tempat pensil, Ballpoint, Pensil, penghapus dan penggaris, merupakan media yang diberikan pada pembelian khusus produk Edu-Games.

- Buku saku

  Seperti halnya dengan Tas dan Tempat Pensil, media ini akan diberikan ke pembelian khusus produk edugames.

- Jadwal Pelajaran

  Karena *event* berlangsung bersamaan dengan akhir tahun pelajaran maka media jadwal pelajaran merupakan media yang tepat untuk memperkenalkan Edu-Games dengan cara diberikan langsung ketika melakukan pembelian produk khusus.

- Tempat Makan dan Minum

  Karena salah satu target konsumennya adalah batita, maka media tempat makan dan minum merupakan media efektif yang diberikan pada pembelian produk Bobby bola Batita.

3.5.2 Jadwal Media

Jadwal penyebaran media dilakukan selama 30 hari sepanjang bulan April dan 30 hari sepanjang bulan Mei. Media utama dan pendukung disebarkan 1 minggu sebelum acara dimulai sedangkan media *gimmick* disebarkan pada saat acara dimulai. Namun juga ada beberapa media utama dan pendukung yang disebarkan saat acara *event* itu dimulai seperti balon, bendera, umbul-umbul dan nametag.

Media	April				Mei			
	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
Poster								
Baligho								
Spanduk								
Majalah Anak								
Flyer								
Name Tag								
Bendera Genggam								
Balon Genggam								
Umbul-umbul								
Kaos								
Pin								
Mug								
Gantungan Kunci								
Stiker								
Topi								
Kalender								
Tas								
Tempat Pensil								
Buku Saku								
Jadwal Pelajaran								
Tempat Minum								

Tabel 3.3. Jadwal Media

Pada tabel media diperlihatkan strategi-strategi yang akan dilaksanakan pada promosi *event* Edu-Games. Strategi tersebut dimulai pada bulan April dan berakhir pada bulan Mei. Pada bulan April jadwal media yang dikeluarkan dalam promosi ini adalah media-media untuk mengingatkan ke masyarakat luas tentang *event* Edu-Games yang dilaksanakan pada bulan Mei, media tersebut adalah Poster, Baligho, Spanduk, Majalah dan Radio. Sedangkan media tambahan lainnya yang digunakan akan dikeluarkan pada saat dimana *event* itu akan dilaksanakan yaitu bulan Mei, media tersebut adalah Flyer, Nametag, Bendera genggam, Balon genggam, Umbul-umbul, gimmick serta media-media lain yang sudah dikeluarkan pada bulan April.