BAB III

STRATEGI DAN KONSEP PERANCANGAN

3.1 Strategi Komunikasi

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

Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan suatu perancangan (planning) dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai dalam kampanye.

Strategi komunikasi dalam pembuatan konsep perancangan lomba mendongeng cerita rakyat di Kota Sukabumi, dibuat untuk kembali mempopulerkan cerita rakyat Indonesia dengan beberapa tujuan utama.

3.1.1 Tujuan Komunikasi

Perancangan promosi lomba mendongeng mempopulerkan cerita di Kota Sukabumi ini dibuat untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

- Target sasaran promosi dapat kembali menggali cerita rakyat yang mereka ketahui dari orag tua dan lingkungan sekitar mereka untuk mereka sampaikan atau ceritakan secara kreatif dalam perlombaan.
- Dengan mewakili sekolah tempat mereka belajar diharapkan dapat pula memupuk rasa bertanggung jawab sejak dini, serta

diharapkan dapat memberikan mereka rasa bangga mengangkat budaya lokal.

- Kembali mempopulerkan cerita rakyat Indoenesia serta menggali nilai-nilai moral yang terkandung di dalam cerita rakyat tersebut.

3.1.2 Tema / Pesan Utama

Tema dasar dalam lomba mendongeng ini sangat diperlukan untuk mempertajam isi pesan agar lebih mudah ditangkap oleh khalayak yang menjadi target sasaran maupun masyarakat luas yang melihat media dalam pelaksanaan promosi lomba ini.

Tema dalam lomba mendongeng ini adalah “Hayu Ngadongeng” yang mengajak target sasaran dari promosi ini untuk menceritakan cerita rakyat yang mereka ketahui dengan gaya bahasa dan imajinasi yang mereka miliki.

3.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang coba disampaikan dalam perancangan promosi event ini mengacu pada tujuan perancangannya, yaitu rincian detail mengenai lomba yang diselenggarakan, mencoba kembali memunculkan tokoh cerita rakyat yang populer di daerah sasaran promosi, serta menggugah rasa ingin tahu khalayak sasaran romosi mengenai cerita rakyat yang ada di sekitar mereka.

3.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan untuk mempopulerkan cerita rakyat ini berupa perancangan promosi lomba mendongeng tingkat SD yang diadakan selama satu minggu dan acara puncak pada beberapa hari terakhir dimana puncaknya adalah pengumuman pemenang serta pembagian hadiah utama berupa piala walikota dan beasiswa.

Alasan menjadikan beasiswa sebagai hadiah utama adalah agar pemenang lomba yang merupakan siswa SD tidak melupakan kewajiban mereka sebagai pelajar serta dapat menjadikan lomba ini sebagai alat pengenalan kearifan lokal yang sarat akan nilai-nilai pendidikan, oleh karena itu peran guru sebagai orang tua disekolah sangatlah iperlukan guna mendukung acara yang dirancang.

3.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam perancangan promosi lomba mendongeng ini menggunakan elemen-elemen dalam sebuah rumus yaitu AIDCA:

a. *Attention* (Perhatian)

Menarik perhatian target sasaran pelajar sekolah dasar yang sangat antusias terhadap hal-hal baru, serta mengundang rasa ingin tahu yang lebih mendalam tentang cerita – cerita rakyat yang ada di Jawa Barat.

b. *Interest* (Minat)

Bagaimana agar target sasaran berminat dan ingin mengikuti lomba untuk mewakili sekolahnya dan berlomba memperebutkan besiswa sebagai hadiah utama.

c. *Desire* (Kebutuhan)

Menggerakan keinginan target sasaran melalui pesan yang disampaikan pada hadiah beasiswa dan semaraknya acara agar target sasaran mau mengikuti lomba dan tidak malu untuk mengenal budaya lokal.

d. *Conviction* (Rasa Percaya)

Membangun rasa percaya pada target sasaran dengan memberikan informasi melalui guru-guru pengajar, sehingga khalayak sasaran mempunyai rasapercaya diri untuk mengikuti lomba, yang pada akhirnya bisa memberikan pengalaman baru yang bisa berguna baginya kelak.

e. *Action* (Tindakan)

Memberikan informasi melalui media promosi agar target sasaran dapat merasakan suasana lomba yang sedang berlangsung

3.4 Strategi Media

Untuk mendukung efektifitas promosi untuk lomba mendongeng ini maka diperlukan media yang sekiranya mewakili pesan yang akan disampaikan agar masyarakat dapat menerima pesan dari promosi lomba yang akan atau sedang berlangsung. Media-media yang terpilih di antara lain:

- Poster

  Poster dipilih sebagai media utama dalam mempromosikan lomba ini karena akan disebar secara langsung ke setiap sekolah di kotamadya Sukabumi, hal ini dapat membuat target sasaan melihat secara langsung acara yang akan dilangsungkan. Media poster memiliki 3 alternatif yang penyebarannya berbeda, dua alternative akan disebar langsung kesetiap sekolah, dan satu alternative poster hanya akan ditempel di lokasi lomba.

- Baligho

  Berisi rincian acara terutama di acara-acara puncak di beberapa hari

terakhir, media ini hanya akan diaplikasikan di lokasi lomba yaitu Gedung Juang Sukabumi.

- Flag Chain

  Media yang kecil tanpa keterangan dan hanya berisi visual utama dari lomba ini juga akan disebar kesekolah-sekolah agar para siswa yang menjadi target sasaran lebih merasakan suasana lomba yang sedang berlangsung.

- Umbul - umbul

  Dengan adanya media ini yang akan disebar di sekitara sekolah, todak hanya menguatkan kesan lomba namun juga membuat pengguna jalan yang melintas bertanya- tanya akan acara yang sedang berlangsung..

- Spanduk

  Spanduk akan disebar disekitar lokasi berlangsungnya lomba untuk menarik minat dan rasa ingin tahu, aplikasinya yang menggantung diatas membuat media ini dapat terlihat dari kejauhan.

- X - banner

  Media x – banner akan diletakkan di depan pintu masuk gedung agar Pengunjung dan terutama peserta lomba semakin antusias masuk kedalam lokasi .

- Name tag

  Name tag akan dikenakan panitia disaat lomba berlangsung, dibuat agar menjadi identitas bagi orang – orang yang bertanggung jawab akan kelangsungan acara.

- T - Shirt

  T-Shirt juga berupa media yang akan dikenakan panitia lomba, namun dapat berfungsi juga sebagai merchandise.

Untuk merchandise, dipilih beberapa tipe barang yang disesuaikan dengan target sasaran dan sebagai memorabilia dari event lomba mendongeng ini, dan juga sebagai souvenir bagi para pemenang lomba, diantaranya:

- Pin dan gantungan kunci

  Dengan ukuran yang kecil pin dan gantungan kunci bisa menjadi aksesoris yang unik yang bisa dipakai di tas, kaos, ataupun pakaian.

- Mug

  Mug dapat menemani aktifitas makan mereka dan selalu mengingatkan akan pengalaman mengikuti lomba.

- Jam Dinding

  Jam adalah salah satu media pengingat waktu yang efektif, dengan media ini target sasaran dapat diingatkan kapan waktu mereka belajar atau pun bermain.

- Pembatas buku dan Note book

  Media ini dapat dibawa kesekolah menemani saat-saat mereka belajar atau menuangkan kreatifitas corat-coret mereka di sebuah note book kecil.

- Kalender

  Sebagai salah satu media pengingat hari, efektif mengingatkan akan hari-hari atau jadwal-jadwal penting, termasuk hari-hari ulangan atau saat-saat liburan.

3.4.1 Tahapan Media

Jadwal penyebaran media dilakukan selama 21 hari sepanjang bulan Juni dan 24 hari sepanjang bulan Juli, yaitu hingga acara puncak selesai. Media utama dan pendukung disebarkan sebelum acara dimulai sedangkan media *gimmick* beberapa diberikan saat acara berlangsung dan ada pula yang diberikan kepada pemenang diakhir acara.

Media	Juni				Juli			
Poster	—	—	—	—	✓	✓	✓	✓
Baligho	—	—	—	✓	✓	✓	✓	✓
Spanduk	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Umbul - umbul	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Flag Chain	—	—	—	—	✓	✓	✓	✓
X banner	—	—	—	—	—	—	—	✓
Name tag	—	—	—	—	—	—	—	✓
T-Shirt	—	—	—	—	—	—	—	✓
Gimmick	—	—	—	—	—	—	—	✓

✓ = Pelaksanaan media

□ = Pelaksanaan event

Tabel 3.1 Tahapan media

3.5 Konsep Visual

a. Ilustrasi

Pada pembuatan media promosi untuk lomba mendongeng ini digunakan 3 altrernatif visual yang diaplikasikan ke semiua media, teknik yang digunakan dalam eksekusi media adalah teknik ilustrasi, dimaksudkan agar menyentuh dunia anak-anak yang masih gemar menggambar apapun.



Gambar 3.1

Ilustrasi imajinasi anak – anak sekolah dasar

Ilustrasi sepasang anak sekolah dasar yang terlihat senang berimajinasi memunculkan tokoh – tokoh cerita rakyat dari dalam buku. Gagasan visual ini dibuat dengan maksud memperlihatkan bahwa hal apapun menjadi mungkin di dunia imajinasi anak-anak.

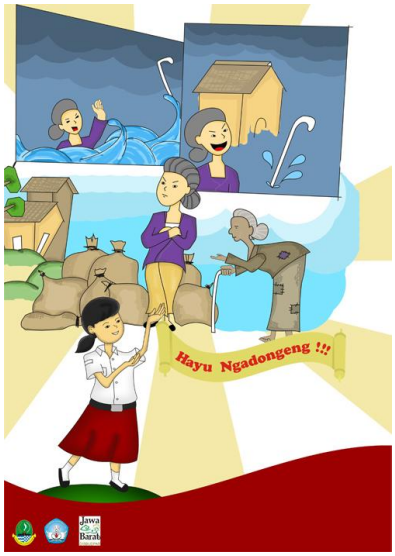


Gambar 3.2

Siswa SD yang sedang bercerita

Ilustrasi kedua yang menggambarkan seorang siswa SD yang seolah-olah berada di atas panggung lengkap dengan mikrophone sedang bercerita mengenai sebuah cerita yang dia tahu, penuturan cerita

sendiri digambarkan dengan gaya komik dan teknik eksekusi ilustrasi.



Gambar 3.3

Ilustrasi siswi SD yang sedang bercerita

Alternatif ilustrasi ketiga dibuat untuk melengkapi alternatif kedua, agar siswa maupun siswi SD yang menjadi khalayak sasaran merasa terwakili oleh dua tokoh yang sedang bercerita. Media poster dengan alternatif visual kedua dan ketiga akan disebar kesetiap sekolah dasar yang ada di kotamadya Sukabumi, sedangkan media poster dengan alternatif visual pertama akan disebar dan ditempel disekitar lokasi acara.

b. Warna

Dominan warna yang dipakai pada media-media ini adalah:

Merah

Warna ini dipilih untuk menggambarkan semangat anak-anak, warna merah identitas sekolah dasar juga menjadi pembeda bahwa acara ini

diselenggarakan bagi peserta yang masih berada disekolah dasar.

Coklat dan krem

Salah satu warna yang dominan disetiap media promosi ini dipilih sebagai karena mewakili warna-warna yang terdapat di daerah atau kampong-kampung, dengan kata lain nuansa kedaerahan terwakili oleh warna ini.

Putih

Warna putih dipilih untuk mewakili keluguan anak-anak yang masih perlu dibimbing, karena haus akan hal-hal baru, dengan warna ini target dari lomba yang diselenggarakan menjadi terwakili, dimana anak-anak perlu dibimbing dan dikenalkan kepada budaya dan kearifan lokal disekitarnya.

c. Tipografi

Jenis-jenis huruf yang digunakan pada aplikasi media-media yang telah tersebut adalah:

- **Cooper black**

A B C D E F G a b c d e f g 1 2 3 4 5

H I J K L M N h I j k l m n 6 7 8 9 0

O P Q R S T U o p q r s t u . ? / * ()

V W X Y Z v w x y z

- Kids

A B C D E F G a b c d e f g 1 2 3 4 5

H I J K L M N h I j k l m n 6 7 8 9 0

O P Q R S T U o p q r s t u , . ? / * ()

V W X Y Z v w x y z

- *Calibri*

A B C D E F G a b c d e f g 1 2 3 4 5

H I J K L M N h I j k l m n 6 7 8 9 0

O P Q R S T U o p q r s t u , . ? / * ()

V W X Y Z v w x y z

Alasan pemilihan dari tipografi tersebut adalah :

- Cooper Black

Jenis huruf ini digunakan dalam identitas visual “Hayu Ngadongeng” karena dinilai cukup fleksibel dan memiliki ketebalan yang cukup agar dapat tetap terbaca dari jarak jauh, terutama bagi media – media pendukung diluar ruangan.

- Kids

Jenis huruf ini digunakan sebagai callouts pada sebagian besar media, alas an dipilihnya jenis huruf ini karena dinilai paling mewakili gaya tulisan anak-anak, sehingga berfungsi untuk menarik minat dan rasa ingin tahu mereka terhadap acara yang sedang diselenggarakan.

- Calibri

Jenis huruf Calibri dipilih dan digunakan pada keterangan detail dari lomba yang diselenggarakan, dipilih karena ketebalannya bias memaksimalkan ruang yang tersedia untuk memuat informasi sedetail mungkin namun dapat tetap terbaca dengan baik.