

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisis Data

3.1.1 Kuesioner Target Perancangan

Perancang melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner guna mengetahui pengetahuan masyarakat terhadap bulutangkis dan memperoleh 100 responden. Berikut daftar pertanyaan hasil jawaban dari kuesioner yang diberikan:

1. Apakah anda pernah bermain bulutangkis?

97% responden menjawab pernah dan sisanya 3% menjawab tidak.

2. Apakah anda bisa bermain bulutangkis?

43% responden menjawab bisa, 54% menjawab bisa-bisanan, dan sisanya 3% menjawab tidak bisa.

3. Apakah anda pernah menyewa lapangan bulutangkis?

74% responden menjawab pernah, dan 26% sisanya menjawab tidak.

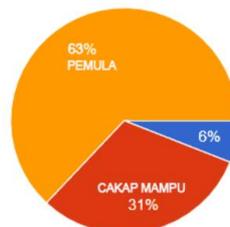
4. Bagaimana tingkat kemampuan bulutangkis anda menurut anda sendiri?

63% responden menjawab dirinya sebagai pemula, 31% menjawab mampu dan cakap, 6% menjawab ahli dan master.

Tingkat kemampuan bulutangkis Anda menurut anda sendiri?

100 responses

 Copy



- MASTER . Pro (juara) AHLI (Expert Level) . prestasi lokal. paham teknik, paham aturan, paham pertandingan, ti...
- CAKAP (Proficient Level) . paham teknik, atlet gajadi?). MAMPU (Component Level) . Hobi? main2 aja,...
- PEMULA (Novice Level) . Awam (asal sewa lapangan, asal mukul, yang pent...

Gambar 3.1 Diagram Tingkat Kemampuan Bulutangkis

5. Apakah anda mengetahui tentang teknik lob, dropshot, netting?

6. Apakah anda paham grip backhand dan forehand?

7. Apakah nama teknik di bawah ini? (beserta gambar)

Sekitar 60% atau mayoritas responden paham nama-nama teknik tersebut dan benar dalam menjawab teknik dalam gambar yang diberikan.

8. Apakah anda bisa melakukan dengan baik dan benar teknik-teknik bulutangkis, atau hanya asal tahu saja?

68% responden menjawab hanya tahu, dan 32% menjawab bisa melakukannya.

9. Jika anda pemain awam, adakah insiatif anda untuk ingin tahu teknik yang benar dan tidak asal mukul?

68% menjawab ya dan sisanya menjawab tidak.

10. Menurut anda, media seperti apa yang menarik untuk dapat dijadikan sebagai panduan teknik dasar dan sumber informasi mengenai tutorial bermain bulutangkis?

Pada pertanyaan tentang media ini, perancang memberikan opsi jawaban yaitu panduan langsung di lapangan dan panduan digital, sisanya adalah lainnya yang dapat diisi jawaban bebas responden. Alasan opsi pertama yaitu media panduan langsung adalah karena media tersebut merupakan papan informasi yang target lihat langsung di lapangan, dengan adanya kontak langsung target dengan media di lapangan bulutangkis langsung. Dimensi media yang cukup besar juga dapat menampilkan kebutuhan informasi dan konten verbal visual secara praktis.





Gambar 3.2 Contoh media panduan langsung di lapangan (papan iklan)

Opsi jawaban kedua yang perancang sediakan adalah panduan digital. Alasan adanya opsi kedua ini adalah karena jaman sekarang yang merupakan era digital dan lebih dari setengah populasi Indonesia menggunakan internet. Kemudahan akses melalui gadget dan dapat memuat konteks yang lengkap atau banyak halaman menjadi dasar pertimbangan perancang dalam menuliskan panduan digital sebagai opsi.

55,4% menjawab panduan langsung di lapangan, 22,8% menjawab buku digital, dan sisanya 21,8% menjawab media lainnya seperti video.

11. Manakah yang lebih nyaman bagi anda pemain awam penyewa lapangan bulutangkis, melihat panduan langsung di lapangan (terdapat gambar contoh papan iklan di lapangan bulutangkis yang dimaksud) atau panduan digital?

76,3% responden menjawab lebih baik melalui panduan langsung di lapangan, dan 23,7% menjawab lebih baik panduan digital.

3.1.2 Analisis SWOT

Metode perancangan menggunakan analisis SWOT terhadap media, dengan analisa sebagai berikut:

1. *Strenght* (Kekuatan)

- Memberikan edukasi teknik bulutangkis yang benar sehingga dapat meningkatkan keefektifan olahraga yang dilakukan
- Informasi dapat diakses dengan mudah terutama dengan perkembangan gadget

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Diperlukan internet untuk mengakses media utama
- Tidak menjamin menjadi cakap dalam bermain bulutangkis
- Hanya mencakup teknik dasar, tidak termasuk teknik lanjutan atau profesional

3. *Opportunitites* (Peluang)

- Olahraga bulutangkis membutuhkan peningkatan kualitas kemampuan masyarakat dan pemula
- Belum terdapat media yang ideal secara desain dan visual
- Target membutuhkan motivasi untuk mempelajari teknik olahraga lebih lanjut dan potensi menyebarnya informasi tersebut

4. *Threats* (Ancaman)

- Kurang diperlukan di klub pembinaan atau apabila menggunakan jasa kepelatihan

3.2 Sasaran Khalayak

Dalam perancangan ini, perancang memfokuskan target sasaran yaitu pada:

- a. Geografis : Kota Semarang
- b. Demografis : Kalangan muda usia 20-25 tahun. Dimana menurut analisa hasil riset bahwa bulutangkis sedang tren dan banyak disukai anak muda, dan rentang umur tersebut termasuk dalam kategori anak muda.

Target tergolong dalam kategori *Socio-Economic Status* (SES) atau Status Sosial

Ekonomi AB. SES AB termasuk dalam kelas *upper*, SES target didasarkan pada biaya dan alat-alat kebutuhan bulutangkis yang tergolong sebagai keperluan tersier.

- c. Psikografis : Target belum memiliki pengalaman, pengetahuan, kemampuan, dan inisiatif ingin tahu yang cukup mengenai olahraga bulutangkis beserta dengan tekniknya. Target merupakan kalangan muda, yang di zaman modern ini telah akrab pada visual teknologi, gadget, dan bidang digital. Target memiliki ketertarikan dan keinginan untuk berolahraga bulutangkis. Pemula yang menyewa lapangan dan berolahraga bulutangkis di lapangan bulutangkis.

3.3 Strategi Komunikasi

Dengan adanya masalah yang berupa minimnya informasi dan pengetahuan tingkat pemula dalam teknik olahraga bulutangkis, solusi perancang untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah dengan menginformasikan teknik dasar bermain bulutangkis kepada target audiens, yang berupa panduan digital sebagai media edukasi. Strategi komunikasi yang perancang gunakan dalam perancangan ini adalah AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*), yang ditujukan supaya bagaimana hasil perancangan ini dapat sampai ke target audiens, dan bagaimana target dapat tau, mau, dan bisa mengetahui hasil perancangan perancang.

- a. *Attention* (Perhatian)

Bagaimana membuat target memiliki perhatian terhadap peningkatan kemampuan dan teknik bulutangkisnya, serta pada buku panduan digital yang perancang buat, perancang akan menggunakan papan iklan di lapangan dan iklan Instagram (IG) story sebagai salah satu media promosi panduan digital. Papan iklan dan materi IG story berisi cuplikan materi, cuplikan ilustrasi panduan teknik dasar bermain bulutangkis, dan terdapat *QR Code* yang dapat dipindai dan akan merujuk pada link panduan digital lengkapnya.

- b. *Interest* (Minat)

Perancang memberikan informasi sekilas berisi konten perancangan agar dapat menarik minat target. Setelah papan iklan yang diharapkan dapat menarik perhatian tersebut, selanjutnya di tahap interest ini diharapkan adanya ketertarikan target, baik itu terhadap papan iklan atau story itu sendiri, seperti melihat lebih dekat, membaca lebih lengkap, ataupun tertarik untuk memindai

barcode yang tersedia.

c. *Desire* (Keinginan)

Perancang memberikan kalimat motivasi pada konten perancangan agar dapat menumbuhkan keinginan target. Tahap ini diharapkan target tidak hanya membaca, memiliki keinginan untuk melakukan dan menerapkan panduan teknik tersebut.

d. *Action* (Tindakan)

Perancang menyajikan konten visual berisi cuplikan materi dan cuplikan ilustrasi panduan teknik dasar bermain bulutangkis yang bertujuan untuk target melakukan aksi. Tahap ini berarti adanya tindakan atau aksi yang dilakukan target, baik itu memindai *barcode*, mengakses dan membaca panduan digital lengkap, mempraktekkan panduan visual yang mereka lihat, serta dapat membangun kebiasaan target untuk melakukan gerakan yang benar. Pada tahap ini diharapkan pengetahuan dan kemampuan target terhadap teknik dasar bulutangkis meningkat, sehingga kualitas pukulan pun dapat meningkat.

3.4 Strategi Media

3.4.1 Media Utama

Media utama yang perancang gunakan pada perancangan ini adalah buku panduan digital. Meskipun hasil dari kuesioner menyatakan mayoritas responden lebih memilih media papan panduan langsung di lapangan dibandingkan dengan panduan digital, media utama yang perancang pilih adalah buku digital, karena ideal untuk mencakup banyak informasi dan gambar. Pemilihan media utama yang berupa buku digital didasarkan pada kebutuhan dan pesan informasi yang akan disampaikan kepada target, serta dipilih sebagai media tindak lanjut terhadap media papan panduan di lapangan.

Berikut beberapa keunggulan buku digital:

1. Dapat diakses dan dibaca pada perangkat elektronik
2. Praktis, ramah lingkungan, dan tahan lama
3. Adanya fitur pencarian kata pada gawai
4. Terdapat nomor halaman buku

5. Tampilan baca dapat dikustomisasi (perbesar, perkecil, vertikal, horizontal)
6. Dapat dijadikan sebagai media penyampaian pesan secara lengkap dan utuh (verbal dan visual)

Buku panduan digital dipilih sebagai media utama. Media tersebut tidak asing, mudah diakses oleh target audiens, dan penyebarannya pun lebih mudah. Isi konten akan didapatkan berdasarkan landasan teori bulutangkis pada bab 2, yang mencakup teknik dasar bulutangkis seperti dasar memegang raket, dasar gerakan kaki, dasar pukulan, dan dasar posisi badan, serta aturan dasar bulutangkis mencakup sistem skor, area servis, area permainan dan pelanggaran dasar pada bulutangkis. Visualisasi isi konten panduan digital akan dilengkapi menggunakan ilustrasi.

Panduan digital bertujuan untuk memberikan edukasi agar target dapat memiliki pengetahuan yang cukup, memahami dan mempraktekkan gerakan yang benar dalam bulutangkis, serta agar dapat meminimalisir resiko cedera, yang didasarkan pada kekeliruan motivasi masyarakat dalam berolahraga, yaitu yang hanya karena mengikuti trend.

3.4.2 Media Pendukung

Media pendukung dalam perancangan ini menggunakan media cetak, seperti papan iklan langsung di lapangan bulutangkis dan instagram story *ads*.

Papan iklan dipilih karena selama ini belum adanya panduan langsung di lapangan. Isi papan iklan mencakup cuplikan panduan teknik dasar bermain bulutangkis. Media papan iklan dinilai perancang ideal karena letak dan dimensinya yang tidak mengganggu aktivitas olahraga yang dilakukan, tidak mudah rusak, dan fungsional. Papan iklan dapat digunakan untuk mendisplay visual dengan ukuran yang cukup besar, sehingga orang yang berolahraga dapat dengan mudah membaca informasi yang ada sambil melakukan aktivitas olahraga.

Instagram story *ads* dipilih sebagai media pendukung yang memuat informasi, cuplikan panduan dasar bermain bulutangkis, dan rujukan yang mengarah kepada penggunaan media utama. Instagram story dipilih karena instagram merupakan media sosial yang dekat dengan target, terdapat fitur

memasukkan link yang dapat digunakan untuk menyematkan link buku digital, dan memiliki potensi penyebaran yang besar.

3.5 Perencanaan Biaya Kreatif

No	Kebutuhan	Harga
1	Desain visual, buku digital, mmt (Jasa desain, visual, final desain)	5,000,000
2	Cetak MMT untuk papan iklan x 5 pcs	1,000,000
3	Iklan instagram story	3,000,000
4	Sewa Pasang Papan Iklan di Lapangan	8,000,000
	Total	17,000,000

