

MULTIMEDIA INTERAKTIF 1

STRATEGI KOMUNIKASI
& SITEMAP

TIM DOSEN MULTIMEDIA INTERAKTIF
DKV & DG UNIKOM

STRATEGI KOMUNIKASI

Merupakan panduan langkah-langkah perancangan komunikasi (verbal dan visual) dilakukan untuk mencapai suatu tujuan komunikasi yang jelas.

Berisi tentang langkah-langkah penyampaian pesan.

Umumnya berisi pendekatan verbal & visual seperti jenis bahasa (linguistik) yang digunakan, gaya penyampaian komunikasi (*tone & manner*) termasuk sistem navigasi sebagai cara berkomunikasi.

1. Who?

Harus menentukan siapa yang akan menjadi fokus sasaran dari perancangan komunikasi.

Yaitu menentukan siapa *target audience*; demografis, geografis, dan psikografis.

2. Say What?

Apa informasi pesan yang ingin disampaikan dan bagaimana penyampaian informasi secara verbal.

Hal ini akan berhubungan dengan penyajian data.

Data yang baik adalah data singkat, padat dan jelas, juga satu frekuensi dengan *target audience*.

Sehingga harus ditentukan konsep verbal.

3. In Which Channel?

Media apa yang digunakan?

Hal ini berhubungan dengan faktor situasi dan kondisi ketika proses komunikasi berlangsung. Sehingga perancang harus menentukan pemilihan media komunikasi yang sesuai dengan situasi dan kondisi.

4. To Whom?

Kepada siapa perancangan informasi tersebut ditujukan. Dalam strategi perancangan, bisa fokus langsung ke *target audience* primer, atau bisa juga fokus informasi ditujukan kepada *target audience* primer, tapi yang harus diberi informasi adalah *target audience* sekunder.

Misal untuk memberikan pemahaman kepada anak-anak supaya rajin menggosok gigi, maka sasaran targetnya adalah orang tua.

5. WITH WHAT EFFECT?

Dari langkah-langkah yang disusun, kita harus menentukan efek seperti apa yang diharapkan. Hal ini akan membantu dalam fokus perancangan dan akan memudahkan dalam proses evaluasi perancangan.

STRATEGI Komunikasi Verbal

Langkah-langkah pendekatan komunikasi secara verbal. Seperti jenis bahasa yang digunakan, dan gaya penyampaian komunikasi.

Contoh:

Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indoneisa Non-Baku, atau bahasa menggunakan pencampuran bahasa Indonesia 70% dan bahasa Inggris 20% dan bahasa daerah (Sunda) 10%. hal ini dengan pertimbangan penentuan target audience.

“Hello Guys, ayo kita buang sampah pada tempatnya yuk.

Lingkungan bersih pasti nyaman pisan euy!”

Gaya penyampaian informasi dengan menggunakan bahasa lugas atau menggunakan penggayaan hyperbola, personifikasi, metafora, dsb.

STRATEGI Komunikasi Visual

Langkah-langkah pendekatan komunikasi secara visual.
Hal tersebut sebagai upaya dalam menghasilkan keunikan atau kebaruan dalam penyampaian pesan secara visual.

Penentuan gaya visual dalam pemilihan elemen visual harus sesuai dengan *target audience* yang dituju. Sehingga antara visual dengan target pasar mempunyai frekuensi yang sama.

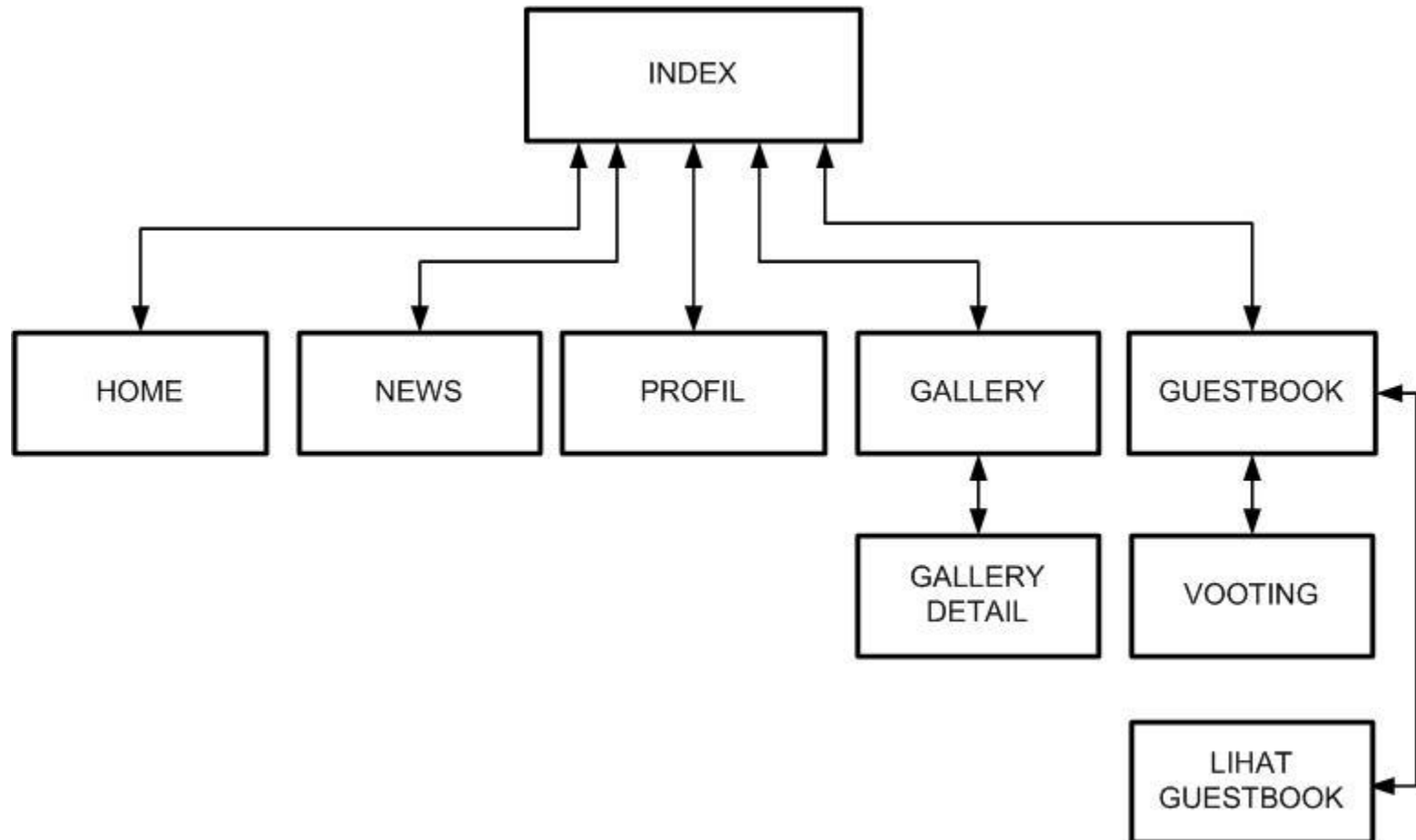
Elemen yang harus ditentukan adalah tata letak, jenis huruf, warna, ilustrasi, foto, ikon, atau bisa juga audio dan video untuk media digital.

SISTEM NAVIGASI / *SITEMAP*

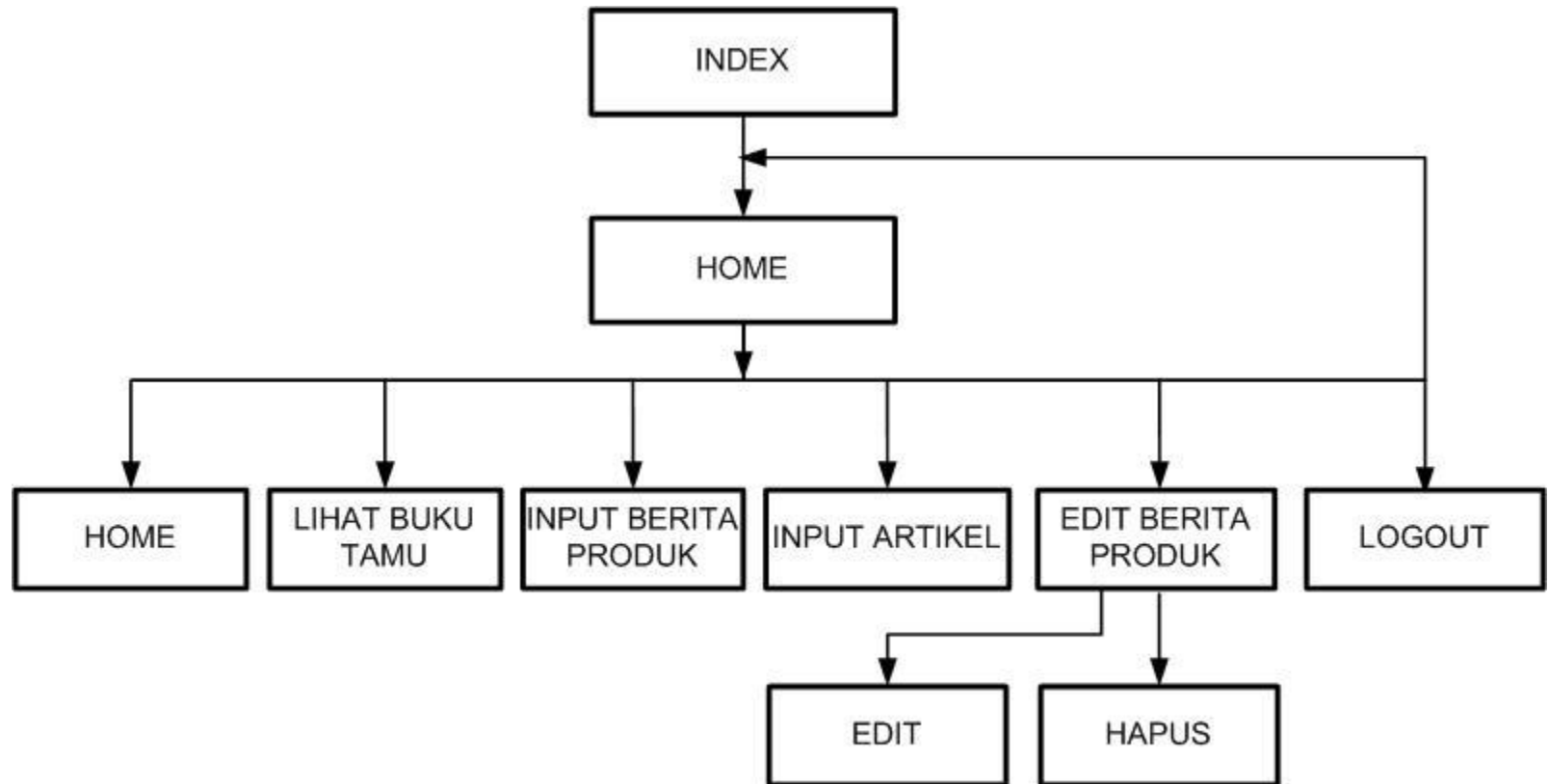
Sitemap merupakan bagian yang sangat vital, karena akan menjadi gambaran alur informasi yang jelas mengenai website yang akan dibuat. Sitemap merupakan struktur yang hirarkis dari sebuah situs dengan *link* untuk seluruh halaman yang relevan.

Tentukan navigasi dan fitur yang diperlukan di tahap ini dan buang fitur yang tidak efektif. Kalau tujuan website sudah jelas, maka bisa fokus pada tujuan itu dan tidak memasukkan fitur yang kurang penting, seperti chat box atau ruang iklan banner misalnya.

Sistem Navigasi 1



Sistem Navigasi 2



TERIMA KASIH