

MULTIMEDIA INTERAKTIF 1

TARGET AUDIENCE

TIM DOSEN MULTIMEDIA INTERAKTIF
DKV & DG UNIKOM

TARGET AUDIENCE

Khalayak sasaran (*target audience*) atau segmentasi adalah sekelompok masyarakat (khalayak) yang menjadi sasaran dalam kegiatan komunikasi dan menjadi fokus sasaran perancangan desain.

Target audience dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu: Demografis, Psikografis dan Geografis.

1. Demografis

Demografis umumnya memberikan gambaran masyarakat berisi tentang paparan usia, gender, status pekerjaan, pendidikan, status ekonomi dan sebagainya.

Contoh:

<i>Usia</i>	<i>: 15-18 tahun</i>
<i>Jenis kelamin</i>	<i>: Perempuan</i>
<i>Pendidikan</i>	<i>: SMA/ sederajat</i>
<i>Pekerjaan</i>	<i>: Pelajar</i>
<i>Status ekonomi</i>	<i>: Menengah ke atas</i>

2. PSIKOGRAFIS

Merupakan gambaran dari kejiwaan yang umumnya dimiliki oleh target usia yang dimaksud dalam demografis. Untuk menentukan aspek psikografis maka harus dilihat dari variable target khalayak meliputi kepribadian, perilaku, fungsi mental, gaya hidup dan kelas sosial. Sehingga untuk menentukan aspek psikografis **tidak bisa ditentukan sendiri**, karena hal ini menyangkut pengetahuan mendalam mengenai psikologi manusia. Maka dari itu aspek psikografis **harus berdasarkan psikolog/pakar kejiwaan**.

3. GeOGRAFIS

Geografis pada umumnya menginformasikan mengenai wilayah yang dipandang potensial sebagai target pasar atau khalayak sasaran. Misal wilayah perkotaan (urban), pinggiran kota (sub-urban), desa, di suatu negara atau spesifik pada wilayah tertentu.

Kenapa Harus DITENTUKAN TARGET AUDIENCE?

- Tepat sasaran
- Sesuai peruntukannya
- Penyampaian pesan informasi lebih efektif
- Lebih fokus kepada sasaran
- Hasil yang maksimal

Manfaat Menentukan TARGET AUDIENCE

- Target sasaran akan lebih mudah dibedakan.
- Strategi desain kreatif bisa lebih terarah.
- Akan mudah untuk menemukan strategi komunikasi yang lebih efektif.
- Memunculkan peluang perancangan baru.
- Dapat melakukan evaluasi dengan efektif.

Tujuan Menentukan TARGET AUDIENCE

- Melakukan pencarian data dan observasi lebih fokus terhadap target khalayak yang dituju, sehingga tidak asal dalam memilih narasumber.
- Menentukan **strategi komunikasi verbal** yang sesuai dengan *target audience*.
- Menentukan **strategi komunikasi visual** yang sesuai dengan *target audience*.

TERIMA KASIH