



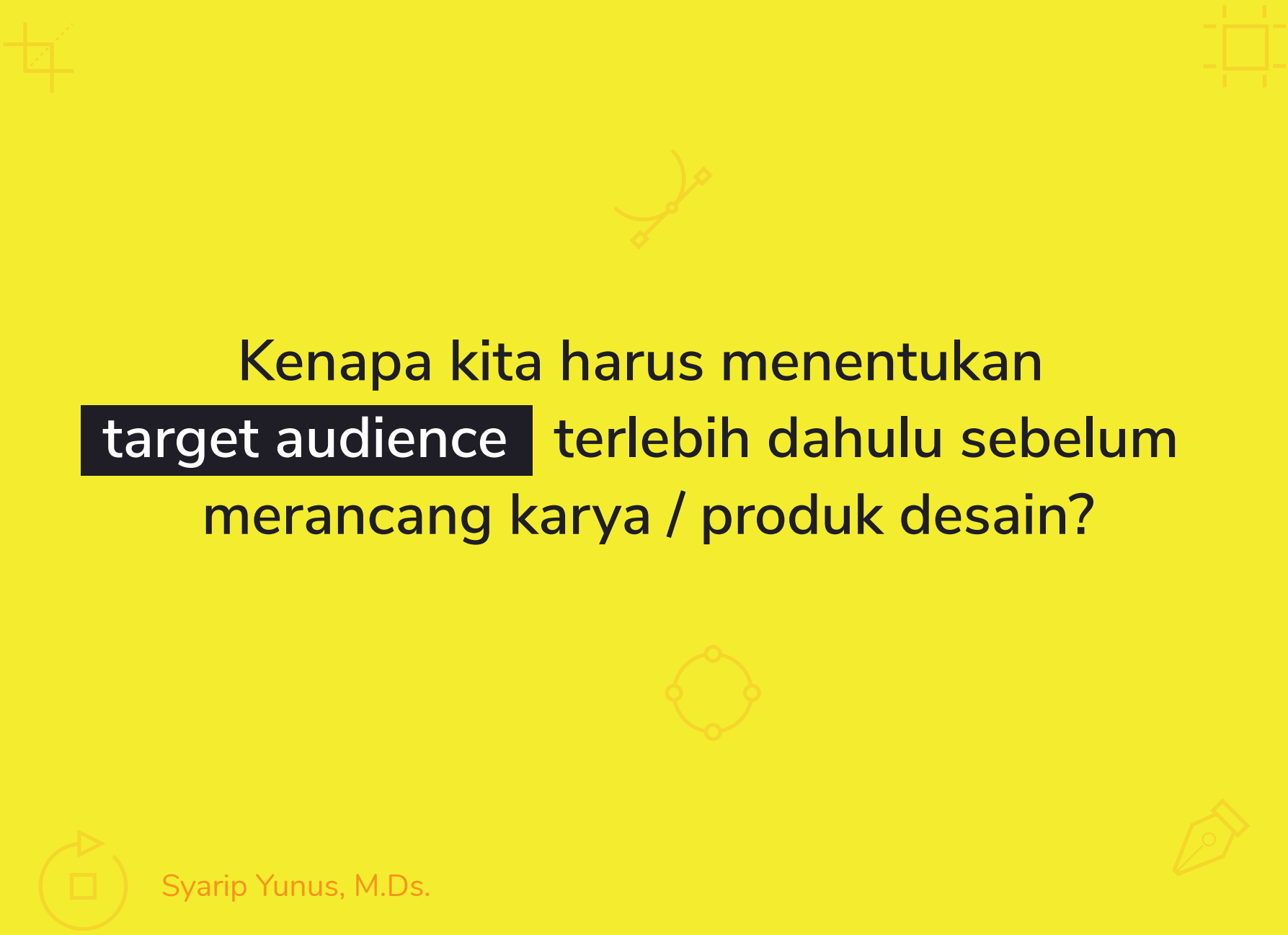
TARGET

AUDIENCE



Syarip Yunus, M.Ds.

Target Audience / Khalayak Desain


Target audience merupakan sekelompok orang yang akan menjadi sasaran dalam kegiatan komunikasi dan menjadi fokus sasaran perancangan desain.



Kenapa kita harus menentukan **target audience** terlebih dahulu sebelum merancang karya / produk desain?



Supaya karya desain atau produk desain yang kita rancang memiliki;

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



Apa manfaat menentukan **target audience** ?



Syarip Yunus, M.Ds.

Manfaatnya dari 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.



Bagaimana cara menentukan **target audience** ?

Syarip Yunus, M.Ds.

Target audience dapat ditentukan melalui kriteria:

1. Demografis

Penentuan khalayak dengan dasar gambaran masyarakat, seperti; pengelompokan dan pembagian usia, jenis kelamin, status pekerjaan, status ekonomi, dan tingkat pendidikan.

Target audience dapat ditentukan melalui kriteria:

2. Geografis

Penentuan daerah yang dipandang potensial sebagai target penikmat atau target pasar.

Audience dapat dibagi menjadi beberapa bagian geografis seperti; Negara, wilayah, kota (urban), Pinggiran kota (sub urban), desa.

Umumnya menginformasikan mengenai wilayah tempat tinggal khalayak secara umum atau khusus. Misal Wilayah Urban & Sub-Urban disuatu negara atau spesifik pada wilayah tertentu.

Target audience dapat ditentukan melalui kriteria:

3. Psikografis

Gambaran kejiwaan yang umumnya dimiliki oleh target usia yang dimaksud dalam demografis.

Untuk menentukan aspek psikografis maka harus dilihat dari variable target khalayak meliputi kepribadian, prilaku, 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**.

Jadi kita harus mencari sumber berupa teori dari buku atau wawancara langsung dari pakar dan para ahli dalam bidang psikologi, dihubungkan dengan data yang ditentukan pada target demografi dan geografi.



Data dari target audience dapat kita olah untuk:

1. Melakukan pencarian data dan observasi lebih fokus terhadap target halayak yang dituju, sehingga tidak asal dalam memilih nara sumber.
2. Menentukan strategi **komunikasi verbal** yang sesuai dengan target audience.
3. Menentukan strategi **komuniakasi visual** yang sesuai dengan target audience.

Contoh:

Perancangan media informasi perempuan aman berkendara roda dua

Demografi:

- Usia : 17-20 tahun
- Jenis kelamin : Perempuan
- Status ekonomi : menengah ke atas
- Pendidikan : Kuliah Universitas Negeri

Geografis:

- Wilayah : Daerah urban (perkotaan) di Jawa barat
- Pemilihan daerah urban perkotaan di Jawa barat adalah karena banyak terdapat perempuan dengan rentang usia 17 sampai dengan 20 tahun, mempunyai status ekonomi mapan menengah ke atas, dan bersekolah di universitas negeri, dan pada kesehariannya menggunakan kendaraan roda dua untuk beraktifitas.

Psikografis:

- Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53) Masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan dewasa yang memiliki perkembangan semua aspek dan fungsi untuk memasuki masa dewasa. Rentang usia 17 - 20 masuk kedalam kategori masa remaja akhir.
- Sri Rumini & Siti Sundari menambahkan, remaja mengalami puncak emosial diawali dengan menunjukkan sifat sensitif, reaktif yang kuat (mudah tersinggung, mudah marah, sedih dan murung) tetapi pada tahap remaja akhir (17 - 20 tahun) sudah mulai mampu mengendalikannya.
- Sri Rumini & Siti Sundari: Secara perkembangan dan kemampuan kognitif (kemampuan berfikir) remaja dapat digambarkan:
 - a. Secara intelektual remaja mulai dapat berfikir logis tentang gagasan abstrak
 - b. Berfungsinya kegiatan kognitif tingkat tinggi yaitu membuat rencana, strategi, membuat keputusan-keputusan, serta memecahkan masalah.
 - c. Sudah mampu menggunakan abstraksi-abstraksi, membedakan yang konkrit dengan yang abstrak
 - d. Munculnya kemampuan nalar secara ilmiah, belajar menguji hipotesis
 - e. Memikirkan masa depan, perencanaan, dan mengeksplorasi alternatif untuk mencapainya psikologi remaja
 - f. Mulai menyadari proses berfikir efisien dan belajar berinstropeksi
 - g. Wawasan berfikirnya semakin meluas, bisa meliputi agama, keadilan, moralitas, dan identitas (jati diri)