

II. METODE PERANCANGAN

A. Orisinalitas

Ide utama perancangan ini adalah sebuah kampanye sosial untuk megedukasi dan menyadarkan masyarakat mengenai pentingnya membuang sampah pada tempatnya, serta memberikan tips dan trik cara meminimalisir sampah tersebut. Media utama yang digunakan dalam menyampaikan informasi ini adalah poster. Poster adalah media yang diharapkan mampu memotivasi tingkah laku orang yang melihatnya. Kustandi dan Sutjipto (2011:50) menyebutkan bahwa poster merupakan mediakomunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan singkat, padat, dan impresif, karena ukuran yang relatif besar. Untuk memenuhi tujuan serta maksud tujuan, maka perancang telah membuat sebuah skema kampanye yang bertujuan supaya setiap media kampanye Pentingnya Membuang Sampah Pada Tepatnya ini memiliki tujuan dalam menjalankan misinya masing-masing. Berikut adalah skema yang telah perancang buat:



Gambar 2.1 “Skema Alur Kampanye”

Sumber : Dokumentasi Pribadi 2020

Untuk mencapai tujuan dari kampanye Pentingnya Membuang Sampah Pada Tempatnya yaitu memberikan arahan dan informasi tentang bahaya dari perilaku remaja yang membuang sampah sembarangan dalam kehidupan sehari-hari, Tahap 1 perancang akan mengedukasikan secara perlahan dan menjelaskan mengapa membuang sampah pada tempatnya itu penting dan menjelaskan dampak di masa yang akan datang jika ini terus dibiarkan, Tahap 2 menjelaskan dampak yang akan terjadi apabila perilaku membuang sampah sembarangan terus menerus dilakukan, kemudian Tahap 3 perancang memberikan peringatan bahwa perilaku membuang sampah sembarangan dapat di tindak tegas dengan Undang-Undang yang berlaku. Jika remaja salah satunya remaja sudah menyadari akan hal tersebut diharapkan remaja dapat turut serta untuk berpartisipasi dalam mencegah perilaku membuang sampah sembarangan.

Uraian objek sebagai inspirasi dapat disajikan pada tabel berikut ini:

INSPIRASI KARYA SEJENIS	KETERANGAN
 Gambar 2.2: Gerakan Yuk Buang Sampah Pada Tempatnya. Sumber: http://www.teachforindonesia.org/gerakan-yuk-buang-sampah-pada-tempatnya/	Bentuk/Jenis Karya: Kampanye Digital Pemilik Karya: Tangkas Udiono Institusi/Lembaga : Universitas Bina Nusantara Tahun Pembuatan Karya: 2020
Karya ini merupakan karya yang berbentuk kampanye tentang sebuah gerakan mengajak masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya yaitu di tempat pembuangan sampah seperti tempat sampah atau tong sampah. Dari segi visual	

Kampaye ini menggunakan desain yang simpel dengan *background* motif kertas dan *font* yang bertuliskan YUK dengan tulisan tebal dan warna orans menegaskan untuk mengajak masyarakat ikut serta dalam gerakan tersebut. Kampaye ini memfokuskan kampanyenya pada poster dan beberapa media pendukung seperti *x-banner*, spanduk, pin dan stiker.



Bentuk/Jenis Karya:
Kampaye Digital

Pemilik Karya:
Pemprof DKI Jakarta

Institusi/Lembaga :
Pemerintah DKI Jakarta

Tahun Pembuatan Karya: 2019

Gambar 2.3: Ayo Wujudkan Jakarta Bebas Sampah 2022.

Sumber: <http://www.instagram.com/p/B4OwnVolWY1/?IGSHID=13SHG9HXAL8PR>

Infografis ini menjelaskan tentang informasi bagaimana keadaan kota yang saat ini mulai banyak sampah dimana-mana seperti data-data banyaknya sampah makanan di DKI Jakarta, sisa sampah makanan yang terolah dan informasi penjelasan untuk cara penanggulangannya. Perancangan ini berfokus pada media digital seperti *Instagram* untuk menyebarkan informasi dengan ditambahkan ilustrasi sebagai penjelas dalam penyampaian pesan kepada masyarakat.

Tabel 2.1 “Karya Sejenis”

Sumber : Dokumentasi Pribasi 2020

Supaya lebih memudahkan memahami perancangan Tugas Akhir ini, maka penulis ingin mendefinisikan beberapa istilah dari tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Membuang Sampah Pada Tematnya” beberapa istilah sebagai berikut:

- a. Aرسال Bahtiar, 2015, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom yang berjudul “Kampanye Sosial Tidak Membuang Sampah Di Taman Tematik Kota Bandung”. Jurnal ini merancang sebuah kampanye untuk meningkatkan kesadaran dalam menjaga kebersihan guna mengurangi perilaku membuang sampah sembarangan di Taman Kota. Tahapan perancangan dimulai dari pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan studi literatur. Perancangan ini menggunakan analisis 5W+1H (*What, Who, Why, Where, When* dan *How*) yang diperdalam menggunakan analisis Target audience yang terdiri dari Personifikasi Target Audience, *consumer insight* dan *consumer journey* serta dalam penyampaian pesan menggunakan metode AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, & Share*) untuk mewujudkan *impact* yang positif pada kampanye ini. Sehingga dihasilkan sebuah kampanye sosial dengan konsep komunikasi yang dirangkum dalam *tagline* "Kita jaga, Kita Nyaman" dan Media yang digunakan untuk perancangan kampanye ini adalah melalui iklan, video, dan melalui gerakan bagi-bagi *trashbag*. Melalui perancangan kampanye ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan taman kota dan mengurangi perilaku membuang sampah sembarangan.
- b. Hamidah Apriani, Ida Rosida, M. Sjafei Andrijatno, 2019, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Indraprasta PGRI yang berjudul “Perancangan Poster dan Wadah Sampah Karakter Sebagai Media Kampanye Perduli Lingkungan SMP Islam Al Mustarih. Jurnal ini merancang sebuah poster sebagai kampanye perduli lingkungan terhadap pelajar di sekolah tersebut dan membuat media untuk menunjang kebersihan lingkungan sekolah. Tahapan perancangan melalui

metode kualitatif yaitu dengan pengumpulan data berupa survei ke lokasi mitra, wawancara dan penyuluhan. Hasil dari penelitian ini adalah perancangan poster dan wadah sampah karakter yang dapat digunakan sebagai media kampanye peduli lingkungan sekolah.

- c. Gerryaldo Nugroho, Mohamad Tohir, Donny Trihanondo, 2015, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom yang berjudul “Design of Social Media Campaign Hygiene Bekasi River” Jurnal ini merancang sebuah kampanye sosial melalui media sosial dan media cetak. Dalam mengatasi ini pemerintah kota Bekasi telah melakukan beberapa upaya dalam mengatasi masalah ini, tetapi belum optimal karena orang yang tidak berpartisipasi. Serta media yang kurang menarik sehingga diabaikan begitu saja. Tahapan perancangan melalui metode observasi pada objek penelitian, studi pustaka, wawancara yang relevan suber dan menyabrkkan kuisisioner kepada responden yang mewakili target audiens yang akan dituju. Semoga dengan membuat desain ini, masyarakat akan dapat mengubah pola pikir akan pentingnya melindungi lingkungan dengan tidak membuang sampah ke sungai, serta merancang media kampanye yang tepat supaya membuat orang lebih sadar akan hal tersebut.

B. Kelompok Pengguna Produk

1. Demografi

Secara demografi, perancangan Kampanye ini untuk generasi milenial sebagai target utama dengan rentan usia 15 – 26 tahun, laki-laki dan perempuan demografis ini diambil dari hasil riset perancangan sebelumnya.

2. Geografis

Dari segi geografis, perancangan Kampanye ini ditujukan umumnya untuk masyarakat Indonesia khususnya yang tinggal di daerah Jakarta dan sekitarnya.

3. Psikografis

- a. Sering keluar rumah untuk beraktifitas atay *hangout*
- b. Suka berbelanja dan jajan di minimarket
- c. Kurang memiliki kesadaran terhadap pemakaian sampah terutama sampah plastik dan kertas dalam kehidupan sehari-hari

C. Relevansi dan Konsekuensi Studi

Point-point data yang penulis perlukan dalam perancangan karya ini diantaranya sebagai berikut:

1. Pengetahuan atau Pengumpulan Data

Selama proses pembuatan karya penulis menggunakan metode kualitatif sebagai cara utama dalam pengumpulan data baik data primer maupun sekunder yang berguna untuk membantu penulis untuk menentukan konsep perancangan.

a. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan siswa di SMK Perguruan Rakyat 2 dan lembaga atau instansi yang bersangkutan yaitu Dinas Lingkungan Hidup (DLH).

b. Observasi

Penulis mengamati langsung kejadian atau peristiwa yang sedang terjadi untuk mengidentifikasi unsur, simbol ataupun elemen yang di perlukan dalam pembuatan karya.

c. Pencarian Data Melalui Internet dan Studi Literatur

Penulis memanfaatkan internet dalam pencarian data dan juga jurnal untuk membantu penulisan dalam melengkapi sumber beserta mencari referensi dalam pembuatan karya.

2. Keterampilan

- a. Keterampilan Keterampilan dalam penyajian informasi yang menarik
- b. Keterampilan dala penyajian atau pembuatan visual yang menarik

- c. Ketampilan dalam penggunaan *software* pengelola grafis untuk proses dalam mendesain visual yang dibutuhkan untuk kampanye tersebut.

3. Teknologi yang dibutuhkan

a. Laptop

Dibutuhkan laptop dengan kapasitas yang cukup untuk seorang desainer, yang berfungsi sebagai alat untuk melakukan proses perancangan awal.

b. Software

Dibutuhkan aplikasi pengolah gambar untuk digunakan sebagai media pembuatan ilustrasi, pengeditan foto dan memuat materi yang nantinya akan di posting.

4. Material yang digunakan

- a. Poster A3 digunakan sebagai alat untuk menginformasikan suatu kampanye yang ingin disampaikan kepada masyarakat.
- b. Tripod standing frame banner
- c. *T-Shirt* sebagai alat kampanye untuk mengenalkan sebuah kampanye tersebut supaya tidak membuang sampah sembarangan.
- d. *Totebag* digunakan sebagai media pendukung untuk sebuah kampanye ketika pameran.
- e. *X-banner* yang menjelaskan tentang akibat bagaimana kurangnya kepedulian terhadap lingkungan.
- f. Stiker sebagai media pendukung ketika pameran.

5. Biaya Perancangan dan Produksi

Berikut adalah perkiraan biaya perancangan Kampanye Pentingnya Membuang Sampah Pada Tempatnya:

No	Jenis	Ukuran	Jumlah	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Poster	A3	2	Rp.3.000,-	Rp.6.000,-

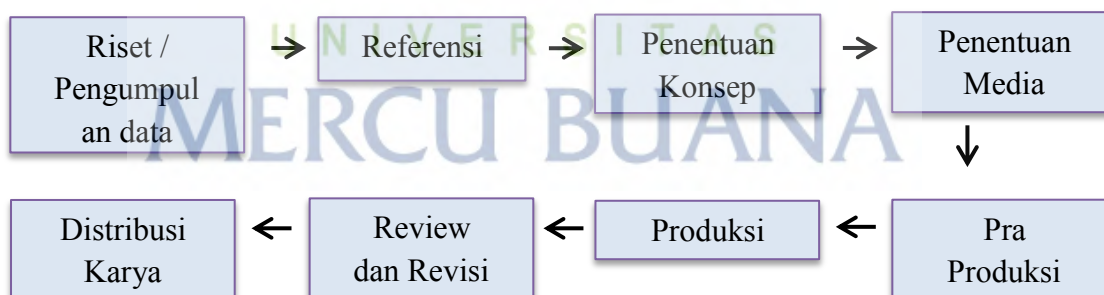
2	T-Shirt	M	2	Rp. 48.000,-	Rp.96.000,-
3	Totebag	30x40	2	Rp.23.000,-	Rp.46.000,-
4	Gantungan Kunci	44mm	6	Rp.3.500,-	Rp.21.000,-
5	X-banner mini	25x40	1	Rp.27.000,-	Rp.27.000
6	Stiker	A3	2	Rp.6.000,-	Rp.12.000,-
7.	PIN	58mm	6	Rp.3.500,-	Rp.21.000,-
8.	Mug	400gr	2	Rp.25.000	Rp.50.000,-
9.	Tempat Minum	100ml	4	Rp.12.000,-	Rp.24.000,-
10.	Flyer	A3	2	Rp.3.000,-	Rp.6.000,-
11.	Biaya Lainnya	-	-	-	Rp.61.000,-
Jumlah					Rp.370.000,-

Tabel 2.2. “Perkiraan Biaya Perancangan”

Sumber : Dokumen Pribadi 2020

D. Skema Proses Kerja

Berikut adalah uraian tentang proses dan cara mewujudkan ide-ide desain dalam pembuatan kampanye Pentingnya Membuang Sampah Pada Tempatnya:



Gambar 2.4 Skema Proses Kerja

Sumber : Dokumentasi Pribadi 2020

1. Riset atau Pengumpulan Data

Proses riset dan pengumpulan data adalah melihat adanya sebuah kejadian terhadap pola hidup remaja melenial yang masih kurang peduli dengan

lingkungannya dan harus diberikan solusinya. Pada pengumpulan data inilah perancang melihat bahwa masalah sampah adalah masalah yang kompleks dan harus segera dibenahi bersama-sama.

2. Referensi

Pencarian referensi dari karya-karya terdahulu yang sudah ada untuk mendapatkan inspirasi sebelum penentuan konsep. Referensi-referensi yang dimaksud terdapat pada sub-sub orisinalitas.

3. Penentuan Konsep

Setelah melihat banyak referensi, munculah ide untuk membuat karya. Dari ide tersebut disusun sedemikian rupa dengan mempertimbangkan dari data-data yang sudah diperoleh sebelumnya sehingga penulis mendapatkan suatu konsep dasar perancangan karya.

4. Penentuan Media

Pemilihan media ini dipengaruhi dari target *audience* yang ingin dicapai, melihat dari target audience yang ingin dicapai ialah masyarakat generasi milenial perancang memilih berkampanye menggunakan poster dan sosial media. Generasi milenial adalah masyarakat yang *modern* dan mengikuti perkembangan zaman. Masyarakat milenial adalah masyarakat yang lahir di tahun 1981-1999 (Lancaster dan Stillman, 2002). Rentang usia yang dikenal sebagai generasi Milenial merupakan pengguna internet yang paling mendominasi (Wiridjati dan Risqiani, 2018). Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, *instant messaging* dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming* (Lyons, 2004). Maka dari perancang menggunakan poster dan sosial media sebagai alat untuk menyebarkan Kampanye pentingnya membuang sampah pada tempatnya.

5. Pra Produksi

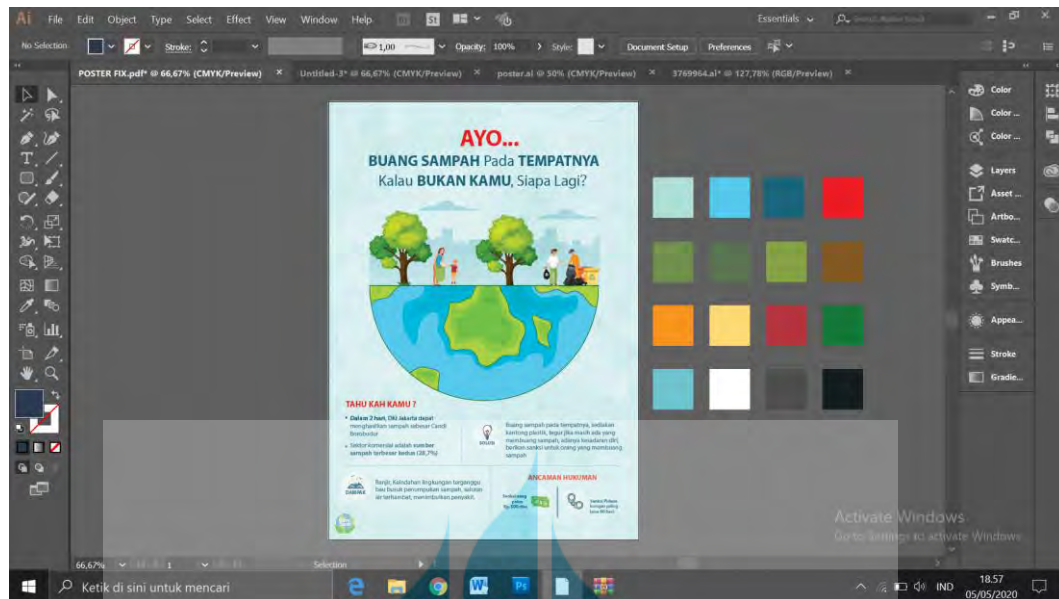
Perancangan telah menentukan topik-topik apa saja yang akan diangkat serta di visualisasikan kedalam kampanye ini yang sesuai dengan alur kampanye yang sudah dibuat. Berikut beberapa atau masalah yang diangkat:

Visualisasi	Konten
Info Membuang Sampah	Menjelaskan fakta yang terjadi: 1. Bahwa Jakarta dapat menghasilkan sampah sebesar Candi. 2. Jumlah sampah yang dihasilkan perhari
Penyebab remaja membuang sampah	1. Menjelaskan alasan mereka mengapa membuang sampah sembarangan.
Dampak yang akan terjadi di masyarakat	1. Bahaya membuang sampah sembarangan kepada para korbannya.
Jerat Hukuman untuk pelaku yang membuang sampah sembarangan.	1. Menjelaskan bahwa tindakan membuang sampah sembarangan sudah memiliki pasal dan bisa di pidana apabila ketahuan. 2. Ancaman hukuman untuk para pelaku yang membuang sampah sembarangan.
Solusi untuk menghindari perilaku membuang sampah sembarangan.	1. Tips untuk mengurangi perilaku membuang sampah sembarangan terhadap remaja.

Tabel 2.3. “Perkiraan Biaya Perancangan”

Sumber : Dokumen Pribadi 2020

6. Produksi



Gambar 2.5. Proses Produksi Karya

Sumber : Dokumen Pribadi 2020

Setelah penentuan media apa yang akan digunakan mulailah perancangan mengolah menjadi sebuah visual yang simpel, menarik serta mudah dipahami oleh yang membaca nantinya.

7. Review dan Revisi

Karya yang sudah dibuat akan ditunjukkan kepada dosen pembimbing untuk mengetahui apa yang harus diperbaiki kembali.

8. Distribusi Karya

Karya akan di distribusikan melalui Galeri Web Mercu Buana dalam rangka pencegahan terjadinya penyebaran COVID-19 yang tidak diperkenankan untuk pameran secara langsung.