

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat masa pandemi covid-19, PT.KAI (Kereta Api Indonesia) menerapkan protokol kesehatan sesuai hibauan dari pemerintah. Dalam masa pandemi ini, para calon penumpang memilih untuk kembali menggunakan jasa transportasi kereta api yang kemudian diakomodasi oleh KAI, dengan memberikan fasilitas layanan Rapid Test Covid-19 Antibody di 15 stasiun di pulau jawa untuk memudahkan penumpang dalam melakukan tes kesehatan covid-19 sebelum melakukan perjalanan menggunakan jasa kereta api.

Pada masa libur hari Natal tahun 2020 dan tahun baru 2021, pada tanggal 22 Desember 2020 sampai dengan 8 Januari 2021, pemerintah mulai mewajibkan bagi pengguna transportasi publik khususnya di pulau jawa, harus memiliki surat keterangan Rapid Test_Covid-19 Antigen yang menunjukkan hasil negatif dan berlaku hanya selama 3 hari saja, untuk dapat melakukan perjalanan menggunakan moda transportasi umum khususnya kereta api.



Gambar 1. Rapid Antigen Mulai Diberlakukan di Stasiun Tawang.

Sumber: Dokumentasi dari hasil tangkapan layar penulis dari akun Youtube resmi Kompas TV Jateng.

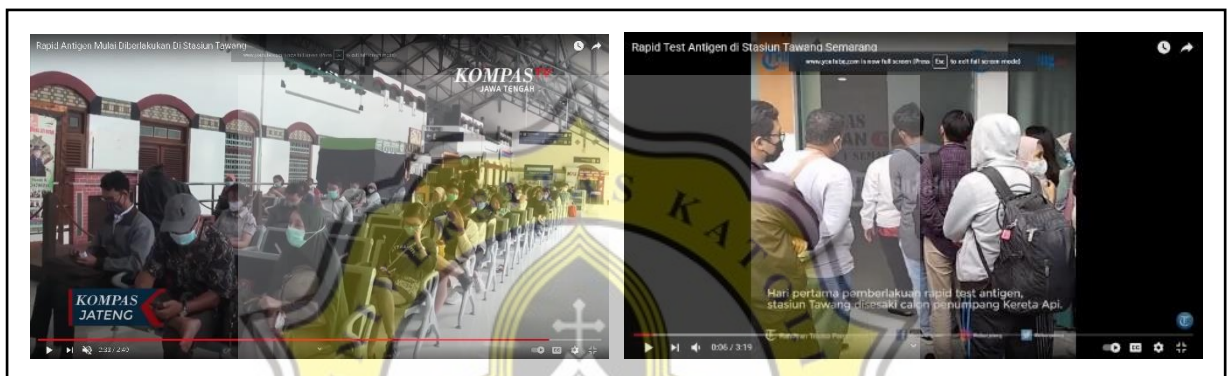
Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=gOMF2BQYcfQ>, pada pukul 23:26 WIB, hari Senin 29 Maret 2021

Menurut informasi dari Kompas TV Jateng melalui akun resmi YouTube. Manager Humas PT KAI Daop IV Semarang Bapak Krisbiyanto:

“... kami sebagai operator juga mentaati aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah, dalam hal ini regulator Kementerian Perhubungan lewat surat edaran dari (Mentri Perhubungan nomer 23 tahun 2020)...”

Dalam pengamatan penulis, Surat Edaran dari Kementerian Perhubungan sudah cukup jelas mengenai tata cara pemanfaatan kereta api bagi para penumpang di masa pandemi COVID-19 (Tentang petunjuk pelaksanaan perjalanan orang dengan transportasi perkeretaapian selama masa Natal tahun 2020 dan tahun Baru 2021 dalam masa pandemi covid-19).

Bedasarkan pengamatan singkat dari media resmi Kompas TV Jateng melalui akun resmi di YouTube, terlihat pada saat hari pertama pelaksanaan rapid tes antigen, calon penumpang yang ingin menggunakan layanan rapid test antigen di Stasiun Tawang Semarang membludak.



Gambar 1. Rapid Antigen Mulai Diberlakukan di Stasiun Tawang.

Sumber: Dokumentasi dari hasil tangkapan layar penulis dari akun Youtube resmi Kompas TV Jateng.

Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=gOMF2BQYcfQ>, pada pukul 23:31 WIB, hari Senin 29 Maret 2021

Gambar 2. (Dari kiri ke kanan) Rapid Antigen di Stasiun Tawang Semarang

Sumber: Dokumentasi dari hasil tangkapan layar penulis dari akun Youtube resmi Tribun Jateng.

Diakses dari https://www.youtube.com/watch?v=_hsVZh2hwVE, pada pukul 23:32 WIB, hari Senin 29 Maret 2021

Menurut beberapa calon penumpang yang telah diwawancarai oleh Kompas TV Jateng yang ingin menggunakan layanan rapid antigen pada saat itu, pemberlakuan rapid antigen ini dinilai terlalu mendadak dan jumlah calon penumpang yang memanfaatkan layanan rapid antigen cukup banyak, sehingga menimbulkan antrian. Para calon penumpang juga mendapatkan informasi harus menggunakan rapid antigen di stasiun melalui SMS (Surat Masa Singkat).

Maka dari itu perancang memberikan solusi melalui pendekatan secara desain komunikasi visual lebih kreatif dengan memberikan pesan dan informasi secara tepat dan jelas. Dengan menampilkan gambaran visual yang eye catching, lebih menarik perhatian namun tidak melupakan pesan dan informasinya. Kemudian bentuk visual dan informasi

yang akan di desain berupa anjuran supaya para penumpang menggunakan layanan rapid antigen lebih awal dan terhindar dari antrian panjang. Maka dari itu untuk sasaran mediannya dalam penempatan bisa secara offline dan online.

B. Identifikasi Masalah

Dalam kampanye sosial protokol kesehatan untuk penumpang kereta api dengan studi kasus di Stasiun Tawang Semarang, terdapat masalah-masalah yang perlu diselesaikan, yaitu:

1. Pada masa pandemi covid-19 terjadi lonjakan penumpang di Stasiun Kereta Api Tawang Semarang.
2. Diberlakukan untuk transportasi publik khususnya kereta api dari kebijakan pemerintah wajib menggunakan rapid test antigen dengan masa berlaku hanya 3 hari.
3. Informasi yang diberikan dari pihak Stasiun Tawang Semarang sudah di pasang. Tetapi masih ada para penumpang yang tidak tahu.
4. Berdasarkan hasil pengamatan atau riset sikat informasi yang diberikan dari pihak Stasiun Tawang Semarang, desain masih kurang menarik perhatian, penempatan media informasi juga masih kurang tepat, dan tidak ada pengulangan atau produksi media dalam skala banyak sehingga informasi yang disajikan tidak tersampaikan

C. Pembatasan Masalah

Pembahasan yang akan dibahas dalam penelitian ini akan diberikan batasan dalam pembahasannya, antara lain:

1. Batasan Permasalahan

Batasan permasalahan yang akan dibahas adalah seputar informasi rapid antigen dan terjadinya penumpukan penumpang di Stasiun Semarang Tawang pada masa pandemi. Namun lebih tepatnya pada saat libur Natal 2020 dan tahun baru 2021 atau hari libur lainnya, selama kereta api masih menjadi moda transportasi pilihan masyarakat.

2. Batasan Wilayah dan Waktu

Bedasarkan pengamatan penulis dengan studi kasus wilayah yang akan menjadi pembahasan yaitu di Stasiun Tawang Semarang pada masa pandemi covid-19.

3. Sasaran

Pada perancangan kampanye ini berfokus kepada calon penumpang kereta api berjenis kelamin pria dan wanita, dengan kisaran umur 40-50 tahun, dengan batasan kelas penumpang ekonomi dengan melakukan perjalanan bisnis atau dinas, pulang kampung, berlibur, antar provinsi.

D. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Mengapa terjadi pelanggaran protokol kesehatan di Stasiun Tawang Semarang ditengah pandemi ?
2. Bagaimana strategi perancangan dalam pendekatan secara desain komunikasi visual yang lebih kreatif, tepat dan informatif agar tidak terjadi lagi pelanggaran protokol kesehatan di Stasiun Semarang Tawang ?

E. Tujuan

Adapun tujuan peneliti dalam perancangan kampanye ini yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisa mengapa terjadi pelanggaran protokol kesehatan di Stasiun Tawang Semarang ditengah pandemi ini dengan sudut pandang desain komunikasi visual.
2. Membuat strategi perancangan dalam pendekatan secara desain komunikasi visual yang lebih kreatif, tepat dan informatif agar tidak terjadi lagi pelanggaran protokol kesehatan di Stasiun Tawang Semarang.

F. Manfaat

Dalam percangan ini mempunyai manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Audience (Target Utama)

Manfaat perancangan ini yaitu agar tidak terjadi lagi pelanggaran protokol kesehatan, terutama pada saat menjelang hari libur panjang sehingga terhindar dari lonjakan penumpang yang menyebabkan kerumunan dan informasi yang akan dibuat bisa menjadi perhatian penumpang dan tersampaikan dengan tepat sasaran.

2. Perancang

Manfaat perancangan ini bagi desainer adalah mengetahui lebih dalam tentang informasi yang sudah diberikan oleh pihak institusi sudah tepat sasaran atau tidak untuk masyarakat.

3. Keilmuan DKV (Desain Komunikasi Visual)

Manfaat perancangan bagi institusi adalah perancangan ini dapat dijadikan media belajar maupun studi komparasi penelitian berikutnya terkait dengan protokol kesehatan dalam menggunakan layanan kereta api.

G. Metode Perancang

Strategi pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena mulai bergerak melalui peristiwa, informasi, dan fakta. Sehingga diharapkan dalam penelitian ini dapat berkembang dan lebih fokus sesuai dengan kondisi kenyataan yang ada dilapangan. Menurut Sitirahayu Harditono (Hardani et al., 2020) dengan teori kualitatif dapat membuktikan bahwa peneliti dapat menggambarkan suasana dari peristiwa tersebut kemudian menerapkan dari hasil kebijakan, syarat, atau prosedur yang akan digunakan dan memprediksi fenomena yang akan terjadi.

Pada perancangan ini, penulis akan menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan data mengenai mengapa terjadinya pelanggaran protokol kesehatan yang menimbulkan lonjakan antrian di Stasiun Semarang Tawang pada masa pandemi dari sudut pandang desain komunikasi visual.

1. Ragam Data

Ragam data yang diperoleh untuk perancangan ini yaitu berupa gambar, audio, video, peristiwa, dan literatur ilmiah.

a. Video

Video yaitu dengan melakukan perekaman data visual yang bergerak melalui cara dua dimensi atau tiga dimensi (Didit Widiatmoko S, 2019: 51-52).

b. Dokumen dan Arsip

Dokumen dan arsip adalah metode pengumpulan data melalui perekaman dengan bentuk dua dimensi sehingga mendapatkan hasil berupa data visual seperti dokumen, halaman buku dan lain sebagainya (Didit Widiatmoko S, 2019: 51).

c. Gambar

Memotret objek dengan sistem digital kemudian diolah untuk mendapatkan data visual sehingga lebih mudah untuk menginformasikan (Didit Widiatmoko S, 2019: 50-51).

d. Literatur Ilmiah

Literatur ilmiah yaitu memanfaatkan media digital dengan berbagai sumber yang kredibel untuk mendapatkan informasi seputar rapid antigen yang diberlakukan di Stasiun Semarang Tawang (Didit Widiatmoko S, 2019: 23-24).

e. Peristiwa

Peristiwa terjadinya pelanggaran protokol kesehatan yang menimbulkan lonjakan antrian rapid antigen di Stasiun Semarang Tawang menjadi data utama dalam perancangan ini, dengan melakukan pengamatan dalam sebuah peristiwa. (Didit Widiatmoko S, 2019: 48-49)

2. Strategi Pengumpulan Data

Dalam strategi pengumpulan data yang akan digunakan sebagai berikut:

a. Wawancara

Pada tahap strategi pengumpulan data, penulis akan melakukan wawancara terstruktur dengan kepala atau humas Stasiun Semarang Tawang dan penumpang yang terdampak untuk mendapatkan data dan informasi dari narasumber untuk mendapatkan opini mengenai peristiwa. (Didit Widiatmoko S, 2019: 59). Informasi yang dibutuhkan penulis yaitu :

- 1) Berapa orang yang menggunakan kereta api pada masa libur Natal 2020 dan tahun baru 2021 pada waktu itu ?

- 2) Syarat apa saja yang diperlukan penumpang untuk berpergian keluar provinsi menggunakan jasa kereta api ?
- 3) Persiapan apa saja yang dilakukan KAI pada layanan antigen masa pandemi libur Natal 2020 dan Tahun Baru 2021 ?
- 4) Usaha apa saja yang sudah dilakukan oleh KAI dalam informasi tentang layanan rapid antigen ?
- 5) Untuk informasi yang sudah diberikan oleh KAI dalam informasi tentang rapid antigen apakah sudah efektif atau tidak ?
- 6) Respon penumpang pada saat itu bagaimana ? apakah dengan layanan rapid antigen berdampak baik atau sebaliknya ?

b. Studi Literatur

Pada tehnik pengumpulan data ini peneliti akan meninjau melalui jurnal penelitian, buku digital, koran digital, video berita melalui internet yang sudah teruji ke absahhannya untuk mencari informasi berupa data yang dapat mendukung membantu dalam penelitian. (Didit Widiatmoko S, 2019: 71)

c. Observasi

Pada tahap ini peneliti akan mengobservasi langsung di area Stasiun Tawang Semarang dengan melakukan pengamatan *target audiens*, dan kondisi geografis sebagai tempat *target audiens* tersebut. Observasi yang dapat dilakukan yaitu mengamati dan mencatat untuk mendapatkan informasi. (Didit Widiatmoko S, 2019: 48-49)

3. Sumber Data

Pada tahap penelitian ini terdapat sumber data yang akan diperoleh sebagai beriku:

a. Narasumber

Narasumber yang dibutuhkan berjumlah 4 orang, yaitu terdiri dari 3 orang penumpang yang terdampak di semarang dengan umur 40-50 tahun dan 1 orang yang mempunyai wewenang di Stasiu Semarang Tawang.

b. Peristiwa

Peristiwa diperoleh pada saat diberlakukan rapid antigen, lonjakan penumpang, persiapan baik dari penumpang kereta api dan dari pihak operator Stasiun Semarang Tawang.

c. Dokumen dan Arsip

Dokumen dan Arsip yang diperoleh dari PT. KAI, BPS, Kementerian Perhubungan, dan lembaga institusi lainnya sebagai penunjang pengumpulan data dalam penelitian ini.

d. Lokasi

Lokasi dalam penelitian ini yaitu di Stasiun Semarang Tawang.

e. Rekaman

Rekaman audio dari hasil wawancara bersama narasumber.

f. Literatur

Literatur yaitu sebuah rujukan atau acuan berupa karya tulis yang digunakan untuk kegiatan dalam penelitian.

4. Analisis

Pada tahap analisis perancangan yang digunakan yaitu menggunakan analisis Trianggulasi dan analisis SWOT.

a. Metode Trianggulasi

Metode Trianggulasi digunakan untuk memperoleh data sejenis pada narasumber yang sama dengan menggunakan metode yang berbeda untuk bisa membandingkan perolehan data dari tiap metode. (Didit Widiatmoko S, 2019: 72)

b. Analisa SWOT

Menilai perusahaan dengan menggunakan analisa SWOT bisa dilakukan secara faktor internal melalui tahapan *strenght* dan *weakness*, kemudian secara eksternal melalui tahapan *opportunity* dan *threat* (Didit Widiatmoko S, 2019: 108).

5. Tahap Perancangan

Pada tahap perancangan ini yang digunakan yaitu menggunakan *Design Thinking* untuk membantu menemukan gagasan, menggali informasi, dan data objektif dalam proses desain (Ambrose & Harris, 2010).

a. Research

Mencari data dan informasi secara *valid* melalui sumber dan narasumber yang terpercaya.

b. Brainstorming

Memilah dan menganalisa dari hasil ragam data sehingga mendapatkan hasil kesimpulan kemudian dianalisa lagi menggunakan analisa SWOT untuk mendapatkan USP.

c. Ideate

Untuk menentukan tahapan strategi yang akan digunakan pada kampanye ini, penulis menggunakan strategi komunikasi dan strategi media sehingga pesan dan informasi yang akan dibuat lebih tepat sasaran.

d. Visualisasi Desain

Pada tahapan ini penulis akan menggunakan strategi kreatif meliputi konsep verbal, konsep visual, hingga visualisasi desain.

e. Prototype

Mengaplikasikan desain akhir yang telah dibuat ke dalam media yang akan digunakan berupa mockup.

f. Evaluasi

Mengevaluasi dari hasil penelitian yang sudah di rancang dan kemudian hari akan di perbaiki sehingga permasalahan sebelumnya tidak terulang kembali.

H. Sistematis Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, prosedur reset untuk merancang, analisa data dasar perancangan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tentang kerangka berfikir, teori-teori yang akan menjadi dasar penelitian, kajian data yang berhubungan dengan topik pembahasan serta studi komparasi yang digunakan sebagai perbandingan.

BAB III : STRATEGI KOMUNIKASI

Berisi tentang Analisa dari data yang sudah didapat, dan strategi komunikasi visual yang digunakan untuk memecahkan masalah yang ada.

BAB IV : STRATEGI KREATIF

Berisi tentang uraian konsep desain visual yang digunakan dalam strategi komunikasi visual, seperti logo, desain poster, media/mockup, dan lain-lain.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan rancangan strategi komunikasi visual.

