

BAB III STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisis Data

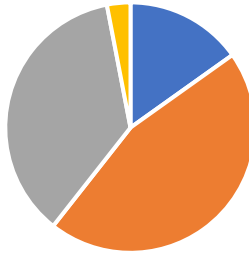
Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, observasi lapangan, dan studi pustaka.

3.1.1 Kuisisioner

Menurut Widoyoko dalam Purnomo dan Palupi (2016), kuesioner atau angket yaitu salah satu metode pengumpulan data melalui pemberian seperangkat pernyataan maupun pertanyaan tertulis terhadap subyek penelitian sesuai dengan permintaan peneliti. Mardalis (2008) juga mendefinisikan kuesioner sebagai teknik untuk mengumpulkan data melalui formulir tertulis yang berisi pertanyaan terhadap responden untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti (Mardalis, 2008).

Pada penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan secara digital melalui Google Form. Terdapat tiga puluh tiga responden yang mengisi kuesioner. Pertanyaan pada kuesioner antara lain usia, jenis kelamin, pekerjaan, apakah menggunakan smartphone, media sosial apa yang sering digunakan, jenis iklan apa yang paling disukai, bagaimana pengolahan sampah rumah tangga, apakah pernah melakukan pembakaran sampah di lingkungan rumah, jenis sampah yang dibakar disekitar rumah, berapa kali membakar sampah dalam waktu satu minggu atau satu bulan terakhir, apakah responden mengetahui pembakaran sampah dapat merusak lingkungan, apakah responden mengetahui pembakaran sampah dapat berdampak terhadap kesehatan, mengapa responden masih membakar sampah rumah tangga di lingkungan rumah, apa respon tetangga atau keluarga ketika responden membakar sampah di lingkungan rumah, dan apa respon responden ketika ada tetangga atau keluarga yang masih membakar sampah di lingkungan rumah, apa hoby yang disukai responden, selain bekerja kegiatan apa yang dilakukan responden ketika di rumah, dimana responden sering melihat iklan, jenis video atau film apa yang disukai responden, warna apa yang identik dengan asap, serta warna apa yang identik dengan sampah?

Pertanyaan pertama dalam kuesioner ini yaitu "usia". Dalam pembagian kuesioner penelitian ini, mendapat tiga puluh tiga responden dengan usia dari berbagai rentang usia, yaitu 5 responden dengan rentang usia 40-45 tahun sebanyak (15%), 15 reponden rentang usia 46-50 tahun sebanyak (46%), 12 responden rentang usia 51-55 tahun sebanyak (36%), dan 1 responden rentang usia 56-60 tahun sebanyak (3%).



■ 40-45 tahun ■ 46-50 tahun ■ 51-55 tahun ■ 56-60 tahun

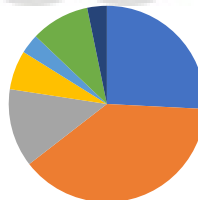
Gambar 8 Jawaban Pertanyaan "Usia"

Pertanyaan kedua yaitu "jenis kelamin". dalam kuesioner ini terdapat 13 responden berjenis kelamin wanita (39%) dan 20 responden berjenis kelamin laki-laki (61%).



Gambar 9 Jawaban Pertanyaan "Jenis Kelamin"

Pertanyaan ketiga yaitu "pekerjaan". Responden dalam kuesioner ini rata-rata bekerja sebagai wiraswasta dan karyawan swasta, yaitu terdapat 8 responden yang bekerja sebagai wiraswasta (26%), 12 responden bekerja sebagai karyawan swasta (39%), 4 responden sebagai ibu rumah tangga (13%), 2 responden sebagai pedagang (6%), 1 responden bekerja serabutan (3%), 3 responden bekerja sebagai guru (10%), dan 1 responden bekerja sebagai polisi (3%).



■ Wiraswasta ■ Karyawan swasta ■ Ibu rumah tangga
 ■ Pedangan ■ Serabutan ■ Guru
 ■ Polisi

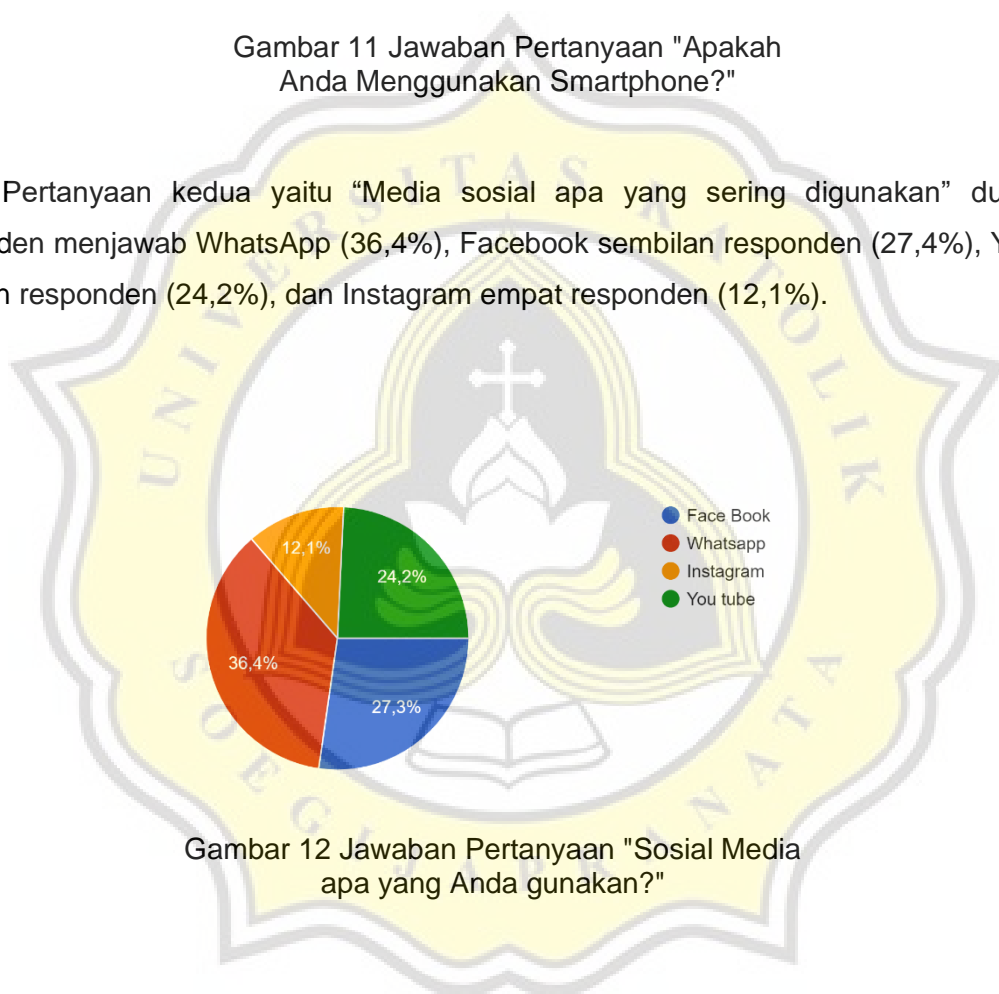
Gambar 10 Jawaban Pertanyaan "Pekerjaan"

Untuk pertanyaan “Apakah anda menggunakan smart phone” seluruh responden menjawab Ya (100%).



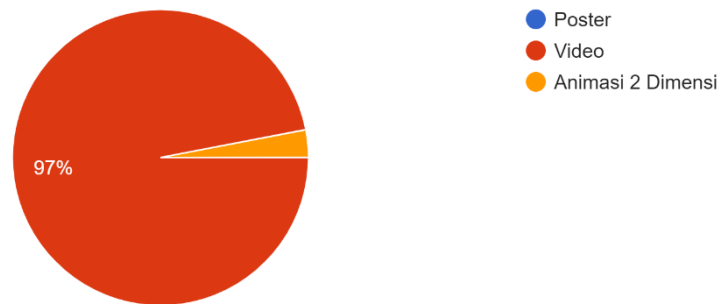
Gambar 11 Jawaban Pertanyaan "Apakah Anda Menggunakan Smartphone?"

Pertanyaan kedua yaitu “Media sosial apa yang sering digunakan” dua belas responden menjawab WhatsApp (36,4%), Facebook sembilan responden (27,4%), YouTube delapan responden (24,2%), dan Instagram empat responden (12,1%).



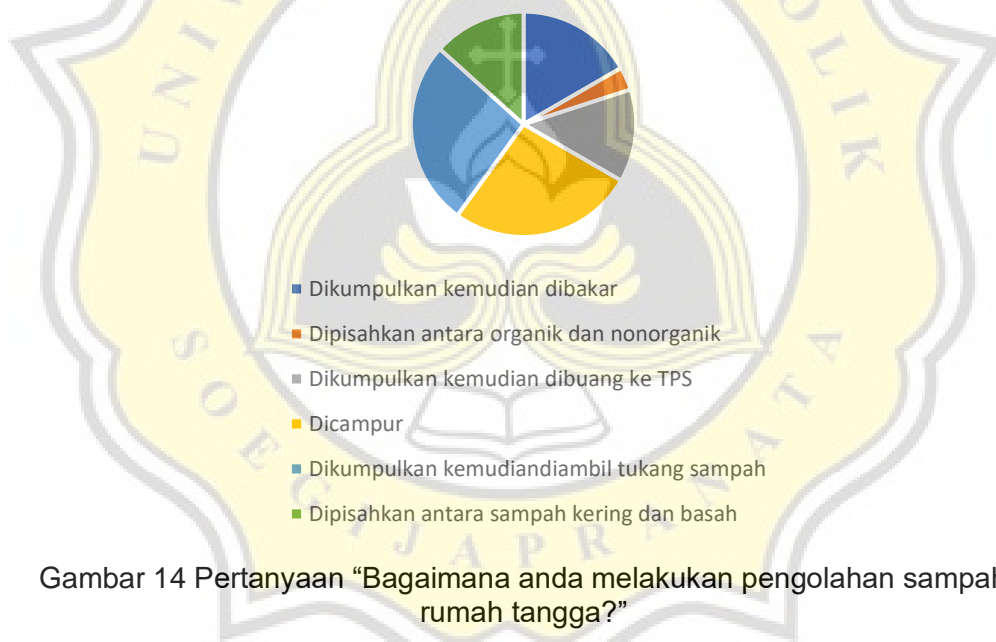
Gambar 12 Jawaban Pertanyaan "Sosial Media apa yang Anda gunakan?"

Pertanyaan ketiga yaitu “Jenis iklan apa yang paling Anda sukai?” tiga puluh dua responden menjawab video (97%) dan satu responden menjawab animasi dua dimensi (3%).



Gambar 13 Jawaban Pertanyaan "Jenis Iklan apa yang Anda sukai?"

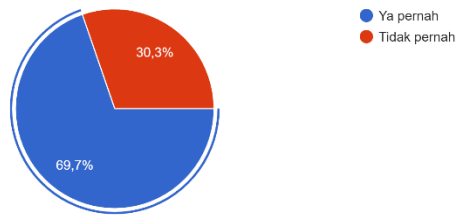
Pertanyaan “Bagaimana anda melakukan pengolahan sampah rumah tangga?” delapan responden menjawab dikumpulkan kemudian diambil oleh tukang sampah (27%),



Gambar 14 Pertanyaan “Bagaimana anda melakukan pengolahan sampah rumah tangga?”

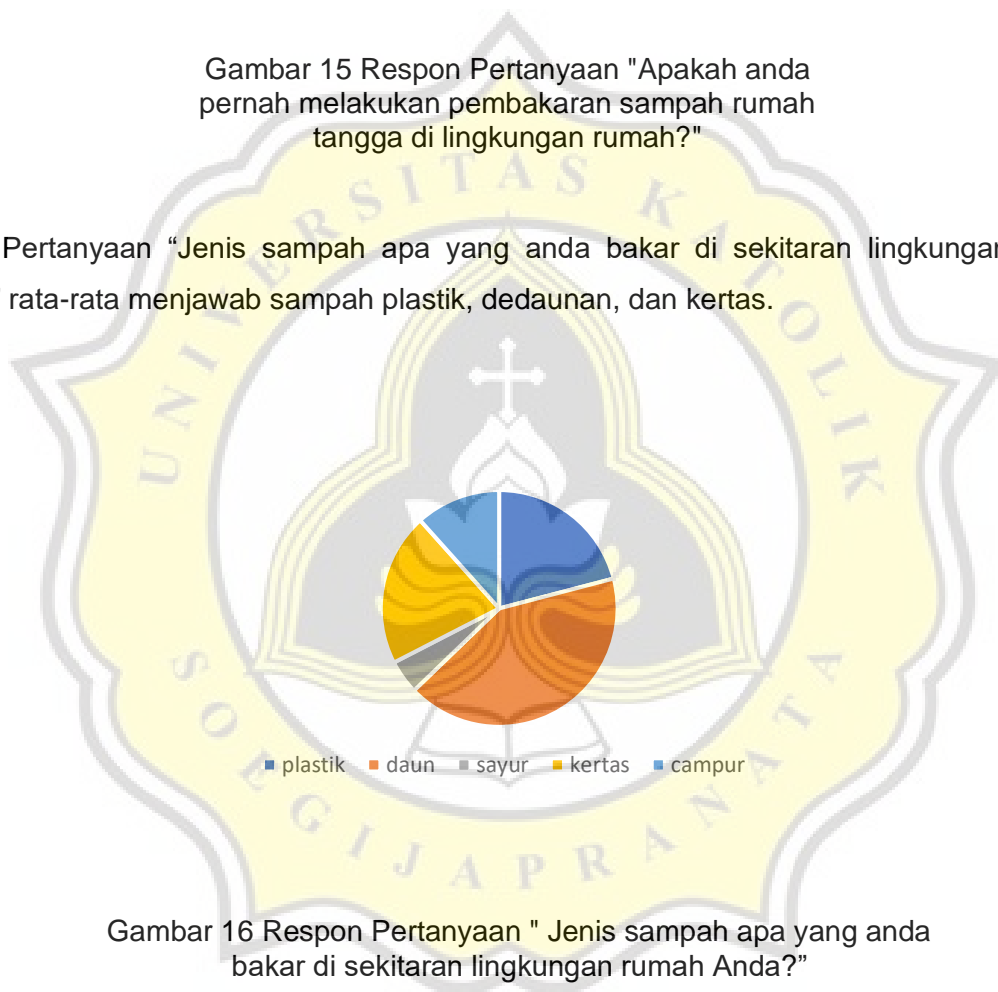
delapan responden menjawab mencampur semua sampah yang ada (27%), lima responden menjawab dikumpulkan kemudian dibakar (17%), empat responden menjawab dikumpulkan kemudian dibuang ke TPS (13%), empat responden menjawab dipisahkan antara sampah kering dan basar (13%), serta terdapat 1 responden yang menjawab memisahkan antara sampah organic dan non organik (3%).

Pertanyaan “Apakah anda pernah melakukan pembakaran sampah rumah tangga di lingkungan rumah?” dua puluh tiga menjawab Ya Pernah (69,7%) dan sepuluh lainnya menjawab Tidak Pernah (30,3%).



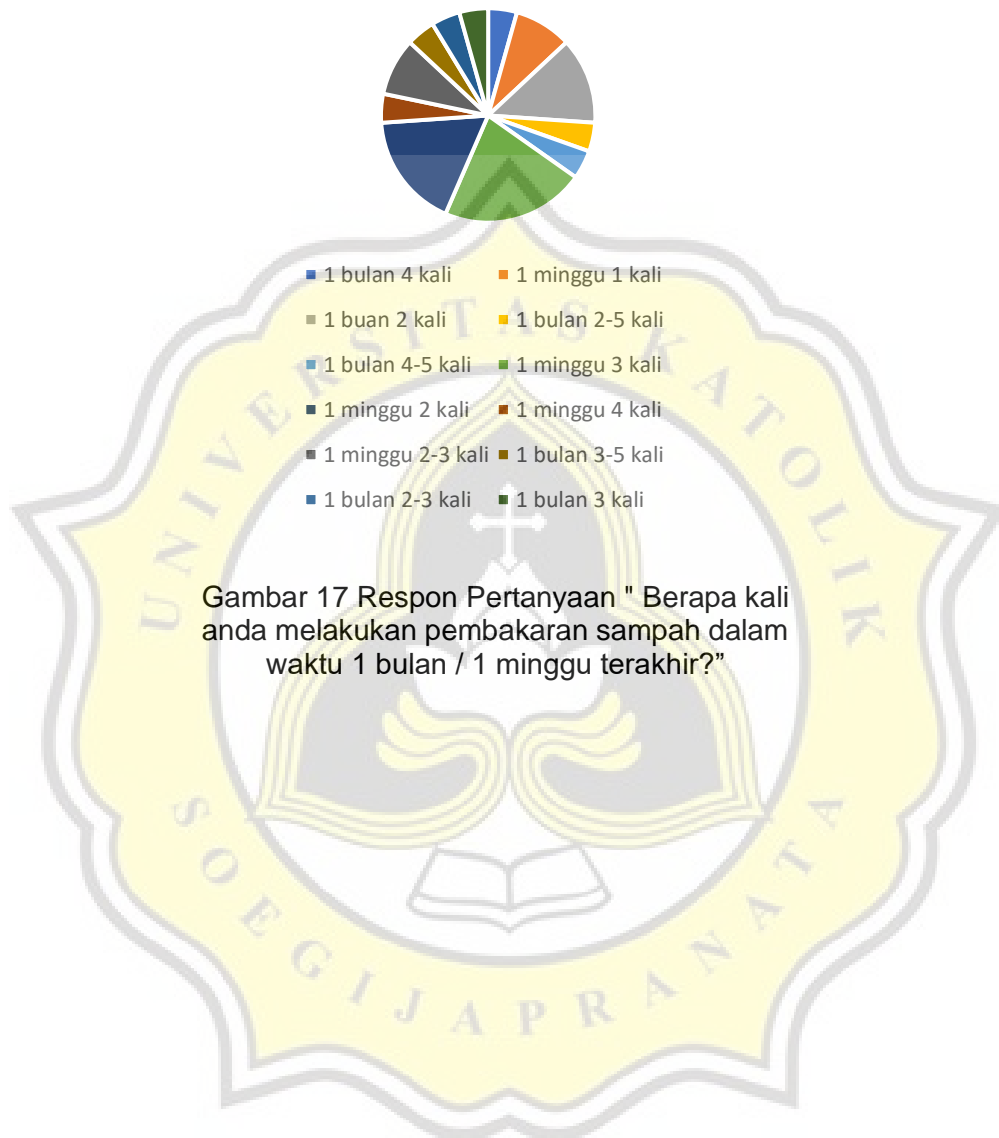
Gambar 15 Respon Pertanyaan "Apakah anda pernah melakukan pembakaran sampah rumah tangga di lingkungan rumah?"

Pertanyaan “Jenis sampah apa yang anda bakar di sekitaran lingkungan rumah Anda?” rata-rata menjawab sampah plastik, dedaunan, dan kertas.

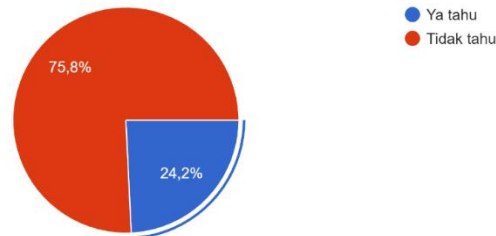


Gambar 16 Respon Pertanyaan " Jenis sampah apa yang anda bakar di sekitaran lingkungan rumah Anda?"

Sementara itu, pertanyaan “Berapa kali anda melakukan pembakaran sampah dalam waktu satu bulan atau satu minggu terakhir?” jawaban responden rata- berkisar 1 minggu 1-3 kali dalam melakukan pembakaran sampah.

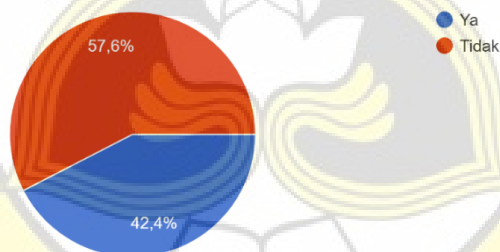


Pertanyaan “Apakah anda mengetahui bahwa membakar sampah secara liar itu dapat berdampak pada kerusakan lingkungan?” delapan responden menjawab “Ya tahu” (24,2%) dan dua puluh lima responden menjawab “Tidak tahu” (75,8%).



Gambar 18 Respon Pertanyaan "Apakah anda mengetahui bahwa membakar sampah secara liar itu dapat berdampak pada kerusakan lingkungan?"

Pertanyaan “Apakah anda mengetahui bahwa membakar sampah secara liar itu dapat berdampak pada kesehatan?” 14 responden menjawab Ya (42,4%) dan 19 lainnya menjawab tidak (57,6%).



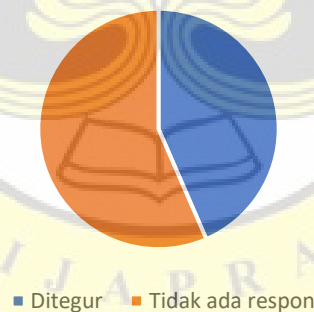
Gambar 19 Respon Pertanyaan "Apakah anda mengetahui bahwa membakar sampah secara liar itu dapat berdampak pada kesehatan?"

Pertanyaan “Mengapa anda masih membakar sampah rumah tangga di lingkungan rumah?” rata-rata responden menjawab karena agar tidak menumpuk dan lebih praktis jika dibakar serta masih ada lahan untuk membakar sampah rumah tangga tersebut.



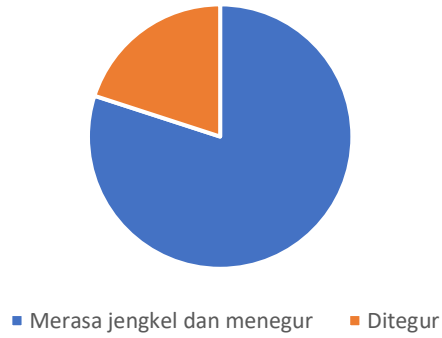
Gambar 20 Jawaban Pertanyaan “Mengapa anda masih membakar sampah rumah tangga di lingkungan rumah?”

Pertanyaan “Apa respon tetangga/keluarga ketika Anda melakukan pembakaran sampah di lingkungan rumah?” tiga belas responden menjawab pernah ditegur (57%) dan sepuluh lainnya menjawab tidak pernah atau tidak ada respon (43%).



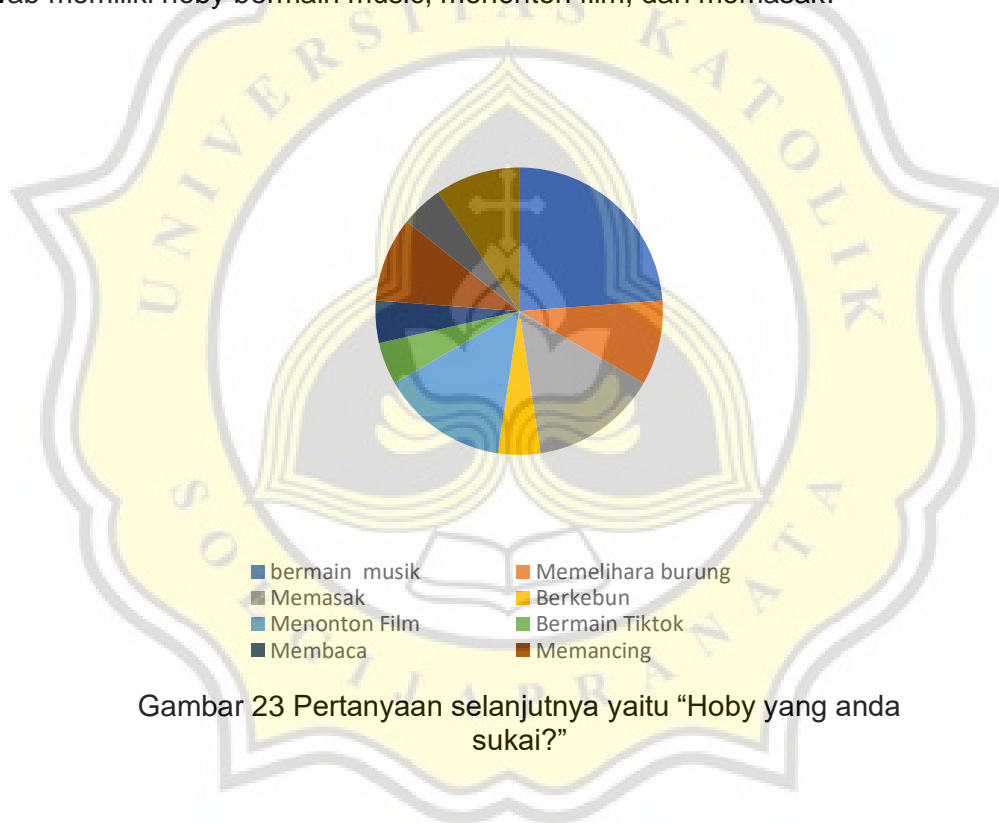
Gambar 21 Pertanyaan “Apa respon tetangga/keluarga ketika Anda melakukan pembakaran sampah di lingkungan rumah?”

Pertanyaan “Apa respon anda ketika ada tetangga/keluarga yang masih membakar sampah di lingkungan rumah?” dua puluh responden merasa jengkel dan menegur, lima responden merasa biasa saja, dan delapan lainnya tidak menjawab pertanyaan.



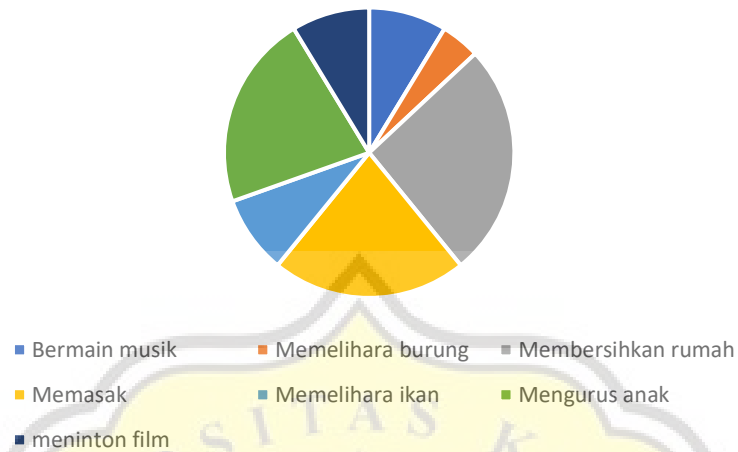
Gambar 22 Respon Pertanyaan” Apa respon anda ketika ada tetangga/keluarga yang masih membakar sampah di lingkungan rumah?”

Pertanyaan selanjutnya yaitu “Hoby yang anda sukai?” sebagian besar responden menjawab memiliki hoby bermain music, menonton film, dan memasak.



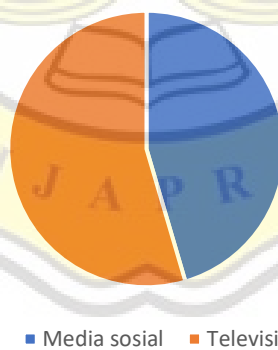
Gambar 23 Pertanyaan selanjutnya yaitu “Hoby yang anda sukai?”

Untuk pertanyaan “Selain bekerja,kegiatan dan hal apa yang anda lakukan saat dirumah?” sebagian besar responden menjawab memasak, membersihkan rumah, serta mengurus anak untuk mengisi kegiatan dirumahnya selain bekerja.



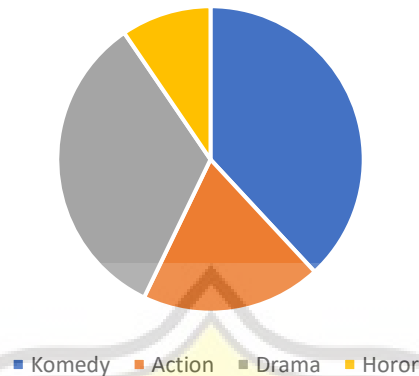
Gambar 24 pertanyaan “Selain bekerja,kegiatan dan hal apa yang anda lakukan saat dirumah?”

Pertanyaan “Dimana anda sering melihat iklan?” dua belas responden menjawab televisi (55%), sepuluh responden menjawab media social (45%) dan sebelas lainnya tidak menjawab.



Gambar 25 Pertanyaan “Dimana anda sering melihat iklan?”

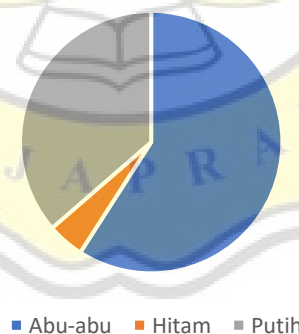
Pertanyaan “Jenis video/film apa yang anda sukai?” delapan responden menjawab komedy (38%), tujuh responden menjawab drama (33%), empat responden menjawab action (19%), dua responden horror (10%), dan dua belas responden lainnya tidak menjawab.



Gambar 26 Respon Pertanyaan “Jenis video/film apa yang anda sukai?”

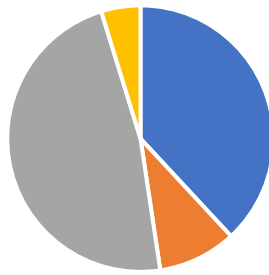
Pertanyaan “Warna apa yang identik dengan asap?” terdapat tiga belas responden menjawab abu-abu (59%), delapan responden menjawab putih (36%), satu responden menjawab hitam (5%), dan responden lainnya tidak menjawab.

Pertanyaan terakhir yaitu “Warna apa yang identik dengan sampah?” sepuluh



Gambar 27 Respon Pertanyaan “Warna apa yang identik dengan asap?”

responden menjawab coklat (48%), delapan responden menjawab hijau (38%), dua responden menjawab kuning (9%), satu responden menjawab abu-abu (5%), dan dua responden lainnya tidak menjawab



■ Hijau ■ Kuning ■ Coklat ■ Abu-abu

Gambar 28 Respon Pertanyaan
"Warna apa yang identik dengan
sampah?"



3.1.1. Observasi lapangan

Observasi yaitu proses pengamatan secara sistematis dari aktivitas manusia serta pengaturan fisik di mana kegiatan itu berlangsung secara kontinyu dari lokus aktivitas yang bersifat alami sehingga dapat menghasilkan fakta tertentu (Hasanah, 2017). Peneliti berada di tempat yang digunakan untuk penelitian untuk memperoleh bukti yang valid.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi nonpartisipan, artinya peneliti sekadar mengamati secara langsung keadaan objek dan tidak ikut serta secara langsung. Hal yang diamati yaitu pembakaran sampah rumah tangga di kota Semarang. Peneliti membawa lembar observasi yang telah disusun.

3.1.2. Studi pustaka

Studi pustaka dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui pengumpulan sejumlah buku, jurnal, dan majalah yang berkaitan tujuan penelitian. Selain itu, studi pustaka didefinisikan sebagai metode untuk mencari dan mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis maupun elektronik.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan studi pustaka pada jurnal-jurnal yang tersedia secara *online*, buku, serta gambar untuk mendapatkan informasi mengenai fakta di lapangan dan teori-teori yang dipakai sebagai landasan penelitian.

3.2 Analisis SWOT

3.2.1 Analisis Media

S (Strength)	Pasal 29 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah (Undang-Undang Pengelolaan Sampah) Video akan dibuat menarik dan komunikatif sehingga dapat menarik perhatian dan mudah dimengerti Dapat mengakses media tersebut hanya melalui gadget, sehingga bisa dimanapun dan kapanpunn mengakses media tersebut.
W (Weakness)	Tidak semua masyarakat aktif menggunakan gadgetnya Jaringan dan Sinyal yang tidak stabil untuk mengakses media tersebut, karena perlu kuota dan sinyal yang cukup Sosialisasi menggunakan video yang akan dibuat tidak menjamin 100% dapat mengurangi pembakaran sampah secara liar karena targetnya adalah orang-orang yang cukup tua sehingga terkadang cukup sulit untuk menerapkan dan paham mengenai materi sosialisasi.

O (Opportunity)	<p>Target sasaran menggunakan media sosial sehingga video yang dibuat dapat disaksikan oleh target sasaran di berbagai media</p> <p>Hemat dan sesuai dengan kebutuhan penggaran</p> <p>Pelaksanaan mudah dan tidak memerlukan banyak perlengkapan</p> <p>Mengurangi polusi udara</p> <p>Meningkatkan pengetahuan tentang dampak pembakaran sampah secara liar</p>
T (Threat)	<p>Banyaknya creator akan menjadi pertimbangan target dalam memilih informasi yang akan dicari</p> <p>Kesehatan dari target khususnya bagian kesehatan mata. Tidak semua target bisa melihat dengan jelas perlu menggunakan kacamata. Jika terus menerus melihat akan berdampak pada kesehatan tersebut.</p> <p>Sempitnya lahan terbuka di sekitar pemukiman untuk pengolahan sampah sesuai teknis</p> <p>Kurangnya kesadaran masyarakat tentang dampak asap hasil pembakaran sampah secara liar bagi kesehatan</p> <p>Kurangnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah secara baik dan benar</p>

3.3 Sasaran Khalayak

3.3.1 Geografis

Semarang, Jawa Tengah

3.3.2 Demografis

Target utama dari perancangan ini adalah dewasa dengan usia 45-55 tahun jenis kelamin perempuan/laki-laki dengan tingkat ekonomi B-C

3.3.3 Psikografi

Masyarakat yang berusia 45 - 55 tahun masih suka membakar sampah rumah tangga secara liar, masyarakat sesuai kriteria demografis yang sudah disebutkan yang tertarik untuk menonton video, Iklan, maupun poster dan menggunakan gadget. Dengan status bekerja dan memiliki kegiatan lain yang dilakukan di rumah setelah bekerja. Masyarakat hanya memikirkan kebersihan lingkungan secara fisik tanpa memikirkan dampak dari pembakaran secara liar sampah tersebut terhadap kebersihan udara dan dampak terhadap kesehatan.

3.4 **Creative Brief**

Peneliti dalam menyusun perancangan ini menggunakan metode 5W+1H sebagai berikut:

1. *What*: Apa permasalahannya?

Perancangan strategi komunikasi visual di rancang berdasarkan kehidupan sehari-hari masyarakat kota Semarang yang melakukan pembakaran sampah secara liar yang memiliki dampak berbahaya bagi lingkungan. Pembakaran sampah dapat berdampak pada Kesehatan manusia dengan menghirup asap pembakaran sampah secara berlebihan. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap dampak bahaya yang ditimbulkan akibat pembakaran sampah rumah tangga secara liar.

2. *How*: Bagaimana cara mengatasi masalah ini?

Cara mengatasi masalah ini yaitu dengan membuat perancangan berupa iklan layanan masyarakat dengan tujuan memberikan informasi untuk tidak melakukan pembakaran sampah secara liar yang berpotensi membahayakan lingkungan dan Kesehatan dan untuk mengedukasi mengenai dampak yang ditimbulkan dari asap pembakaran sampah rumah tangga yang dilakukan secara liar.

3. *Who*: Siapa target sasarannya?

Target sasarannya yaitu masyarakat Kota Semarang berusia 45 - 55 tahun yang masih melakukan pembakaran sampah secara liar.

4. *Where*: Di mana perancangan akan dikerjakan?

Perancangan dalam bentuk komunikasi visual yang telah dibuat akan dikerjakan di kota Semarang

5. *When*: Kapan perancangan ini akan di buat?

Perancangan ini akan diaplikasikan mulai sekarang dimana masyarakat semakin banyak melakukan pembakaran sampah secara liar.

6. *Why*: Mengapa menggunakan ILM?

Agar masyarakat di kota Semarang lebih mengetahui dampak berbahaya bagi lingkungan dan Kesehatan akibat pembakaran sampah rumah tangga secara liar sehingga diharapkan dapat menjadi suatu informasi dan edukasi dalam upaya mengurangi dampak yang ditimbulkan dari pembakaran sampah rumah tangga secara liar.

3.5 **Strategi Komunikasi**

Perancangan yang peneliti buat merupakan perancangan berupa media iklan layanan masyarakat dengan menggunakan video. Strategi komunikasi yang digunakan untuk memberikan edukasi tentang bahaya membakar sampah rumah tangga secara liar dengan cara menyampaikan pesan terhadap masyarakat di kota Semarang tentang bahaya

membakar sampah rumah tangga secara liar. Perancangan ini berfokus pada dampak yang diakibatkan oleh pembakaran sampah rumah tangga secara liar.

3.5.1 Tema Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang masalah yang dibuat pada bab 1 maka tema iklan layanan masyarakat ini seputar dampak yang ditimbulkan akibat pembakaran sampah rumah tangga secara liar.

3.5.2 Jenis Video

Peneliti menggunakan video sinematik dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini agar lebih nyata/hidup dan bisa lebih menarik perhatian masyarakat.

3.6 Strategi Media

3.6.1 Media Utama

Media utama untuk perancangan ini adalah menggunakan video iklan untuk memberikan edukasi tentang bahaya membakar sampah rumah tangga secara liar.

Video dibuat dengan menggunakan video sinematik yang menampilkan tentang dampak dari membakar sampah rumah tangga secara liar. Video menampilkan 2 pemain dengan perbedaan usia, dengan menggunakan pemain usia 45-55 tahun untuk menggambarkan masyarakat yang masih melakukan pembakaran sampah rumah tangga secara liar dan pemain dengan usia muda yang akan memberikan informasi tentang dampak akibat pembakaran sampah rumah tangga secara serta peraturan yang sudah ada di undang-undang No.18 tahun 2008 tentang pengelolaan sampah.

3.6.1.1 Tema

Berdasarkan data penelitian-penelitian sebelumnya dan hasil kuesioner yang telah dibagikan ke responden, menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat masih melakukan pembakaran sampah rumah tangga secara liar. Selain itu, dari hasil penyebaran kuesioner juga menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat juga senang melihat iklan yang berbentuk video. Melihat fenomena tersebut, maka diperlukan sebuah perancangan video layanan masyarakat dengan mengangkat tema bahaya pembakaran sampah rumah tangga secara liar. Dengan perancangan pembuatan video iklan layanan masyarakat tersebut diharapkan mampu menyadarkan masyarakat akan bahayanya pembakaran liar tersebut, sehingga dapat mengurangi polusi udara di lingkungan sekitar.

3.6.1.2 Judul

Dalam pembuatan sebuah iklan, hal utama yang harus diperhatikan agar dapat menarik perhatian khalayak untuk melihatnya yaitu penggunaan judul. Seperti halnya sebuah video iklan layanan masyarakat, dengan penggunaan video maka iklan layanan masyarakat akan lebih mudah dalam penyampaian informasi. Oleh karena itu, dalam video iklan layanan masyarakat ini, penulis merancang sebuah judul "AWAS BAHAYA BAKAR SAMPAH".

Dengan penggunaan judul tersebut, diharapkan target akan lebih mudah menerima serta memahami informasi yang disampaikan di dalamnya.

3.6.1.3 Tone and Manner

Tone and manner merupakan sebuah citra atau kepribadian sebuah produk yang ingin ditonjolkan melalui sebuah iklan. Dalam perancangan video iklan layanan masyarakat ini, *tone and manner* harus diperhatikan. Perancangan video iklan layanan masyarakat yang menggunakan dasar teori digital, sehingga *tone and manner* pada perancangan ini yaitu informatif dan menarik di dalam penyampaian pesannya agar target lebih mudah memahami pesan yang terdapat dalam video layanan masyarakat ini.

3.6.2 Media Pendukung

Berdasarkan data dari penelitian yang sudah dilakukan yang ditujukan kepada target yang dalam kesehariannya menggunakan gadget dan media sosial sebagai sarana mendapat informasi dan saran komunikasi. Maka media pendukung untuk video ILM ini yaitu media sosial.

Media sosial tersebut berupa WhatsApp, Instagram, Facebook, dan You tube digunakan sebagai platform didalam penyampaian informasi yang dirancang dalam bentuk video iklan layanan masyarakat. Penggunaan media sosial yang sering digunakan oleh target akan memudahkan target dalam menerima informasi.

Serta menggunakan media cetak sebagai media pendukung didalam penyampaian pesan. Media cetak di gunakan sebagai media pendukung yang dapat di aplikasikan di pemukiman warga dan fasilitas yang berada di area pemukiman warga, agar pesan dapat selalu di ingat dan pembakaran sampah rumah tangga secara liar dapat berkurang.

3.7 Insight

Masih adanya masyarakat yang melakukan pembakaran sampah rumah tangga secara liar di lingkungan rumah berdampak pada kesehatan di lingkungan dan kesehatan manusia. Hal ini akan membuat lingkungan menjadi tidak sehat karena debu dan sisa pembakaran yang akan membuat lingkungan menjadi tidak nyaman untuk ditinggali dan meninggalkan debu dari sisa pembakaran. Bagi kesehatan tentu saja akan memberikan dampak buruk pada saluran pernapasan pada manusia. Dengan ini, penulis ingin merancang iklan masyarakat yang memberikan informasi bagi masyarakat dampak dari kegiatan pembakaran sampah di lingkungan rumah yang dapat memberikan dampak buruk bagi lingkungan dan manusia. Melalui iklan layanan masyarakat ini diharapkan bagi masyarakat sadar akan dampak negatif dari pembakaran sampah rumah tangga di lingkungan rumah dan mengurangi kegiatan pembakaran sampah di lingkungan rumah.

3.8 Strategi Anggaran

Anggaran untuk kebutuhan perancangan

Produksi video iklan layanan masyarakat	Rp3.500.000
Pasca produksi	Rp500.000
Instagram ads Rp25.000 × 90 hari	Rp2.250.000
Face book ads Rp50.000 × 90 hari	Rp4.500.000
Total	Rp11.150.000

