



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Dalam menyusun rancangan karya ini dibutuhkan data penunjang untuk banyak tahapan pembuatan ini, salah satunya adalah untuk pemilihan isu, pemilihan solusi, mencari *insight* target audiens, memilih media yang sesuai dan masih banyak lainnya. Untuk menghasilkan keluaran yang sesuai, maka karya ini menggunakan data yang dikumpulkan dengan beberapa cara di antaranya:

a. Wawancara

Wawancara menurut Moleong (2012, p. 186) adalah sebuah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan melibatkan dua pihak yaitu pewawancara dan terwawancara. Teknik wawancara digunakan dalam karya ini untuk menggali lebih dalam *insight* dari pengendara sepeda motor di Jakarta agar dapat merumuskan isu dan solusi yang sesuai untuk kelompok target audiens yang spesifik. Selain kepada pengendara kendaraan bermotor. Karya ini juga didesain untuk menggunakan pendekatan yang tepat, sesuai dengan *insight* yang didapatkan dari hasil wawancara.

b. Studi Pustaka

Untuk melengkapi referensi dalam menyusun rancangan karya ini, karya ini menggunakan studi pustaka, yang oleh Nazir (2013, p. 93) dijelaskan sebagai studi terhadap buku, literatur, dan laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan masalah yang akan dipecahkan. Dasar-dasar dan

pendapat secara tertulis dapat diperoleh dengan mempelajari berbagai literatur yang berkaitan dengan permasalahan.

Karya ini diperkaya dengan referensi naskah Undang Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan untuk menyusun materi sosialisasi yang sesuai dengan hukum yang berlaku. Data sekunder lainnya berupa infografis jumlah pelanggaran dan kecelakaan lalu lintas. Data-data ini dapat diperoleh di Internet dan juga sumber formal seperti data kepolisian.

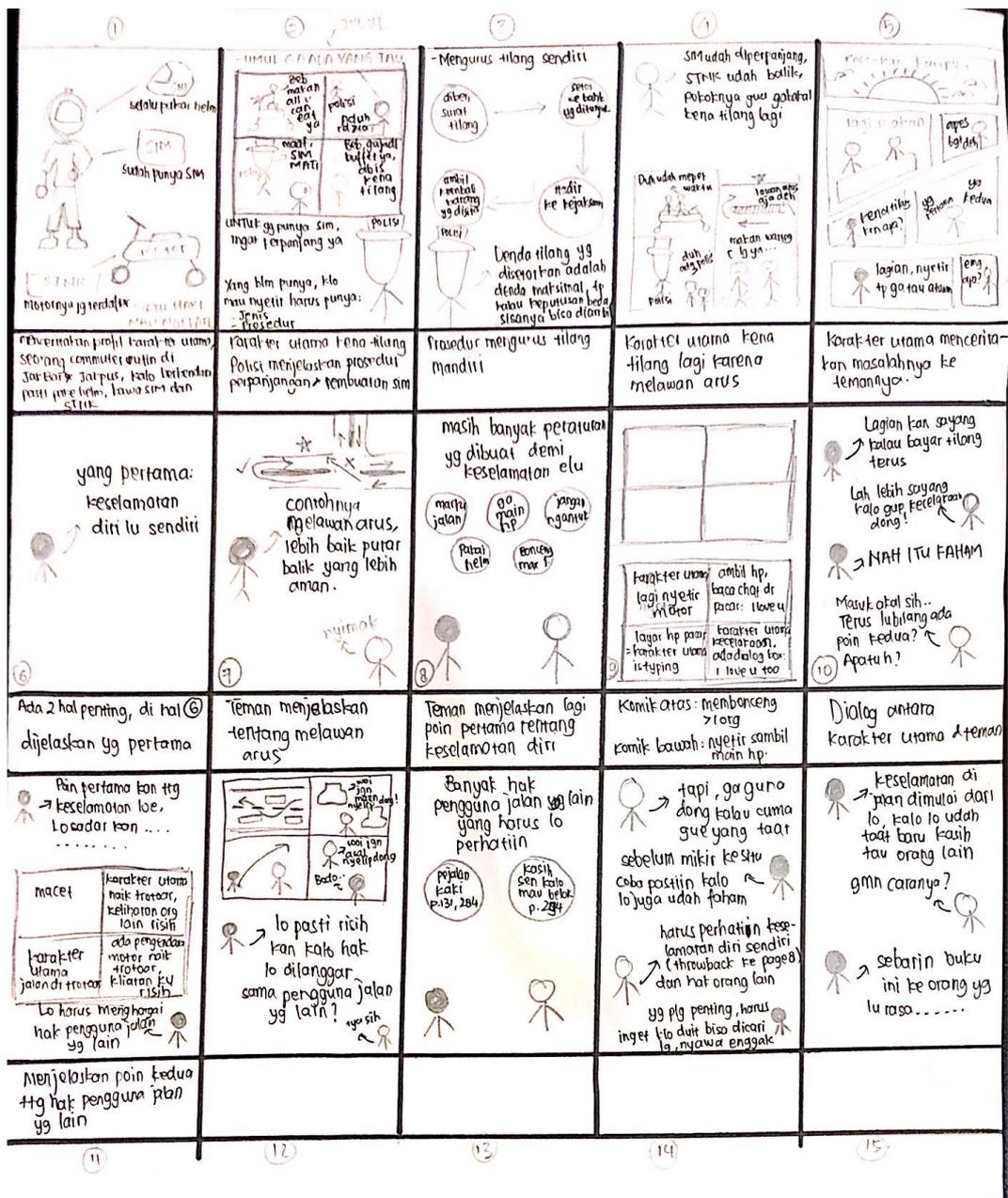
Tahapan pertama pembuatan karya ini adalah menemukan masalah, mengidentifikasinya dan menulis semua masalah yang terlihat. Masalah merupakan suatu kejadian yang terjadi di luar kaidah yang seharusnya atau tidak sesuai dengan ekspektasi, maka dari itu, bila ada masalah pasti ada kondisi ideal. Masalah yang berhasil diidentifikasi dan akhirnya dipilih untuk karya ini dari hasil wawancara dengan pengendara sepeda motor di Jakarta Barat adalah bahwa ada pengendara sepeda motor di Jakarta yang berasal dari luar kota Jakarta merasa kesulitan untuk mencari informasi tentang peraturan lalu lintas di Jakarta, karena narasumber merasa terdapat perbedaan antara kebiasaan pengendara sepeda motor di Jakarta dengan pengendara sepeda motor di tempat asalnya.

Setelah masalah teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah memilih isu yang bisa diangkat untuk disebarkan kepada khalayak yang lebih luas karena urgensi dari isu tersebut. Dari hasil wawancara yang sama, sebuah garis merah yang ditemukan pada setiap narasumber wawancara adalah bahwa setiap narasumber memiliki

ketakutan yang sama terhadap polisi. Narasumber mengatakan motivasi terbesarnya untuk patuh terhadap peraturan lalu lintas yang ada adalah karena ketakutan akan ditilang oleh polisi bila tidak berkendara sesuai peraturan yang berlaku. Dari sini, sebuah pesan dirumuskan untuk menjadi pesan utama dalam karya ini yaitu, lebih baik taat pada peraturan daripada harus membayar denda.

Setelah isu terpilih, langkah selanjutnya adalah menentukan target audiens yang dianggap perlu mengetahui pesan ini. Target audiens yang dipilih adalah pengendara sepeda motor di Jakarta baik laki-laki maupun perempuan, berusia antara 23 hingga 40 tahun dan mengendarai motor di Jakarta paling tidak tiga kali dalam satu minggu. Target audiens ini dipilih dengan pertimbangan untuk menyebarkan pesan tersebut kepada target audiens. Karya ini menawarkan sebuah ide berupa komik digital yang menceritakan seorang pengendara sepeda motor yang awalnya tidak peduli terhadap peraturan lalu lintas dan akhirnya berubah pikiran setelah dua kali ditilang oleh polisi dalam waktu yang berdekatan. Solusi yang sudah diciptakan, kemudian disampaikan kepada target audiens lewat media dan dengan cara penyampaian yang sesuai.

Dalam proses membuat materi visual, jasa ilustrator digunakan untuk melakukan proses digitalisasi sketsa yang sudah digambar sebelumnya. Cerita ini dibuat berdasarkan hasil wawancara terhadap pengendara sepeda motor di Jakarta, yang digambarkan di selembar kertas untuk nantinya dibuatkan visual digitalnya. Selain mendigitalisasi sketsa, ilustrator juga mendigitalisasi materi-materi publikasi yang nantinya akan digunakan untuk promosi kepada target audiens.



Sumber: Dokumen Pribadi

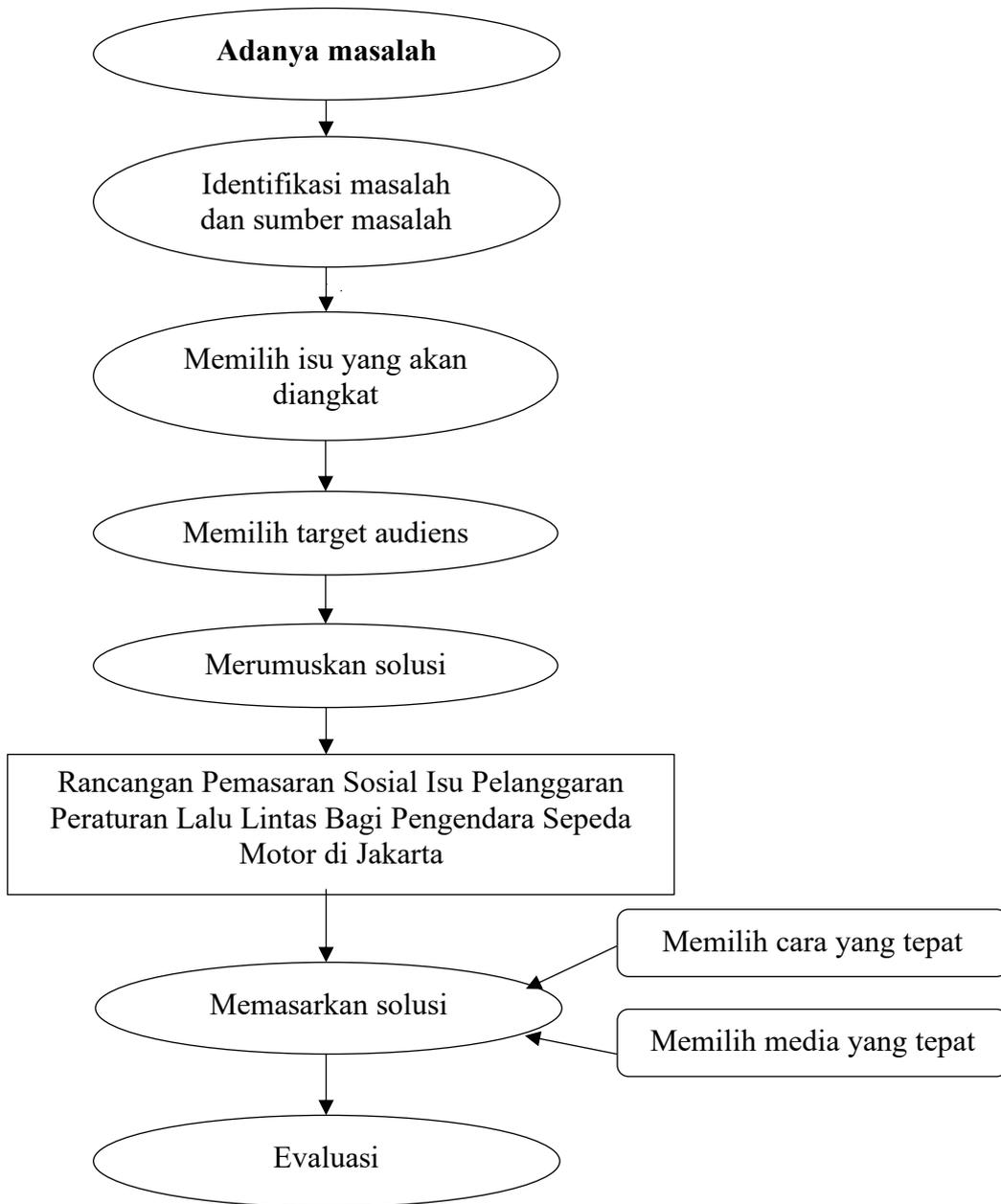
Gambar 3. 1 Sketsa komik

Komik yang sudah selesai bentuk digitalnya akan diunggah ke situs layanan baca komik daring yang dapat diakses tanpa perlu melakukan registrasi terlebih dahulu. Situs yang dipilih untuk mempublikasikan karya ini adalah WebToon dengan pertimbangan akses yang mudah dan juga sudah memiliki banyak pengguna

aktif di Indonesia. Situs WebToon terhubung dengan layanan pesan singkat LINE yang mayoritas penggunanya adalah remaja dan dewasa muda. Pemilihan situs WebToon untuk mengunggah hasil karya ini didasari oleh banyaknya pengguna aktif WebToon, yang meningkatkan kemungkinan karya ini dibaca saat muncul di *timeline* pengguna. Selain itu, pertimbangan untuk mengunggah karya ini ke WebToon dibandingkan ke tautan di mana calon pembaca harus mengunduh komik ini adalah karena konsumsi kuota yang lebih minimal jika menggunakan WebToon. Untuk perbandingan, membaca karya ini lewat WebToon hanya mengonsumsi 4 megabytes kuota dibandingkan dengan harus mengunduh file berbentuk PDF yang membutuhkan 13 megabytes kuota.

Bentuk promosi yang disiapkan adalah materi promosi digital yang akan disebarluaskan lewat media sosial. Pemilihan media sosial cocok dengan profil target pembaca karya ini yaitu pekerja dengan rentang umur 23-40 tahun. Media sosial yang utama digunakan dalam publikasi karya ini adalah Instagram dan juga Facebook, di mana lalu lintas pengguna media sosial terjadi paling besar di media ini. Materi akan diunggah ke akun Instagram khusus untuk Malih, yaitu @perjalanansimalih.

Tabel 3. 1 Tahapan perancangan



Sumber: Data pribadi

Untuk menjaga perkembangan dan kemajuan dari perancangan ini, maka sebuah perkiraan *timeline* dibuat untuk dijadikan acuan.

Tabel 3. 2 Timeline perancangan

Keterangan	Februari				Maret				April				Mei				Juni		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	
Mengumpulkan data kuantitatif (data jumlah kecelakaan, jumlah korban, jumlah pelanggaran, dsb)	■	■																	
Mengumpulkan data kualitatif (insight pengendara, dsb)	■	■									■	■							
Memilih isu dan target audiens			■	■															
Merumuskan strategi				■	■														
Membuat alur cerita materi sosialisasi dan sketsa					■	■	■	■	■										
Membuat materi publikasi sosialisasi										■	■								
Revisi terakhir materi yang akan dipublikasikan											■	■							
Finalisasi materi yang akan dipublikasikan dalam bentuk digital											■	■	■	■	■				
Menjalin hubungan dengan media											■	■	■	■	■				
Mengirim artikel ke media daring													■	■	■	■			
Mempromosikan lewat media sosial														■	■	■	■	■	■
Finalisasi laporan																			■

3.2 Anggaran

Berikut adalah anggaran perancangan karya “Rancangan Pemasaran Sosial Isu Pelanggaran Lalu Lintas Bagi Pengendara Sepeda Motor di Jakarta”. Anggaran ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu pre-produksi (mengumpulkan data pendukung dan mencari sponsor), produksi (pembuatan materi sosialisasi dan materi promosi) serta pra-produksi (memasarkan materi sosialisasi dan evaluasi)

Tabel 3. 3 Anggaran perancangan

	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Total
Pre-produksi	Biaya riset dan pengumpulan data	1	Rp1.500.000	Rp1.500.000
	Cetak proposal pitching sponsor	20	Rp40.000	Rp800.000
Produksi	Designer visual	1	Rp2.500.000	Rp2.500.000

Pra-produksi	Media Relation	1	Rp200.000	Rp200.000
	Digital ads (Facebook & Instagram)	1	Rp300.000	Rp300.000
	Biaya riset dan evaluasi	1	Rp1.000.000	Rp100.000
Total anggaran				Rp5.900.000

Sumber: Data pribadi.

3.3 Target Luaran/Publikasi

Perancangan karya “Rancangan Pemasaran Sosial Isu Pelanggaran Lalu Lintas Bagi Pengendara Sepeda Motor di Jakarta” bertujuan menjangkau sebanyak-banyaknya pengendara motor di Jakarta Barat dan Jakarta Pusat untuk mengunduh materi sosialisasi ini dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Target selanjutnya adalah meningkatkan kesadaran target sasaran bahwa berkendara tidak sesuai dengan peraturan yang ada dapat mengganggu pengguna jalan yang lain dan bahkan membahayakan diri sendiri. Penggunaan publikasi di Instagram baik *feeds* maupun *story* diharapkan dapat menjangkau pengendara motor yang sudah mengetahui tentang peraturan lalu lintas tapi masih melanggarnya, maupun pengendara motor yang belum mengetahui tentang peraturan lalu lintas agar tertarik untuk mengunduh materi sosialisasi yang sudah disiapkan.