



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan gelandangan dan pengemis di DKI Jakarta yang semakin meningkat membuat lingkungan di sekitar terlihat kumuh. Berdasarkan klasifikasi di PSBI Bangun Daya 1 tercatat pada tahun 2013 jumlah gelandangan 662 orang dan pengemis 326 orang, sedangkan untuk tahun 2014 jumlah gelandangan 1.798 orang dan pengemis 909 orang, Bapak Ruminto selaku tata usaha di PSBI Bangun Daya 1 mengatakan pada setiap tahunnya gelandangan dan pengemis selalu bertambah. Terlebih lagi saat bulan Ramadhan tiba, angka gelandangan dan pengemis meningkat, hanya saja saat bulan itu pengemis dinamakan manusia gerobak. Manusia gerobak adalah pengemis yang bermodal sebuah gerobak biasanya mereka bekerja satu keluarga ayahnya yang menarik dan berkeliling mendorong gerobak tersebut dan di dalamnya terdapat istri dan anak-anak mereka, dan biasanya mereka beroperasi saat malam hari dikarenakan lebih banyak masyarakat yang beraktivitas seperti adanya sahur *on the road*, mereka biasanya mendapatkan sejumlah uang atau beberapa makanan yang diberikan oleh masyarakat untuk sahur. hal itu sesuai seperti yang dikatakan Miftahul Huda selaku Kepala Suku Dinas Sosial Jakarta Selatan dalam www.sindonews.com mengenai manusia gerobak yang marak saat ramadhan dan berharap agar pengguna jalan tidak memberikan uang kepada mereka (10 Maret 2015, 10:50).

Menurut hasil wawancara penulis dengan Bapak Ruminto sebagai tata usaha di Panti Sosial Bina Insan Bangun Daya I Kedoya, dan Bapak Prayetno sebagai kepala seksi di Dinas Sosial Jakarta, pada dasarnya sebanyak 60% alasan menjadi “gepeng” karena mereka nekat dari yang rata-rata daerah Jawa Barat dan Jawa Tengah datang ke Jakarta mengira Jakarta adalah surganya pekerjaan tapi kenyataannya untuk mendapat pekerjaan tidak mudah hal itu dikarenakan harus membutuhkan *skill* pendidikan, keterampilan, dan latar belakang yang berkaitan dengan pekerjaan, yang sebagian besar tidak mereka miliki. Oleh karena itu mereka menjadi gelandangan dan pengemis di jalanan. Tidak sedikit para gelandangan dan pengemis melakukan hal tersebut dengan cara menipu misalnya mereka yang sehat secara fisik dibuat-buat dengan cara cacat fisik hanya untuk mendapatkan rasa kasian dari masyarakat, hal itu sesuai yang dikatakan oleh Nala Edwin di <http://news.detik.com> (25 februari 2015, 20:24) “Selama ini lebih banyak pengemis yang menipu. Kerap kali Dinas Sosial DKI menemukan pengemis yang mempunyai uang sampai puluhan juta rupiah.”

Setelah melakukan survei sementara melalui kuisioner, dari 38 orang yang beralasan karena kasian dan iba yaitu sebanyak 23 orang. Hal tersebut berkaitan dengan berita di www.megapolitan.kompas.com oleh Nadia Zahra yang menuliskan banyak masyarakat jakarta yang tidak tega dengan orang yang meminta-minta apalagi pengemis tersebut adalah manula, ibu yang sedang menggendong bayi, atau orang cacat (10 Maret 2015, 11:12). Dari seorang pakar yang bekerja di salah satu panti sosial Bapak Ruminto mengatakan penghasilan mereka sehari bisa mencapai kurang lebih 150.000 – 200.000, uang tersebut

didapatkannya hanya dengan cuma-cuma. Hal itu akan membuat dampak buruk bagi gepeng, seperti munculnya rasa selalu ingin tahu dan mencoba, semakin banyak, timbulnya rasa malas tidak mau berusaha karena dengan cara instan mereka bisa mendapatkan uang, dan dijadikan sebagai mata pencaharian. Sedangkan dampak bagi pemerintah yaitu mengganggu citra pemerintah yang seolah-olah ada pembiasaan, dan dilihat pemerintah seperti tidak peduli, kenyataannya pemerintah sudah menyediakan lapangan kerja perkebunan kelapa sawit, dan kebun teh di luar daerah seperti Jambi, Kalimantan, dan lain-lain, menurut Bapak Ruminto.

Himbauan pemerintah untuk tidak memberi uang kepada gepeng merupakan langkah baik untuk mengurangi angka gelandangan dan pengemis dan dengan adanya perda DKI Jakarta No. 8 tahun 2007 tentang ketertiban umum, antara lain setiap orang atau badan dilarang menjadi, menyuruh, membeli, ataupun memberi sejumlah uang kepada pengemis, pengamen, pedagang asongan dan pengelap mobil. Seperti yang ada di berita www.megapolitan.kompas.com (23 Maret 2015, 20:14). Perda tersebut bertujuan untuk mengurangi bahkan menghilangkan gelandangan dan pengemis di DKI Jakarta.

Berdasarkan uraian yang ada di latar belakang, untuk membersihkan para gelandangan dan pengemis dari perilaku masyarakat yang masih suka memberikan uang pada mereka, maka penulis membuat Tugas Akhir yang berjudul Kampanye Sosial Mari Sisihkan! (Kembalian Anda Berarti Bagi Gelandangan & Pengemis).

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penyusunan tugas akhir ini adalah:

Bagaimana merancang media visual tentang kampanye sosial Mari Sisihkan!
(Kembalian Anda Berarti Bagi Gelandangan & Pengemis).

1.3. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan dan agar pembahasan tidak menjadi luas dari pokok rumusan masalah yang sudah ada, penulis membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Segmentasi Geografi : Kampanye sosial ini bertujuan untuk sekitar daerah Jakarta
2. Segmentasi Demografi : Multigender yaitu pria dan wanita, masyarakat produktif yang berusia 17-50 tahun, berstatus sosial menengah atas, dan sebagai mahasiswa, ibu rumah tangga, karyawan, dan wiraswasta, dan lainnya.
3. Segmentasi Psikografi : Masyarakat yang sering menjadi pengguna jalan raya, dan perilaku yang masih suka memberikan uang pada gelandangan dan pengemis.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan penulis dalam pembuatan perancangan Tugas Akhir yang didasari dari rumusan masalah adalah sebagai berikut :

Merancang media visual tentang kampanye sosial Mari Sisihkan! (Kembalian Anda Berarti Bagi Gelandangan & Pengemis).

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat bagi penulis

Menambah ilmu bagaimana cara mencari sumber-sumber yang berkompeten dalam bidangnya mengenai gelandangan dan pengemis, belajar cara membuat media untuk kampanye sosial, dan pengetahuan mengenai gelandangan dan pengemis.

2. Manfaat bagi masyarakat

Menghilangkan perilaku masyarakat yang masih suka memberikan uang dengan mudah pada gelandangan dan pengemis, dan menambah pengetahuan penulis jika kita memberikan uang pada gelandangan dan pengemis sama saja kita merusak mental dan membuat dampak yang buruk bagi mereka.

3. Manfaat bagi universitas

Menambah wawasan bagi mahasiswa dan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara tentang gelandangan dan pengemis.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Pada metode pengumpulan data penulis menggunakan metode kualitatif, menurut Gulo ada beberapa metode yang bisa dilakukan, antara lain pengamatan (observasi), survei, wawancara, kuisioner, dan metode dokumenter. Untuk setiap variabel tersebut digunakan sesuai data yang diperlukan dan ciri dari respondennya. Jika sesuatu data tidak memungkinkan untuk memakai metode observasi atau wawancara, bisa dilakukan dengan memakai metode dokumenter, dan sebagainya. Karena setiap variabel memiliki karakteristik yang berbeda-beda,

dalam sebuah metode pengumpulan data boleh memakai dua variable hingga lebih, tergantung pencarian data yang diperlukan. (2002, hlm. 115).

1.6.1. Data Primer

Sebelum memulai kampanye sosial ini, penulis melakukan beberapa teori yang berisi mengenai survei, wawancara, kuisisioner, observasi, dan dokumenter atau dokumen.

1. Survei

Survei dilakukan penulis dengan cara mencari lokasi mana saja yang banyak, dan memilih panti sosial yang berhubungan dengan gelandangan dan pengemis, selain itu penulis juga mengamati perilaku masyarakat jika bertemu dengan gelandangan dan pengemis, agar penulis mengetahui titik rawan berada di lokasi mana.

2. Wawancara

Selanjutnya untuk mendapatkan data dan informasi penulis akan melakukan wawancara kepada orang yang berkompeten dalam bidangnya seperti wawancara ke salah satu disivi di panti sosial Jakarta Barat, selain itu ke Panti Sosial khusus gelandangan dan pengemis di daerah Pasar Kemis Tangerang dan Indomaret sebagai lokasi yang akan diajak bekerjasama untuk melakukan kampanye sosial ini. Wawancara merupakan hasil tanya jawab mengenai penelitian yang dilakukan penulis.

3. Kuisisioner

Penyebaran kuisisioner berupa digital maupun manual dilakukan untuk mengetahui perilaku-perilaku masyarakat mengenai penelitian yang penulis lakukan yaitu

tentang gelandangan dan pengemis. Pembagian kuisioner ini dilaksanakan khususnya untuk masyarakat menengah atas.

4. Observasi

Variabel observasi adalah pengamatan langsung tentang fenomena yang terjadi mengenai gelandangan dan pengemis. Dengan melakukan observasi penulis akan mengetahui atau mendapatkan data atau informasi alasan, faktor, dan dampak yang ditimbulkan jika masyarakat selalu memberikan uang pada gelandangan dan pengemis. Selain itu penulis mengetahui media apa saja yang mendukung untuk kampanye sosial ini untuk target kampanye. Observasi dilakukan di daerah sekitar Jakarta.

5. Dokumenter atau Dokumen

Untuk memperkuat fenomena yang ada penulis juga akan mengumpulkan dokumen ataupun foto mengenai gelandangan, pengemis, maupun masyarakat itu sendiri melalui dinas sosial ataupun panti sosial.

1.6.1. Data Sekunder

Untuk memperkuat fakta ataupun sebagai pelengkap dari data primer, penulis mencari data sekunder melalui buku, *ebook*, dan media *online* atau internet. Inilah beberapa buku yang digunakan oleh penulis, seperti Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi, Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula, *Layout Dasar & Penerapannya*, Menjadi Seorang Desain Grafis, *Human Interest Photography*, Fotografi Asyik dengan Kamera Saku, Merancang Media Promosi Unik dan Menarik, *Crisis Publik Relationship*, Iklan Layanan

Masyarakat, Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan. Serta mencari data-data melalui www.rri.co.id, www.news.detik.com, dan www.megapolitan.kompas.com

1.7. Metode Perancangan

Untuk metode perancangan penulis menggunakan teori dari buku M. Suyanto yang berjudul Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan. Dalam buku tersebut menjelaskannya bagaimana cara memecahkan sebuah masalah dan mempermudah menemukan solusi desain (2004, hlm. 35).

1. Identifikasi Masalah

Memakai konsep 5W+1H. Tahapan yang penulis akan lakukan yaitu harus mengetahui fenomena apa yang sedang terjadi, memahami target tujuan yang menjadi sasaran penulis mulai dari geografis, demografis, dan psikografisnya, memikirkan waktu untuk melakukan gerakan kampanye sosial, menjelaskan alasan yang kuat kenapa penulis memilih topik tersebut, dan terakhir solusi apa yang akan penulis buat dalam bentuk media visual tentang Kampanye Sosial Mari Sisihkan! (Kembalian Anda Berarti Bagi Gelandangan & Pengemis).

2. Melakukan Riset

Melakukan riset dan pencarian data tentang Kampanye Sosial Mari Sisihkan! (Kembalian Anda Berarti Bagi Gelandangan & Pengemis). Melalui sumber yang berkompeten dalam bidangnya baik data primer maupun data sekunder, seperti Panti Sosial Bina Insan Bangun Daya 1 Kedoya, Panti Sosial Bina Karya, dan berita online yang berhubungan dengan topik.

3. *Brainstorming* dan Konsep

Setelah melakukan riset dan mendapatkan data yang akurat melalui pencarian data primer dan sekunder, maka penulis melakukan pengembangan ide agar mendapatkan konsep yang baik dan kreatif.

4. Sketsa

Setelah memiliki ide konsep yang baik dan kreatif, penulis akan melakukan sketsa kasar mengenai topik yang dipilih dalam sebuah desain.

5. Eksekusi

Tahapan akhir sebuah eksekusi pada media visual tentang Kampanye Sosial Mari Sisihkan! (Kembalian Anda Berarti Bagi Gelandangan & Pengemis), hingga proses percetakan.

UMMN

1.8. Skematika Perancangan

