



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

Di zaman modern seperti sekarang ini masyarakat sangat bergantung dengan alat transportasi. Untuk mempermudah aktifitasnya, Masyarakat menggunakan kendaraan pribadi. Efek domino dari fenomena ini adalah meningkatnya kemacetan yang berujung pada polusi udara yang mengancam kesehatan lingkungan dan masyarakat.

Berdasarkan data Direktorat Lalu Lintas yang dikutip dari Merdeka.com, terjadi peningkatan jumlah sepeda motor dan mobil pribadi masing-masing sebesar 11% di DKI Jakarta dengan jumlah yang fantastis yaitu 9.861.451 unit dan 2.541.351 unit pada 2012 (Sari.2012). Dibandingkan tahun 2010 dan 2011, polusi udara meningkat lebih dari 30-40 persen. Artinya pencemaran udara meningkat drastis dan hal tersebut 80% berasal dari kendaraan bermotor (Sasmita. 2012).

Efeknya berakibat pada menurunnya kualitas udara di Jakarta dari tahun ke tahun. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Badan Pengelola Lingkungan Hidup Daerah (BPLHD) DKI Jakarta, pada pertengahan tahun 2003 udara di DKI Jakarta kategori tidak sehat dan kategori sangat tidak sehat menunjukkan peningkatan. Sebaliknya, pada kategori baik menurun drastis (Muhammad. 2004).

Udara 'beracun' sangat merugikan dan berbahaya bagi masyarakat. Pada tahun 2010 warga DKI Jakarta harus menghabiskan biaya dengan total Rp 38 triliun untuk biaya pengobatan berbagai macam masalah pernafasan yang disebabkan polusi emisi gas buang kendaraan dan diperkirakan angka tersebut akan terus meningkat (Sasmita. 2012). Beberapa penyakit pernafasan yang dimaksud seperti gangguan fungsi ginjal, kerusakan pada sistem saraf, stroke, impotensi, jantung koroner, kanker dan kematian dini.

Sayangnya pemerintah bergerak lambat dan belum melakukan upaya dalam meminimalisir pencemaran udara di DKI Jakarta yang semakin memburuk setiap tahunnya. Padahal kesehatan masyarakat jelas terancam, terutama pengendara motor yang sehari-harinya berhadapan langsung dengan 'udara beracun'. Untuk melindungi diri, masyarakat DKI Jakarta tidak dapat mengandalkan pemerintah daerah. Namun bukan berarti masyarakat DKI Jakarta tidak mempunyai solusi dan hanya dapat pasrah atas kondisi yang dialaminya.

Sebagian orang telah melakukan inisiatif dalam melindungi dirinya dari ancaman tersebut dengan menggunakan masker, namun masih banyak masyarakat yang belum tahu ataupun belum melakukan upaya tersebut dikarenakan minimnya informasi yang mereka dapatkan mengenai fakta-fakta seputar polusi udara. Untuk mengatasi masalah ini hal yang mungkin dilakukan adalah meningkatkan kesadaran masyarakat dengan cara

menyebarkan informasi mengenai bahaya polusi Udara, cara mempersiapkan diri dalam menghadapi polusi udara.

Berdasarkan bidang ilmu Desain Komunikasi Visual, solusi yang memungkinkan untuk menyampaikan pesan secara masal adalah dengan membuat sebuah rancangan kampanye sosial dengan topik terkait. Berdasarkan masalah di atas, munculah ide untuk melakukan penelitian bertemakan perancangan kampanye sosial bahaya emisi kendaraan bagi kesehatan para pengendara motor di DKI Jakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang strategi komunikasi visual menggunakan berbagai media komunikasi visual yang efektif untuk meningkatkan kesadaran pengendara motor akan bahaya polusi udara di DKI Jakarta?

1.3. Batasan Masalah

Pembahasan penelitian dibatasi pada masalah bahaya polusi emisi gas buang kendaraan bermotor terhadap kesehatan pengendara sepeda motor. Kampanye sosial dibatasi untuk daerah DKI Jakarta.

Penelitian dimaksudkan untuk menemukan strategi komunikasi dan media komunikasi visual yang efektif untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya polusi udara.

Sasaran Utama kampanye Sosial adalah pengendara motor daerah perkotaan dengan kategori pria dewasa muda berusia 20 - 40 Tahun yang masih aktif berkendara di daerah padat kendaraan DKI Jakarta.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

1. Merancang strategi komunikasi kreatif untuk menyampaikan pesan kepada pengendara motor sebagai *target audience* kampanye sosial.
2. Menemukan media komunikasi visual yang efektif sesuai dengan *target audience* yang dituju.
3. meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat untuk melindungi kesehatan tubuh dari bahaya polusi udara secara kreatif dan efektif.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Dengan dilakukannya penelitian dan tugas akhir yang penulis lakukan, diharapkan penulis dapat menciptakan karya yang dapat menginformasikan, mengajak, dan meningkatkan kepedulian dan kesadaran masyarakat DKI Jakarta khususnya pengendara motor untuk menjaga dan melindungi kesehatan dan lingkungan mereka dari polusi Jakarta yang berbahaya dengan menggunakan masker udara.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah metode kualitatif. Adapun sumber dan teknik dari metode tersebut adalah dengan mengumpulkan data dan teori terkait berdasarkan studi literatur, pengumpulan artikel melalui internet, observasi lapangan secara langsung, survei *target audience* dan wawancara pihak yang berkaitan dengan penelitian.

1.7. Metode Perancangan

Untuk memahami masalah yang ada dan menemukan solusi yang tepat, penulis terjun langsung kelapangan dan merasakan langsung seperti apa kondisi dan situasi yang terjadi dilapang. Dalam tahapan observasi langsung, penulis memilih jalur padat kendaraan di daerah Jakarta sebagai sampel target. Observasi dilakukan pada jam padat sekitar pukul 08.00 WIB pagi dan pukul 17.00 WIB di sekitar daerah padat kendaraan di DKI Jakarta seperti Gatot Subroto, Kuningan, Sudirman, Pancoran untuk mengetahui situasi yang terjadi dilapangan, bagaimana perilaku target saat terkena macet dan apa saja yang dapat digunakan sebagai media penyampaian pesan kepada target. Selanjutnya penulis akan melakukan survei untuk mendapatkan data dari target kampanye sosial agar penulis dapat memutuskan metode, strategi dan desain seperti apa yang tepat untuk sasaran kampanye. Kemudian penulis akan melakukan wawancara narasumber yang dapat mendukung informasi yang dibutuhkan seperti

dokter spesialis paru-paru dan narasumber dari lembaga BPLHD untuk melengkapi data yang diperlukan dalam perancangan kampanye.

Berdasarkan proses dan analisa yang akan dilakukan, media yang digunakan dalam strategi komunikasi melalui perancangan kampanye Sosial kesadaran bahaya polusi udara di Jakarta adalah media *below the line* berupa poster, brosur, banner. Media tersebut dipilih karena informasi disampaikan saat *target audience* dalam keadaan berhenti waktu berkendara. Sedangkan lokasi penempatan media tersebut diletakkan pada tempat yang selalu dikunjungi para pengendara motor, seperti bengkel, SPBU atau parkir motor dalam gedung.

Dengan merasakan pengalaman langsung dan diberikannya informasi mengenai bahaya dari polusi udara tersebut, *target audience* akan diajak untuk melindungi tubuhnya sendiri dari polusi udara dan tergerak untuk berpartisipasi dalam upaya mengurangi polusi udara dan memperbaiki kualitas udara di wilayah tersebut. *Target audience* akan diberikan informasi bagaimana caranya berpartisipasi menghadapi dan mengurangi polusi udara di Jakarta melalui kampanye sosial secara bertahap.

Dalam perancangan kampanye ini, metode yang digunakan adalah metode AISAS: *Attention Interest Search Act and Share*. Model ini adalah penyempurnaan dari model sebelumnya yaitu AIDMA (*Attention, Interest, Desire, Memory, Action*) yang diciptakan oleh Ronald Hall pada

tahun 1920. Model AISAS itu sendiri dikembangkan oleh agen periklanan Dentsu pada 2004 (Sugiyama, Andree, 2011: 79). Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai model AISAS yang akan diaplikasikan pada kampanye sosial bahaya polusi udara bagi pengendara roda dua.

1.7.1. Attention

Menarik perhatian target dengan media visual yang mencolok dan menarik sehingga target tertarik untuk membaca media tersebut dan secara tidak langsung target dapat mengetahui informasi yang hendak disampaikan. Media yang digunakan dapat berupa stiker motor bertemakan polusi udara dengan gaya humoris.

1.7.2. Interest

Tahap ini berfungsi untuk menarik perhatian masyarakat agar mereka lebih tertarik untuk mengetahui lebih detail mengenai masalah yang ada dengan memberikan gambaran dari dampak buruk polusi udara. Media yang digunakan berupa poster yang berisikan memvisualisasikan akibat dari polusi udara seperti paru-paru yang terkena kanker, kematian dini dan sejenisnya.

1.7.3. Search

Pada tahap 'search' yang berarti mencari tahu, masyarakat akan diberikan materi-materi yang dapat meningkatkan kewaspadaan dan kepedulian mereka terhadap polusi udara. Informasi akan disajikan secara menarik dengan menyediakan informasi berupa infografis yang dapat mereka unduh secara online ataupun dapat mereka lihat di rumah sakit

bagian paru-paru. Untuk publikasi secara luas, infografis akan ditempatkan di Koran-koran otomotif sehingga target dapat dengan mudah mendapatkan informasi tersebut.

1.7.4. Act

Setelah masyarakat lebih *aware* terhadap polusi udara, selanjutnya masyarakat akan diajarkan bagaimana cara dan langkah apa saja yang dapat dilakukan untuk melindungi diri mereka dari polusi udara yang akan mereka hadapi secara langsung di jalanan. Kemudian masyarakat akan di ajak untuk berpartisipasi dalam mengurangi dampak polusi udara dan ikut serta dalam memperbaiki kualitas udara Jakarta.

1.7.5. Share

Tahap terakhir adalah dengan membuat *event* seperti *bikers* peduli lingkungan. Hal ini dimaksudkan agar informasi terus berlanjut melalui komunitas sepeda motor sehingga komunitas tersebut tersebut terus melanjutkan penyebaran informasi ke anggotanya. Pada akhirnya penyebaran informasi ini berbentuk seperti siklus yang terus menerus akan disampaikan dari satu orang ke orang lainnya.

1.8. Skematika Perancangan

