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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang digunakan penulis dalam perancangan kampanye sosial ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif yang digunakan berupa wawancara yang dilakukan penulis dengan ahli psikolog anak yaitu Ibu Woro Kurnianingrum, M.Psi di Rumah Sakit St. Carolus, sedangkan metode kuantitatif berupa data kuesioner yang ditujukan kepada orangtua yang memiliki anak berusia 7 sampai 9 tahun. Penulis juga menggunakan metodi studi *literature* dalam menganalisa data sekunder yang berupa buku-buku yang menjelaskan tentang Tanggung Jawab Anak.

3.1.1. Wawancara

Teknik wawancara adalah cara mendapatkan data dengan melakukan tanya jawab kepada sumber data atau responden (Abdurrahman dan Muhidin, 2011, hlm.89). Pada hari Jumat, 22 September 2017, penulis melakukan wawancara tidak berstruktur kepada ahli psikolog anak, Woro Kurnianingrum, M.Psi. dengan topik tentang perilaku tanggung jawab anak.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.1 Wawancara Bersama Psikolog Anak

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

Dari hasil wawancara Ibu Woro berpendapat bahwa tanggung jawab berkaitan erat dengan perkembangan tahapan selanjutnya seperti kemandirian contohnya anak dapat menyelesaikan masalah pribadi.

Ia menegaskan sangat penting mendidik tanggung jawab anak di rumah karena merupakan fondasi atau dasar sesuai dengan teori dari salah satu pakar psikolog, Bronfenbrenner, yaitu penanaman moral bermulai dari keluarga atau dari rumah dan dengan siapa anak tersebut tumbuh atau siapa yang mengasuh dan mendidik anak. Sangat kecil kemungkinan anak dalam memiliki perilaku bertanggung jawab jika mereka tumbuh tanpa orangtua. Jika pun ada, maka akan dipengaruhi oleh faktor lingkungan, contoh sekolah. Namun, beliau yakin bahwa kemungkinan anak memiliki tanggung jawab sangat kecil. Dan ketika mereka tidak memiliki perilaku tanggung jawab maka dampak yang timbul adalah anak

akan sulit menyelesaikan tuntutan atau masalah pribadi yang semakin lama semakin banyak.

Ibu Woro mengatakan bahwa baik adanya dibuat jadwal untuk anak sebagai bentuk tanggung jawab diri sendiri seperti contoh jadwal untuk membersihkan tempat tidur atau merapikan atau membereskan buku atau mainan sesudah belajar dan bermain. Ada juga anak diajarkan membawa piring ke dapur untuk dicuci sesudah makan, diajarkan untuk menyiapkan seragam sekolah sendiri, diajarkan untuk meletakan seragam sekolah/pakaian kotor dikeranjang dan juga sepatu diletakan kembali sesudah pulang sekolah, diingatkan dan diajarkan untuk makan/mandi sendiri dan berpakaian sendiri, dan lain sebagainya.

3.1.2. Kuesioner

Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan yang telah disiapkan dan memerlukan jawaban dari para target atau responden (Ghozali, 2003, hlm.107). Metode kuesioner dilakukan dengan cara menyebar kuesioner online yang berisi beberapa pertanyaan. Kuesioner dibagikan kepada 103 target yang telah ditentukan oleh penulis, yaitu orangtua yang memiliki anak usia 7 sampai 9 tahun. Berikut merupakan kesimpulan table dan analisa dari kuesioner yang dibagikan oleh penulis:

Tabel 3.0.1 Pertanyaan Kuesioner No.1

No	Pertanyaan	Jawaban	
1	Berapakah umur anda?	41,5% menjawab 30-	58,5% menjawab 40-

Perancangan Kampanye Sosial..., Prisilia Berlinda T, FSD UMN, 2018

		40tahun	50tahun

Kuesioner disebar kepada 103 responden, untuk mengetahui target usia orang tua yang berumur 30 sampai 40 tahun memiliki persentase sebanyak 41,5% dan yang berumur 40 sampai 50 tahun sebanyak 58,5%.

Tabel 3.0.2 Pertanyaan Kuesioner No.2

No	Pertanyaan	Jawaban	
2	Dimanakah anda tinggal?	62,3% menjawab Jakarta	37,7% menjawab Tangerang

Orangtua yang tinggal dari Jakarta sebanyak 62,3% sedangkan yang tinggal di tangerang sebanyak 37,7%. Sehingga dapat dilihat kebanyakan orangtua yang memiliki kesibukan berada di Jakarta.

Tabel 3.0.3 Pertanyaan Kuesioner No.3

No	Pertanyaan	Jawaban										
3	Apa pekerjaan anda?	3,8% dokter	1,9% dosen	1,9% fotografer	7,5% ibu rumah tangga	41,5% karyawan	1,9% notaris	1,9% pengacara	28,3% pengusaha	5,7% perawat	3,8% *tour guide*	1,9% jasa cetak

Sebanyak 1,9% orangtua bekerja sebagai dosen, notaris, pengacara dan jasa cetak. Selanjutnya sebanyak 3,8% orangtua bekerja sebagai dokter dan *tour guide*. Orangtua yang bekerja sebagai perawat sebanyak 5,7%. Ada juga yang hanya sebagai ibu rumah tangga, yaitu sebanyak 7,5%. Orangtua yang sebagai pengusaha sebanyak 28,3% dan yang memiliki presentase paling banyak yaitu sebagai karyawan swasta dengan responden sebanyak 41,5%.

Tabel 3.0.4 Pertanyaan Kuesioner No.4

No	Pertanyaan	Jawaban						
4	Berapa jam anda bekerja ?	1,9% 5 jam	9,4% 7 jam	26,4% 8 jam	18.9% 9 jam	24,6% 10 jam	13,2% 12 jam	5,7% 14 jam

Kuesioner berikut menentukan berapa lama orangtua bekerja sehingga dapat diketahui waktu yang dihabiskan untuk bekerja dan untuk bersama anak. Persentase terbanyak yaitu 26,4% yang menghabiskan waktu 8 jam bekerja, selanjutnya sebanyak 24,6% menghabiskan waktu 10 jam, sebanyak 18,9% bekerja selama 9 jam, sebanyak 13,2% selama 12 jam, sebanyak 9,4% berkeja selama 7 jam, sebanyak 5,7% bekerja selama 14 jam, dan yang paling sedikit sebanyak 1,9% hanya bekerja 5 jam.

Tabel 3.0.5 Pertanyaan No.5

No	Pertanyaan	Jawaban				
5	Berapa jumlah anak yang anda miliki?	9,4% memiliki 1 anak	45,4% memiliki 2 anak	30,2% memiliki 3 anak	7,5% memiliki 4 anak	7,5% memiliki 5 anak

Jumlah persentase terbesar yaitu orangtua yang memiliki 2 anak sebanyak 45,4%, selanjut mereka yang memiliki 3 anak sebanyak 30,2%, dan berikutnya memiliki 1 anak sebanyak 9,4%. Terakhir, persentase orangtua yang memiliki 4 dan 5 anak sebanyak 7,5%.

Tabel 3.0.6 Pertanyaan Kuesioner No.6

No	Pertanyaan	Jawaban	
6	Berapa umur anak anda?	92,3% memiliki anak berusia 7-9 tahun	7,7% memiliki anak berusia 10-12 tahun

Orangtua yang memiliki anak umur 7 sampai 9 tahun sebanyak 92,3% dan mereka yang memiliki anak berumur 10 sampai 12 tahun hanya sebanyak 7,7%.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.0.7 Pertanyaan Kuesioner No.7

No	Pertanyaan	Jawaban			
7	Seberapa seringkah anda mengecek aktivitas anak ketika dirumah?	15,4% menjawab 1 jam sekali	36,5% menjawab 5 jam sekali	5,8% menjawab tidak pernah	42,3% menjawab kadang-kadang

Hasil kuesioner dari pertanyaan diatas yaitu orangtua yang mengecek anak dengan jawaban kadang-kadan memiliki persentase terbesar yaitu sebanyak 42,3%. Selanjutnya yang menjawab 5 jam sekali untuk mengecek aktivitas anak sebanyak 36,5%. Ada juga yang sering mengecek tiap 1 jam sekali yaitu sebanyak 15,4%. Dan orangtua yang menjawab tidak pernah mengecek aktivitas anak hanya sebanyak 5,8%.

Tabel 3.0.8 Pertanyaan Kuesioner No.8

No	Pertanyaan	Jawaban		
8	Seberapa peduli anda dengan kegiatan anak?	22,6% menjawab sangat peduli	75,5% menjawab biasa saja	1,9% menjawab tidak peduli

Sebagian besar orangtua menjawab biasa saja dengan kegiatan yang anak mereka lakukan yaitu sebesar 75,5% sedangkan hanya sedikit dari mereka yang peduli, yaitu sebanyak 22,6%.

Tabel 3.0.9 Pertanyaan Kuesioner No.9

No	Pertanyaan	Jawaban		
9	Apakah anda mengetahui apa yang dilakukan anak sepulang sekolah?	41,5% menjawab Ya	35,8% menjawab Tidak	22,6% menjawab Tidak selalu

Orangtua sebagian besar mengetahui kegiatan anak setelah sepulang sekolah yaitu memiliki persentase terbanyak yaitu 41,5%. Namun, ada juga yang tidak mengetahui dengan jumlah persentase sebanyak 35,8%. Dan beberapa tidak selalu mengetahui kegiatan anak mereka, persentasenya sebanyak 22,6%.

Tabel 3.0.10 Pertanyaan Kuesioner No.10

No	Pertanyaan	Jawaban	
10	Apakah anda memiliki baby sitter untuk anak?	96,2% memiliki *baby sitter*	3,8% tidak memiliki *baby sitter*

Kuesioner diatas menunjukan bahwa sebagian besar orangtua menggunakan *baby sitter* untuk anak mereka yaitu sebanyak 96,2% dan sedikit sekali yang tidak menggunakan jasa *baby sitter* hanya sebanyak 3,8%.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.0.11 Pertanyaan Kuesioner No.11

No	Pertanyaan	Jawaban	
11	Apakah *baby sitter* anda membantu semua aktivitas yang dilakukan anak anda?	71,7% menjawab Ya	28,3% menjawab Tidak

Kuesioner diatas menunjukan ternyata banyak orangtua yang meminta *baby sitter* untuk mengurus anak mereka yaitu sebanyak 71,7%, dan beberapa orangtua tidak meminta *baby sitter* untuk melakukan semua aktivitas anak hanya memiliki persentase 28,3%.

Tabel 3.0.12 Pertanyaan Kuesioner No.12

No	Pertanyaan	Jawaban	
12	Apakah anda meminta *baby sitter* untuk terus berada di samping anak anda?	79,2% menjawab Ya	20,8% menjawab Tidak

Banyak orangtua juga meminta *baby sitter* untuk selalu mengawasi dan berada di dekat anak, dilihat dari persentase yang sebanyak 79,2%. Dan hanya 20,8% yang tidak meminta *baby sitter* untuk terus di samping anak mereka.

Tabel 3.0.13 Pertanyaan Kuesioner No.13

No	Pertanyaan	Jawaban	
13	Pernahkah *baby sitter* anda mengeluh tentang kelakuan anak anda?	86,8% menjawab Ya, pernah	13,2% menjawab Tidak pernah

Banyak *baby sitter* yang mengeluh terhadap orangtua dengan perilaku anak mereka, dilihat dari persentase yang menjawab ya sebanyak 86,8%.

Kesimpulan dari kuesioner yang telah dilakukan penulis bahwa banyak orangtua yang sibuk bekerja sehingga hanya kadang-kadang meluangkan waktu untuk mengecek aktivitas anak. Mereka juga menggunakan *baby sitter* untuk mengurus dan merawat anak. Dapat dilihat juga bahwa banyak dari mereka yang biasa saja dengan kegiatan anak, bahkan banyak dari mereka yang meminta *baby sitter* untuk terus berada di dekat anak.

3.2. Metodologi Perancangan

Ruslan (2013) menyebutkan beberapa tahap yang dapat digunakan sebagai metodologi perancangan kampanye, yaitu sebagai berikut:

1. Analisis

   Analisis dilakukan dengan cara mengawasi lingkungan masyarkat dan mendapatkan permasalahan yang terjadi melalui hasil survei yang dibuat oleh penulis, yaitu tidak adanya kepedulian dalam masyarakat dalam membangun perilaku tanggung jawab bagi anak-anak.

2. Tujuan

   Tujuan yang ingin dicapai dari perancangan kampanye sosial tentang menanamkan tanggung jawab pada anak adalah untuk mengajak masyarakat berinisiatif agar peduli dengan perilaku tanggung jawab anak yang harus diajarkan sejak dini.

Perancangan Kampanye Sosial..., Prisilia Berlinda T, FSD UMN, 2018

3. Target

Memilih sasaran kepada siapa kampanye ingin dikhususkan. Kampanye akan dikhususkan untuk orangtua yang memiliki anak 7 sampai 9 tahun dengan strata ekonomi menengah keatas di daerah Jakarta dan Tangerang.

4. Informasi

Berdasarkan permasalahan maka informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat yaitu bagaimana cara mendidik perilaku tanggung jawab untuk anak.

5. Strategi

Memilih strategi perencanaan mengenai lokasi, waktu dan pendanaan. Kampanye sosial akan disebarkan di mall-mall daerah Jakarta dalam waktu dua bulan dengan menggunakan pendanaan pribadi.

6. Taktik pelaksanaan

Berbentuk rencana-rencana yang dilakukan agar tujuan dari kampanye dapat dicapai. Kampanye sosial menggunakan media-media seperti poster, *banner*, iklan website, dan lain sebagainya.

7. Skala waktu

Aktivitas kampanye memiliki batas waktu tertentu. Oleh karena itu, penataan waktu sangat diperlukan agar terencana dengan tepat.

Perancangan Kampanye Sosial..., Prisilia Berlinda T, FSD UMN, 2018

8. Sumber daya

   Memiliki 3 bentuk yaitu sumber daya manusia, dana, serta perlengkapan. Sumber daya manusia dalam hal ini adalah pelaku-pelaku aktivitas kampanye. Dan sumber dana melibatakan seluruh dana yang akan diperlukan dalam pelaksanaan kampanye. Perlengkapan melibatkan peralatan-peralatan yang diperlukan dalam menerapkan kampanye.

9. Penilaian

   Mengadakan penilaian untuk kampanye yang sedang berlangsung.

10. Peninjauan

    Memastikan tujuan kampanye telah berhasil, menjelaskan kendala-kendala selama kampanye berlangsung, dan lain sebagainya.

3.3. Studi Eksisting

Penulis menggunakan studi eksisting guna mempelajari perancangan kampanye yang telah ada sebelumnya. Jenis-jenis kampanye berfokus pada visual yang ditampilkan untuk orangtua namun berhubungan dengan anak.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1. Steps to Health

Gambar 3.2 Poster *Steps to Health*

(Sumber: police.uci.edu)

Kampanye *Steps to Health* adalah kampanye yang memberikan pesan edukasi tentang nutrisi kepada masyarakat di Carolina Utara untuk mendukung program PSE yaitu *Policy, Systems, and Environmental.* Kampanye ini bertujuan untuk memperbaiki perilaku aktivitas gizi terutama untuk ibu dan anak kecil. Visual dari kampanye ini sebagian besar menggunakan fotografi dengan *angle full frontal* yang dapat dilihat dari proporsi tubuh model yaitu ibu dan anak dengan menghadap depan. Sedangkan warna dominan yang digunakan yaitu warna merah primer terdapat pada logo dan elemen desain. Sesuai dengan teori dari Samara (2006) bahwa warna merah sering dijelaskan dengan warna anak-anak. Untuk tipografi pada visual kampanye *Steps to Health,* slogan

menggunakan huruf judul (*display type*) yang ukurannya lebih besar dari huruf teks dan terdapat elemen desain dibalik *background display type* sebagai tekanan pada slogan. Untuk *layout* digunakan *Modular Grid* karena banyak teks didalam poster tersebut.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA