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

Dalam melakukan pengumpulan data terkait perancangan kampanye yang akan dibuat, penulis melakukan pengumpulan data dengan metode pendekatan gabungan kuantitatif dan kualitatif. Metode penelitian kuantitatif lebih dutujukan pada penelitian yang jelas permasalahannya dan dilakukan untuk populasi yang jumlahnya banyak sehingga pembahasan atau analisisnya kurang rinci. Pada sisi lain, penelitian kualitatif lebih ditujukan untuk permasalahan yang belum jelas, pada populasi yang sedikit, dan pada cakupan wilayah terbatas. Menurut Effendi dan Tukiran (2010), langkah-langkah yang lazim ditempuh dalam melakukan survei adalah:

1. Merumuskan masalah penelitian dan menentukan tujuan survey.
2. Menentukan konsep hipotesis serta menggali kepustakaan.
3. Mengambil sampel.
4. Membuat kuisioner.
5. Melakukan pekerjaan lapangan, termasuk memilih dan melatih wawaancara.
6. Mengelola data.
7. Menganalisis dan melaporkan.

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

3.1.1. Wawancara

- Wawancara dilakukan kepada Romo Robertus Agung Suryanto, seorang Pastor, yang juga menjabat sebagai Pastor kepala di Gereja St. Paskalis. Wawancara ini bertujuan agar penulis mengetahui lebih lanjut mengenai sakramen tobat bagi umat Katolik. Wawancara dilakukan di Gereja St. Paskalis, Cempaka Putih, Jakarta, 20 September 2017. Romo Agung mengatakan adanya sakramen merupakan perwujudan dari cinta kasih dari Tuhan yang tidak terlihat, menjadi terlihat. Dengan adanya sakramen, manusia dapat merasakan cinta kasih dari Tuhan secara nyata di dalam Gereja.

  Romo Agung mengatakan sakramen tobat atau yang dikenal sebagai sakramen rekonsiliasi merupakan sakramen dimana dosa-dosa yang telah dilakukan oleh manusia dapat dihapuskan. Umat Katolik yang telah dibaptis secara katolik belum tentu setelah itu ia tidak akan melakukan dosa lagi, hal ini dikarenakan manusia tak luput dari dosa-dosa, oleh karena itu sakramen tobat hadir untuk menghapuskan dosa-dosa yang telah mereka perbuat. Untuk melakukan sakramen tobat, seseorang harus menyadari dosa-dosa mereka, memiliki kerendahan hati dalam melakukan pengakuan dan berjanji tidak akan melakukan dosa itu lagi. Sakramen tobat bertujuan untuk mengembalikan relasi kita dengan Tuhan, dengan sesama kita, dan dengan lingkungan alam. Jika dosa yang terdapat pada diri manusia terus menumpuk, maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap kehidupannya.

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

Gambar 3.1.1- 1 *Wawancara Romo Agung*

- Wawancara dilakukan kepada Romo Harri, seorang pastor, yang juga menjabat sebagai ketua Komsos KAJ. Romo Harri menjelaskan sakramen tobat atau rekonsiliasi merupakan sakramen penyembuhan dari dosa-dosa lama yang dapat membuat kita depresi dan membuat kita manusia mengambil langkah negatif dalam menyelesaikan suatu masalh di dunia ini. Setiap dosa yang kita lakukan di dunia ini baik terhadap diri sendiri maupun lingkungan sekitar, akan memberikan dampak kepada Tuhan dan lingkungan gereja. Romo Harri memberikan contoh ketika jari kelingking kita mengalami sakit, bukan hanya jari kelingking yang merasakan rasa sakit itu, melainkan seluruh tubuh kita merasakan hal yang sama. Demikian juga seperti kita manusia khususya umat Katolik. Ketika kita melakukan perbuatan yang berdosa, bukan hanya kita yang merasakannya melainkan seluruh lingkungan Gereja.

Sakramen tobat diwajibkan dua kali dalam satu tahun yaitu sebelum Natal dan Paskah, namun sakramen tobat juga bisa dilakukan setiap hari dengan membuat janji dengan Romo. Menurut Romo Harri, kampanye yang akan dibuat ini dapat dilakukan karena setiap umat memang wajib memberitakan tentang Tuhan Allah kepada sesama.

Gambar 3.1.1- 2 *Wawancara Romo Harri*

- Wawancara dilakukan dengan Josephine Christy anak muda yang teratur melakukan sakramen tobat. Menurut Christy, sakramen tobat merupakan perbaikan hubungan kita sebagai manusia dengan Tuhan. Christy melakukan sakramen tobat secara teratur yaitu setahun dua kali sebelum Paskah dan sebelum Natal. Dengan melakukan sakramen tobat Christy merasa hubungannya dengan Tuhan dipulihkan dari dosa yang dia lakukan baik secara sengaja maupun tidak disengaja. Christy yang sedang menjalani Koas di jurusan kedokteran menganggap untuk melakukan

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

sakramen tobat tidak terbatas dengan waktu karena dapat dilakukan kapan saja.

Gambar 3.1.1.-3 *wawancara dengan Christy*

- Wawancara dilakukan dengan Angelica Anggreini anak muda yang teratur melakukan sakramen tobat. Menurut Angelica makna sakramen tobat merupakan kerendahan diri didepan Tuhan untuk mengakui dosa kita untuk mendapatkan pengampunan dari Tuhan. Setelah melakukan sakramen tobat, dampak yang dirasakannya adalah dia merasa bebennya terangkat, dan merasakan pertolongan dari Tuhan dalam kehidupan sehari-harinya ketika ada masalah. Menurut Angelica, dalam melakukan sakramen tobat tidak menghambat kesibukan kita karena sakramen tobat tidak memakan waktu yang lama, dan bisa dilakukan kapan saja.

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

Gambar 3.1.1- 4 *Wawancara dengan Angelica*

- Wawancara dilakukan dengan Daniel anak muda yang teratur melakukan sakramen tobat. Menurut Daniel makna sakramen tobat merupakan tempat di mana Tuhan benar-benar hadir untuk mengampuni dosa-dosa kita atas kerendahan diri kita di mana kita berani mengakui kesalahan-kesalahan kita didepan orang lain yaitu Romo. Setelah melakukan sakramen tobat, dampak yang dirasakannya adalah dia merasa lebih damai dalam kehidupannya, dan setelah melakukan sakramen tobat, terdapat larangan dari hati nuraninya untuk tidak berbuat dosa lagi sehingga membuat hidupnya menjadi lebih baik. Menurut Daniel dalam melakukan sakramen tobat tidak menguras banyak waktu karena dapat dilakukan kapan saja sehingga tidak menghambat kegiatan sehari-hari kita.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.1.1- 5 *Wawancara dengan Daniel*

- Wawancara dilakukan dengan Grenovi anak muda yang teratur melakukan sakramen tobat. Menurut Grenovi makna sakramen tobat merupakan sarana dimana Tuhan menunjukkan kasihnya kepada manusia melalui sakramen, salah satunya adalah sakramen tobat. Setelah melakukan sakramen tobat, dampak yang dirasakannya adalah dia merasa kelegaan dalam dirinya setelah melakukan sakramen tobat, selain itu alsan Grenovi rutin melakukan sakramen tobat adalah agar dia tidak malu di hadapan Tuhan saat mengikuti perayaan besa khususnya perayaan Paskah. Menurut Grenovi, dalam melakukan sakramen tobat tidak menguras banyak waktu sehingga dia meluangkan waktunya untuk melakukan sakramen tobat, selain itu kita di dunia ini tidak boleh hanya terpaku dengan hal-hal duniawi saja karena kita tidak tahu kapan kita dipanggil oleh Tuhan. Oleh karena itu Grenovi melakukan sakramen tobat agar setiap dosanya dalam

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

setahun dapat terhilangkan dan menjadi lebih baik lagi dalam menjalani kehidupan di dunia ini.

- Wawancara dilakukan dengan Andrean, Kelvin dan Rheza anak muda yang sudah lama tidak melakukan sakramen tobat. Mereka memahami secara teori pentingnya sakramen tobat bagi kehidupan mereka. Alsan mereka tidak melakukan sakramen tobat adalah karena mereka menunda-nunda untuk melakukan sakramen tobat sebelum Natal dan Paskah karena mereka sibuk akan hal duniawi, di mana mereka bertiga sedang merintis bisnis mereka. Dampak yang mereka rasakan karena tidak melakukan sakramen tobat adalah mereka kadang merasakan tekanan batin yang menjadi beban dalam kehidupan mereka, selain itu mereka juga merasa malu untuk bertemu Tuhan sehingga menjadi jauh dari Tuhan.

Gambar 3.1.1- 6 *Wawancara dengan Andrean, Rheza dan Kelvin*

- Wawancara dilakukan dengan Fani anak muda yang sudah lama tidak melakukan sakramen tobat. Menurut Fani, sakramen tobat hanya seperti kewajiban umat Katolik, namun demikian Fani tidak melakukan kewajiban tersebut. Menurut dia dengan berdoa setiap hari beban yang ada

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

di dalam diri dia sudah cukup berkurang tanpa melakukan sakramen tobat. Dampak negatif yang dia rasakan adalah dia menjadi jauh dengan Tuhan, menjadi jarang ke Gereja, dan kurang peka terhadap sesamanya. Fani juga merupakan orang yang ke Gereja saat Natal dan Paskah saja.

Gambar 3.1.1- 7 *Wawancara dengan Fani*

- Wawancara dengan seorang anak muda yang sudah lama tidak melakukan sakramen tobat. Menurut dia, kita tidak dapat menilai perbuatan tersebut dosa atau tidak itu sesuai dengan sudut pandang setiap orang. Menurut anak muda ini, dibandingkan dengan melakukan dosa berat seperti pergi ke panti pijat plus-plus, dengan menonton video porno itu lebih tidak berdosa. Menurut anak muda ini apa yang dia lakukan lebih benar dibandingkan dengan orang-orang yang dosanya jauh lebih besar dibandingkan dia. Menurut dia walaupun dia jarang ke Gereja, jika ada masalah cukup dengan berdoa saja.

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

- Wawancara dengan Ibu Yosita. Menurut beliau, sakramen tobat sangat berpengaruh terhadap kehidupannya. Awalnya beliau tidak percaya, namun saat diajak teman lingkungan melakukan sakramen tobat, beliau benar-benar merasakan Tuhan hadir di dalam ruangan sakramen tobat tersebut. Beliau benar-benar merasakan Tuhan mengangkat semua beban yang ada dalam dirinya, dan Tuhan benar-benar mengampuni segala dosa-dosanya sehingga terdapar rasa kelegaan dalam dirinya. Ibu Yosita sendiri mengajarkan anak-anaknya melakukan sakramen tobat, namun tidak ada unsur paksaan karena jika dipaksa menurut beliau anak menjadi semakin tidak mau melakukan sakramen tobat.
- Wawancara dengan Ibu Theresia. Menurut Ibu Theresia, sakramen tobat merupakan benar-benar pengampunan yang dilakukan oleh Tuhan melalui perantara Romo. Dampak dari sakramen tobat sendiri adalah memperbaingi hubungan diri kita dengan Tuhan karena kita manusia di dunia ini tidak pernah luput dari dosa. Dengan hubungan yang baik dengan Tuhan, Ibu Theresia merasakan kasih Tuhan dalam kehidupannya karena belia merasakan pertolongan Tuhan yang tidak pernah henti dari setiap permasalahan hidup yang ada. Menurut belia banyak anak muda yang bunuh diri karena depresi salah satu penyebabnya adalah hubungan yang kurang baik dengan Tuhan sehingga dia tidak tahu harus meminta pertolongan kepada siapa dan bagaimana cara menyelesaikan suatu permasalahan yang berat dalam hidupnya. Oleh karena itu pentingnya melakukan sakramen tobat adalah dimana kita sebagai manusia mau

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

merendahkan diri didepan Tuhan melalui perantara Romo untuk mengakui dosa-dosa kita dan memperbaiki hubungan kita dengan Tuhan dan sesama.

3.1.2. Kuisioner

Kuisioner dilakukan kepada anak muda beragama Katolik yang berdomisili di Jakarta, untuk mengetahui apakah anak muda Katolik sudah *aware* terhadap pentingnya sakramen tobat, apa pengaruh dosa, dan alasan mereka tidak melakukan sakramen tobat.

1. Apakah tujuan dari sakramen tobat?

   Hasil dari angket yang disebarkan ke 123 responden, 70% mengatakan penyembuhan diri dari dosa yang merupakan penyakit rohani, 16,9 % mengatakan hanya untuk memaknai 7 sakramen dalam Katolik. Dari data ini banyak anak muda yang mengerti tujuan dari sakramen tobat tersebut.

2. Kapan waktu yang tepat untuk melakukan sakramen tobat?

   Hasil dari angket yang disebarkan ke 123 responden, 61,5 % mengatakan waktu yang tepat untuk melakukan sakramen tobat adalah sebelum Natal dan Paskah, 20,8 % mengatakan sesudah Ekaristi. Data ini membuktikan bahwa anak muda Katolik mengetahui waktu yang tepat dalam melakukan sakramen tobat lebih banyak.

3. Apakah Anda sudah melakukan sakramen tobat setiap tahunnya?

   Hasil dari angket yang disebar ke 123 responden, 63,1% mengatakan tidak, dan 36,9% mengatakan iya. Data ini menunjukkan kurangnya perhatian anak muda Katolik dalam melakukan sakramen tobat.

4. Apakah alasan Anda tidak melakukan sakramen tobat?

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

Hasil dari angket yang disebar ke 123 responden, 45,1% mengatakan malas, 31,7% mengatakan sibuk dengan hal duniawi, 14,6% mengatakan sibuk dengan karir mereka, dan 8,5% mengatakan kurang berguna. Data ini menunjukkan kurangnya minat anak muda katolik dalam melakukan sakramen tobat.

5. Apakah anda mengetahui dampak negatif dari dosa yang menumpuk lama dalam diri Anda ?

   Dari angket yang disebar ke 123 responden, 76,2% mengatakan iya dan 23,8% mengatakan tidak. Dari data ini menunjukan bahwa anak muda Katolik mengetahui tetapi mereka masih belum melakukan sakramen tobat tersebut.

6. Menurut Anda efek apa yang akan ditimbulkan dengan dosa yang menumpuk tanpa dilakukannya sakramen tobat ?

   Dari angket yang disebar ke 123 responden, 67,7% mengatakan dosa akan mempengaruhi kehidupan kita dengan sesama dan dengan Tuhan, 14,6% mengatakan dosa akan membuat kita tidak mempunyai tujuan hidup, 11,5% mengatakan dosa hanya akan mempengaruhi diri kita sendiri. Dari data tersebut menunjukkan masih ada anak muda yang belum mengerti efek yang diberikan dari dosa.

3.1.3. FGD

Focus group discussion dilakukan oleh penulis di restoran *Fish Street* pada hari Rabu, 25 Oktober 2017 pukul 17.20 WIB untuk mengetahui karakteristik anak

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

muda Jakarta sehingga penulis dapat mengetahui desain seperti apa yang sesuai dengan karakteristik tersebut.

Berdasarkan hasil *Focus group discussion* yang telah dilakukan, penulis mendapatkan kesimpulan yaitu:

- Dalam penggunaan media, berdasarkan hasil FGD anan-anak muda sering menggunakan internet sebagai media utama karena media tersebut dekat dengan kehidupan sehari-hari, cepat, dan mudah. Setelah mendapatkan informasi dari media tersebut kebanyakan dari mereka langsung percaya, tetapi ada juga yang mencari informasi melalui media lain terlebih dahulu baru percaya. Media yang paling banyak digunakan dalam mencari informasi adalah TV, Radio, Internet, Media sosial, *Youtube*. Media yang paling jarang digunakan oleh mereka adalah baliho, spanduk, dan flyer.
- Dalam pendalaman pesan, mereka lebih suka menggunakan kalimat yang tidak terlalu baku, namun masih terkesan sopan dan simple. Menurut mereka jika menggunakan bahasa yang baku dan panjang, kebanyakan dari mereka malas membacanya karena tidak langsung menuju inti pesan tersebut. Alur cerita yang menarik menurut mereka adalah di mana cerita tersebut memiliki unsur negatif ke positif. Mereka juga membutuhkan bukti yang dicantumkan agar mereka lebih percaya terhadap pesan tersebut.
- Dalam pola bertindak, mereka mengikuti instruksi yg deiberikan oleh gereja jika hal itu demi kebaikan diri mereka sendiri. Dalam bertindak, mereka memilih untuk mengikuti perkembangan zaman, tetapi merekapun

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

menentukan tindakan mereka secara mandiri. Setelah mendapatkan informasi yang menurut mereka penting, mereka akan mencari tahu kebenarannya, dan melakukan apa yang dianjurkan.

- Dalam pendalaman visual, mereka lebih memilih foto karena menurut mereka foto lebih dapat menyampaikan visual dari pesan yang ingin disampaikan. Sedangkan dalam penggunaan teks, beberapa menjawab mereka perduli dengan jenis huruf yang digunakan dalam sebuah iklan, tetapi beberapa menjawab tidak terlalu memperhatikan jenis huruf yang penting pesannya tersampaikan secara jelas. Mereka juga memperhatikan warna sebagai aspek yang penting di mana warna dapat menjadi makna pendukung dari pesan yang ingin disampaikan.

Gambar 3.1.3-1 *Forum Group Disscusion*

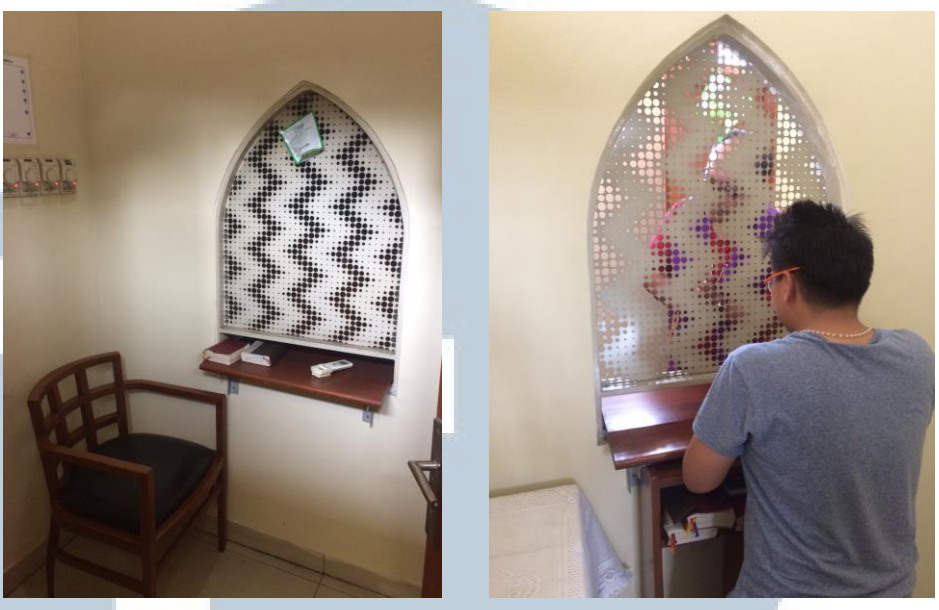
Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

3.1.4. Observasi

Observasi dilakukan oleh penulis bertempat di Gereja St. Paskalis pada Rabu, 20 September 2017 pukul 12.20 WIB untuk mengamati ruangan sakramen tobat dimana umat melakukan pengakuan dosa di depan imam/pastor. Dalam observasi ini juga penulis mengamati bagaimana sikap umat dalam melakukan pengakuan dosa di kamar sakramen tobat tersebut.

Gambar 3.1.4- 3 *Observasi Gereja Santo Paskalis*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.1.4- 4 *Pengamatan Sakramen Tobat*

3.2. Metodologi Perancangan

3.2.1. Perancangan Kampanye Sosial

Menurut Shimp langkah-langkah yang digunakan dalam menentukan perancangan promosi antara lain:

1. *Targeting*

   Menentukan target terlebih dahulu, memungkinkan kita dalam menentukan pesan yang akan digunakan dengan lebih tepat dan mencegah terbuangnya informasi kepada orang-orang yang berada diluar target. Oleh karena itu pemilihan segmen sasaran merupakan langkah penting untuk menuju komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien.

2. *Positioning*

   Posisi *brand* mewakili citra yang ada di benak kolektif target audien. *Brand* dibuat dengan berkenaan dengan target yang dituju, dan keputusan

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

penargetan didasarkan pada gagasan yang jelas tentang bagaimana suatu *brand* diposisikan.

3. *Setting Objective*

   Keputusan komunikator pemasaran didasarkan apda tujuan atau sasaran yang mendasarinya, yang harus dicapau oleh sebuah *brand.* Isi dari tujuan berbeda-beda sesuai dengan bentuk komunikasi pemasaran yang digunakan.

4. *Budgeting*

   Sumber *budget* dianggarkan ke elemen marcom tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Prosedur anggaran akan berbeda dalam mengalokasikan dana kepada manajer komunikasi pemasaran dan unit organisasi lainnya. Anggaran yang dikeluarkan harus diperhitungkan sesuai dengan kebutuhan agar tidak berlebihan. Metode penganggaran yang sering digunakan adalah BUTD *bottom up top down.*

5. *Mixing Elements*

   Menggabungkan elemen-elemen sehingga dapat menentukan dengan tepat bagaimana mengalokasikan sumber daya di berbagai alat komunikasi seperti media cetak, media online, dan periklanan. Dalam hal ini membahas bagaimana menentukan anggaran untuk dibagi ke dalam media-media yang tepat.

6. *Creating Massage*

   Dalam hal ini, pembuatan pesan dalam bentuk iklan, promosi, dan bentuk pesan lainnya harus memiliki pesan yang tepat dan efektif di setiap media

Perancangan Kampanye Sosial..., Yoseph Ryan Winata, FSD UMN, 2018

yang digunakan. Tujuan dari strategi ini adalah agar pesan yang disampaikan selaras dengan *strategy*, *positioning*, dan tujuan komunikasi untuk target audiens.

7. *Selecting Media*

   Pesan dalam komunikasi pemasaran, memerlukan instrumen, atau media untuk dipublikasikan. Keputusan dalam memilih media-media yang digunakan harus disesuaikan dengan target, sehingga pesan yang disampaikan dapat sampai ke target yang ditentukan.

8. *Establishin Momentum*

   Keputusan dalam menentukan momentum yang tepat dalam mempublikasikan suatu kampanye merupakan hal yang penting agar kampanye tersebut dapat langsung menuju target yang ditentukan. Jika momentum tidak sesuai makan hanya akan membuang-buang waktu dan *budgeting*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA