



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 III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Hipotesis

Ibu kota Jakarta merupakan kota besar dengan tingkat penduduk yang tinggi dan banyak orang beranggapan ketika datang ke Jakarta mereka akan mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Pada setiap tahunnya jumlah penduduk di Jakarta semakin bertambah banyak dan hal inilah yang menyebabkan semakin padatnya ibukota ini, dampak lainnya dapat terlihat dengan kemacetan yang kerap terjadi di setiap daerah di Jakarta. Kehidupan masyarakat Jakarta memiliki gaya hidup yang berbeda-beda termasuk di dalamnya sikap peduli akan kesehatan. Kesehatan dan pola gaya hidup sehat biasanya diawali dengan segala sesuatu yang akan dijadikan asupan ke dalam tubuh manusia dan juga kebutuhan akan air bersih dalam kehidupan sehari-hari. Semakin meningkatnya jumlah penduduk di Jakarta tentu akan mengakibatkan bertambahnya kebutuhan air bersih.

Penggunaan air bersih inilah yang dapat mengakibatkan berkurangnya sumber yang menghasilkan air bersih tersebut dan menurut hasil dari

surat kabar *INDOPOS* Kamis, 22 Juni 2011²² mengatakan pengelolaan air bersih di Jakarta masih mendapat sorotan. Sebab, perusahaan air bersih yang ada dinilai belum mampu memenuhi kebutuhan air masyarakat. Tarif yang diterapkan oleh Perusahaan Air Minum (PAM Jaya) dinilai sejumlah warga mahal, dan kualitas airnya yang juga masih buruk sehingga banyak sebagian warga beralih menggunakan air tanah untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Dapat dipastikan bahwa sumber air dari dalam tanah lebih baik mutunya dibandingkan dengan air yang berasal dari PAM, sedangkan dengan kondisi saat ini, Jakarta terutama di daerah-daerah tertentu seperti di Jakarta Utara sangat kesulitan untuk mendapatkan air bersih yang berasal dari dalam tanah atau yang biasanya disebut dengan air tanah.

Untuk menghemat air bersih maka secara tidak langsung masyarakat Jakarta harus memiliki kesadaran tinggi dalam menghemat penggunaan air bersih. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan air bersih dengan efisien dan efektif seperti ketika mencuci tangan di wastafel keran dapat ditutup ketika tidak terpakai dan membukanya kembali pada saat akan membas tangan dari sabun hingga bersih. Penghematan seperti ini dapat membantu menyimpan air bersih lebih banyak dibandingkan ketika penggunaannya secara berlebihan

²² Fery Pradolo, "Repot Air Bersih", *INDOPOS*, Kamis, 23 Juni 2011. hlm 9 dan 15.

karena jika setiap masyarakat tidak melakukan penghematan akan air bersih ini akan berakibat langkanya memperoleh air bersih tersebut.

Segmentasi dari Kampanye Sosial Penghematan Air Bersih ini adalah pelajar dari usia 16-23 tahun (setara SMU dan sederajat serta Perguruan Tinggi) dengan faktor psikografis memiliki gaya hidup modern yang peduli akan kesehatan, berwawasan luas serta berpikiran terbuka dan peduli akan air bersih atau lingkungan hidup yang sehat, memiliki rasa ingin tahu terhadap perkembangan Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Komunikasi. Status sosial yang termasuk dalam golongan menengah ke atas atau golongan A dan B, serta yang mempunyai gaya hidup sehat dan peduli akan lingkungan hidup.

Kampanye ini diselenggarakan di daerah khususnya Jakarta dan sekitarnya dan pada umumnya kota-kota besar lainnya seperti Bandung, Surabaya, Medan, dan lain-lain.

Air bersih di Jakarta mengalami penurunan disebabkan karena kurangnya kesadaran masyarakat yang memakai air bersih secara berlebihan dan pencemaran lingkungan yang mengakibatkan kondisi air tanah yang semakin menurun, dengan adanya kampanye ini dapat meningkatkan kesadaran warga kota Jakarta untuk menghemat air bersih yang ada. Dalam kampanye ini juga diharapkan warga kota Jakarta dapat

memahami dampak-dampak pemborosan air bersih dan juga berpartisipasi menjaga keberlangsungan air bersih tersebut.

Media partner yang akan diajak Dalam Kampanye Sosial “Penghematan Air Bersih” ini adalah PT. AQUA Danone, dimana media ini berguna untuk mendukung serta berpartisipasi dalam Kampanye Sosial “Penghematan Air Bersih”.

AQUA sendiri juga melakukan Kampanye ‘Satu Untuk Sepuluh’ yang merupakan program untuk meningkatkan kebiasaan hidup sehat melalui penyediaan akses air bersih dimana terdapat beberapa daerah yang masih mendapatkan kesulitan dalam mengakses air bersih. Sebelum AQUA melakukan kampanye ini, AQUA terlebih dahulu membuat akses air bersih untuk masyarakat tersebut.

Gambaran umum perusahaan AQUA adalah pelopor industri air minum di Indonesia, yang diproduksi oleh Aqua Golden Mississippi di Indonesia sejak tahun 1973. Selain di Indonesia, AQUA juga menjual produknya di Singapura. Aqua adalah merek air minum dalam kemasan (AMDK). Bertepatan dengan pergantian millenium, AQUA meluncurkan produk berlabel Danone-AQUA yang secara multinasional hasil dari penggabungan AQUA Golden Mississippi dengan Danone. AQUA tetap dan selalu menjadi yang terbesar di Indonesia sebagai kategori air mineral.

Sejarah singkat berdirinya AQUA lahir atas ide almarhum Tirto Utomo (1930-1994). Beliau menggagas lahirnya industri air minum dalam kemasan (AMDK) di Indonesia melalui PT Golden Mississippi pada tanggal 23 Pebruari 1973. Hingga pada akhirnya pada tanggal 4 september 1998, PT. Golden Mississippi melakukan kerjasama dengan penyatuan AQUA dan grup DANONE. Langkah ini berdampak pada peningkatan kualitas produk AQUA dan sampai sekarang AQUA menjadi pilihan utama oleh masyarakat.

PT. Danone AQUA memiliki Visi dan Misi dalam mengembangkan perusahaannya, yaitu:

Visi : AQUA telah menjadi bagian dari keluarga sehat Indonesia selama lebih dari 30 tahun. Sebagai pelopor air minum dalam kemasan sejak didirikan tahun 1973, kini AQUA menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari hidup sehat masyarakat Indonesia. Dulu dan kini, AQUA tetap dan selalu menjadi yang terbesar dan terdepan di Indonesia. Volume penjualan AQUA merupakan volume penjualan terbesar di dunia untuk kategori air mineral.

Misi : AQUA selalu ingin melakukan program untuk menyehatkan konsumen Indonesia, diantaranya program AKSI (AQUA untuk Keluarga Sehat Indonesia) dan AuAI (AQUA untuk Anak Indonesia).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam Tugas akhir ini adalah;

1. Studi deskriptif kualitatif

Dalam pengumpulan data yang optimal, maka dilakukan pengumpulan dan penyusunan data dalam berbagai metode. Seperti melalui data kepustakaan untuk pedoman dalam pembahasan Tugas Akhir ini, serta dilakukan di beberapa buku pengetahuan, internet, majalah-majalah, media massa, survei, observasi dan wawancara.

2. Studi Lapangan atau Riset Observasi

Melalui observasi lapangan, langsung kepada objek yang diteliti dengan peninjauan langsung ke lapangan, adapun survei ini dengan mendokumentasi dan mengamati setiap kegiatan orang-orang dalam menggunakan air.

3. Studi Wawancara

- Mendapat masukan dari pihak-pihak yang mengetahui tentang keadaan air di Jakarta.
- Mendapat gambaran tentang penggunaan air di masyarakat Jakarta.
- Mendapat gambaran tentang konsep pembuatan Kampanye Sosial “Penghematan Air Bersih”

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.3 Variabel Penelitian

Air tanah yang disedot di Jakarta sudah terlalu berlebihan, dari data yang didapat dengan jumlah penduduk 10 juta dan kebutuhan standar rata-rata 150 Liter per orang per hari, setiap tahun total kebutuhan air bersih seluruh warga Jakarta adalah sebesar 547,5 juta m³, sedangkan PDAM hanya sanggup menyediakan 54%-nya.²³

Sedangkan sisanya dipenuhi melalui air tanah secara mandiri dengan rata-rata 251,8 juta m³ air tanah disedok warga Jakarta setiap tahunnya. Kenyataannya air tanah hanya memiliki kapasitas yang dapat dimanfaatkan setiap tahunnya hanya 186,2 juta m³.

Kebutuhan Air Yang diPakai	Jumlah Digunakan per Liter
Sikat gigi dengan kran 1 menit	6 Liter
Sikat gigi dengan gelas	0,5 Liter
Mandi shower 5 menit = sama dengan mandi bak	30 Liter / 30 gayung
WC flush	6 Liter (1/2 flush = 3 L)
Cuci mobil dengan selang	300 Liter

²³ Survey Direktorat Pengembangan Air Minum, Ditjen Cipta Karya

Cuci piring dengan kran 15 menit	90 Liter
Kran/WC bocor per hari	100 Liter

Tabel III.1 Jumlah Kebutuhan Air yang digunakan

Dengan hasil data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa penggunaan air di Jakarta sangat berlebihan dan tidak memperdulikan keadaan disekitar, dari kesimpulan inilah yang menjadi penelitian dalam Tugas Akhir ini.

3.4 Survei Pendahulu

Survei yang dilakukan dalam pembuatan Tugas Akhir ini dimulai pada bulan Mei dengan lokasi penelitian di sekitar Jakarta seperti; Jakarta Utara, Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Jakarta Timur dan Jakarta Pusat, hasil sampel diperoleh melalui kuisioner yang disebarkan di lima daerah ibu kota Jakarta tersebut. *Target audience* yang termasuk didalamnya sudah mencakup dari khalayak yang diinginkan yaitu dari usia 16-23 tahun.



3.5 Target Survei

Survei yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah dengan mentargetkan pada umur 16-23 tahun, dalam pencarian data dilakukan dengan penyebaran kuesioner, serta mendapatkan hasil akhir dari kesimpulan penyebaran kuisoner yang akan di tampilkan pada tabel berikut ini :

Hasil Pertanyaan Kuisoner	Kesimpulan Persentase
Masyarakat menjawab air bersih sangat penting dalam kehidupan sehari-hari	100%
Masyarakat setuju untuk berhemat dalam penggunaan air bersih,	55%
Masyarakat tidak mengetahui tingkat air bersih di Jakarta menurun	55%
Masyarakat tidak mengetahui pengaruh dari berkurangnya air bersih	38,3%
Masyarakat setuju bahwa air bersih di lingkungan tempat tinggal mereka belum memiliki kualitas yang baik	61,7%
Tempat tinggal masih belum memiliki penampungan air bersih sendiri	60%
Masyarakat setuju bahwa kualitas air bersih di Jakarta belum memiliki kualitas air bersih yang baik	85%
Lingkungan tempat tinggal masih menggunakan air tanah	50%

Tabel III.2 Hasil Pertanyaan Kuisoner

Dari tabel hasil pertanyaan kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa air bersih di lingkungan hidup manusia sangat penting untuk menunjang kehidupan manusia di kemudian hari. Sebagian besar masyarakat Jakarta (38,3%) tidak mengetahui pengaruh dari berkurangnya air bersih di Jakarta ini, dan masih banyak masyarakat yang tidak peduli akan tingkat penurunan air bersih tersebut, maka dengan kampanye sosial yang dibuat ini ingin mengajak masyarakat untuk lebih peduli akan kebutuhan air bersih di Jakarta agar menghemat dalam penggunaan air bersih sehari-hari agar setiap tahunnya tingkat air bersih ini tidak mengalami penurunan.

The logo for Universitas Multimedia Nusantara (UMN) features the letters 'UMN' in a large, bold, blue, rounded sans-serif font.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA