



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Dalam perancangan kampanye ini, penulis memakai metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif merupakan metode pengumpulan data dengan memberi pertanyaan atau mengobservasi yang bertujuan untuk mengetahui pengalaman responden secara spesifik, sedangkan metode kuantitatif merupakan metode pengumpulan data dengan menyusun dan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan singkat, guna mengetahui tren dalam sebuah kelompok atau komunitas (Ghozali, 2013).

Berdasarkan definisi diatas, penulis memakai metode kualitatif sebagai data primer untuk mendapatkan pengalaman bersama dengan responden dan lebih memahami pola pikir remaja Kristen dengan cara wawancara kepada lembaga dan pakar, serta melakukan *focus discussion group (FGD)*, sedangkan untuk data sekunder, penulis memakai metode kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai data sekunder untuk mengetahui kebiasaan umum remaja Kristen dalam mendalami saat teduh.

3.1.1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara metodologi kualitatif, di mana peneliti harus memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pengalaman narasumber, sehingga dapat memahami perspektif dan perasaan narasumber (Raco, 2010).

Berikut beberapa narasumber yang diwawancarai oleh penulis untuk mendapatkan data-data yang diperlukan :

1. Ester Gunawan, M.Th, seorang konselor remaja
2. Aryanto Wijaya, seorang *Content Developer*
3. 10 Remaja Kristen

3.1.1.1. Wawancara dengan Konselor

Wawancara dilakukan dengan Ester Gunawan M.Th, seorang konselor Kristen yang bertugas di *Hope Counseling*, Universitas Pelita Harapan. Wawancara ini dilaksanakan pada hari Minggu, 25 Agustus 2019 di Tanah Kusir, Jakarta Selatan. Esther Gunawan menjelaskan ada beberapa faktor yang membuat remaja tidak termotivasi untuk melakukan saat teduh, yaitu faktor internalnya sendiri yang belum bertobat secara pribadi, lalu belum punya pemahaman yang tepat mengenai saat teduh, dan anggapan bahwa saat teduh merupakan hal yang tidak menyenangkan. Kedua, dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang memang mementingkan kebutuhan rohani.

Ada dua perilaku yang dihasilkan dari intensitas melakukan saat teduh. Pertama, orang bisa rajin melakukan saat teduh tapi tidak mengerti makna sesungguhnya dari saat teduh sehingga relasi khusus dengan Tuhan tidak terbangun atau yang kedua, seseorang bisa rajin melakukan saat teduh karena memang menganggap saat teduh sebagai sebuah kebutuhan bagi dirinya sebagai makanan rohani, sehingga bisa terbentuk relasi khusus dengan Tuhan secara pribadi. Jadi, kontinuitas melakukan saat teduh tidak

dapat menjadi sebuah penentu kualitas relasinya dengan Tuhan dan kesehatan rohaninya.

Remaja yang tidak memiliki relasi yang baik dengan Tuhan dapat terlihat ketika mereka melewati masalah hidup, seperti masalah keluarga, kekecewaan atau kegagalan hidup. Mereka akan lebih sulit atau lebih lama pulih dari masalah dibandingkan dengan remaja yang memiliki relasi yang baik dengan Tuhan secara personal. Saat teduh yang konsisten dapat menjadi penolong bagi remaja untuk tetap menjaga relasi dengan Tuhan secara pribadi, pengingat bagi remaja untuk memegang teguh iman ke Kristenan sebagai pedoman hidup, menjaga kesehatan rohani dan dapat memahami rencana Tuhan dalam hidupnya.



Gambar 3. 1. Wawancara bersama Esther Gunawan. M.Th

3.1.1.1. Wawancara dengan Content Developer

Wawancara dilakukan dengan Aryanto Wijaya selaku *content developer* warungsatekamu. Wawancara dilaksanakan pada tanggal Selasa, 27 Agustus 2019 di kantor *Our Daily Bread Ministries*. Warung Saat Teduh Kaum Muda (WSK) merupakan salah satu lembaga yang hadir untuk melayani kaum muda Kristen. Wawancara ini dilaksanakan untuk mengetahui fenomena dan konten saat teduh pada remaja.

Lembaga WarungSateKamu (WSK) didirikan pada tahun 2010 dan tidak dibawah oleh suatu gereja, melainkan lembaga sosial yang berdiri di bawah *our daily bread ministries*. Adapun tujuan WSK untuk menjangkau kaum muda dari usia remaja sampai dewasa. Konten WSK lebih didominasi oleh konten digital, sebab generasi muda sekarang banyak menggunakan *smartphone*.

Untuk isi konten saat teduh bagi remaja, WarungSateKamu memaparkan kontennya dengan menggunakan *soft approach* lewat rangkaian cerita tanpa nada menyuruh atau menggurui, karena lewat rangkaian cerita seseorang akan lebih mudah terinspirasi dan memahami. Konten saat teduh yang dibuat oleh WSK kebanyakan berupa konten digital, karena generasi muda banyak yang lebih menggunakan *smartphone*.

Berdasarkan data yang dimiliki oleh warungsatekamu, Ary menyatakan bahwa kebanyakan orang lebih menyukai konten tentang ayat-ayat Alkitab yang berhubungan dengan masalah hidup, daripada melakukan saat teduh. Ia menambahkan bahwa kebiasaan remaja dalam saat teduh masih

fluktuatif, terlihat dari grafik konten saat teduh yang akan naik pada awal minggu dan akan terus turun pada akhir pekan, sehingga dapat disimpulkan remaja Kristen masih menganggap saat teduh menjadi sebuah alternatif belum menjadi sebuah *lifestyle*. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengertian tentang konsep saat teduh dan kurangnya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan rohani pada masa pertumbuhan remaja.



Gambar 3. 2. Wawancara dengan Aryanto

3.1.1.2. Wawancara dengan Remaja Kristen

Wawancara juga dilakukan kepada remaja Kristen guna mendapatkan data mengenai kebiasaan saat teduh dikalangan remaja Kristen sebagai sasaran utama pada kampanye ini, berikut 10 remaja Kristen yang penulis wawancarai :

1. Fernando David Hutagalung

Wawancara dengan Fernando David, seorang ketua badan pengurus remaja di Gereja Kristus Kebayoran Lama dilakukan penulis pada tanggal 31 Agustus 2019 pukul 10:18 WIB di Gereja Kristus Kebayoran Lama.



Gambar 3. 3. Wawancara dengan David

Menurut David, konsep saat teduh adalah sebuah hal yang penting dilakukan bagi orang Kristen saat pagi hari, di mana seseorang harus berdoa, membaca Alkitab dan merenungkan Firman Tuhan. Berdasarkan pengalamannya dalam saat teduh, ia merasa lebih semangat dan lebih siap untuk menghadapi hari yang akan ia jalani. Adapun menurut David, hal-hal yang menghambat saat teduh yaitu, karena terkadang terlalu asik dengan suatu hal sehingga lupa dan malas untuk melakukan saat teduh,

lalu karena menurutnya saat teduh dilakukan pagi hari, maka terkadang ia merasa ngantuk.

Di tengah aktivitasnya di rumah sembari menunggu masuk kuliah, David mengaku masih berusaha untuk menyediakan waktu *saat teduh* meskipun masih jarang-jarang. Sebagai ketua remaja, ia pun mengakui bahwa mengenai saat teduh belum ada himbauan khusus, hanya sekedar mengingatkan satu sama lain.

2. Delila New Christine Lalangpuling

Wawancara penulis dengan Christine dilakukan pada hari Minggu, 1 September 2019 di Gereja Kristus Kebayoran Lama. Menurut Christine, saat teduh dilakukan dengan cara berdoa, menyanyi, baca Alkitab dan membaca renungan harian. Ia pun mengakui bahwa selama ini ia masih sangat jarang melakukan saat teduh, adapun hambatan yang paling berat itu adalah kemalasan, lalu masih sulit membagi waktu ditengah kesibukan yang ada, sehingga menomorduakan waktu saat teduh.

Ia tahu bahwa saat teduh adalah hal yang penting dan sesekali diingatkan lewat khotbah-khotbah, namun ia mengakui bahwa belum ada kesadaran untuk melakukannya. Christine tidak memungkiri bahwa ada keinginan dalam dirinya untuk melakukan saat teduh terlebih dahulu sebelum memulai hari. Meskipun ia sangat jarang melakukan saat teduh, tapi sesekali ia suka membaca ayat-ayat Alkitab yang lewat pada *timeline* instagramnya. Menurut pengalamannya, pada saat – saat tertentu ayat

Alkitab yang ia baca sangat ampuh untuk menguatkan dan mengingatkan dirinya untuk menjalani masalah sehari-hari.



Gambar 3. 4. Wawancara bersama Christine

3. Michelle Amelia Kurniawan

Wawancara penulis dengan Amel dilakukan pada hari Minggu, 1 September 2019, di Gereja Kristus Kebayoran Lama. Menurut Amel, saat teduh dilakukan dengan berdoa saja. Ia pun mengakui bahwa konsistensinya dalam melakukan saat teduh bergantung pada *mood* yang ia rasakan. Amel menjelaskan bahwa aktivitas padat yang diisi oleh sekolah dari jam 06.45 – 15.00 WIB ditambah dengan kesibukan ekstrakurikuler membuat ia sulit membagi waktu khusus, sehingga ia menjadi malas untuk melakukan saat teduh.



Gambar 3. 5. Wawancara bersama Amelia

Berdasarkan pengalamannya, saat teduh sangat memberikan manfaat untuk menguatkan dirinya saat mengalami masalah. Pernah sekali ia mengalami keterpurukan. Dalam keadaan itu, ia mencoba untuk berdoa lalu menyayikan lagu-lagu rohani beserta membaca Alkitab, ia mengaku bahwa setelah itu ia merasa lebih lega.

4. Thasia Stevani

Penulis melakukan wawancara dengan Thasia Stevani dilakukan pada hari Minggu 1 September 2019 di Gereja Kristus Kebayoran Lama. Menurut Thasia, saat teduh merupakan waktu khusus untuk menikmati firman Tuhan. *Di* tengah aktivitasnya yang padat dengan bekerja dari pagi hingga subuh, ia belum bisa membagi waktu untuk saat teduh, terkadang ia hanya membaca renungan harian di kereta.



Gambar 3. 6. Wawancara dengan Thasia Stevani

Thasia mengakui bahwa ia belum melakukan saat teduh dengan konsisten, tapi ia menjelaskan saat teduh sangat berguna untuk mengevaluasi dirinya dan mengingatkan dirinya untuk tetap pada koridor yang baik menurut Alkitab. Adapun alasan yang utama yang menghambat ia melakukan saat teduh adalah malas, dan tidak sempat dilakukan. Gereja sendiri pun hanya sekedar mengingatkan lewat *broadcast whatsapp* dan sesekali dari khotbah.

5. Ita Lestari Telaumbanua

Penulis melakukan wawancara dengan Ita Lestari dilakukan pada hari Selasa, 3 September 2019 di Gereja Kristus Kebayoran Lama. Ita menjelaskan bahwa saat teduh harus dilakukan bagi setiap orang Kristen, di mana saat teduh dilakukan dengan membaca Alkitab, berdoa



Gambar 3. 7. Wawancara dengan Ita

dan menyanyi lagu rohani supaya apa yang telah dibaca bisa diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Ita mengakui bahwa belum sempat saat teduh pada pagi hari karena kendala waktu yang mepet karena ia harus berangkat jam 06.00 WIB untuk ke kantor. Hal ini yang membuat Ita terkadang masih menyempatkan diri untuk saat teduh disela-sela aktivitas kerjanya. Manfaat saat teduh yang dirasakan oleh Ita adalah saat teduh dapat menjadi pengingat untuk membatasi diri dari hal-hal yang tidak baik.

6. Farrel Ariesta Suhendra

Wawancara dilakukan oleh penulis dengan Elsa pada tanggal 11 September 2019 di Gereja Kristus Kebayoran Lama. Menurut Farrel, saat teduh adalah hal yang penting dilakukan oleh orang Kristen karena saat teduh merupakan waktu di mana orang Kristen membaca dan berkomunikasi dengan Tuhan lewat doa. Ia belum konsisten dalam melakukan saat teduh, karena ia biasanya hanya berdoa pada saat malam



Gambar 3. 8. Wawancara bersama Farrel

sebelum tidur, karena pada pagi sampai siang hari ia sudah sibuk dengan kegiatan perkualiahannya. Saat teduh dapat menolong Farrel untuk lebih mengerti rencana Tuhan dalam hidupnya, di mana ia merasa ia menjadi tahu bahwa Tuhan pasti menjawab doanya dan membantu masalah dalam hidupnya. Berbeda rasanya jika ia tidak saat teduh, ia akan lebih merasa lelah karena bergantung dengan diri sendiri.

7. Gloria Helti Tunmo

Wawancara dilakukan oleh penulis dengan Gloria pada tanggal 13 September 2019 di Gereja Kristus Kebayoran Lama. Kebiasaannya saat teduh terkadang ia mulai pada pagi hari. Jika ia tidak sempat karena terpepet waktu, ia memulainya di sekolah, namun tidak terlalu privat karena di ruang kelas.



Gambar 3. 9. Wawancara bersama Ria

Manfaat yang Ria rasakan dalam menjalani saat teduh adalah ketika ia menghadapi sebuah masalah atau kejadian yang tidak mengenakan Firman Tuhan yang ia baca dari saat teduh seakan terngiang dan membuat dia menjadi kuat lagi dalam menjalani hari-harinya. Ria pun menjelaskan bahwa ketika ia tidak saat teduh dalam jangka waktu yang cukup lama, dia merasa kosong dalam hatinya. Adapun hambatan-hambatan yang menghalangi dia untuk saat teduh lupa dan terhimpit waktu.

8. Sonia Marimbuna Manapa

Wawancara dilakukan dengan Sonia pada tanggal 14 September 2019 di Gereja Kristus Kebayoran Lama. Biasanya ia selalu melakukan saat teduh pada malam hari, namun akhir-akhir ini dia tidak pernah saat

teduh lagi karena kesibukannya bekerja saat ini untuk mengisi liburan kuliahnya. Ia pun merasa lebih sensitif dan lebih mudah emosi karena sudah renggang dalam saat teduh.



Gambar 3. 10. Wawancara dengan Sonia

Ketika ia sedang sering-seringnya saat teduh setiap hari, ia merasa lebih tenang dan lebih bijak dalam memilih keputusannya, sebab Firman Tuhan yang ia baca dapat menjadi tuntunan baginya dalam setiap keputusan dalam hidupnya. Ia selalu ingin menjalani saat teduh dengan konsisten, karena Firman Tuhan sangat menolong hidupnya. Sonia bercerita, ketika ia sedang dalam keadaan tertekan, Firman Tuhan menguatkannya ketika ia sedang melakukan saat teduh. Sejak itu ia mulai berkomitmen untuk saat teduh setiap hari, karena ia merasa bahwa Firman Tuhan betul-betul menolong hidupnya.

9. Christian Jehosafat

Wawancara dilakukan dengan Christian Jehosafat pada tanggal 14 September 2019 di Gereja Kristus Kebayoran Lama. Di tengah

aktivitasnya dalam mempersiapkan diri untuk memasuki masa perkuliahan, masih menyediakan waktu untuk saat teduh setiap pagi.

Jehosafat menceritakan bahwa ketika sedang intens melakukan saat teduh, Firman Tuhan membantunya untuk merasa tenang dalam menjalani hari dan terasa lebih jernih dalam mengambil keputusan, dibanding ketika ia tidak pernah melakukan saat teduh lagi, ia merasa lebih capek karena seperti bergantung pada dirinya sendiri.



Gambar 3. 11. Wawancara dengan Christian

Ia pernah mengalami kejenuhan dalam melakukan saat teduh secara konsisten, namun ia tetap menjalaninya meskipun merasa jenuh. Karena menurut dia, perasaan jenuh akan pergi dengan sendirinya asal kita tetap berpegang teguh pada Tuhan.

10. Abigail Naomi Joybena Sembiring

Wawancara dilakukan dengan Joy pada tanggal 14 September 2019 di Gereja Kristus Kebayoran Lama. Ia menyatakan bahwa setiap pagi ia menjalani saat teduh bersama teman-temannya, karena program dari sekolah. Lalu setiap malam ia berdoa bersama keluarganya.



Gambar 3. 12. Wawancara dengan Joy

Ia sendiri belum pernah melakukan saat teduh secara pribadi, karena ia mengaku bahwa ia tidak mengerti bagaimana cara melakukan saat teduh, padahal ia mengenyam pendidikan di sekolah Kristen. Di gerejanya pun belum ada gerakan tertentu yang dirancang untuk mengingatkan saat teduh secara pribadi.

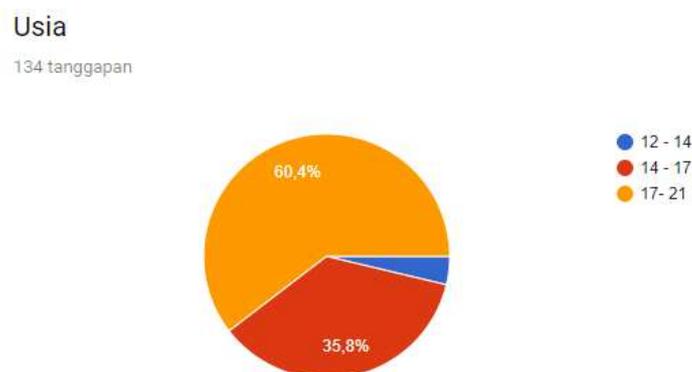
3.1.1.3. Kesimpulan Wawancara

Penulis mewawancarai beberapa narasumber untuk mendapatkan informasi dan validasi mengenai kebiasaan remaja terhadap saat teduh, untuk itu penulis mewawancarai konselor Kristen, lembaga saat teduh dan sepuluh remaja Kristen.

Dari setiap wawancara yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa remaja dalam pertumbuhannya memerlukan lingkungan dan kebiasaan spiritual yang baik, tidak hanya di sekolah namun juga dialami secara pribadi. Dalam agama Kristen, hal tersebut dapat diperoleh dengan saat teduh secara konsisten. Namun sayangnya kesadaran remaja dalam memenuhi kebutuhan spiritualnya masih rendah, dikarenakan saat teduh belum menjadi sebuah *lifestyle* dalam kehidupan mereka.

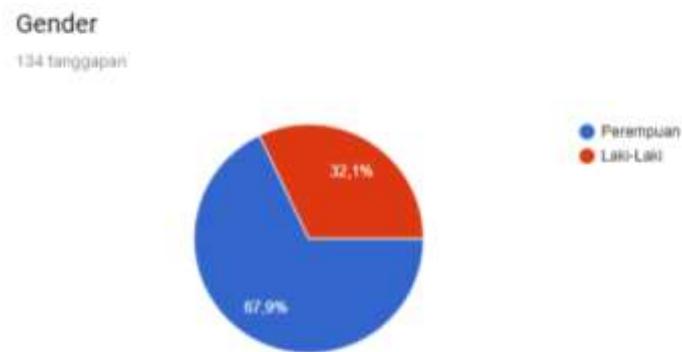
3.1.2. Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data kuantitatif sebagai data sekunder. Kuesioner ini disebarakan mulai dari tanggal 15 Agustus 2019 secara online melalui grup *whatsapp*, *line* dan jaringan pribadi. Dalam kuesioner ini penulis bermaksud untuk mengetahui tren saat teduh yang terjadi pada remaja Kristen secara luas. Kuesioner ini berhasil diisi oleh 134 remaja Kristen dari berbagai macam latar belakang gereja di Jakarta, Bogor dan Tangerang. Berikut hasil dari kuesioner yang terkumpul :



Gambar 3. 13. Persentase usia

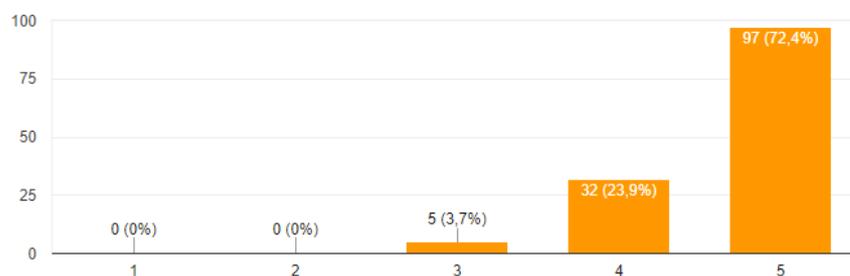
Menurut kuesioner di atas mayoritas remaja Kristen sudah diingatkan oleh gereja atau pengerja gerejanya sendiri, bahkan mereka juga mengetahui bahwa saat teduh merupakan hal yang penting.



Gambar 3. 14. Persentase jenis kelamin responden

Seberapa pentingkah menjalankan saat teduh dalam kehidupan orang Kristen ?

134 tanggapan



Gambar 3. 15. Skala pentingnya saat teduh

Namun, hanya 29,9% yang mengaku sering melakukan saat teduh, sisanya belum konsisten melakukan saat teduh setiap hari atau masih bolong-bolong. Adapun tiga hal tertinggi yang menghambat remaja untuk saat teduh adalah malas sebanyak 63.4% diikuti dengan lupa dan sibuk.



Gambar 3. 16. Persentase Rutinitas Saat Teduh



Gambar 3. 17. Persentase Waktu Saat Teduh



Gambar 3. 18. Hambatan saat teduh

Dari kuesioner ini, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa mayoritas remaja Kristen sudah mengetahui tentang pentingnya saat teduh, namun belum adanya kesadaran yang sungguh untuk melakukannya secara konsisten.

3.1.3. *Focus Group Discussion*

Venus (2018) menjelaskan bahwa *Focus Group Discussion (FGD)* merupakan sebuah metode wawancara kepada kelompok kecil untuk mengambil garis besar karakteristik orang-orang yang menjadi target audiens. Penulis melakukan FGD pada hari Minggu, 10 November 2019 pukul 12.00 WIB dengan delapan remaja Kristen. Kegiatan ini dilaksanakan di Gereja Pantekosta di Indonesia El-Shaddai (GPdI).



Gambar 2. 23. *Focus Group Discussion*

Sesi pertama kami mendiskusikan tentang kebiasaan saat teduh, dan juga bagaimana penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Peserta sepakat bahwa saat teduh merupakan hal yang penting untuk menjadi asupan spiritual bagi jiwa manusia, namun mereka juga sepakat bahwa remaja Kristen masih belum konsisten dalam melakukan saat teduh, adapun hambatan – hambatan yang ada dikarenakan remaja belum sadar betul bahwa kebutuhan spiritual merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi dalam masa pertumbuhan menuju dewasa. Lalu mengenai cara penyampaian kampanye, peserta diskusi memilih untuk menyampaikan dengan lebih banyak gambar sehingga lebih mudah untuk dimengerti dan diingat.

Pada sesi kedua lebih membahas tentang pengaruh komunitas gereja dalam menyokong kebiasaan saat teduh. Mereka sepakat semangat saat teduh juga dapat

dipengaruhi oleh lingkungan gerejanya Pengakuan dari salah satu peserta bahwa sekolahnya pernah mengadakan program untuk membuat kelompok yang saling mengingatkan untuk saat teduh, serta membagikan perkembangan saat teduh mereka, menurut pengalamannya hal ini terbukti efektif untuk memacu seseorang untuk saat teduh. Kesimpulan yang didapatkan dalam FGD ini, untuk mengubah kebiasaan saat teduh remaja menjadi lebih konsisten, tidak cukup hanya dengan mengingatkan satu orang, tapi bisa dimulai dari kelompok kecil remaja di gereja sehingga dapat mendongkrak semangat remaja Kristen untuk saat teduh.

3.2. Metodologi Perancangan

Metode perancangan kampanye yang penulis pakai adalah model kampanye Ostegaard dan metode perancangan visual Landa.

3.2.1. Perancangan Kampanye

Menurut Ostegaard dalam Venus (2018, hlm. 30-32) tahapan dalam merancang sebuah kampanye adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Mengetahui sebab-akibat dan memahami latar belakang masalah dengan fakta-fakta yang relevan dengan masalah merupakan hal yang penting sebelum memulai merancang kampanye. Seperti halnya rendahnya kesadaran remaja untuk melakukan saat teduh secara konsisten, setelah diidentifikasi ternyata penyebabnya selain faktor internal dari dalam diri sendiri, kurangnya pemaparan dan himbauan yang diberikan oleh

komunitas Kristen atau gereja membuat remaja belum memahami esensi dari saat teduh.

2. Pengelolaan Kampanye

Setelah mengetahui latar belakang masalah, maka dilakukan pengelolaan kampanye yang relevan dengan masalah. Tahapan dalam pengelolaan kampanye ini meliputi perancangan, pelaksanaan dan evaluasi kampanye. Pengelolaan kampanye ini bertujuan untuk memengaruhi pola pikir, mengubah sikap dan memberi pengertian tentang saat teduh bagi target kampanye, yaitu remaja Kristen.

3. Evaluasi Kampanye

Setelah kampanye sudah dilaksanakan, evaluasi kampanye diperlukan untuk menilai seberapa berhasil kampanye yang dilaksanakan dan mengevaluasi tentang sejauh mana target audiens memahami dan menangkap pesan-pesan dari kampanye.

3.2.2. Perancangan Visual

Menurut Landa (2010, hlm. 14) ada enam tahapan yang harus dilewati pada perancangan visual :

1. *Overview*

Dalah tahap pertama ini, penulis mengumpulkan sebanyak-banyaknya informasi yang relevan, seperti menganalisis masalah, tujuan, dan

kompetitor dari proyek yang akan dilaksanakan melalui kuesioner, wawancara dan studi eksisting.

2. *Strategy*

Dalam tahap ini, penulis merancang konsep berdasarkan data-data yang sudah terkumpul dari berbagai sumber seperti wawancara dan studi pustaka. Hasil analisa penulis dari pencarian data, yaitu anjuran dalam saat teduh hanya didapatkan melalui khotbah-khotbah sehingga remaja mudah lupa dan kekurangan motivasi yang menjadikan mereka malas. Untuk itu dibutuhkan sebuah kampanye untuk menyadarkan remaja Kristen akan pentingnya saat teduh yang konsisten.

3. *Ideas*

Dalam proses penentuan ide, penulis merancang bagaimana pesan yang akan disampaikan kepada target audiens secara visual. Dari proses ide ini akan menghasikan sebuah konsep yang akan diolah lagi melalui proses *mindmapping* dan *brainstoring* yang akan menghasilkan big idea dari konsep tersebut.

4. *Design*

Dari *big idea* yang telah ditentukan, dalam tahap ini penulis akan memvisualisasikan konsep dan big ideanya dengan cara *sketsa*, *pembuatan moodboard* yang relevan dengan *keywords* dari hasil *mindmapping*.

5. Production

Dalam tahap ini, hasil desain yang telah dibuat sudah siap untuk diimplementasikan pada media-media yang sudah ditentukan, baik cetak maupun digital. Seperti poster, stiker dan material posting di sosial media.

6. Implementation

Dalam tahap terakhir ini, merupakan tahap untuk menilai dan mengevaluasi kekurangan dan kelebihan dari kampanye yang telah dirancang.

3.3. Studi Eksisting

Metode penelitian studi eksisting dilakukan oleh penulis untuk mengidentifikasi kampanye-kampanye yang sudah pernah dilakukan sebelumnya sebagai referensi.

3.3.1. WarungSaTeKaMu

WarungSaTeKaMu (WSK) merupakan sebuah akronim dari Warung Saat Teduh kaum muda. WSK merupakan lembaga pelayanan nirlaba yang didirikan pada tahun 2010 dibawah naungan *Our Daily Bread Ministry*. WSK sengaja dibuat untuk menjangkau pelayanan kepada kaum muda dari *range* usia remaja sampai pemuda.

Segmentasi yang tertuju pada generasi muda membuat WSK memilih media digital seperti situs dan aplikasi untuk memberikan materi saat teduh.

Dalam penyampaian materi saat teduh, WSK cenderung memakai metode cerita. Karena menurut pihak WSK cerita merupakan sebuah narasi yang dapat menginspirasi dan mudah dipahami tanpa harus menggurui.



Gambar 3. 19. Logo WSK

(http://newslab.uajy.ac.id/wp-content/uploads/2018/12/jRncqTpB_400x400.png, 2018)

Untuk membangun interaksi antar sesama generasi muda Kristen, WSK membuat beberapa rubrik, seperti rubrik musik GitaKaMu, rubrik karya visual Ruang Seni KaMu, rubrik tulisan Pena KaMu. Dalam setiap rubrik ini audiens dapat memberikan sumbangsih berupa hasil karya mereka yang mengandung nilai kerohanian untuk diposting dalam laman WSK. Audiens yang membuka laman WSK juga dapat memberikan komentar di dalam rubrik yang disediakan, sehingga terjadi interaksi diantara mereka.

Visualisasi yang digunakan oleh WSK menggunakan pendekatan ilustrasi dan fotografi. Untuk konten yang sifatnya tema besar WSK cenderung memakai ilustrasi untuk memberikan kesan ekspresif dengan *layout* Simetris dan gaya *flat design* serta warna-warna vivid. Sedangkan untuk konten saat teduhnya, WSK

menggunakan fotografi yang dipadukan dengan seni menulis indah atau biasa disebut dengan *lettering*, untuk memberikan kesan teduh.



Gambar 3. 20. *Screenshot* Instagram tema besar bulan September



Gambar 3. 21. *Screenshot* laman renungan pada Aplikasi WSK

Penyajian pesan pada konten-konten WSK menggunakan teknik pesan yang mengugah emosi. Contohnya pada pesan renungan di atas tertulis “Berjaga-jaga &

berdoalah” yang menggugah perasaan audiens ketika membaca untuk lebih berjaga-jaga dan berdoa tanpa harus menyajikan data.

Selain konten berupa gambar, WSK juga menyajikan konten video. Isi konten video seputar tentang pertanyaan remaja Kristen mengenai ajaran kekristenan yang dijabarkan oleh pemimpin agama atau tokoh agama dan dipandu oleh seorang moderator.



Gambar 3. 22. *Screenshoot* konten video youtube WSK

3.3.1.1. Analisis SWOT

Tabel 3. 1. Tabel SWOT WarungSaTeKaMu

<i>STRENGTHS</i>	<i>WEAKNESSES</i>
<ul style="list-style-type: none">- Konten dengan visualisasi yang sesuai dengan segmentasi remaja.- Rubrik dapat menjadi daya tarik untuk mengajak remaja Kristen untuk berpartisipasi mengirimkan karya.	<ul style="list-style-type: none">- Kurangnya promosi secara <i>offline</i>- Konten rubrik yang masuk tidak merata
<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>THREATS</i>
<ul style="list-style-type: none">- Dapat diakses dengan mudah karena menggunakan media digital (instagram, aplikasi, <i>website</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Kompetitor yang jangkauannya lebih luas dari pada hanya sekedar konten saat teduh.

3.3.2. National Back to Church Sunday

National Back to church Sunday (NBTCS) merupakan suatu kampanye yang berpusat di USA dan telah dilaksanakan setiap minggu ketiga bulan September dari tahun 2009. Kampanye ini dilatarbelakangi oleh riset yang mengatakan bahwa 80% orang Kristen yang tidak bergereja akan tertarik untuk datang ke gereja jika diajak oleh temannya. Namun sayangnya hanya 2% jemaat gereja yang berinisiatif mengajak temannya untuk ke gereja. Karena itu dibuatlah NBTCS yang bertujuan untuk yang mendorong jemaat Kristen untuk mengundang teman-temannya untuk pergi ke gereja.

Acara yang dilaksanakan tiap tahunnya ini sudah diikuti oleh 13.000 gereja. Untuk tahun 2019, kampanye ini masih membuka kesempatan bagi gereja untuk mengikuti kampanye NBTCS. Gereja dapat mengikuti instruksi yang dilaksanakan selama 6 minggu sebelum hari pelaksanaan, tapi instruksi tersebut dapat disesuaikan dengan kesiapan setiap gereja.



Gambar 3. 23. Logo NBTCS
(<http://www.backtochurch.com>, nd)



Gambar 3. 24. Web banner NBTCS
(<http://www.outreach.com>, nd)

Kampanye NBTCS yang bertajuk *Together* memakai perpaduan warna *monochrome* ungu, terlihat dari setiap warna pada elemen grafisnya. Lalu dalam visualisasinya kampanye ini cenderung menggunakan material fotografi yang diberikan sentuhan duotone ungu.



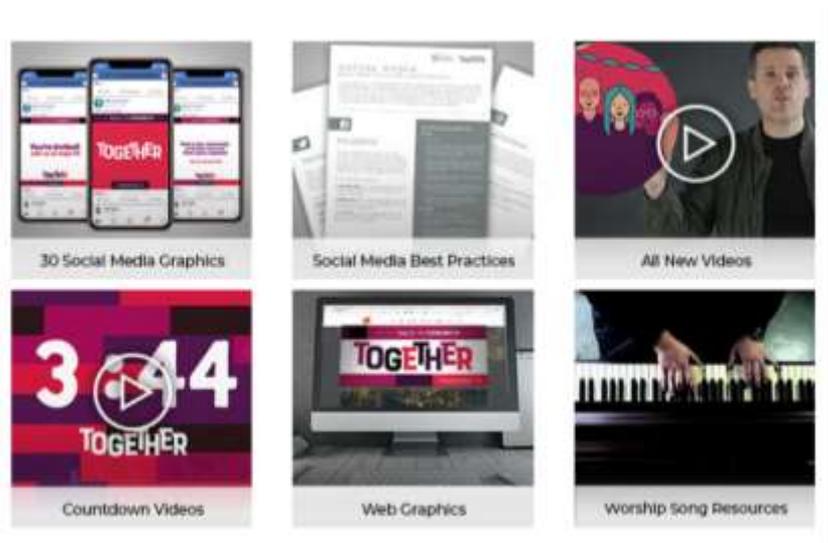
Gambar 3. 25. Langkah mengikuti NBTCS
(https://www.backtochurch.com/wp-content/uploads/2019/03/6_Week_Planner.jpg, 2019)

Kampanye ini juga menyediakan beberapa perlengkapan promosi berbentuk digital dan cetak. Untuk perlengkapan promosi digital, kampanye NBTCS ini menyediakan situs dan media sosial yang dapat diakses siapapun, video tutorial tentang bagaimana cara mengajak yang baik, video lagu rohani, video *motion graphic* dan video *talkshow*. Namun video yang disediakan ada yang bersifat gratis dan ada yang berbayar.

Perlengkapan promosi dalam bentuk cetak disediakan tidak kalah banyak, yaitu *postcard*, *banners* dengan berbagai macam bentuk, kartu undangan, kaos, taplak meja, *handheld sign*, *rubber band*, *door hanger*, dan bulletin. Semua perlengkapan promosi didesain dengan komposisi yang konsisten dan disesuaikan dengan format media.



Gambar 3. 26. *Screenshoot Video Motion Graphic*



Gambar 3. 27. *Digital Kit NBTCS*

(<http://www.outreach.com>, nd)

Dalam penyampaian pesannya, kampanye ini cenderung mengajak dengan kalimat persuasif yang mengunggah perasaan, tapi untuk lebih meyakinkan kampanye ini juga memberikan data riset sebagai kalimat persuasif secara kognitif.



Gambar 3. 28. *Promotion kit NBTCS*
(<http://www.outreach.com>, nd)

3.3.2.1. Analisis SWOT

Tabel 3.2. Analisis SWOT *National Back To Church Campaign*

<i>STRENGTHS</i>	<i>WEAKNESSES</i>
- Sudah berlangsung sejak tahun 2009 dan diikuti oleh 13000 gereja	- Langkah mengikuti kampanye yang dapat disesuaikan dengan kapasitas gereja akan menimbulkan ketidakseragaman sehingga berpengaruh terhadap efektifitas kampanye.
<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>THREATS</i>
- Perlengkapan Promosi yang sudah disediakan	- Gereja yang mengikuti belum tentu membeli perlengkapan promosi - Kampanye ini Tidak menjamin orang yang diundang akan datang