



### **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 II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kampanye

Menurut Rogers dan Storey (dalam Venus, 2018, hlm. 9) kampanye adalah serangkaian kegiatan yang sudah terencana dengan waktu yang sudah ditentukan dan memiliki tujuan yang mengubah perilaku masyarakat yang menjadi sasarannya. Secara umum, kampanye adalah kegiatan persuasi yang pada pelaksanaannya diharapkan dapat mengubah perilaku sekelompok orang.

##### 2.1.1 Tujuan dan Manfaat Kampanye

Kampanye menurut Venus (2018) memiliki tujuan untuk mengubah perilaku masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, ada tiga tahap pengaplikasian kampanye yang perlu dilakukan, yaitu:

- 1) *Awareness*: Meningkatkan kesadaran target sasaran akan masalah yang dihadapi dengan memberikan informasi yang tepat.
- 2) *Attitude*: Menumbuhkan rasa peduli ke target sasaran terhadap masalah yang dikampanyekan.
- 3) *Action*: Melakukan aksi nyata, memberikan informasi dan cara, serta solusi yang tepat sehingga target sasaran dapat perlahan mengubah perilakunya.

Jika tujuan dari kampanye tercapai, target sasaran akan mendapatkan manfaat dari kampanye tersebut dan berpotensi untuk mengubah pola pikir, pendapat atau opini terkait dengan masalah yang ada. (h.14).

##### 2.1.2 Jenis Kampanye

Charles U. Larson (dikutip dari Venus, 2018, hlm. 16) menyatakan bahwa kampanye menurut orientasinya dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) *Product-oriented campaigns*  
Kampanye ini memfokuskan tujuannya ke suatu produk komersial. Kampanye ini berguna untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan suatu produk.

2) *Candidate-oriented campaigns*

Kandidat politik adalah tujuan dilakukannya kampanye jenis ini dan berguna untuk membangun citra kandidat politik seperti penyampaian visi dan misi kandidat.

3) *Ideologically or cause oriented campaigns*

Kampanye ini bertujuan untuk mengubah perilaku sosial masyarakat. Menjadi media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat adalah tujuan utamanya.

### 2.1.3 Tahapan Kampanye

Dalam Venus (2018, h.29-32), ada beberapa tahapan di dalam proses perancangan kampanye, yaitu:

- 1) Menganalisis masalah yang terjadi
- 2) Penyusunan tujuan/maksud kampanye
- 3) Mengidentifikasi segmentasi target sasaran
- 4) Menentukan pesan yang ingin disampaikan
- 5) Mengatur waktu dan sumber daya
- 6) Evaluasi dan hasil tinjauan kampanye

### 2.1.4 Media Kampanye

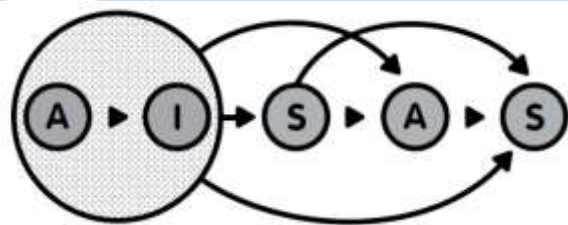
Menurut Schramm (dikutip dari Venus, 2018, h.141) media adalah suatu perantara yang dapat membantu untuk menyampaikan pesan kepada target sasaran. Ada tiga kategori media yang digunakan untuk berkampanye, yaitu:

- 1) *Above the line*, adalah media yang digunakan untuk menjangkau target sasaran yang lebih luas namun tidak dapat diukur dengan akurat. Seperti televisi, *billboard*, radio, dan lain sebagainya.
- 2) *Below the line*, adalah media yang dapat menjangkau target sasaran secara spesifik namun hanya dalam ruang lingkup terbatas, contohnya meliputi penyebaran *flyer*, brosur, pameran, dan lain sebagainya.
- 3) *Through the line*, merupakan media yang melibatkan media sosial sebagai media utamanya, sehingga pesan yang disampaikan dapat terukur seperti

*below the line* namun juga mencakup target sasaran yang luas seperti *above the line*.

### 2.1.5 Model Kampanye AISAS

Sugiyama dan Andree (2011) mengartikan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sebagai model kampanye yang lebih fleksibel (non-linear) karena setiap tahapannya tidak selalu dalam satu baris yang runtut (misalnya dari *attention* harus ke tahap *interest* lalu disambung dengan *search*), bahkan tidak semua tahapan digunakan atau bisa dilompati, ada pula yang digunakan berkali-kali.



Gambar 2.1 Model Kampanye AISAS  
Sumber: Sugiyama dan Andree (2011)

Metode ini sesuai dengan model konsumen yang modern, contohnya ketika seseorang melihat poster kampanye di pinggir jalan dan memutuskan untuk mengambil foto, lalu mengunggah foto tersebut ke media sosial miliknya, maka proses dari AISAS menjadi *attention – interest – share*, inilah yang dimaksud dengan non-linear. Model kampanye AISAS membuat jalan yang jelas untuk *target* audiens berinteraksi dengan media-media yang disuguhkan oleh pihak kampanye, sehingga terbentuk sebuah relasi atau hubungan yang kuat di antara kedua pihak.

## 2.2 Desain Grafis

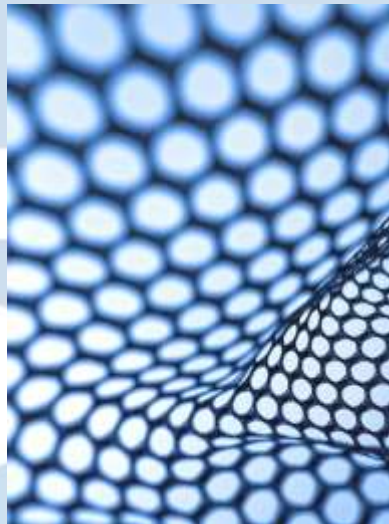
Robin Landa menyatakan bahwa desain grafis adalah sebuah desain komunikasi visual yang digunakan untuk mengemukakan sebuah pesan atau informasi kepada khalayak luas. Desain adalah sebuah ide atau gagasan yang disusun dengan elemen-elemen visual (Landa, 2011).

### 2.2.1 Elemen Desain

Elemen desain merupakan faktor penting dalam desain grafis. Pemakaian elemen desain yang baik pada sebuah karya visual dapat meningkatkan fungsi dan estetika karya tersebut. Elemen desain dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

1) Titik

Titik atau poin adalah unit yang paling kecil dan berbentuk bulat. Jika muncul di gambar dalam layar, titik akan terlihat berbentuk persegi atau biasa disebut *pixel*, bukan bulat lagi. Gambar yang ada di dalam layar terbentuk dari gabungan *pixel*.



Gambar 2.2 Titik dalam Desain  
(<https://pixabay.com/id/photos/biru-titik-titik-desain-pola-5299769/>)

2) Garis

Garis adalah gabungan dari titik yang bentuknya memanjang. Garis dapat dihasilkan dari beragam alat, misalnya pensil, kuas, perangkat lunak di komputer, atau alat apapun yang dapat menghasilkan tanda.

3) Bentuk

Bentuk adalah guratan garis yang membentuk sesuatu. Beberapa garis dapat membentuk sebuah area dua dimensi dan dipengaruhi seluruhnya atau sebagian oleh garis, warna, atau tekstur. Bentuk diartikan sebagai wujud tertutup, dapat muncul di area dua dimensi dan tiga dimensi.



Gambar 2.3 Bentuk dalam Desain  
(<https://shop.grafik.net/category/news/shapes-sorted>)

4) *Figure/Ground*

*Figure/ground* biasa dikenal sebagai area positif dan negatif. *Figure/ground* adalah sebuah dasar dari persepsi visual dan berhubungan erat dengan bentuk dua dimensi.



Gambar 2.4 *Figure/ground* dalam Desain  
(<https://dribbble.com/shots/13822169--Cold-Hands-Warm-Hearts-Logo>)

Manusia secara alami dapat memisahkan *figure* atau ruang positif terhadap suatu latar belakang dalam gambar, jika ada gambar yang menonjol di sebuah beda, sehingga ruang positif itu menghasilkan sebuah bentuk. Bentuk yang dihasilkan di antara *figure* dikenal sebagai *ground* atau ruang negatif.

5) Warna

Warna adalah salah satu elemen desain yang selalu menarik perhatian karena warna dapat membuat sebuah desain menjadi kuat dan provokatif.



Gambar 2.5 Warna dalam Desain  
(<https://thenextweb.com/news/how-to-create-the-right-emotions-with-color-in-web-design>)

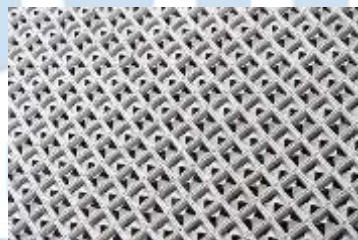


Warna hanya dapat dilihat jika ada cahaya dan manusia biasa melihat warna di permukaan sebuah objek, yang dikenal sebagai pantulan cahaya atau pantulan warna. Contohnya, jika manusia melihat tomat, cahaya yang dipantulkan oleh tomat itu berwarna merah, maka manusia dapat mengatakan bahwa tomat itu warnanya merah.

Warna dibagi menjadi tiga elemen, yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* adalah nama dari warna seperti merah atau hijau, sedangkan *value* merujuk pada tingkat keterangan suatu warna, seperti hijau muda atau hijau tua. *Value* dibagi menjadi 3, yaitu *tint*, *tone*, dan *shade*. *Tint* adalah warna yang muda, *tone* adalah warna yang normal, dan *shade* adalah warna tua. Elemen terakhir dari warna adalah *saturation*, yang artinya terang atau redupnya warna. Warna juga bisa dikategorikan sebagai warna panas dan dingin. Warna panas atau hangat contohnya warna merah, jingga, dan kuning, sedangkan warna biru, hijau, dan violet adalah warna yang dingin. Temperatur dari warna ini tidak dapat dirasakan secara langsung, namun lebih ke persepsi manusia.

6) Tekstur

Tekstur adalah simulasi atau representasi dari suatu kualitas permukaan. Ada dua kategori tekstur di dalam dunia desain grafis, yaitu taktil dan visual. Tekstur taktil adalah tekstur yang dapat dilihat dan disentuh secara fisik, sedangkan tekstur visual adalah tekstur yang dihasilkan dari hasil pemindaian tekstur yang sebenarnya atau hasil pengambilan gambar, sehingga terlihat bertekstur namun tidak dapat dirasakan secara fisik.



Gambar 2.6 Tekstur dalam Desain  
([https://wunderstock.com/photo/grid-gray-board-illustration\\_ng9XriDP8PO6](https://wunderstock.com/photo/grid-gray-board-illustration_ng9XriDP8PO6))

### 2.2.2 Prinsip Desain

Landa (2011, hlm. 24) mengatakan bahwa prinsip desain berkesinambungan dengan elemen desain. Prinsip desain diaplikasikan ke dalam semua aspek desain komunikasi visual, sehingga dapat menciptakan harmoni yang indah dengan semua elemen desain di dalam karya tersebut. Prinsip desain dibagi menjadi tujuh bagian, yaitu:

1) Format

Format dapat diartikan menjadi dua arti. Format adalah sebuah batasan atau parameter media dalam desain dan bisa diartikan juga sebagai suatu media yang nyata, seperti ukuran kertas, layar monitor, dan lain sebagainya. Desainer sering menjelaskan sebuah jenis aplikasi, misalnya sampul CD dan sebuah poster.

2) Keseimbangan

Keseimbangan adalah prinsip desain yang dimiliki oleh manusia secara intuitif, seperti mempelajari tarian, yoga, atau olahraga, sehingga keseimbangan dapat dihasilkan oleh pemerataan beban visual kepada kedua axis yang ada di media, misalnya di layar gawai atau *billboard* di jalan. Keseimbangan dihasilkan dengan bobot visual yang sama yang terlihat dari garis tengah sebuah media. Keseimbangan terbagi menjadi dua bentuk, yakni simetri dan asimetri.



Gambar 2.7 Keseimbangan dalam Desain  
(<https://justcreativedesigns.com/what-is-good-and-bad-graphic-design/>)

3) Hierarki Visual

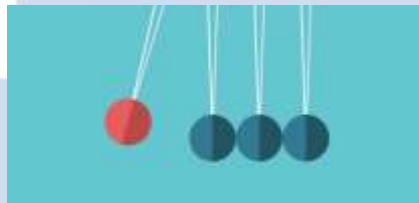
Salah satu tujuan dari desain grafis adalah memberikan solusi untuk mengkomunikasikan sebuah informasi. Hierarki visual melakukan hal



tersebut dengan cara menata informasi, sehingga informasi itu memiliki alur atau arah gerak. Desainer menggunakan hierarki visual untuk menata seluruh elemen visual pada sebuah media supaya sedap dipandang dan semua informasi yang ingin disampaikan, dapat diterima oleh pembaca.

4) *Emphasis*

*Emphasis* adalah sebuah tata letak elemen visual yang menekankan sebuah informasi dibandingkan dengan yang lainnya, membuat sebuah informasi menjadi lebih dominan dari yang lain, sehingga orang awam dapat membaca dengan runtut dari yang pertama, kedua, ketiga, dan seterusnya.



Gambar 2.8 *Emphasis* dalam Desain  
(<https://www.cdgi.com/wp-content/uploads/2014/12/emphasis.jpg>)

5) Ritme

Di dalam dunia desain grafis, ritme berupa pola yang mampu mengarahkan mata audiens untuk menjelajahi sebuah media, dari satu informasi ke informasi lainnya yang tersedia dalam media tersebut. Pembaca seperti diarahkan untuk menerima informasi yang mana dahulu, sebelum interval atau jarak untuk menerima informasi selanjutnya.

6) Kesatuan

Kesatuan adalah sebuah prinsip desain yang memiliki tata letak yang ideal, sehingga penataan beberapa elemen desain yang berbeda bisa terlihat harmonis, menciptakan estetika, dan mudah dicerna informasinya dalam satu media.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.9 Kesatuan dalam Desain  
(<https://i.pinimg.com/736x/50/0e/f5/500ef5ef1472df539484196bb71789b4--graphic-posters-art-posters.jpg>)

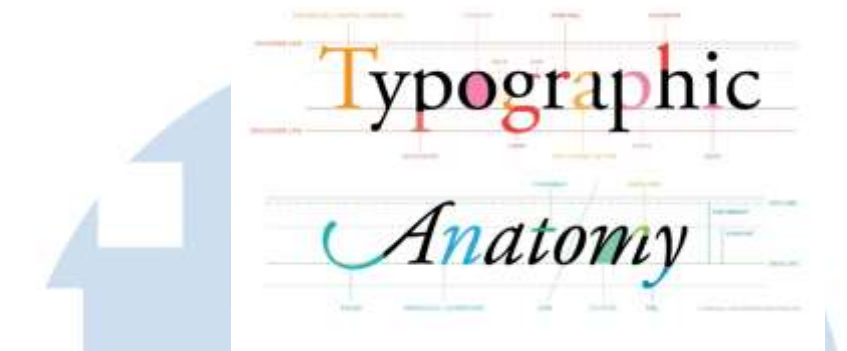
#### 7) *Laws of Perceptual Organization*

Ada enam poin di dalam prinsip ini, yaitu *similarity* (elemen yang mempunyai karakteristik yang sama, dianggap sebagai satu kesatuan), *proximity* (elemen yang dekat dengan elemen yang lainnya, dianggap sebagai satu kesatuan), *continuity* (elemen yang hadir setelah elemen sebelumnya dengan koneksi tertentu, dianggap satu kesatuan), *closure* (kebiasaan pikiran manusia untuk menggabungkan elemen yang satu dengan yang lainnya untuk membentuk suatu bentuk yang baru), *common fate* (elemen yang bergerak ke arah satu tujuan, dianggap satu kesatuan), dan *continuing line* (garis yang terus menerus dianggap satu kesatuan).

#### 2.2.3 Tipografi

Tipografi adalah desain berbentuk huruf yang memiliki aturan sendiri dan dapat diaplikasikan di dua dimensi dan tiga dimensi (Landa, 2011, hlm. 44). Tipografi adalah bagian yang penting dalam desain, karena berguna untuk menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan maupun bentuk visual tertentu. Di dalam tipografi, terdapat banyak elemen.

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



Gambar 2.10 Tipografi dalam Desain  
([https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/546572f1e4b00c5eabbce373/1429683274329-LS0HBUF9DA9YL1AJMKVN/typographic\\_anatomy.jpg?format=1000w](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/546572f1e4b00c5eabbce373/1429683274329-LS0HBUF9DA9YL1AJMKVN/typographic_anatomy.jpg?format=1000w))

### 1. *Letterform*

*Letterform* adalah sebuah gaya dan bentuk pada masing-masing huruf di alfabet. Setiap huruf di alfabet mempunyai karakteristik yang unik dan harus dijaga agar bentuknya bisa dibaca dengan baik.



Gambar 2.11 Tipografi  
(<https://media.crystallize.com/snowball/20/3/4/29/font-typeface.jpg?w=144>)

### 2. *Typeface*

*Typeface* adalah set kumpulan angka, huruf, dan tanda yang konsisten. Properti visual yang konsisten inilah yang membedakan sebuah *typeface* dengan *typeface* yang lainnya.

### 3. *Type font*

*Type font* adalah kumpulan banyak set dari huruf, angka, tanda, dalam berbagai ukuran dan gaya.

#### 4. *Type Family*

Variasi dari desain-desain *font* adalah arti dari *type family*. Sebagian besar meliputi variasi *light*, *medium*, dan *bold*, dan masing-masing memiliki *italic*.



Gambar 2.12 *Type Family*  
(<https://cmscdn.fonts.com/images/af9a6024edbb37af/E.Bodoni.gif>)

#### 5. *Italics*

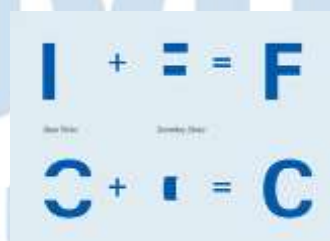
Huruf yang memiliki kemiringan ke kanan disebut *italics*. *Italics* juga terinspirasi dari teknik tipografi kursif yang terinspirasi oleh tulisan tangan.

#### 6. *Type Style*

Hasil dari modifikasi sebuah *typeface* yang terdiri dari set *font* yang bervariasi, misalnya berat huruf (*light*, *medium*, *bold*), lebar huruf (*condensed*, *regular*, *extended*), dan sudut pandang (*roman* dan *italic*).

#### 7. *Stroke*

Garis lurus atau lengkung yang membentuk sebuah huruf.



Gambar 2.13 *Stroke*  
(<http://galaxign.weebly.com/uploads/2/4/9/9/24999947/8381881.jpg?341>)

#### 8. *Serif*

*Serif* adalah sebuah elemen kecil yang ditambahkan di akhir atau awal sebuah stroke pada bentuk huruf.

#### 9. *Sans Serif*

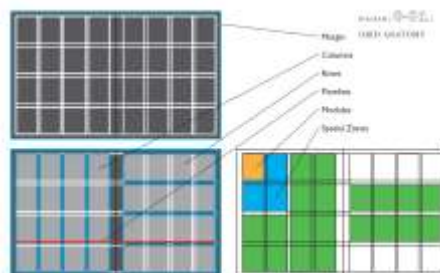
*Sans serif* merupakan *typeface* tanpa elemen kecil yang ditambahkan.

#### 10. *Weight*

*Weight* adalah ketebalan *stroke* pada bentuk huruf dan biasanya diklasifikasi menjadi *light*, *medium*, dan *bold*.

### 2.2.4 *Grid System*

Seluruh elemen desain pada majalah, buku, koran, dan sebagainya, diatur dalam *grid*. *Grid* adalah panduan, struktur, atau petunjuk yang terdiri dari garis vertikal dan horizontal yang membagi suatu format menjadi beberapa bagian terpisah (Landa, 2011, hlm. 158). *Grid* terdiri dari margin, baris, kolom, *flowlines*, modul, dan *spatial zone*.



Gambar 2.14 *Grid System*  
Sumber: Landa (2011)

### 2.2.5 *Ilustrasi*

Ilustrasi adalah gambar dengan bahasa visual tertentu, yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan, cerita, atau konteks kepada target audiens. Menurut Male (2007), ilustrasi dapat menyampaikan pesan dengan spesifik, yang tidak bisa atau sulit dibuat ulang menggunakan teknik fotografi. Umumnya, ilustrasi digunakan untuk mendokumentasikan sesuatu, menjadi sebuah identitas, mengutarakan komentar, *storytelling*, dan lain sebagainya.



## **2.2.6 Fotografi**

Gani & Kusumalestari menyatakan bahwa fotografi adalah teknik mengambil gambar (memotret) dan mengetahui cara yang benar dalam mengatur pencahayaan, pengolahan gambar, serta semua yang berkaitan dengan proses tersebut. Pada umumnya, fotografi digunakan untuk mendokumentasikan sesuatu yang dianggap penting atau sebuah kejadian secara spesifik.

## **2.3 Sampah**

Di dalam Undang-undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang pengelolaan sampah, sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat.

### **2.3.1 Jenis Sampah**

Menurut Apriadji (dalam Kurniaty et al, 2016), jenis sampah dibagi menjadi tiga, yaitu sampah organik, sampah anorganik, dan sampah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun).

#### **1) Sampah organik**

Sampah organik adalah sampah yang sumbernya dari makhluk hidup, seperti dedaunan, sampah dapur, sisa sayuran, sisa buah, dan lain sebagainya. Sampah jenis ini umumnya bisa teruraikan dengan mudah dan mempunyai potensi untuk didaur ulang menjadi pupuk.

#### **2) Sampah anorganik**

Sampah anorganik adalah sampah yang tidak mudah membusuk dan sebagian besar tidak dapat diurai secara alami, seperti plastik, botol kaca, kaleng, dan sebagainya.

#### **3) Sampah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun)**

Sampah jenis ini merupakan sampah yang berbahaya bagi manusia, contohnya baterai, jarum suntik, limbah nuklir, dan lain sebagainya. Sampah B3 memerlukan penanganan khusus dan tidak bisa dibuang begitu saja.

### **2.3.2 Pengelolaan Sampah**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008, pengelolaan sampah dibagi dua, yaitu pengelolaan sampah rumah tangga dan sampah spesifik. Pengelolaan sampah rumah tangga terdiri dari pengurangan sampah yang meliputi pembatasan timbulan sampah, daur ulang sampah, dan pemanfaatan sampah, serta penanganan sampah yang meliputi pemilahan sesuai dengan jenis, jumlah, atau sifat sampah. Pengelolaan sampah spesifik menjadi tanggungjawab dari pemerintah dan untuk ketentuan-ketentuannya tercakup dengan lengkap di peraturan pemerintah. Di dalam pengelolaannya, masih banyak masyarakat yang tidak mengelola sampah sesuai dengan ketentuan yang ada, misalnya membuang sampah sembarangan ke sungai dan membakar sampah secara liar. Oleh karena itu, metode pengolahan sampah 3R (*reuse, reduce, recycle*) diperkenalkan kepada masyarakat.

### **2.3.3 Pengolahan Sampah Berbasis 3R**

Pengolahan sampah sebaiknya dilakukan dari sumbernya, sehingga sampah yang dihasilkan masih bisa diolah secara terpadu. Pengolahan sampah berbasis 3R cocok dilakukan di masyarakat Indonesia, karena metode ini meliputi kegiatan mengurangi sampah, menggunakan kembali sampah, dan mendaurulang sampah, yang bisa dilakukan oleh individu dan tidak memungut biaya tambahan; bahkan menghemat. Pusat Penelitian dan Pengembangan Permukiman (2010) menyatakan bahwa ada banyak sistem daur ulang yang dapat dipakai karena mayoritas sampah yang dihasilkan adalah sampah organik yang seharusnya bisa dikelola dengan baik dan menghasilkan kompos yang berguna. Keuntungan dari pola 3R dengan menetapkan *reuse, reduce, recycle* adalah mengurangi volume sampah yang nantinya akan dibuang ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA), menghemat pengeluaran, dan hasil daur ulang dapat dijual kembali sehingga memiliki nilai ekonomi.

### **2.3.4 Dampak Pembakaran Sampah**

Pembakaran sampah menghasilkan berbagai bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh. Bahan-bahan kimia yang dapat membahayakan

manusia diantaranya adalah nitrogen oksida, sulfur dioksida, senyawa yang mengandung karbon dan mudah menguap (*Volatile Organic Compound* atau VOC), dan *Polycyclic Aromatic Hydrocarbons* (PAHs) yang merupakan senyawa bersifat karsinogenik atau mutagenik (Hasan, 2020). VOC dapat memberi dampak yang buruk terhadap lingkungan dan kesehatan jika bereaksi dengan nitrogen oksida di bawah sinar matahari. Reaksi ini membentuk *ground level ozone* dan asap atau kabut, yang dalam konsentrasi tertentu dapat menyebabkan gangguan di lingkungan dan kesehatan makhluk hidup di sekitarnya. Beberapa bahan VOC dapat menyebabkan kanker pada hewan dan manusia. Tanda-tandanya berawal dari ketidaknyamanan di alat pernapasan dan tenggorokan, reaksi alergi pada kulit, mual dan muntah, kelelahan, dan lain sebagainya (Ismail, 2011). Menurut Peneliti Pusat Penelitian Kimia Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Witta Kartika (dalam Pranita, 2019), senyawa dioksin yang muncul dari pembakaran sampah khususnya plastik dapat menimbulkan dampak yang buruk bagi kesehatan. Dioksin adalah senyawa kimia yang berbahaya jika masuk ke dalam tubuh manusia dan jika terpapar terlalu lama, maka akan merusak fungsi hati, mengganggu sistem kekebalan tubuh, mengganggu fungsi reproduksi, hingga meningkatkan resiko kanker di kemudian hari.

