



### **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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Situ merupakan sumber mata air alami yang berada di daratan yang memiliki fungsi yang salah satunya berperan penting menjadi sumber pengairan atau irigasi untuk sawah dan juga perkebunan serta pengendali banjir dan daerah resapan air saat musim hujan. Situ berkaitan erat dengan daerah aliran sungai (DAS) yang terhubung dengan situ karena aktivitas pada hulu daerah aliran sungai dapat kondisi perairan dan fungsi situ. Aktivitas masyarakat pada daerah aliran sungai seperti masuknya limbah apapun juga jenisnya dan pertumbuhan tumbuhan gulma dapat menyebabkan pendangkalan pada kedalaman situ (Puspita, 2005, hlm. 197-198). Situ juga memiliki fungsi lain, sebagai sumber pendapatan yaitu sebagai tempat budidaya perikanan dan lokasi pariwisata. Masyarakat diharuskan untuk menjaga dan sadar akan kelestarian situ yang dijadikan sebagai lokasi pariwisata dalam konteks kebersihan maupun keberadaan situ tersebut agar tetap asri dan nyaman.

Jabodetabek sebagai wilayah pusat pemerintahan dan dengan tingkat populasi manusia yang lebih banyak dibandingkan dengan daerah lainnya di Indonesia. Robert Adhi Kusumaputra dalam bukunya yang berjudul *Banjir Kanal Timur: Karya Anak Bangsa* menyebutkan bahwa situ yang berada di daerah Jabodetabek sebagian jumlahnya telah hilang sehingga tidak ada lagi daerah resapan air sehingga menjadi salah satu penyebab banjir di Jakarta (2010, hlm. 13). Berdasarkan data Direktorat

Jenderal Sumber Daya Air Kementerian Pekerjaan Umum, kondisi 69 situ di Jabodetabek dari 213 jumlah situ, mengalami kerusakan dikarenakan kurangnya perawatan dan pelestarian baik oleh pemerintah maupun masyarakat.

Situ Cibereum merupakan satu-satunya situ yang masih asri dan alami di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat yang proses terjadinya secara alami dan dijadikan sebagai tempat pariwisata oleh masyarakat setempat dengan kondisi fisik yang masih asri dan alami. Berdasarkan data yang diperoleh dari Satuan Kerja Balai Besar Wilayah Sungai Ciliwung Cisadane, menyebutkan bahwa Situ Cibereum memiliki luas sekitar 21,47 hektar setelah diadakan pengukuran dan peninjauan langsung pada tahun 2009. Situ Cibereum memiliki kondisi yang cukup tidak terawat dan memprihatinkan dari segi kebersihan, padahal telah dijadikan sebagai sektor pariwisata air oleh warga setempat sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengunjung ketika berwisata. Berdasarkan hasil observasi penulis, fasilitas sarana umum seperti tempat sampah tidak ditemukan satupun disekitar area Situ Cibereum. Rasa tanggung jawab pedagang terhadap kebersihan dan kelestarian Situ Cibereum sebagai lokasi pariwisata tidak diimbangi dengan kesadaran pengunjung yang seringkali membuang bekas puntung rokok, kulit kacang, sedotan, dan kemasan plastik begitu saja dibawah gubuk lesehan Situ Cibereum. Sampah-sampah kecil tersebut sebenarnya dapat dikumpulkan terlebih dahulu oleh pengunjung dalam satu wadah seperti piring atau mangkuk yang telah mereka gunakan, atau dengan menyediakan kantong plastik sampah sehingga kebersihan Situ Cibereum dapat tetap terjaga.

Kampanye sosial merupakan sebuah gerakan yang dilakukan dalam rangka untuk mencapai tujuan untuk menyelesaikan permasalahan sosial dan melakukan gerakan perubahan terhadap permasalahan sosial tersebut untuk jangka panjang (Sheehan, 2009, hlm. 2). Kampanye sosial sebagai salah satu kegiatan komunikasi dengan tujuan yang jelas dalam hal ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap fungsi dan rupa situ yang sesungguhnya. Ajakan kepada masyarakat untuk mengubah sikap dan perilaku serta melakukan upaya pelestarian situ dengan usaha dan kesadaran sendiri terkait dengan upaya pelestarian situ dapat menggunakan media kampanye sosial yang sesuai dengan tujuan dan sasaran kampanye sosial pelestarian situ.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah yang didapat adalah:

1. Bagaimana menyampaikan ajakan untuk menjaga kebersihan serta melakukan kegiatan pembersihan situ kepada masyarakat lokal Situ Cibereum dan pengunjung melalui kampanye sosial?
2. Bagaimana perancangan desain visualisasi kampanye sosial yang tepat untuk menyampaikan pesan ajakan kegiatan bersih-bersih situ kepada masyarakat sekitar Situ Cibereum dan pengunjung?

### **1.3 Batasan Masalah**

Perancangan dan pembuatan kampanye sosial memiliki batasan, yaitu:

1. Target kampanye: kampanye akan ditargetkan kepada masyarakat yang memiliki digolongkan secara demografis yaitu berkisar pada 25 sampai 35 tahun karena menurut hasil survei yang penulis lakukan, sebagian besar warga yang bertempat tinggal disekitar Situ Cibereum yang merupakan para pedagang dan pengunjung yang pada umumnya memiliki usia tersebut dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, serta memiliki status ekonomi menengah sampai menengah ke bawah. Psikografis dari target adalah peduli dan tanggap serta peka terhadap keadaan lingkungan hidup, khususnya Situ Cibereum. Letak geografis dilaksanakannya kampanye adalah di Situ Cibereum langsung, yang terletak di Desa Lambang Sari dan Desa Lambang Jaya, Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.
2. Konten kampanye akan difokuskan kepada menyadarkan masyarakat dan pengunjung terhadap pentingnya kebersihan Situ Cibereum dan mengajak untuk melakukan kegiatan bersih-bersih Situ Cibereum dengan fokus pada visualisasi media-media kampanye sosial.

### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan yang akan dicapai dalam pembuatan kampanye sosial dalam tugas akhir ini adalah:

1. Masyarakat sekitar Situ Cibereum dan pengunjung sadar akan kebersihan dan kelestarian Situ Cibereum agar terciptanya kenyamanan bersama.
2. Mengajak masyarakat sekitar atau pedagang untuk bersama-sama melakukan kegiatan aksi bersih Situ Cibereum.

### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat yang didapat dari direncangnya kampanye sosial ini adalah:

1. Adanya peningkatan mutu dan kualitas Situ Cibereum di aspek kebersihannya sebagai sektor pariwisata air dan perikanan.
2. Masyarakat dan pengunjung mau serta memiliki kesadaran untuk merawat dan melestarikan situ dengan melakukan aksi bersih-bersih Situ Cibereum.
3. Penulis menjadi semakin menyadari betapa pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian sumber daya air serta mengetahui keadaan situ di Kabupaten Bekasi.

### **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Perancangan kampanye sosial revitalisasi Situ Cibeureum menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

#### **1.6.1 Data Primer**

Data primer merupakan data utama yang akan diteliti sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan dan didapatkan dari metode-metode berikut:

1. Survei: adalah metode yang dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden atau subjek penelitian utama dan memberikan pertanyaan berupa pendapat, sikap, pilihan, dan pandangan responden

yang berkaitan dengan masalah yang diteliti (Andriani dkk, 2011, hlm. 185). Tujuan survei yang lain adalah mengetahui media apa yang akan digunakan dalam kampanye sosial. Survei akan dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada beberapa warga yang bertempat tinggal didekat Situ Cibeureum.

2. Observasi: adalah metode yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan kepada subjek penelitian, namun tidak mengadakan interaksi atau tanya jawab kepada subjek penelitian agar hasil penelitian yang didapatkan bukan hasil manipulasi. Observasi yang dapat dilakukan adalah dengan mengamati perilaku subjek penelitian terhadap situ yang berada didekat tempat tinggal mereka dan mengamati langsung keadaan fisik situ atau mendokumentasikan hasil observasi.
3. Wawancara: adalah metode yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan tanya jawab terhadap informan dan bersifat individual serta mendalam karena dapat mengetahui pendapat informan secara langsung. Wawancara berfungsi untuk memberikan pedoman serta mengkomunikasikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan secara langsung. Informan yang akan diwawancarai adalah staf pegawai Balai Besar Ciliwung Cisadane Bagian Bina Pelaksana pada Pejabat Pembuat Komitmen Prasarana Konservasi Sumber Daya Alam, salah satu pengurus LSM PAKAD, dan petugas dinas pengairan Desa Lambang Jaya yang bertempat tinggal disekitar Situ Cibeureum.

## 1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang didapatkan dari telaah literatur seperti buku cetak, *ebook*, dan informasi atau data hasil wawancara dengan institusi pemerintahan yang dapat dijadikan sebagai penguat hasil penelitian dan fakta.

## 1.7 Metode Perancangan

Metode perancangan dalam merancang sebuah desain dimulai dari langkah-langkah berikut:

### 1. Perumusan Masalah

Masalah yang akan diangkat harus ditentukan secara jelas dan pasti terlebih dahulu dengan menguraikan apa, dimana, kapan, siapa, mengapa, dan bagaimana (5W + 1H). Kampanye sosial diharuskan mengangkat permasalahan sosial dengan mengamati keadaan sosial dan masyarakat yang akan dijadikan sebagai target. Permasalahan kemudian dipersempit dengan merumuskan batasan masalah sehingga akan terarah lebih jelas untuk menentukan langkah-langkah dalam mencari solusi permasalahan tersebut. Penulis merumuskan permasalahan mengenai pelestarian Situ Cibereum dan bagaimana cara mengkampanyekan ajakan melestarikan situ kepada masyarakat dan menyadarkan akan fungsi situ yang sebenarnya.



## 2. Analisis Permasalahan dan Tujuan

Masalah yang telah dirumuskan kemudian dicari fakta serta data-data yang berhubungan dengan masalah sesuai dengan metode pengumpulan data yang telah ditentukan, kemudian menentukan tujuan dibuatnya karya.

## 3. Pengembangan dan Pelaksanaan Ide

Proses *brainstorming* dan *mind mapping* dilakukan dalam membuat rancangan konsep serta ide dan konsep, kemudian diaplikasikan untuk melihat berhasil atau tidaknya ide kampanye yang telah dibuat.

## 4. Perancangan

Tahapan-tahapan dalam membuat rancangan konsep serta ide, yaitu:

- a. Sketsa: Pembuatan sketsa atau rancangan kasar yang bertujuan untuk menggambarkan ide mengenai karya yang akan dibuat.
- b. Visualisasi: penerapan ide dan konsep yang telah dirancang.

## 5. Aplikasi Media

Tahap akhir dalam perancangan media kampanye sosial yaitu dengan mengaplikasikan atau menerapkan desain visualisasi yang telah dibuat ke media yang tepat.

## 1.8 Skematika Perancangan

### PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL AKSI BERSIH SITU CIBEREUM BEKASI

