

## **BAB III**

### **RANCANGAN KARYA**

#### **3.1 Tahapan Penyelenggaraan**

Penyelenggaraan *event* marimba bertujuan untuk meningkatkan kunjungan rumah baca dan kedepannya diharapkan dapat menumbuhkan minat membaca masyarakat di RT 04 Desa Panggarangan, khususnya anak-anak (anak kecil dan remaja). Rumah baca Marimba akan diperbarui agar dapat menarik minat anak-anak untuk mendatangi rumah baca tersebut dan dapat menumbuhkan minat membaca sejak dini. Dengan adanya penambahan fasilitas yang memadai, anak-anak diharapkan dapat menggunakan rumah baca untuk membaca buku dengan nyaman.

Pembuatan *event* Marimba menggunakan metode *C-Planning* yang terdapat pada *framework Social and Behaviour Change Communication* (McKee et al., (2014), sebagai landasan utama proses perancangan *event* Marimba. Tahapan-tahapan pada *C-Planning* yaitu sebagai berikut.

##### **3.1.1 Understanding the Situation**

Pada tahap pertama *C-Planning*, dilakukan pemahaman masalah melalui analisis situasi, audiens yang dituju, dan riset-riset terhadap hal-hal yang bersangkutan dengan rumah baca Marimba. Langkah-langkah tersebut dilakukan penulis untuk merumuskan masalah yang menjadi hambatan maupun dorongan, sehingga penulis dapat menemukan ide-ide untuk pembaruan rumah baca Marimba. Langkah-langkah dalam memahami permasalahan akan dijabarkan sebagai berikut:

##### **a. Analisis Situasi**

Penulis melakukan proses analisis situasi dengan melakukan riset-riset terhadap wilayah Lebak Selatan secara menyeluruh melalui sumber-sumber terpercaya seperti publikasi jurnal dan informasi-informasi yang didapat dari pihak Gugus Mitigasi Lebak Selatan

(GMLS). Berikut ini adalah metode-metode yang digunakan penulis dalam menganalisis situasi.

1) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara langsung melalui pihak-pihak yang bersangkutan dengan rumah baca Marimba. Menurut (Sugiyono, 2016), wawancara dapat digunakan penulis dalam mengumpulkan data dan dapat lebih dalam menggali informasi dari responden secara lisan dengan tujuan menemukan titik permasalahan. Terdapat dua informan utama dalam wawancara ini, yaitu Siti Nurpadilah (koordinator/pengelola rumah baca Marimba) dan Pak Hendra (masyarakat Desa Panggarangan). Selain itu, penulis juga melakukan wawancara secara singkat melalui obrolan santai dengan anak-anak RT 04 Desa Panggarangan dan beberapa orangtuanya.

2) Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan kaitan antara teori yang dikaji dengan referensi terdahulu lainnya yang meliputi nilai, budaya, dan norma yang ada pada situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2017). Pada metode ini, penulis melakukan riset dari publikasi seperti buku, jurnal ilmiah, dan literatur untuk menambah dan membandingkan isu yang diteliti penulis dengan penelitian terdahulu yang serupa. Dalam perancangan *event* Marimba *Season 2*, penulis mengumpulkan informasi dan referensi dari beberapa karya terdahulu khususnya karya *event* Marimba pertama yang dirancang oleh Raden Khairunnisa yang memberi motivasi penulis untuk membuat *event* Marimba *Season 2*.

**b. Identifikasi Perilaku**

Pada metode ini, penulis mengidentifikasi perilaku masyarakat dengan melakukan beberapa kali kunjungan/observasi ke Desa

Panggarangan (salah satu desa di wilayah Lebak Selatan). Siti Nurpadilah selaku koordinator Marimba dan Bapak Hendra selaku masyarakat setempat memberikan pemahaman mengenai kebutuhan-kebutuhan masyarakat Desa Panggarangan, khususnya dalam hal membaca. Dayah (anggota GMLS) juga turut serta membantu memberikan gambaran kebiasaan sehari-hari anak-anak di lingkungan RT 04 Desa Panggarangan dan mengatakan bahwa anak-anak jarang berkunjung ke rumah baca Marimba jika tidak ada kakak-kakak yang menemani (dalam arti para mahasiswa yang berkunjung).

### c. Segmentasi Target Audiens

Berdasarkan pernyataan dari Bapak RT 04 Desa Panggarangan, terdapat kurang lebih 100 anak dari RT 04 dan RT 06 yang usianya bervariasi, mulai dari balita, SD, SMP, SMA, dan mahasiswa tingkat awal. Selama penulis melakukan observasi, anak-anak usia balita dan SD jumlahnya jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan usia-usia di atasnya. Oleh karena itu, penulis memutuskan anak-anak balita dan SD menjadi target audiens rumah baca Marimba dan *event* Marimba *Season 2*. Berikut ini adalah penjabaran segmentasi target audiens pada karya Marimba *Season 2*:

- 1) Segmentasi Demografis: laki-laki dan perempuan usia 5-12 tahun.
- 2) Segmentasi Geografis: RT 04 Desa Panggarangan, Lebak Selatan
- 3) Segmentasi Psikografis: tertarik dengan kegiatan belajar sambil bermain dan memiliki banyak waktu luang untuk berkunjung ke rumah baca.

### 3.1.2 *Focusing and Designing*

Tahap *Focusing and Designing* dalam *C-Planning* terdapat tiga strategi SBCC yaitu komunikasi perubahan perilaku, advokasi, dan mobilisasi sosial. Pada karya Marimba *Season 2*, penulis memilih strategi komunikasi perubahan perilaku untuk memberikan motivasi kepada anak-anak supaya mau mengunjungi rumah

baca Marimba, membiasakan membaca, dan untuk jangka panjangnya diharapkan dapat meningkatkan minat membaca mereka. Dalam merubah perilaku masyarakat setempat, penulis menggunakan berbagai cara komunikasi kepada anak-anak dengan melakukan pendekatan di setiap kunjungan ke RT 04 Desa Panggarangan, seperti meluangkan waktu untuk membaca dan bermain bersama. Dalam pendekatan ini, penulis dibantu oleh beberapa teman-teman lainnya yang juga merupakan mahasiswa MBKM *Humanity Project batch 4*. Selain itu, penulis menggunakan jejaring sosial Instagram sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan informasi mengenai isu yang diangkat.

Penulis menentukan objektif karya menggunakan metode SMART. Objektif dari *event Marimba Season 2* adalah meningkatkan kunjungan rumah baca Marimba RT 04 Desa Panggarangan dalam jangka waktu enam bulan, dengan melakukan berbagai pembaruan seperti disediakan mainan edukatif dan menambahkan variasi buku bacaan. Penulis berharap dalam jangka waktu yang panjang anak-anak dapat membangun minat baca mereka dengan terbiasa meluangkan waktu membaca buku di rumah baca Marimba. Objektif karya tersebut akan diimplementasikan melalui penyelenggaraan kegiatan menyusun kalimat, menggabungkan jumlah benda, dan lomba *puzzle* yang ada dalam *event Marimba Season 2*. *Event* ini berkolaborasi dengan organisasi-organisasi terkait seperti Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS), Taman Baca Masyarakat Annajah, dan ID Flow Stories.

### **3.1.3 Creating**

*Creating* merupakan tahap ketiga dalam *C-Planning* yang bertujuan untuk memberikan kesan acara seperti visualisasi logo, nama *event*, pesan, konsep *event*, dan perencanaan lainnya.

#### 1) Nama *Event*

Nama “Marimba” adalah singkatan dari kalimat Mari Membaca dan penambahan kalimat “*Season 2*” berarti ini adalah *event* kedua, dimana sudah pernah dilakukan *event* serupa. *Event* pertama dilaksanakan pada 18 November 2023 oleh mahasiswa MBKM *Humanity Project batch 3*,

sedangkan *event* Marimba *Season 2* yang diselenggarakan oleh penulis dilaksanakan pada 12 Mei 2024.

## 2) Logo *Event*

Logo *event* Marimba *Season 2* dirangkai dengan elemen-elemen yang mendukung objektif karya. Setiap elemen memiliki makna-maknanya sendiri. Logo tersebut diperbarui dari logo *event* Marimba sebelumnya, dengan tujuan agar memberikan kesan adanya banyak pembaruan yang dilakukan pada rumah baca Marimba tahun ini. Berikut ini adalah perbedaan logo dari kedua *event* Marimba.



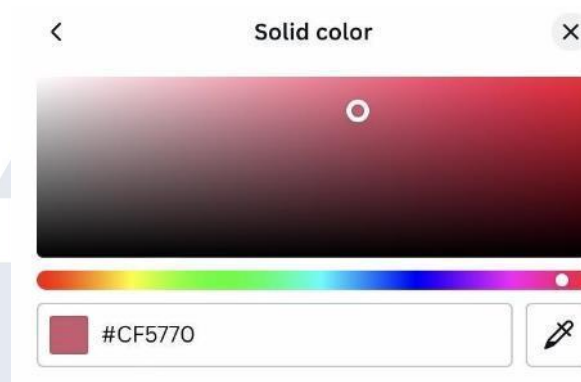
Gambar 3.1 Logo *Event* Marimba 2023



Gambar 3.2 Logo *Event* Marimba *Season 2* 2024

Logo Marimba *Season 2* terdiri dari empat elemen yaitu, nama *event*, gambar buku, *tagline* & tagar, dan lingkaran besar. Tulisan “Marimba 2” menandakan nama *event* Marimba *Season 2*. Gambar buku menandakan hadirnya Marimba sebagai rumah baca untuk masyarakat. *Tagline* & tagar menandakan salah satu isi pesan yang harus ditanamkan masyarakat. Lingkaran besar menandakan bahwa rumah baca Marimba siap menjadi

wadah masyarakat (anak-anak) untuk menumbuhkan kebiasaan membaca. Pembaruan logo Marimba ini didasarkan pada referensi yang pernah dilihat penulis pada logo-logo instansi pendidikan seperti sekolah dan perpustakaan yang disarankan oleh rekan penulis selaku pembuat logo Marimba *Season 2*.



Gambar 3.3 Warna Logo Marimba Season 2

Logo Marimba *Season 2* menggunakan satu warna yaitu *Dusty Rose Pink* Tua dengan kode warna CF5770 yang didesain pada aplikasi Canva. Menurut (Rustan, 2013), warna pada logo bertujuan memberikan dan memperkuat kesan dari sebuah bentuk maupun tulisan. Warna *Dusty Rose Pink* Tua pada logo Marimba *Season 2* dipilih berdasarkan makna yang berarti menumbuhkan semangat untuk semua gender. Dalam psikologi, warna *pink* sendiri diartikan sebagai pondasi kekuatan hidup yang mampu diandalkan.



Gambar 3.4 Font Borsok pada Logo Marimba *Season 2*  
Sumber: Canva.com



Gambar 3.5 Font Chewy pada Logo Marimba *Season 2*  
Sumber: Canva.com

Dua *font* yang digunakan pada logo Marimba *Season 2* adalah Borsok dan Chewy. Pemilihan ini didasarkan karena bentuk *font* Borsok terlihat memberikan kesan seperti huruf “*bubble*” yang cocok untuk anak-anak namun tetap terlihat formal, sedangkan *font* Chewy pada *tagline* dan tagar terlihat seperti tulisan tangan anak-anak.

### 3) *Key Message*

Pesan yang ingin disampaikan dari event Marimba *Season 2* adalah penulis ingin anak-anak merasa bahwa membaca buku merupakan hal yang penting. Pembaruan berupa penyediaan mainan edukatif bertujuan agar anak-anak merasakan kesenangan saat belajar (membaca buku) sambil bermain di rumah baca Marimba, yang juga secara tidak langsung dapat meningkatkan kreativitas anak dalam menyelesaikan suatu tantangan permainan.

### 4) *Konsep Event*

Secara keseluruhan dalam membangun tujuan Marimba, proyek ini dirancang oleh tiga mahasiswa *Humanity Project batch 4* (Kitra, Christina, dan Melody). Penulis bersama dua rekan lainnya memegang proyek yang fokusnya berbeda namun tetap dalam satu tujuan. Kitra membantu menyelenggarakan *workshop “Petualangan Diri”* dalam membangun pemuda pemudi Desa Panggarangan untuk mempersiapkan mereka menjadi fasilitator anak-anak di rumah baca Marimba di waktu yang akan datang. Christina berperan dalam membuat kampanye digital melalui media sosial Instagram untuk menyebarkan segala informasi dan edukasi secara daring. Selain itu, Christina juga membuat proyek *open* donasi yang akan digunakan sebagai dana pembangunan dan proyek Marimba (termasuk proyek kampanye digital). Penulis berperan dalam penyelenggaraan acara inti Marimba *Season 2* dalam memperbarui dan mendekorasi rumah baca Marimba, serta pengadaan lomba anak pada rangkaian *event* Marimba *Season 2*.



*Event* ini akan dibagi dalam 3 bagian, yaitu *pre-event*, *event*, dan *post-event*. Pada tahap *pre-event*, penulis mengadakan *open* donasi kepada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dan masyarakat luar. Peserta donasi dapat memilih minimal satu dari tiga jenis donasi yaitu uang, buku, dan mainan edukatif. Informasi mengenai *open* donasi dilakukan di Instagram @rumahmarimba dan *email student* UMN. Penggalangan dana digunakan untuk perbaikan dan fasilitas rumah baca Marimba dan segala kebutuhan *event* Marimba *Season 2*. Donasi berupa mainan edukatif dan buku yang sudah disortir akan diletakan di rumah baca Marimba, yang dapat bebas dipakai masyarakat Desa Panggarangan. Untuk syarat dan ketentuan donasi, peserta diwajibkan mengunggah foto diri menggunakan Twibbon Marimba pada IG *Feeds* dan memberikan *caption* yang menceritakan alasan menyukai buku favorit mereka dan tanggapan mereka mengenai cara meningkatkan minat baca anak-anak. Peserta wajib mengikuti dan menandai (*tag*) akun Instagram @rumahmarimba dan @gugusmitigasibaksel. Selain itu, penulis bersama mahasiswa MBKM *Humanity Project batch 4* lainnya selaku panitia akan mengadakan *pre-event* berupa pembersihan dan dekorasi rumah baca Marimba yang juga mengajak anak-anak RT 04 Desa Panggarangan untuk terlibat dalam dekorasi.

Pada tahap *main event*, panitia menyelenggarakan *event* Marimba *Season 2* yang bertempat di rumah baca Marimba RT 04 Desa Panggarangan. Kegiatan utama akan diisi dengan lomba menyusun *puzzle* yang dibantu dengan PIC kelompok. Selain itu, kegiatan *main event* ini akan diselingi sesi *fun games* berupa kegiatan menyusun kalimat dan menghubungkan jumlah benda. Rangkaian kegiatan *main event* akan diakhiri dengan sesi pengumuman pemenang, pembagian hadiah, dan pembagian *merchandise*.

Kegiatan *post-event* dilakukan melalui wawancara kepada Pak Hendra sebagai warga RT 04 Desa Panggarangan. Wawancara mencakup kelebihan dan hal yang perlu diperbaiki dari acara yang telah dilakukan.



Rangkaian *post-event* juga dilakukan antara panitia penyelenggara, ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan, dan dosen UMN mengenai pembahasan evaluasi keseluruhan acara. Setelah pelaksanaan acara, mahasiswa akan datang kembali ke RT 04 Desa Panggarangan untuk bertanya kepada anak-anak mengenai pendapatnya terhadap pembaruan rumah baca Marimba.

#### 5) Perancangan Karya

Menurut Goldblatt, tahap perencanaan dibagi menjadi tiga aspek yaitu *time*, *space*, dan *tempo*. Aspek pertama yaitu penentuan waktu (*time*) yang dibagi menjadi tiga, *pre-event* berupa open donasi dan dekorasi (15 April-7 Mei 2024), *main event* berupa lomba *puzzle*, menyusun kalimat, dan menggabungkan jumlah benda (12 Mei 2024), dan *post event* berupa wawancara masyarakat dan evaluasi bersama pihak yang bersangkutan (12 Mei 2024 setelah acara).

Aspek kedua yaitu tempat (*space*). Rangkaian kegiatan Marimba diadakan di rumah baca Marimba RT 04 Desa Panggarangan, kecuali *open donasi* yang dilakukan secara tidak langsung/daring. Sebelum rangkaian acara berjalan, penulis dan panitia lain memastikan seluruh perlengkapan acara terpenuhi seperti kebutuhan logistik, konsumsi, pemilihan tempat yang strategis, dan lain-lain.

Aspek ketiga yaitu *tempo*, yang mencakup kecepatan proses persiapan dan rangkaian acara. Persiapan keseluruhan kegiatan Marimba berjalan selama kurang lebih 6 minggu, sedangkan *main event* Marimba *Season 2* berdurasi selama 150 menit atau 2,5 jam.

#### **3.1.4 Implementing and Monitoring**

Implementasi adalah tahap pelaksanaan suatu rencana atau keputusan yang telah dibuat. Menurut KBBI, implementasi dapat diartikan sebagai pelaksanaan dan penerapan. Proses ini melibatkan tindakan nyata seperti adanya penyelenggaraan *event* Marimba *Season 2* untuk menjalankan strategi yang telah direncanakan demi

mencapai tujuan yaitu meningkatkan kunjungan rumah baca marimba dan membangun kebiasaan membaca anak-anak.

*Monitoring* adalah kegiatan yang dilakukan untuk memantau dan mengevaluasi perkembangan atau kinerja suatu program, proyek, atau kegiatan secara berkala. Hal ini penting untuk memastikan bahwa implementasi berjalan sesuai rencana dan memberikan informasi penting untuk membuat perbaikan apabila diperlukan. Menurut (Indrawati et al., 2018), monitoring dapat diartikan sebagai kegiatan menganalisis informasi secara akurat dan sistematis yang memungkinkan adanya tindakan koreksi demi menunjang kesempurnaan program selanjutnya. Rangkaian kegiatan Marimba akan dipantau berdasarkan hasil pembahasan evaluasi bersama pihak GMLS, dosen, mahasiswa, dan juga berdasarkan pernyataan wawancara masyarakat RT 04 Desa Panggarangan, yang nantinya akan dijadikan sebagai saran untuk program-program selanjutnya supaya lebih baik.

### 3.2 Anggaran

Berikut ini adalah perkiraan pengeluaran seluruh rangkaian kegiatan Marimba.

Tabel 3.1 Anggaran

Nama peralatan dan kebutuhan	Harga
Instagram Feeds Editor ( <i>Digital Campaign</i> )	Rp500.000
Fee Live Narasumber Pre-Event di Instagram ( <i>Digital Campaign</i> )	Rp100.000
Advertorial	Rp300.000
10 <i>Puzzle</i> 41cm x 28cm (untuk 10 kelompok)	Rp450.000
Token Listrik	Rp50.000
1 Bohlam lampu	Rp50.000
Tikar	Rp100.000
1 Rak buku	Rp100.000

Origami	Rp100.000
Selotip	Rp2.885
Lem	Rp18.000
Cleaning Spray	Rp20.500
Spanduk acara	Rp80.000
Konsumsi narasumber/Ketua RT/pengelola Marimba	Rp150.000
Cendera mata narasumber/Ketua RT/pengelola Marimba	Rp200.000
50 Merchandise untuk semua anak	Rp500.000
50 Pack snack anak-anak	Rp500.000
Hadiah pemenang lomba <i>puzzle</i> (1 kelompok, 5 orang)	Rp375.000
Sertifikat 5 Pemenang	Rp25.000
<b>TOTAL</b>	<b>Rp3.621.385</b>

Kebutuhan pengeluaran perkiraan ini akan dipenuhi oleh dana anggota tim Marimba dan donasi yang terkumpul untuk seluruh pembaruan rumah baca Marimba.

### 3.3 Target Luaran/Publikasi

Publikasi *event* dibagi menjadi tiga, yaitu publikasi digital, publikasi liputan media eksternal, dan publikasi media cetak. Seluruh rangkaian kegiatan Marimba akan dipublikasikan digital di media sosial Instagram @rumahmarimba dan @gugusmitigasibaksel, serta TikTok @gugusmitigasibaksel. Konten-konten yang dipublikasikan di Instagram Marimba mencakup *aftermovie*, informasi pelaksanaan acara, *open* donasi, tips-tips edukasi, dan lainnya yang diunggah dalam bentuk IG *Story*, IG *Feeds*, dan IG *Reels*, konten serupa juga dipublikasikan melalui Instagram resmi Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Selain itu, *press release* acara akan disebarakan kepada 20 media eksternal yang nantinya akan dipublikasikan ke website masing-masing media. Karya *event* ini juga memiliki target luaran berbentuk publikasi logo,

*tagline*, dan tagar yang di print pada media cetak dan dikemas bersama barang-barang seperti merchandise sebagai *collateral event*.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA