

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

Dalam membuat sebuah karya, sangat penting untuk mempelajari karya terdahulu yang memiliki relevansi dengan karya yang akan dibuat. Karya terdahulu dapat memberikan pandangan, acuan teori, dan juga landasan informasi terkait temuan-temuan yang dapat memperkaya dan memperkuat perancangan dari karya yang akan dibuat. Selain itu, karya terdahulu juga dapat membantu dalam memahami topik, audiens, dan metode-metode yang dapat dimodifikasi atau dieksplorasi pada karya yang akan dibuat, sehingga nantinya dapat dirancang sebuah karya yang memberikan jawaban atas kebutuhan audiens.

Terdapat lima karya terdahulu yang dijadikan sebagai referensi pada perancangan karya Edukasi Tas Siaga Bencana ini. Karya-karya terdahulu mencakup karya yang membahas tentang mitigasi bencana pada anak usia dini, edukasi mitigasi bencana pada anak usia dini dengan metode menggambar dan mewarnai, perancangan media edukasi mitigasi bencana dengan pendekatan desain partisipatif, perancangan iklan layanan masyarakat menggunakan media *unconventional*, dan perancangan *event* mendongeng sebagai metode penyebaran informasi mitigasi bencana kepada anak-anak. Karena di dalam karya penulis ingin memberikan edukasi mengenai kebencanaan, edukasi terkait pentingnya memiliki tas siaga bencana, dan kegiatan mewarnai peta zona rendaman tsunami pada tas siaga bencana, maka perbandingan utama yang menjadi acuan dari karya-karya terdahulu adalah mengenai metode belajar yang melibatkan aspek sensori motorik dan juga *unconventional media* sebagai salah satu media edukasi mitigasi bencana.

Tabel 2.1 Karya Terdahulu

Item	Karya Terdahulu 1	Karya Terdahulu 2	Karya Terdahulu 3	Karya Terdahulu 4	Karya Terdahulu 5
Judul Karya	Mitigasi Bencana Pada Anak Usia Dini	Perancangan Media Edukasi Mitigasi Bencana Dengan Pendekatan Desain Partisipatif Di Kecamatan Bojongsoang	Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Bahaya Asap Rokok Bagi Anak-Anak Perokok Pasif Dengan Media <i>Unconventional</i>	Edukasi Mitigasi Bencana pada Anak Usia Dini	Perancangan <i>Event</i> “Dongeng Rekan Mitigasi” Untuk Mengedukasi Anak-Anak Mengenai Mitigasi Bencana Di Kampung Cikumpay Dan Cimangpang
Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Nandhini Hudha Anggarasari, Rikha Surtika Dewi, 2019, Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya.	Rahmatsyam Lakoro, Agus Sachari, Agung Eko Budiwaspada, Setiawan Sabana, 2021, Universitas Dian Nuswantoro.	Hendra Hartanto, Aristarchus Pranayama, Luri, Renaningtyas, 2016, Universitas Kristen Petra.	Haerani Nur, Muh. Nur Vicky, 2022, Universitas Negeri Makassar.	Siti Aisyah Nur Hidayah, 2023, Universitas Multimedia Nusantara.
Fokus Karya	Meningkatkan wawasan tentang pengertian dan dampak bencana, dan keterampilan mitigasi	Meningkatkan wawasan warga Bojongsoang terkait mitigasi bencana dengan pelibatan warga secara partisipatif dalam	Meningkatkan kesadaran orang tua mengenai bahaya asap rokok bagi kesehatan anak-anak melalui media <i>unconventional</i> .	Meningkatkan keterampilan mitigasi bencana pada anak-anak dengan menggunakan metode belajar yang cocok	Menyampaikan pesan-pesan mitigasi bencana kepada anak-anak melalui media mendongeng.

	bencana pada anak.	merancang media edukasi mitigasi bencana.		untuk anak-anak.	
Teori atau Konsep yang Digunakan	Bermain, Mitigasi, Tsunami, Anak Usia Dini.	Desain Partisipatif	<i>Unconventional Media,</i> Kampanye	Metode Edukasi Anak	Komunikasi Bencana, Manajemen Bencana, <i>Event, Event Management, Storytelling,</i> Komunikasi Visual, Tipografi, Warna.
Metode Penelitian yang Digunakan	Kualitatif deskriptif (observasi).	Analisis kualitatif deskriptif.	Kualitatif.	Kualitatif.	Kualitatif (observasi).
Persamaan	Karya ini merupakan kegiatan edukasi mitigasi bencana yang menasar anak-anak. Selain itu, karya ini juga menggunakan metode belajar yang melibatkan kegiatan sensori motor, yaitu bermain.	Karya ini melakukan kegiatan partisipatori yaitu mendesain tas siaga bencana, dan beberapa materi edukasi mitigasi bencana lainnya.	Karya ini sama-sama menggunakan media <i>unconventional</i> dalam menyampaikan pesan komunikasi.	Karya ini sama-sama melakukan kegiatan mewarnai gambar sebagai metode edukasi mitigasi bencana kepada anak-anak.	Karya ini sama-sama berbentuk <i>event</i> , menasar target audiens anak usia TK dan Sekolah Dasar, dan menggunakan metode edukasi melalui kegiatan sensori motor.

Perbedaan	Bentuk kegiatan sensori motor yang dilakukan adalah mendongeng, menonton film, dan simulasi tsunami melalui <i>game</i> . Sedangkan pada karya penulis, kegiatan sensori motor yang akan dilakukan adalah mewarnai tas siaga bencana.	Luaran karya ini hanya sebatas desain tas siaga bencana, namun tidak sampai kepada pemberian tas siaga bencana dalam bentuk fisik kepada audiens.	Pesan komunikasi yang disampaikan melalui karya ini adalah bahaya asap rokok bagi kesehatan anak-anak. Sedangkan pada karya penulis, pesan komunikasi yang akan disampaikan adalah terkait edukasi mitigasi bencana, terkhususnya tsunami megathrust. Media <i>unconventional</i> yang digunakan juga berbeda, yaitu pada karya ini diterapkan pada bungkus rokok, sedangkan pada karya penulis akan diterapkan pada tas siaga bencana.	Karya ini juga menggunakan beberapa metode belajar yang tidak dilakukan pada karya penulis, yaitu bernyanyi.	Kegiatan sensori motor yang digunakan pada karya ini adalah melalui mendongeng dan bermain. Sedangkan pada karya penulis, kegiatan sensori motor yang akan dilakukan adalah mewarnai tas siaga bencana.
Hasil Karya	Hasil dari karya ini	Metode partisipatori	Hasil dari kampanye iklan	Hasil dari karya ini	Hasil dari karya ini

	<p>menunjukkan bahwa anak-anak mulai memahami konsep gempa dan tsunami, serta dapat mempragakan langkah-langkah mitigasi bencana sesuai dengan apa yang telah diajarkan.</p>	<p>yang digunakan dalam membuat desain materi edukasi bencana menghasilkan karya materi edukasi bencana yang <i>site-specific</i>, dan para partisipan yang terlibat aktif dalam penyebaran materi edukasi bencana, sehingga materi edukasi bencana yang dibuat dapat terdistribusikan secara luas di wilayah Kecamatan Bojongsoang.</p>	<p>layanan masyarakat ini menunjukkan bahwa media <i>unconventional</i> yang digunakan dalam kampanye yang berupa bungkus rokok yang didesain dengan menuliskan ancaman dari rokok tidak begitu dimengerti oleh audiens. Pesan-pesan yang disampaikan melalui bungkus rokok tersebut juga tidak membuat perokok berhenti merokok, karena apabila audiens tidak memiliki cukup uang untuk membeli satu bungkus rokok, mereka akan membelinya secara eceran.</p>	<p>menunjukkan bahwa dengan metode menggambar, mewarnai, dan bernyanyi, anak-anak menjadi antusias untuk mengikuti kegiatan edukasi mitigasi bencana. Wawasan anak-anak mengenai bencana juga meningkat, dibuktikan dari pertanyaan-pertanyaan terkait kebencanaan yang dapat dijawab oleh seluruh partisipan dan juga gerakan evakuasi bencana yang dapat mereka peragakan.</p>	<p>menunjukkan bahwa anak-anak di Kampung Cikumpay dan Cimampang sangat antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian acara, terutama saat mendongeng dan menyanyikan lagu “Kalau Ada Gempa”. Selain itu, pesan-pesan mitigasi bencana juga tersampaikan dengan baik, yang dapat dibuktikan dari tingkat keinteraktifan anak-anak yang sangat tinggi saat mengikuti acara.</p>
--	--	--	--	--	---

Kelima karya yang di atas memiliki relevansi dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitigasi bencana pada anak-anak melalui berbagai metode edukasi yang kreatif dan partisipatif. Pendekatan yang digunakan meliputi aktivitas sensori motorik, desain partisipatif, serta penggunaan media *unconventional*, yang dapat diadopsi untuk menciptakan pengalaman belajar yang menarik, menyenangkan, dan efektif. Selain itu, fokus pada audiens anak-anak, baik di tingkat TK maupun SD dapat menjadi landasan penting untuk merancang materi edukasi yang sesuai dengan usia mereka. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen ini, karya penulis dapat memperluas pemahaman dan meningkatkan kesadaran tentang mitigasi bencana di kalangan anak-anak secara lebih menyeluruh dan menyenangkan.

Perbedaan dari karya terdahulu dengan karya yang hendak digarap oleh penulis terdapat pada metode edukasi secara spesifik yang akan digunakan. Pada karya penulis, metode edukasi yang akan digunakan adalah melalui bermain, bernyanyi, belajar bersama, dan mewarnai. Karya penulis juga memiliki target audiens yang secara spesifik menasar anak-anak kelas 5 SD, sehingga tentunya metode edukasi dan materi mitigasi bencana yang dibawakan akan disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik dari siswa kelas 5 SD.

2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

2.2.1 *Event*

Getz dan Page (2024) mengatakan bahwa *event* atau acara merupakan sebuah kejadian yang bersifat temporal, memiliki awal dan akhir, serta berlangsung dalam jangka waktu tertentu. Getz dan Page (2024) juga mendefinisikan bahwa *event* hanya terjadi sekali dan menciptakan pengalaman unik untuk peserta acara tersebut. Getz (1997) dalam Wijaya et al. (2020) mengklasifikasikan *event* ke dalam empat jenis, yaitu:

1. *Mega Event*

Acara dengan skala sangat besar yang menarik perhatian global, seperti Olimpiade atau Piala Dunia. Memiliki dampak signifikan terhadap ekonomi, infrastruktur, dan citra daerah yang menjadi tuan rumah.

2. *Hallmark Event*

Acara yang begitu terkait dengan lokasi atau kota tertentu, sehingga menjadi bagian dari identitasnya, seperti Festival Film Cannes atau Karnaval Rio de Janeiro.

3. *Major Event*

Acara yang memiliki skala besar dan mampu menarik banyak pengunjung. Acara jenis ini sering diselenggarakan di tingkat nasional atau internasional, tetapi dengan dampak yang lebih kecil dari *mega event*. Contohnya adalah Borobudur Marathon, Jakarta Marathon, dan Jawa Jazz.

4. *Minor Event*:

Acara yang berskala lebih kecil dan biasanya bersifat lokal atau komunitas. Acara jenis ini umumnya tidak memiliki dampak ekonomi yang besar, namun acara jenis ini penting bagi komunitas lokal untuk memperkuat hubungan sosial dan budaya. Contohnya adalah acara tingkat kampus, pesta pernikahan, pertandingan olahraga antar RT, atau acara yang dilaksanakan di sekolah.

Selain itu, Getz (1997) dalam Wijaya et al. (2020) juga mengklasifikasi *event* berdasarkan tipe kegiatannya, yaitu:

1. *Cultural Celebration*

Acara yang berfokus pada perayaan budaya, tradisi, atau warisan suatu komunitas. Contohnya adalah Festival, Parade Nusantara, *Religious Event*, dan *Heritage Commemorations*.

2. *Business/Trade*

Acara yang berorientasi pada aktivitas bisnis, perdagangan, atau industri. Contohnya adalah pameran dagang, konferensi bisnis, atau *product launch*.

3. *Art/Entertainment*

Acara yang berhubungan dengan seni atau hiburan. Contohnya adalah konser musik, pertunjukan teater, atau pameran seni.

4. *Recreational*

Acara yang bertujuan untuk rekreasi atau kesenangan. Contohnya adalah kompetisi permainan, lomba antar warga, atau kegiatan rekreasi luar ruangan.

5. *Sport Competition*

Acara yang berupa kompetisi olahraga, baik tingkat amatir atau profesional. Contohnya adalah turnamen sepak bola, maraton, atau pertandingan basket.

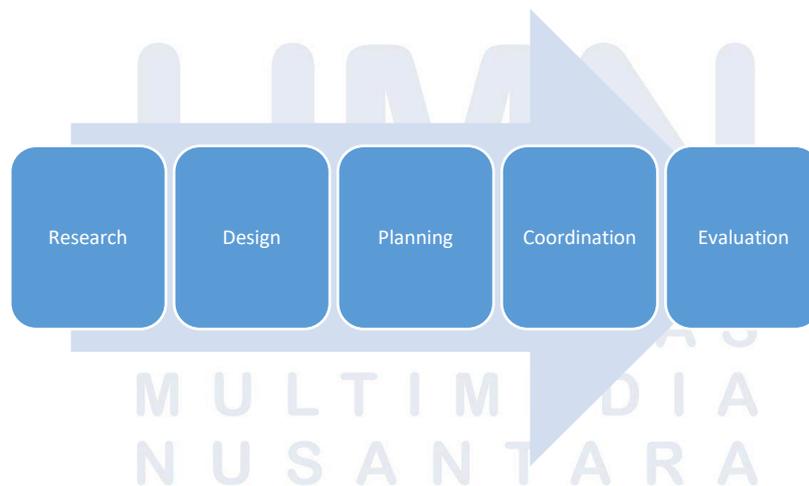
6. *Political/State*

Acara yang terkait dengan kegiatan politik atau kenegaraan. Contohnya adalah upacara kenegaraan, kampanye politik, atau perayaan kemerdekaan.

7. *Educational & Scientific*

Acara yang berfokus pada pengembangan pengetahuan atau keterampilan melalui pendidikan dan penelitian. Contohnya adalah seminar, *workshop*, atau acara edukasi di sekolah.

Acara Edukasi Tas Siaga Bencana termasuk ke dalam jenis *minor event* dengan klasifikasi *educational & scientific*. Acara ini akan dilaksanakan di SDN 3 Situregen dengan audiens anak kelas 5 SD dan pihak-pihak yang terlibat berasal dari komunitas dan organisasi setempat, sehingga acara ini memiliki skala yang tergolong kecil. Acara Edukasi Tas Siaga Bencana juga termasuk ke dalam klasifikasi acara *educational & scientific* karena acara ini bersifat edukatif dan berfokus pada pengembangan pengetahuan anak mengenai mitigasi bencana.



Gambar 2.1 Model Konsep Event Management Goldblatt
Sumber: Goldblatt (2013)

Menurut Goldblatt (2013) dalam Utami (2021) *Event management* atau manajemen acara adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh sekelompok individu untuk mengatur jalannya sebuah acara, yang dimulai dengan mengadakan riset, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan, serta koordinasi dan

pengawasan selama acara berlangsung. Selain itu, sekelompok individu tersebut juga bertanggung jawab untuk memastikan pelaksanaan acara berjalan lancar, serta memberikan evaluasi pasca terlaksananya acara. Goldblatt (2013) menyebutkan bahwa terdapat lima tahapan yang harus dilakukan agar acara dapat terlaksana secara efektif:

1. *Research*

Tahapan pertama yang harus dilakukan untuk merancang sebuah acara adalah riset. Riset perlu dilakukan untuk mengetahui secara mendalam mengenai apa kebutuhan dari target audiens, perilaku target audiens, dan hal-hal lainnya yang dapat menjadi data untuk menjadi dasar pengembangan perencanaan acara. Tahapan riset ini juga perlu menjawab pertanyaan 5W + 1H, yaitu *Why* (alasan acara dibuat), *What* (apa bentuk kegiatan dalam acara), *Where* (di mana akan dilaksanakan), *When* (tanggal dan durasi pelaksanaan acara), *Who* (siapa saja yang akan terlibat), dan *How* (bagaimana acara tersebut dapat dilaksanakan). Data yang didapat dari riset tersebut akan digunakan sebagai landasan perencanaan acara, untuk menentukan tema, pendekatan, program, dan hal-hal lain yang dapat menjawab kebutuhan dari target audiens dan meminimalisir terjadinya risiko yang tidak diinginkan.

2. *Design*

Selanjutnya, pada tahapan desain, penyelenggara acara perlu untuk mendesain ide-ide kreatif yang dapat mendukung penyelenggaraan acara yang baik. Ide-ide tersebut dapat mencakup tema, kegiatan acara, pendekatan acara, hadiah, dan lain-lain. Selain itu, perlu juga untuk dibuat identitas acara seperti nama, logo, dan aset visual.

3. *Planning*

Pada tahapan *planning* atau perencanaan, dilakukan perancangan acara secara keseluruhan dari awal hingga akhir. Perancangan acara melibatkan seluruh aspek yang dibutuhkan, termasuk penyempurnaan 5W + 1H dari tahap *Research*, agar acara dapat terlaksana dengan efektif. Tahapan ini juga merupakan tahapan di mana ide-ide yang muncul dari tahapan sebelumnya

disempurnakan dengan mempertimbangkan data-data yang didapat pada tahap *research*.

4. *Coordination*

Tahapan koordinasi merupakan tahapan yang berlangsung saat sedang diselenggarakannya acara. Penyelenggara acara, terkhususnya *event organizer* harus berkoordinasi dengan penyelenggara acara lainnya, agar setiap penanggung jawab dapat melaksanakan tugasnya dengan baik, dan rangkaian acara dapat terlaksana dengan baik.

5. *Evaluation*

Evaluasi acara merupakan tahapan akhir yang tidak boleh dilupakan. Evaluasi harus dilakukan untuk mengetahui apa saja hal-hal yang dapat ditingkatkan, guna menjadi acuan apabila acara tersebut hendak digarap kembali di waktu yang akan datang.

Kelima tahapan di atas merupakan tahapan dari *event management* yang harus dilakukan dari proses perancangan acara hingga pelaksanaan acara. Tahapan-tahapan tersebut harus dilakukan untuk memberikan pemahaman dasar yang kuat mengenai target audiens acara, sistematika acara yang baik, dan pembelajaran atau *learning* untuk perbaikan acara ke depannya.

2.2.2 *Disaster Risk Communication*

Disaster risk communication atau komunikasi risiko bencana adalah sebuah proses pertukaran informasi (komunikasi) mengenai risiko bencana kepada individu dan atau kelompok masyarakat. Secara lebih dalam, Rahman dan Munadi (2019) mendefinisikan *disaster risk communication* (DRC) sebagai sebuah proses interaktif pertukaran informasi dan pendapat tentang risiko bencana yang berlangsung dengan individu, kelompok, dan lembaga untuk membantu mengurangi ketidakpastian, serta membuat keputusan yang tepat dan mengambil tindakan yang sesuai dalam situasi bencana.

Terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan saat melakukan *disaster risk communication*, di antaranya adalah risiko, budaya, mental, pendapat, dan juga reaksi masyarakat terhadap pesan risiko (Rahman & Munadi, 2019). Kelima faktor

tersebut harus dipertimbangkan dengan matang, agar masyarakat dapat menerima pesan risiko bencana yang disampaikan dengan baik, dan mencegah risiko penolakan terhadap informasi yang disampaikan. Untuk mengoptimalkan efektivitas kesiapsiagaan bencana, perlu adanya rencana yang matang untuk mengatur alur penyampaian pesan risiko bencana.

Disaster risk communication memiliki dua fungsi dasar, yaitu untuk membantu masyarakat memahami potensi risiko yang mengancam dan untuk mendorong masyarakat melakukan tindakan perlindungan yang direkomendasikan (Sellnow & Sellnow, 2024). Selain itu, Rahman dan Munadi (2019) mengatakan bahwa *disaster risk communication* juga memiliki fungsi untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan tindakan saat peristiwa bencana, untuk meningkatkan tingkat kesiapsiagaan bencana masyarakat.

Pada UU No. 24 Tahun 2007, dikatakan bahwa manajemen bencana merupakan sebuah proses yang dinamis, berkesinambungan, dan terintegrasi guna meningkatkan kualitas berbagai tindakan terkait pengamatan dan analisis bencana, serta mencakup upaya pencegahan, mitigasi, kesiapsiagaan, peringatan dini, penanganan darurat. Terdapat empat fase dalam manajemen bencana (Multazam, 2024), yaitu

1. Mitigasi/*Mitigation*
2. Kesiapsiagaan/*Preparedness*
3. Tanggap Darurat/*Response*
4. Pemulihan/*Recovery*

Disaster Risk Communication dapat menjadi sebuah upaya mitigasi bencana yang dapat dilakukan untuk mengedukasi individu dan kelompok masyarakat, agar mereka dapat mengantisipasi bencana yang dapat datang di saat yang tak terduga. Komunikasi risiko bencana memiliki tujuan untuk membantu masyarakat memahami potensi risiko yang mengancam dan untuk mendorong masyarakat melakukan tindakan perlindungan yang direkomendasikan. Penerapan komunikasi risiko bencana yang tepat dapat membantu masyarakat mengantisipasi datangnya bencana, serta meningkatkan kesiapsiagaan masyarakat terhadap bencana. Acara Edukasi Tas Siaga Bencana merupakan bentuk penerapan komunikasi risiko

bencana kepada anak-anak melalui cara-cara yang menyenangkan dan tentu disesuaikan dengan kemampuan penyerapan informasi anak-anak.

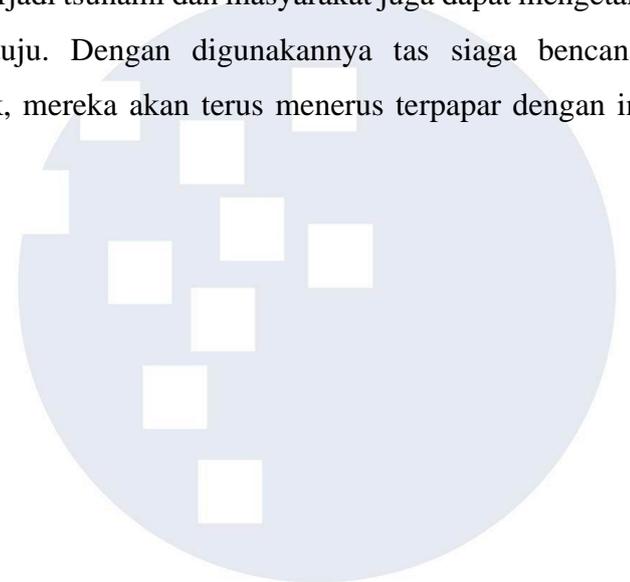
2.2.3 Ambient Unconventional Media

Ambient media merupakan media kreatif yang sering menjadi alternatif media di dalam periklanan. Kelley, Jugenheimer, dan Sheehan (2015) mendefinisikan *ambient media* sebagai bentuk iklan luar ruangan yang menyampaikan pesan melalui objek sehari-hari yang digunakan audiens, seperti misalnya buku, gelas kopi, dan lain-lain. Sebagai media yang inkonvensional atau *antimainstream*, *ambient media* dapat memberikan suasana yang unik bagi audiens, sehingga memungkinkan audiens merasakan pengalaman langsung yang linear dengan pesan yang dimuat pada media. Karena keunikan penempatan informasi di media yang tidak umum, *ambient media* sering digunakan untuk memancing perhatian audiens karena mereka tidak menduga penempatan iklan pada objek-objek tersebut.

Menurut Paluchowski dan Marciniak (2005) dalam Othman (2020), *ambient media* memiliki beberapa jenis yang dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. *In Motion*: menjangkau audiens “*on the go*” atau audiens yang sedang bermobilitas. Contohnya adalah iklan pada kotak surat, mesin pompa bensin, dan tiket transportasi umum.
2. *In a City*: menjangkau audiens pada kegiatan mereka sehari-hari. Contohnya adalah iklan pada kaca kendaraan umum, toilet umum, bioskop, dan tiket festival.
3. *Aimed at Children*: menjangkau audiens anak-anak. Contohnya adalah iklan pada buku komik, kantin sekolah, dan tempat sampah sekolah.
4. *Found in Retail Trade*: menjangkau audiens pada kegiatan berbelanja mereka. Contohnya adalah iklan pada troli belanja, lantai pusat perbelanjaan, dan rak supermarket.
5. *Referred to as “Odd”*: menjangkau audiens dengan metode yang tidak lazim, seperti iklan pada sepeda, beriklan menggunakan orang, beriklan pada tas.

Acara Edukasi Tas Siaga Bencana akan memanfaatkan *ambient unconventional media* berjenis *Aimed at Children* melalui tas siaga bencana. Pada tas siaga bencana nantinya akan dicetak gambar peta zona rendaman tsunami dan zona evakuasi terdekat dari sekolah. Fungsinya adalah untuk menyebarkan informasi mitigasi bencana kepada masyarakat sekitar terkait zona yang harus dihindari ketika terjadi tsunami dan masyarakat juga dapat mengetahui zona evakuasi yang harus dituju. Dengan digunakannya tas siaga bencana pada aktivitas bersekolah anak, mereka akan terus menerus terpapar dengan informasi mitigasi bencana.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA