

BAB III

METODOLOGI RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Proses pembuatan karya ini terdiri dari dua tahapan utama, yaitu pengumpulan data dan perancangan karya. Dalam tahap pengumpulan data, penulis melakukan wawancara tidak terstruktur. Setelah data terkumpul, proses berlanjut ke tahap perancangan karya dengan menggunakan model SOSTAC. Metode pengumpulan data dan perancangan karya dijelaskan sebagai berikut.

3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Salah satu metode pengumpulan data yang umum adalah wawancara. Wawancara adalah interaksi tanya jawab antara 2 atau lebih pihak untuk mendapatkan informasi. Menurut Hecker and Kalpokas (2025), ada tiga struktur wawancara, yaitu: wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang direncanakan secara menyeluruh, tetapi bukan kuesioner. Tipe wawancara ini mencakup serangkaian pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya untuk menjaga pembicaraan tetap fokus pada topik tertentu. Wawancara semi-terstruktur adalah wawancara yang menggunakan kerangka pembicaraan, namun tidak sedetail wawancara terstruktur. Tipe wawancara ini lebih fleksibel dibandingkan dengan wawancara terstruktur (Flick, 2015). Wawancara tidak terstruktur bersifat sangat komunikatif dan fleksibel. Dalam metode ini, pewawancara dapat memulai dengan topik umum tetapi membiarkan percakapan mengalir secara alami, mendorong peserta untuk berbagi pikiran dan pengalaman mereka dengan bebas. Penulis melakukan wawancara tidak terstruktur untuk mengumpulkan data sebagai dasar alasan dibuatnya karya kampanye digital ini. Pemilihan wawancara tidak terstruktur dimaksudkan untuk memberi kebebasan kepada pihak yang diwawancarai dalam menceritakan pengalaman, persepsi, dan praktik nyata mereka terkait mitigasi bencana tanpa terbatas pertanyaan baku. Hal ini memungkinkan

peneliti untuk menggali informasi mendalam tentang reaksi spontan dan pola perilaku saat gempa maupun ancaman tsunami.

Pada Kunjungan 1 *Humanity Project batch 6*, penulis melakukan wawancara tidak terstruktur dengan masyarakat di Desa Panggarangan, Desa Situregen, Kampung Cimandiri Laut, Kampung Cisiih, dan Kampung Cipurun. Kunjungan ke wilayah-wilayah tersebut merupakan kegiatan wajib bagi seluruh mahasiswa UMN dalam rangkaian program *Humanity Project batch 6*, karena telah ditetapkan sebagai area fokus program sekaligus sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi kebutuhan riil masyarakat dan menentukan lokasi spesifik proyek yang akan dijalankan. Hasil temuan wawancara tersebut—yang telah dijelaskan pada Bab I bagian Latar Belakang—menunjukkan bahwa SDN 2 Situregen memiliki urgensi terhadap edukasi mitigasi bencana, yang kemudian melandasi pengembangan proyek GEMINA serta kampanye digital GEMINA sebagai bentuk strategi komunikasi pendukungnya. Selanjutnya, pada Kunjungan 2 *Humanity Project batch 6*, penulis melakukan wawancara tidak terstruktur dengan informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah orang yang langsung menjadi sasaran proyek GEMINA—yaitu SDN 2 Situregen, orang yang memiliki pengetahuan atau peran dalam mitigasi bencana di wilayah SDN 2 Situregen, serta dapat mewakili perspektif masyarakatnya. Informan tersebut meliputi guru-guru dan siswa SDN 2 Situregen, serta Bapak RT Kampung Cipurun, yaitu Kang Deni, yang juga menjabat sebagai Ketua DESTANA Situregen. Guru dan siswa SDN 2 Situregen berperan penting dalam memberikan informasi mengenai konteks dan kebutuhan edukasi kebencanaan yang relevan dengan fokus GEMINA, sehingga dapat memastikan bahwa konten dalam kampanye digital GEMINA sesuai dengan realita lapangan. Sebagai RT, Kang Deni memiliki kedekatan dengan warga dan pemahaman menyeluruh tentang wilayahnya. Sementara itu, DESTANA merupakan komunitas relawan bencana di tingkat desa yang berperan dalam respons terhadap bencana.

Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan guru-guru dan siswa SDN 2 Situregen, serta tokoh masyarakat setempat di lokasi SDN 2 Situregen dan lingkungan sekitarnya. Selama proses wawancara, penulis mencatat jawaban wawancara dalam poin-poin utama. Durasi wawancara per anak relatif singkat (sekitar 5–10 menit) lalu lanjut beralih ke anak lain. Sebaliknya, wawancara dengan guru dan tokoh masyarakat berdurasi lebih lama (30–45 menit). Mengingat bahwa penulis adalah orang asing di Situregen dan usia anak-anak masih sangat muda (7-12 tahun), wawancara dilakukan dengan gaya pembicaraan santai layaknya perbincangan antar teman. Pendekatan ini dipilih untuk menciptakan rasa kepercayaan pada guru-guru dan agar anak-anak merasa nyaman, tidak tertekan, serta mampu menyampaikan pengalaman atau pemahaman mereka tentang bencana secara spontan. Topik wawancara mencakup persepsi umum tentang kesiapsiagaan bencana, pengalaman konkret, riwayat pelatihan bencana jika pernah ada, dan hambatan-hambatan siaga bencana yang sekolah alami.

Berdasarkan wawancara tidak terstruktur yang dilakukan dengan guru-guru, tokoh masyarakat, dan siswa SDN 2 Situregen, ditemukan bahwa belum pernah ada edukasi formal mengenai mitigasi bencana di SDN 2 Situregen. Guru-guru mengakui bahwa belum pernah ada pelatihan atau penyuluhan mengenai apa yang harus dilakukan ketika terjadi gempa bumi atau tsunami. Anak-anak SD hanya mengetahui bahwa mereka harus lari ke tempat yang tinggi jika terjadi tsunami, tetapi tidak mengetahui arah evakuasi yang benar, lokasi titik kumpul, ataupun aturan waktu 20-20-20. Bahkan dalam situasi gempa, respon umum adalah langsung keluar ruangan tanpa pemahaman mengenai prosedur yang tepat seperti berlindung di bawah meja. Mereka hanya mengetahui informasi dasar—“lari ke tempat tinggi jika tsunami datang”—tanpa arahan praktis yang jelas, seperti prosedur berlindung di bawah meja saat gempa atau penghitungan durasi guncangan. Selain itu, ditemukan bahwa tidak ada jaringan komunikasi antara sekolah dengan pihak eksternal untuk mendukung pelatihan dan simulasi darurat atau kebutuhan-kebutuhan sekolah lainnya.

Informasi yang diperoleh menunjukkan adanya kesenjangan signifikan dalam pengetahuan dan kesiapsiagaan masyarakat terhadap bencana. Hal tersebut mencerminkan urgensi perlunya mitigasi bencana, khususnya sebuah intervensi edukatif yang bersifat inklusif dan partisipatif. Berdasarkan kondisi tersebut, penulis merancang kampanye digital yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan pihak di luar Situregen dalam mendukung inisiatif GEMINA. Kampanye ini tidak hanya difungsikan sebagai sarana promosi kegiatan, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang disusun secara kontekstual dan berbasis kebutuhan riil masyarakat. Melalui pendekatan ini, kampanye digital diharapkan dapat membangun kesadaran publik terhadap pentingnya edukasi mitigasi bencana serta menarik partisipasi dan kontribusi nyata dari audiens eksternal demi mendukung peningkatan kesiapsiagaan bencana di SDN 2 Situregen.

3.1.2 Metode Perancangan Karya

Penulis menggunakan SOSTAC untuk merancang karya kampanye digital ini. SOSTAC terdiri dari *situation analysis*, *objective*, *strategies*, *tactics*, *action*, dan *control*. Pada *situation analysis*, penulis menganalisa situasi GEMINA menggunakan SWOT (*strengths*, *weaknesses*, *objective*, dan *threats*). Selanjutnya, penulis menentukan *objective* dari kampanye digital ini menggunakan SMART (*specific*, *measurable*, *attainable*, *relevant*, dan *time-bound*). Kemudian, penulis menetapkan strategi beserta taktik yang ingin dipakai untuk mencapai *objective* yang sudah ditentukan. Lalu, strategi dan taktik tersebut dieksekusi pada *action*. Terakhir, pengawasan dan evaluasi karya dilakukan di tahap *control*.

3.2 Anggaran

Berikut adalah anggaran untuk kampanye digital GEMINA.

Tabel 3.1. Anggaran Kampanye Digital GEMINA.

BARANG	HARGA (SATUAN)	JUMLAH	TOTAL BIAYA	KETERANGAN
Instagram Ads	Rp43.000	30	Rp1.290.000	Penggunaan 30 hari
TikTok Ads	Rp43.000	30	Rp1.290.000	Penggunaan 30 hari
Capcut Pro	Rp75.000	1	Rp75.000	Penggunaan 1 bulan
Canva Pro	Rp103.000	1	Rp103.000	Penggunaan 1 bulan
TOTAL			Rp2.758.000	

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

3.3 Target Luaran/Publikasi

Kampanye digital yang dibuat penulis memiliki target luaran yaitu minimal 18 *feed post*, 5 *story* per hari selama satu minggu yang dijadikan *highlight*, 6 *reel*, dan *livestream* dua kali pada akun @gemina.id di Instagram, serta video-video yang *mirroring* konten Instagram pada akun @gemina.id di TikTok.

