MEDIA KAMPANYE MENJAGA LINGKUNGAN MELALUIMEDIA VISUAL INFOGRAFIS STATIS (STUDI KASUS DESA KARANG TENGAH)

Fitri Agniyati[1], Tulus Rega Wahyuni E[2], Samuel Rihi Hadi Utomo[3]
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Nusa Putra
Jl. Raya Cibatu Cisaat No.21, Sukabumi, Jawa Barat 43155
fitriagniyati@nusaputra.ac.id [1], tulus@nusaputra.ac.id [2], samuel.rihi@nusaputra.ac.id [3],
Korespondensi : Tulus Rega Wahyuni

ABSTRAK

Berangkat dari munculnya kasus-kasus lingkungan yang terjadi di berbagai daerah, tidak dapat dilepaskan dari sikap dan perilaku manusia yang tidak lain merupakan implikasi dari masih kuatnya pandangan antroposentrisme, di mana selalu menempatkan manusia dan kepentingannya sebagai pusat dari segalanya. Infografis merupakan visualisasi data, gagasan, informasi atau pengetahuan melalui bagan, grafis, jadwal dan lainnya agar dapat disajikan lebih dari sekedar teks dan memiliki dampak visual yang cukup kuat dan lebih menarik. Dalam perancangan ini, penulis merumuskannya dalam serangkaian pernyataan berupa 1) konsep perancangan media kampanye tentang menjaga lingkungan, 2) prosesperancangan media kampanye tentang menjaga lingkungan, serta 3) analisis visual media kampanye tentang menjaga lingkungan yang akan dijabarkan langsung dalam pembahasan. Metode yang digunakan dalam penulisan ini yaitu metode penciptaan dimulai dari perencanaan, penulisan konsep, proses pembuatan hingga finishing. Sedangkan untuk teknik pengumpulan datanya penulis melakukannya melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi. Merujuk pada permasalahan tersebut, penulis membuat media informasi berupa Infografis Statis mengenai informasi cara menjaga lingkungan yang dapat dijadikan sebagai alat peraga dalam penyampaian informasi untuk menarik minat khalayak dalam membaca. Media visual dapat digunakan untuk memperlancar pemahaman dan memperkuat ingatan. Dengan penggunaan media grafis yang dicetak dapat memudahkan dalam penyampaian informasi bagi semua lapisan masyarakat.

Kata kunci : Infografis, Lingkungan

ABSTRACT

Based on from the emergence of environmental cases that have occurred in various regions, it cannot be separated from human attitudes and behavior, which are the implications of the strong anthropocentrism view, which always places humans and their interests at the center of everything. Info-graphics are visualizations of data, ideas, information or knowledge through charts, graphics, schedules and others so that they can be presented as more than just text and have a strong and more interesting visual impact. In this design, the writer formulates it in a series of questions in the form of 1) The concept of media campaign design about protecting the environment, 2) The media campaign design process about protecting the environment, and 3) The visual analysis of campaign media about protecting the environment which will be explained directly in the discussion. The method used in this writing is the method of creation starting from planning, concept writing, manufacturing process to finishing. As for the data collection technique, the writer did it through a process of observation, interviews and documentation. Referring to these problems, the authors make information media in the form of Static Info-graphics regarding information on how to protect the environment that can be used as props in delivering information to attract public interest in reading. Visual media can be used to facilitate understanding and strengthen memory. With the use of printed graphic media can facilitate the delivery of information to all levels of society.

***Keywords** : Info-graphics, Environment*

PENDAHULUAN

Tiap-tiap Negara memiliki isu dan permasalahan lingkungan tersendiri yang tidak dapat dihindarkan. Di Indonesia sendiri memiliki begitu banyak permasalahan lingkungan yang perlu ditangani dan diselesaikan. Pencemaran lingkungan hidup merupakan salah satu permasalahan lingkungan yang sedang dihadapi dunia saat ini. Pencemaran lingkungan hidup telah ada selama berabad-abad. Meski demikian, mulai menjadi signifikan menyusul revolusi industri pada awal abad ke 19.

Provinsi di Indonesia yang memliki volume timbunan sampah paling tinggi adalah Provinsi Jawa Barat. Hal ini dikarenakan pertumbuhan penduduk di provinsi ini meningkat setiap tahun dan lebih tinggi dibandingkan provinsi lain. Provinsi Jawa Barat hingga kini merupakan provinsi yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Indonesia dengan luas wilayah sebesar 3,647,392 ha. salah satu kabupaten yang memiliki tingkat penduduk terbanyak yaitu Kabupaten Sukabumi. Peningkatan jumlah tersebut sebanding dengan peningkatan jumlah konsumsi yang mempengaruhi besarnya peningkatan volume sampah di Kabupaten Sukabumi.

Dinas Lingkungan Hidup Kota Sukabumi mencatat setiap hari produksi sampah dari masyarakat rata-rata sekitar 165 ton, yang mencakup sampah rumah tangga dan sampah pasar. Menurut Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kota Sukabumi Bapak Adil Budiman 60% dari seluruh sampah yang diangkut oleh petugas merupakan sampah organik dan sisanya sampah anorganik. Dari 165ton tersebut 65 ton masuk ke bank sampah untuk diolah kembali atau daur ulang dan 100 ton lagi masuk ke Tempat pembuangan Sampah Akhir (TPSA) di Cikundul, Kec. Lembursitu.

Di Desa Karang Tengah sendiri, masih banyaknya masyarakat yang tidak peduli dan seakan-akan acuh terhadap permasalahan lingkungan yang sedang terjadi menjadikan semakin tingginya tingkat perncemaran lingkungan yang terjadi. Di Desa Karang Tengah sendiri belum adanya Tempat Pembuangan Sampah Sementara (TPS) dan tidak adanya pengolahan sampah rumah tangga sehingga menjadikan semakin menumpuknya sampah di pinggir jalan. Solusi yang diberikan pemerintah desa yaitu dengan pengayaan transportasi pengangkut sampah. Selain itu, pemerintah desa juga melakukan sosialsiasi melalui kader posyandu dan RT, RW setempat dalam mengapresiasi lingkungan yang bersih. Perancangan ini lebih difokuskan pada pembuatan media Infografis Statis iklan layanan masyarakat tentang pentinganya menjaga lingkungan dengan teknik visual grafis, yang akan menyasar kepada seluruh khalayak di Desa Karang Tengah melalui penggunaan media kampanye untuk menginformasikan kepada khalayak luas secara tidak langsung baik offline maupun online.

Terkadang proses berkomunikasi merupakan hal yang mudah, namun juga kompleks. Keefektifan kampanye sangat bergantung pada pesan yang ingin disampaikan dan bagaimana cara menyampaikannya kepada audience untuk mendapat perhatian.

Sejak tahun 1940, berbagai model komunikasi mulai muncul seiring dengan rasa keingintahuan mengenai proses, perilaku dan respon yang dilakukan oleh audiences. Salah satu teori komunikasi dasar yang sering digunakan adalah teori komunikasi yang dikemukakan oleh seorang ilmuwan politik Harold Laswell pada tahun 1948 (Moore, 1994: 88). Teorinya ini dianggap oleh para pakar komunikasi sebagai salah satu teori komunikasi yang paling awal dalam perkembangan teori komunikasi. Cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan "Who Says What

in Which Channel to Whom With WhatEffect?" yang berarti siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa. Proses komunikasi model Laswell tersebut lebih dikenal dengansebutan 5W+1H (What, Who, Why, When, Where and How).

Kenapa harus media visual, karena menurut Daryanto (1993: 27) alat peraga yang digunakan agar memperlancar pemahaman dan memperkuat ingatan. Dalam pembuatannya, media visual adalah elemen yangpenting untuk menyalurkan pesan agar terlihat menarik perhatian, memperjelas sajian dan mengilustrasikan suatu fakta dan konsep yang mudah terlupakan jika hanya menggunakan penjelasan verbal.

Berdasarkan pemaparan di atas, media visual merupakan media yang lebih efektif dan memegang peranan penting dalam proses penyampaian informasi mengingat karakteristik yang digunakan seperti simbol- simbol mampu mengarahkan audiens untuk berpikir kritis. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian "Media Kampanye Menjaga Lingkungan Melalui Media Visual Infografis Statis."

Melalui perancangan ini diharapkan dapat memberikan informasi dan mengedukasi kepada masyarakat luas tentang menjaga lingkungan denganalternatif yang lebih efektif.

TINJAUAN PUSTAKA

Suatu kegiatan promosi, komunikasi atau rangkaianpesan terencana yang khususnya spesifik atau untuk memecahkan masalah kritis, bisa masalah komersial, bisa juga masalah non komersial, seperti masalah sosial,budaya, politik, lingkungan hidup/ekologi (Safanayoung, 2006: 71).

Menurut Rogers dan Storey (1987), kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan padakurun waktu tertentu (dalam Venus, 2012: 7).

Sedangkan menurut Pfau dan Parrot, kampanyeadalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan memengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan.

Kampanye merupakan sebuah tindakan dan usaha yang bertujuan untuk mendapatkan pencapaian dukungan, usaha kampanye dilakukan oleh perorang atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok, kampanye biasa dilakukan guna memengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian. Ostergaard (2002) menyebutkan tiga aspek dengan istilah 3A yang meliputi awareness, attitude, dan action. Ketiga aspek ini bersifat saling terkait dan merupakan sasaran pengaruh (target of influsences) yang mesti dicapai bertahap agar satu kondisi perubahan dapat tercipta.

METODE PENELITIAN

Metode Perancangan yang digunakan adalah metode perancangan deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik random sampling di mana menurut Sugiyono (20011: 57) teknik random sampling adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan

strata yang ada dalam populasi itu, hal ini dikarenakan agar mendapatkan informasi yang lebih spesifik. Cara untuk melakukan metode ini yaitu dengan mendatangi lokasi penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data secara langsung.

DATA, DISKUSI & HASIL TEMUAN

Gambar 1. Infografis 1
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Konsep tema pada infografis 1 yaitu ditujukan untuk remaja akhir usia 17-25 tahun. Menurut Anderson (Mappier: 17), pada usia ini, seseorang akan memiliki kemampuan cara berfikir yang masuk akal terhadap sebuah gagasan, serta memiliki rencana dan mampu memecahkan masalah. Pada usia ini juga seseorang memiliki kemampuan bernalar secara ilmiah dan belajar menguji sebuah hipotesis, memiliki perencanaan untuk masa depan dan mencari akternatif untuk mencapainya, mulai menyadari proses berfikir dan belajar introspeksi diri serta wawasan berfikirinya juga luas.

Pemilihan inti warna dalam perancangan ini diambil dari keidentikan warna alam yaitu hijau dan biru serta coklat. Warna biru pada background dipilih untuk melambangkan warna langit yang cerah dan warna hijau dipilih untuk melambangkan warna pada tumbuhan yang asri. Sedangkan warna coklat untuk melambangkan warna tanah.

Jenis font yang digunakan dalam Infografis ini adalah font Helvetica NeueLT Std Med. Helvetica NeueLT Std Med merupakan jenis huruf sans serif yang berlandaskan pada prinsip Swiss Style, yaitu jenis huruf dengan tingkat kejelasan yang nyata tanpa adanya makna intrinsik, bersih, serta mempunyai tingkat keterbacan yang tinggi. Dengan karakter seperti itu, Helvetica

menjadi pilihan utama yang bisa diaplikasikan dalam berbagai media dan diasosiasikan dengan modern dan progresif. Kelebihan dari huruf Helvetica ini yang dapat memperlihatkan sisi modern dari sans-serif. Jenis huruf ini sering dipakai di seluruh dunia. Banyak merek ternama menggunakan Helvetica untuk wordmark komersial sebagai bagian dari identitas merek. Demikianjuga dalam desain periklanan. Dengan keunggulan dari readability ini dapat memudahkan audiens dalam memahami informasi dan menyerapnya dengan baik.

Objek pada desain infografis ini telah memenuhi prinsip keseimbangan karena objek-objek tersebut terkesan sama berat. Di mana prinsip keseimbangan merupakan pembagian yang merata pada bidang layout. Pembagian yang merata bukan menampilkan elemen yang banyak hingga memenuhi bidang layout, akan tetapi lebih menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan dan meletakkannya pada tempat yang tepat.

Gambar 2. Infografis 2
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Konsep tema pada infografis 2 ini yaitu ditujukan untuk usia dewasa awal yaitu 26-35 tahun. Menurut Anderson (Mappier: 17), dari segi emosional di mana seseorang melakukan penyesuaian diri dengan cara hidup dan memanfaatkan kebebasan yang diperolehnya. Pada usia ini, di mana seseorang mulai memantapkan letak kedudukan, mulai mengatur hidup dan bertanggung jawab dengan kehidupannya. Masa di mana seseorang

mulai mengenal komitmen. Pada usia ini merupakan masa kreatif seseorang yang tercermin sesuai minat dan kemampuan individual.

Pemilihan inti warna dalam perancangan ini diambil dari keidentikan warna alam yaitu hijau muda dan biru muda. Warna biru pada background dipilih untuk melambangkan warna langit yang cerah dan warna hijau dipilih untuk melambangkan warna pada tumbuhan yang asri. Dengan penggunaan warna yang soft akan membuat mata tidak cepat Lelah.

Jenis font yang digunakan dalam Infografis ini adalah font Helvetica NeueLT Std Med. Helvetica NeueLT Std Med merupakan jenis huruf sans serif yang berlandaskan pada prinsip Swiss Style, yaitu jenis hurufdengan tingkat kejelasan yang nyata tanpa adanya maknaintrinsik, bersih, serta mempunyai tingkat keterbacan yang tinggi. Dengan karakter seperti itu, Helvetica menjadi pilihan utama yang bisa diaplikasikan dalam berbagai media dan diasosiasikan dengan modern dan progresif. Kelebihan dari huruf Helvetica ini yang dapat memperlihatkan sisi modern dari sans-serif. Jenis huruf ini sering dipakai di seluruh dunia. Banyak merek ternama menggunakan Helvetica untuk wordmark komersial sebagai bagian dari identitas merek. Demikian juga dalam desain periklanan. Dengan keunggulan dari readability ini dapat memudahkan audiens dalam memahami informasi dan menyerapnya dengan baik.

Penggunaan ilustrasi di sini yaitu mengacu kepada ilustrasi dari kondisi lingkungan di Desa Karang Tengah, yaitu penggunaan ilustrasi adanya pegunungan atau bukit, sungai dan banyaknya pohon serta pabrik-pabrik.

Gambar 3. Infografis 3
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Konsep tema pada infografis 2 ini yaitu ditujukan untuk usia masa dewasa akhir yaitu usia 36-45 tahun. Menurut Anderson (Mappier: 17), pembentukan hubungan intim merupakan tantangan utama yang dihadapi oleh orang yang memasuki masa dewasa akhir. Selain itu, ketika seseorang mendekati usia dewasa akhir, pandangan mereka mengenai jarak kehidupan cenderung berubah. Merek tidak lagi memandang kehidupan dalam pengertian waktu masa anak-anak, seperti cara anak muda memandang kehidupan, tetapi mereka mulai memikirkan mengenai tahun yang tersisa untuk hidup. Pada masa ini, banyak orang yang membangun kembali kehidupan mereka dalam pengertian prioritas, menentukan apa yang penting untuk dilakukan dalam waktu yang tersisa.

Pemilihan inti warna dalam perancangan ini diambil dari keidentikan warna langit yaitu warna biru. Warna biru pada background dipilih untuk melambangkan warna langit yang cerah

Jenis font yang digunakan dalam Infografis ini adalah font HelveticaNeueLT Std Med. HelveticaNeueLT Std Med merupakan jenis huruf sans serif yang berlandaskan pada prinsip Swiss Style, yaitu jenis huruf dengan tingkat kejelasan yang nyata tanpa adanya makna intrinsik, bersih, serta mempunyai tingkat keterbacan yang tinggi. Dengan karakter seperti itu, Helvetica menjadi pilihan utama yang bisa diaplikasikan dalam berbagai media dan diasosiasikan dengan modern dan progresif. Kelebihan dari huruf Helvetica ini yang dapat memperlihatkan sisi modern dari sans-serif. Jenis huruf ini sering dipakai di seluruh dunia. Banyak merek ternama menggunakan Helvetica untuk wordmark komersial sebagai bagian dari identitas merek. Demikian juga dalam desain periklanan. Dengan keunggulan dari readability ini dapat memudahkan audiens dalam memahami informasi dan menyerapnya dengan baik.

Objek pada desain infografis ini telah memenuhi prinsip keseimbangan karena objek-objek tersebut terkesan sama berat. Di mana prinsip keseimbangan merupakan pembagian yang merata pada bidang layout. Pembagian yang merata bukan menampilkan elemen yang banyak hingga memenuhi bidang layout, akan tetapi lebih menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan dan meletakkannya pada tempat yang tepat.

Gambar 4. Infografis 4
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Konsep tema pada infografis 2 ini yaitu ditujukan untuk masa usia lansia awal yaitu 46-55 tahun. Menurut Maryam (2008: 47), kepribadian individu yang terdiri atas motivasi dan intelegensi dapat menjadi karakteristik konsep diri dari seorang lansia awal. Konsep diri yang positif dapat seorang lansia awal mampu berinteraksi dengan mudah terhadap nilai-nilai yang ada ditunjang dengan status sosialnya.

Pemilihan inti warna dalam perancangan ini diambil dari keidentikan warna langit yaitu biru. Warna biru pada background juga dipilih untuk melambangkan warna langit yang cerah.

Jenis font yang digunakan dalam Infografis ini adalah font Helvetica NeueLT Std Med. Helvetica NeueLT Std Med merupakan jenis huruf sans serif yang berlandaskan pada prinsip Swiss Style, yaitu jenis huruf dengan tingkat kejelasan yang nyata tanpa adanya makna intrinsik, bersih, serta mempunyai tingkat keterbacan yang tinggi. Dengan karakter seperti itu, Helvetica menjadi pilihan utama yang bisa diaplikasikan dalam berbagai media dan diasosiasikan dengan modern dan progresif. Kelebihan dari huruf Helvetica ini yang dapat memperlihatkan sisi modern dari sans-serif. Jenis huruf ini sering dipakai di seluruh dunia. Banyak merek ternama menggunakan Helvetica untuk wordmark komersial sebagai bagian dari identitas merek. Demikian juga dalam desain periklanan. Dengan keunggulan dari readability ini dapat memudahkan audiens dalam memahami informasi dan menyerapnya dengan baik.

Objek pada desain infografis ini telah memenuhi prinsip keseimbangan karena objek-objek tersebut terkesan sama berat. Di mana prinsip keseimbangan merupakan pembagian yang merata pada bidang layout. Pembagian yang merata bukan menampilkan elemen yang banyak hingga memenuhi bidang layout, akan tetapi lebih menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan dan meletakkannya pada tempat yang tepat.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pembuatan media infografis iklan layanan masyarakat cara menjaga lingkungan untuk mengedukasi kepada masyarakat Indonesia khususnya Desa Karang Tengah. Rumusan masalah penciptaan yang diajukan, serta analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, ditarik beberapa kesimpulan pada penciptaan ini.

Konsep pada perancangan ini yaitu Connect On Earth. Deskripsi kata Connect On Earth ini adalah intisari dari suatu hal yang sangat penting. Dengan konsep Connect On Earth maka menjaga lingkungan merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh siapapun tanpa membatasi umur, jika dapat menjaga lingkungan, secara tidak langsung akan menjauhkan dari hal-hal negatif yang akan ditimbulkan oleh alam.

Proses pada perancangan ini yaitu di mulai dari 1) perencanaan seperti halnya identifikasi masalah, pengumpulan data, pengolahan data, rumusan masalah, dan pengembangan materi, 2) penulisan konsep seperti halnya penulisan ide/gagasan dan riset konsep perancangan, 3) proses

pembuatan seperti halnya persiapan alat dan bahan dan teknik perancangan yang terdiri dari pembuatan sketsa manual, sketsa digital, pemilihan tipografi dan pemilihan warna serta yang terakhir yaitu 4) finishing, disini yaitu melakukan uji coba hasil, revisi dan pengemasan.

Analisis dari perancangan di sini yaitu pembahasan mengenai penggunaan prinsip serta unsur desain.

1) Prinsip desain yang digunakan yaitu prinsip keseimbangan di mana prinsip keseimbangan merupakanpembagian yang merata pada bidang layout.

2) Laluunsur desain yang digunakan di sini yaitu :

a) Tipografi, jenis font yang digunakan dalam Infografis ini adalah font Helvetica. b) Warna. Pemilihan warna dalam perancangan ini diambil dari keidentikan warna alam yaitu hijau dan biru serta warna ungu muda dan coklat. c) Layout (Tata Letak). Orientasi yang digunakan pada layout ini yaitu potrait. Urutan alur baca dimulai dari arah kiri ke kanan serta dari arah atas ke bawah. d) Ilustrasi. Penggunaan ilustrasi di sini yaitu mengacu kepada ilustrasi dari kondisi lingkungan di Desa Karang Tengah, yaitu penggunaan ilustrasi pegunungan atau bukit serta sungai dan banyaknya pohon serta pabrik-pabrik.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini S, Lia., & Nathalia, Kirana. 2018. Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung: Penerbit Nuasa.

Adi, Kusrianto. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta. Andi Offset.

Arthur, Rene. 2009. Desain Grafis: dari mata turun ke hati. Bandung. Kelir.

Rustan, Surianto. 2014. Layout Dasar dan Penerapannya. Jakarta. PT. Gramedia.

Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2019. Metodologi Penelitian DKV. Yogyakarta: Kanisius.

Tinarbuko, Sumbo. 2009. Semiotika Komunikasi Visual.
Yogyakarta: Jalasutra.