

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, surat sudah ada sejak zaman kerajaan. Berdasarkan prasasti yang ditemukan di Kerajaan Sriwijaya, bahasa yang digunakan adalah bahasa Kw'unlun atau bahasa Sansekerta dengan huruf yang digunakan adalah huruf Pallawa. Seiring dengan meningkatnya surat-menyurat maka dibuatlah sebuah lembaga yang khusus untuk menangani hal-hal yang berhubungan dengan perposan. lembaga tersebut adalah PT Pos Indonesia.

KantorPos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Dengan besarnya peran PT Pos di Indonesia, bahkan membuat surat-menyurat menjadi bagian dari mata pelajaran di sekolah hingga kini.

Dalam pelajaran bahasa, siswa-siswi dari sekolah dasar hingga menengah atas mempelajari tata cara menulis surat. Mereka diajarkan mengenai bagian-bagian dari surat hingga bagaimana penulisan surat yang baik. Namun sekarang, meskipun pelajaran surat-menyurat masih ada tapi penerapannya kini sudah mulai hilang. Meskipun masih ada dari mereka masih mengirim surat dan tidak melalui KantorPos. Sering kali surat-surat tersebut diberikan pada saat tertentu seperti pada hari Valentine. Di hari Valentine beberapa siswa memberikan surat secara diam-diam kepada orang yang mereka suka. Namun dalam kehidupan masyarakat surat-menyurat sudah sangat jarang digunakan..

Salah satu faktor yang memengaruhi hilangnya budaya surat-menyurat adalah perkembangan teknologi yang semakin meningkat dan sangat dekat dengan kehidupan masyarakat sehingga merubah perilaku mereka. Hampir setiap orang pada zaman ini memiliki gadget atau *smartphone* yang

digunakan untuk berkomunikasi dimana gadget atau *smartphone* memungkinkan setiap orang di dunia mendapatkan informasi lebih cepat tanpa mengenal jarak dan waktu. Kebutuhan akan kecepatan mendapatkan informasi merupakan alasan utama. Hal ini pula yang pada akhirnya menjadi alasan surat-menyurat mulai ditinggalkan oleh masyarakat. Berkirim surat memerlukan waktu sampai yang cukup lama yakni satu atau dua hari. Selain itu surat yang dikirim pun tidak bisa dilacak keberadaannya.

Pergeseran budaya merubah bentuk surat kertas menjadi surat digital atau biasa dikenal dengan surel (surat elektronik) atau *email (electronic mail)*. Selain itu juga dikenal teknologi pesan singkat dengan operator tertentu seperti sms (*short message service*). Sms adalah awal munculnya jenis teknologi pesan lain yang menggloabal dengan terhubung ke internet. Dan karena itu banyak siswa siswi menggunakan teknologi ini dibandingkan dengan surat.

Kegiatan berkirim surat sebenarnya memiliki berbagai manfaat khususnya bagi mereka yang masih diusia sekolah. Selain karena kegiatan berkirim surat ini relevan dengan pelajaran yang ada disekolah, beberapa manfaat lain yang bisa diambil dari kegiatan surat menyurat seperti; surat-menyurat adalah sarana belajar karena melatih kemampuan bertutur kata dalam bentuk tulisan; memperluas dan meningkatkan pertumbuhan kosa kata; dengan menulis akan mendorong dan menuntut untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya untuk menopang apa yang ingin ditulis; sebagai sarana perkembangan diri karena dengan menulis surat akan membuat pribadi seseorang bijak dan santun, menjadi pribadi yang siap dikritik dan dievaluasi, juga dapat menghasilkan ide-ide baru; surat juga menjadi sarana berkreasi mengolah kreatifitas; dan sarana silaturahmi yang mana surat pernah disentuh oleh pengirim sehingga membuat surat memiliki nilai yang lebih personal antara pembuat surat dan penerima. Dan yang terpenting adalah pos dan surat-menyurat memiliki peran penting pada suatu negara sebagai bukti otentik dimana posisinya berada langsung di bawah Presiden. Hal ini tertera pada Undang-Undang Republik Indonesia nomor 38 tahun 2009 tentang Pos.

Melihat betapa pentingnya peran surat dan Pos, maka itu perlu dibuatnya sebuah cara untuk mengenalkan budaya surat-menyurat terutama di kalangan pelajar dan mengajaknya untuk mengirim surat. Paling tidak, mengirim surat dilakukan pada hari-hari tertentu seperti surat menyambut datangnya Idul Fitri, Tahun Baru, dan hari besar lainnya. Dalam hal ini penulis bersama dengan PT Pos Indonesia ingin membuat sebuah kampanye sosial yang mengedukasi bagi para pelajar untuk mengetahui tentang surat dan mengajak untuk mengirim surat. Kampanye ini dibuat bersama dengan PT Pos Indonesia dengan tujuan ingin menguatkan kembali jasa pengiriman surat serta mengedukasi dengan segmentasi remaja.

Kampanye sosial dibuat untuk menginformasikan budaya surat-menyurat kemudian mengajak pelajar melakukan pengiriman surat. Harapannya adalah dengan kampanye sosial tentang surat-menyurat ini, masyarakat khususnya pelajar mau tergerak untuk melakukan pengiriman surat.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Masalah yang ada antara lain:

1. Penerapan surat-menyurat yang sudah mulai hilang seiring dengan munculnya berbagai media berbasis digital.
2. Surat memiliki berbagai manfaat, baik yang bersifat formal maupun personal bagi pelakunya.
3. Adanya pelajaran tentang berkirim surat di sekolah akan tetapi masih banyak pelajar tidak tahu bagaimana mengirim surat melalui Kantorpos.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dihadapi dalam perancangan tugas akhir adalah:

Bagaimana merancang media dan *event* kampanye sosial untuk mengedukasi pelajar sekolah menengah pertama usia 11 hingga 14 tahun mengenai surat-menyurat dan mengajak khalayak khususnya target audiens mengirim surat?

1.3 Fokus Masalah

Perancangan tugas akhir difokuskan pada perancangan kampanye edukasi untuk pelajar. Kampanye sosial bertujuan untuk menginformasikan hal-hal terkait surat dan mengajak pelajar untuk mengirim surat. Kampanye sosial ditargetkan untuk para pelajar SMP yang sedang dalam masa remaja. Kampanye ini akan dilaksanakan di Bandung pada pertengahan bulan agustus 2015. Media yang digunakan akan ditentukan sesuai dengan informasi apa saja yang ingin disampaikan. Diharapkan dengan adanya kampanye sosial ini dapat mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan surat dan kemudian mereka mau mencoba untuk mengirim surat.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan akhir dari kampanye sosial adalah sebagai berikut:

Merancang media dan *event* kampanye sosial dalam mengedukasi pelajar sekolah menengah pertama usia 11 hingga 14 tahun mengenai surat-menyurat dan mengajak khalayak khususnya target audiens mengirim surat.

1.5 Metode Pengumpulan Data & Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Studi Pustaka: teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku – buku, literatur – literatur, catatan – catatan, dan laporan – laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. (M. Nazir,1988:111) Penulis mencari buku atau literatur yang berhubungan dengan penelitian seperti teori-teori seputar kampanye sosial, komunikasi, ilustrasi, tipografi, warna, dan teori psikologi.

b. Observasi

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Ridwan, Metode Riset,

2004 : 104) Observasi dilakukan dengan mengamati perilaku target audiens dan aktivitas yang berhubungan dengan perposan.

c. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang memiliki suatu tujuan dimana narasumber menggali apa yang ada dipikirkannya, menguraikan konsep serta menceritakan pengalaman atau pandangan dari individu yang diwawancara mengenai topik atau arah pembicaraan sesuai keinginan pewawancara yang dilakukan secara kolaboratif (Soewardikoen, 2013 : 20). Wawancara dilakukan kepada pihak yang terkait di bidang perposan.

d. Kuesioner

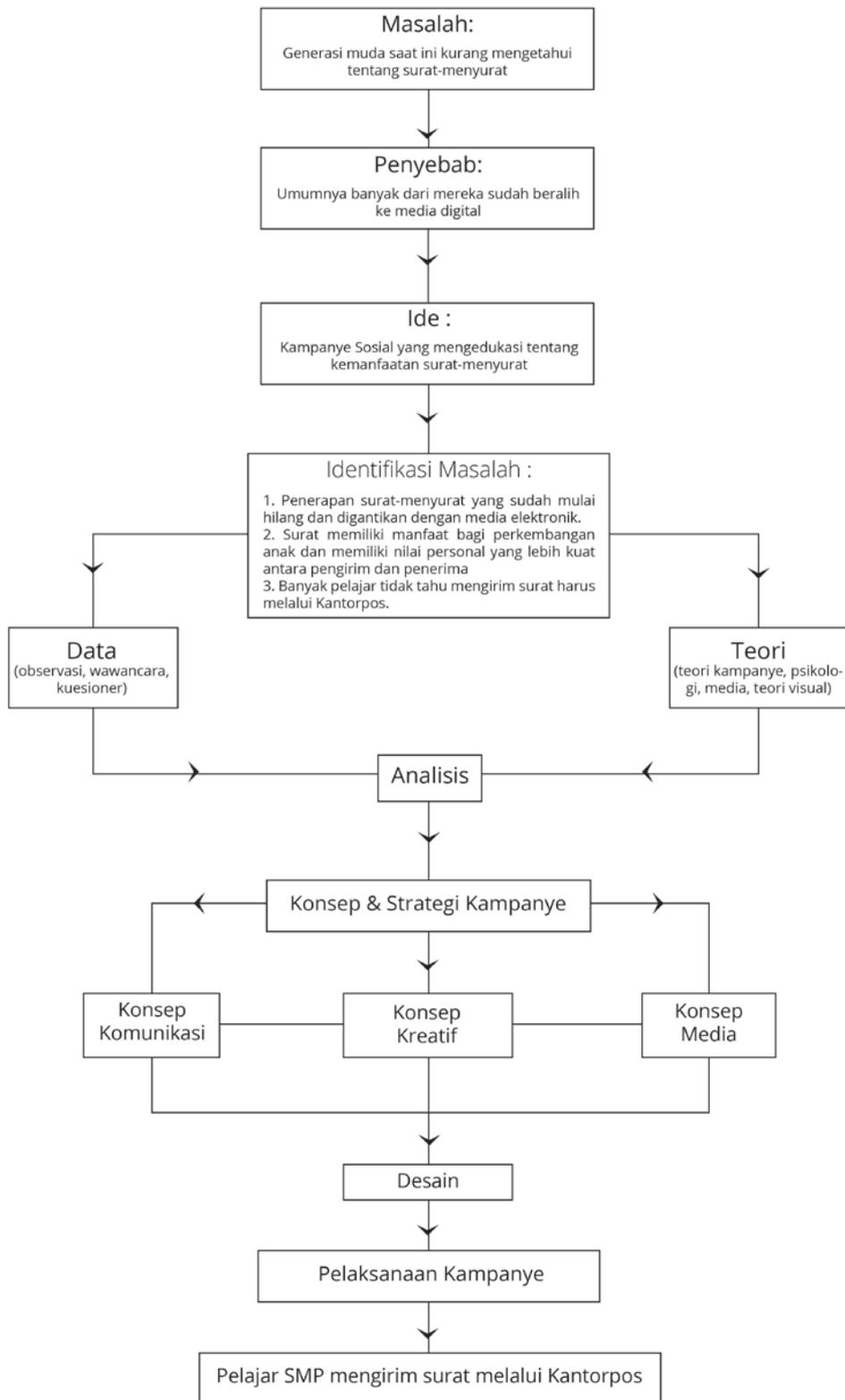
Prinsipnya kuesioner adalah cara memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat karena banyak orang dapat sekaligus dihubungi. Pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu, diarahkan ke suatu jawaban untuk dihitung. (Soewardikoen, 2013 : 25) Kuesioner dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yakni memilih responden dengan kriteria khusus sesuai dengan tujuan dari penulisan tugas akhir. Data yang didapat didokumentasikan dan digunakan sebagai sebuah landasan dalam perancangan.

1.5.2 Analisis

Analisis Matriks

Matriks digunakan untuk menganalisis kampanye sejenis atau analisis melalui teori. Pada prinsipnya analisis matriks adalah *juxtaposition* atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Objek visual apabila dijejerkan dan dinilai menggunakan satu tolok ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya. Matriks juga bermanfaat dan sering digunakan untuk menyampaikan sejumlah besar informasi dalam bentuk ruang yang padat. (Soewardikoen, 2013 : 51). Dalam hal ini hasil analisis akan dijadikan sebagai acuan dalam merancang penggunaan media yang dibandingkan dengan kegiatan sejenisnya.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan Kampanye Sosial
(sumber : dokumentasi penulis)

1.7 Pembabakan

Pembabakan dalam tugas akhir ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penelitian sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini memberikan gambaran umum terhadap fenomena terkait dan menjelaskan tentang latar belakang dari penulisan tugas akhir. Mengapa penulis memilih topik kampanye sosial dan mengapa topik ini menjadi penting untuk diangkat dan dijadikan tugas akhir. Pada bab ini pulalah kerangka pengerjaan tugas akhir dibuat agar perancangan tugas akhir yang dilakukan lebih terstruktur.

BAB II : Dasar Pemikiran

Dasar penelitian merupakan bab dimana penulis mencari teori-teori yang berkaitan dengan penulisan. Penulis mencari teori kampanye sosial, proses komunikasi, psikologi sosial dan teori DKV. Dasar pemikiran digunakan sebagai landasan menilai dan menganalisis media yang digunakan dan keefektifannya.

BAB III : Data & Analisis Masalah

Bab ini berisikan data visual, data observasi, dan data wawancara. Setelah itu, akan dianalisis sesuai dengan tujuan perancangan. Data & analisis masalah merupakan bagian penting untuk membentuk konsep hingga hasil perancangan dan kesimpulan.

BAB IV : Konsep & Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep dan strategi yang digunakan meliputi konsep dan strategi kampanye dan penggunaan media. Menjelaskan konsep desain dan hasil final desain yang akan digunakan dalam kampanye sosial.

BAB V : Penutup

Penutup berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan dibuat berdasarkan bab data uraian data hasil survey dan analisis. Pada bab sebelumnya, rangkuman setiap data dan hasil analisis dikumpulkan dan dibuat kesimpulannya poin per poin.