

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung merupakan Ibukota dari Jawa Barat dan termasuk kota metropolitan terbesar di Jawa Barat. Selain itu, Bandung merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia menurut jumlah penduduknya. Bandung dikenal sebagai kota kembang. Bandung juga dikenal sebagai *Paris Van Java*. Bandung menjadi salah satu objek wisata alam, wisata kuliner *fashion*, dan pendidikan. Kota Bandung merupakan kota terpadat di Jawa Barat, di mana penduduknya didominasi oleh etnis Sunda. Selain itu, Bandung juga memiliki sistem politik. Politik di Bandung salah satunya melalui pemilihan umum. Pemilihan umum adalah sarana demokrasi yang telah digunakan oleh sebagian besar negara di dunia termasuk di Indonesia. Pemilihan umum adalah wujud sistem politik yang demokratis yang artinya warga negara dapat terlibat langsung dalam proses pemberian suara / *voting*. Pemilu dilaksanakan untuk pemilihan pemimpin pemerintahan di Indonesia seperti anggota DPD, DPR, DPRD, Kepala daerah dan Presiden. Pemilu di Indonesia di laksanakan dengan rentang 5 tahun sekali. Diselenggarakan oleh komisi independen bernama Komisi Pemilihan umum (KPU). Tercantum dalam pasal 1 ayat 6 tentang undang-undang Republik Indonesia nomor 15 tahun 2011 tentang penyelenggaraan pemilihan umum.

Dalam pemilihan umum, selalu ada pemilih yang berperan serta. Salah satunya adalah pemilih pemula yang sudah memenuhi syarat untuk menggunakan hak suaranya. Dalam kategori politik, kaum remaja dimasukan dalam pemilih pemula, mereka adalah kelompok yang baru pertama kali menggunakan hak pilih. Dengan hak pilih itu, kaum remaja yang berusia 17 tahun atau sudah menikah ini akan mempunyai tanggung jawab kewarganegaraan yang sama dengan kaum dewasa yang lain. Dalam pelaksanaan Pemilu, para pemilih pemula yang kebanyakan dari siswa siswi sekolah menengah atas serta mahasiswa/i yang baru memasuki usia hak pilih, pastilah belum memiliki jangkauan politik yang luas untuk menentukan ke mana mereka harus memilih. Sehingga, terkadang apa yang mereka pilih tidak sesuai dengan yang diharapkan. Alasan inipula yang

menyebabkan pemilih pemula sangat rawan untuk digarap dan didekati dengan pendekatan materi. Berdasarkan pendapat di atas, pemilih pemula merupakan sasaran yang tepat dari partai politik dalam memperoleh suara, ini dikarenakan kurangnya pendidikan politik yang mereka dapatkan. Hal ini merupakan masalah, karena para pemilih pemula merupakan bagian dalam pesta demokrasi. Oleh sebab itu, diperlukan pendidikan politik yang baik untuk diterapkan kepada pemilih pemula, yang akan membuat mereka tertarik sehingga mengerti dalam hal memiliki tanggung jawab yang sama seperti masyarakat dewasa yang lain, dengan begitu akan timbul sebuah pola pikir yang baik di balik niat mencoblos figur pemimpin yang akan dipilih. Selain itu, diharapkan agar pemilih pemula memiliki pemikiran bahwa apapun hasil Pemilu akan berdampak juga bagi kehidupan mereka, baik langsung maupun tidak langsung, sehingga lebih baik ikut berpartisipasi pada pesta politik yang digelar.

Namun pada kenyataannya para pemilih pemula ini masih rentan akan pengaruh dari pihak-pihak luar yang mempunyai keinginan untuk mendapatkan suara mereka. Salah satu faktor penyebab menurunnya angka partisipasi pemilih pemula adalah calon figur pemimpin. Banyak yang mempunyai pemikiran bahwa figur-figur pemimpin yang saat ini, kebanyakan mempunyai cap negatif di kalangan masyarakat akibat dari isu-isu politik yang terkait dengan perilaku para pemimpin. Untuk itu perlu adanya upaya sosialisasi dan informasi yang baik dan tepat yang dapat dilakukan oleh pihak penyelenggara agar dapat menyentuh hati para pemilih pemula untuk ikut berpartisipasi pada pemilihan umum 2014 nanti. Salah satunya melalui tindakan kampanye yang mengajak pemilih pemula untuk mencari tahu informasi tentang figur pemimpin yang menginspirasinya melalui cara yang menyenangkan sesuai pendekatan usia pemilih pemula yang cenderung lebih senang dengan media *digital*, agar para pemilih pemula lebih percaya diri untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya informasi untuk pemilih pemula tentang pemilihan umum yang sesuai dengan pendekatan remaja
2. Hilangnya figur calon pemimpin yang menginspirasi remaja sebagai pemilih pemula
3. Dibutuhkan kampanye dengan penggunaan media kampanye yang interaktif sesuai pendekatan remaja yang bertujuan untuk mengajak pemilih pemula agar berpartisipasi dalam pemilihan umum.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang sebuah konsep media kampanye yang informatif dan komunikatif tentang Pemilihan umum?
2. Bagaimana mengajak pemilih pemula agar percaya diri saat mengambil keputusan dalam pemilu presiden?
3. Bagaimana memanfaatkan media *digital* sesuai dengan pendekatan yang tepat untuk pemilih pemula?

1.3 Ruang Lingkup

Agar masalah tidak meluas, Penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Apa
Perancangan kampanye sebagai sarana untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam pemilu presiden tahun 2014
2. Bagaimana
Pembuatan iklan yang menarik agar dapat memotivasi pemilih pemula dalam pemilihan umum
3. Siapa

Penduduk asli kota Bandung khususnya usia 17-20 tahun sebagai pemilih pemula yang sudah memenuhi syarat untuk menggunakan hak pilih dalam Pemilu Presiden tahun 2014

4. Dimana

Daerah perkotaan di Bandung

5. Waktu

Pengumpulan dan Penelitian : Februari – April 2014

Eksekusi perancangan media : April – Juni 2014

Sosialisasi hasil perancangan : Juli 2014

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan dari kampanye ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi dan inspirasi kepada generasi muda yang berdomisili di Bandung tentang pentingnya pemilihan umum.
2. Mengajak pemilih pemula agar mau berpartisipasi dalam pemilihan umum Presiden 2014.
3. Menciptakan dampak yang meraih jumlah khalayak sasaran yang besar dengan menggunakan media *digital*.

1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini diklasifikasikan oleh penulis menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Pembaca

Dengan adanya media kampanye ini, penulis berharap agar informasi yang disampaikan untuk generasi muda terpenuhi dan mendapatkan inspirasi dalam pemilihan umum.

2. Manfaat Bagi Instansi

Menambah wacana keilmuan Desain Komunikasi Visual yang dapat dikembangkan.

3. Manfaat Bagi Penulis

Sebagai sarana menambah ilmu bagi penulis dibidang politik dan menerapkannya dalam Desain Komunikasi Visual terutama *advertising*.

1.6 Metode Penelitian

Dalam menyempurnakan data *valid* yang diperlukan dalam proses pengerjaan tugas akhir, penulis melakukan penelitian melalui Metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif dan dapat meneliti dan mengenali subjek dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Metode Kualitatif merupakan penelitian khusus objek yang tidak dapat diteliti secara statistik atau kuantitatif. Penelitian kualitatif biasanya digunakan meneliti peristiwa sosial. Metode yang digunakan oleh penulis adalah:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode *Interview* / Wawancara

Metode *interview* / wawancara merupakan teknik pengumpulan data kualitatif yang memahami persepsi, perasaan, dan pengetahuan orang-orang dengan mendalam dan intensif melalui tanya jawab yang dilakukan dengan lembaga resmi independen milik negara yaitu KPU cabang kota Bandung, dan DISPORA Kota Bandung (Dinas Pemuda dan Olahraga) keterkaitannya dengan pemuda yang ada di Bandung.

2. Metode Kuesioner (Teknik *Purposive sampling*)

Kuesioner dibagikan kepada khalayak sasaran menurut beberapa karakteristik (*purposive sampling*). Khalayak sasaran yaitu pemilih pemula Pria dan Wanita (penduduk asli kota Bandung) agar dapat mempermudah penulis dalam mengumpulkan data, kuesioner ini dibagikan di tempat-tempat remaja berkunjung, seperti di *mall*, restoran cepat saji, sekolah, kampus.

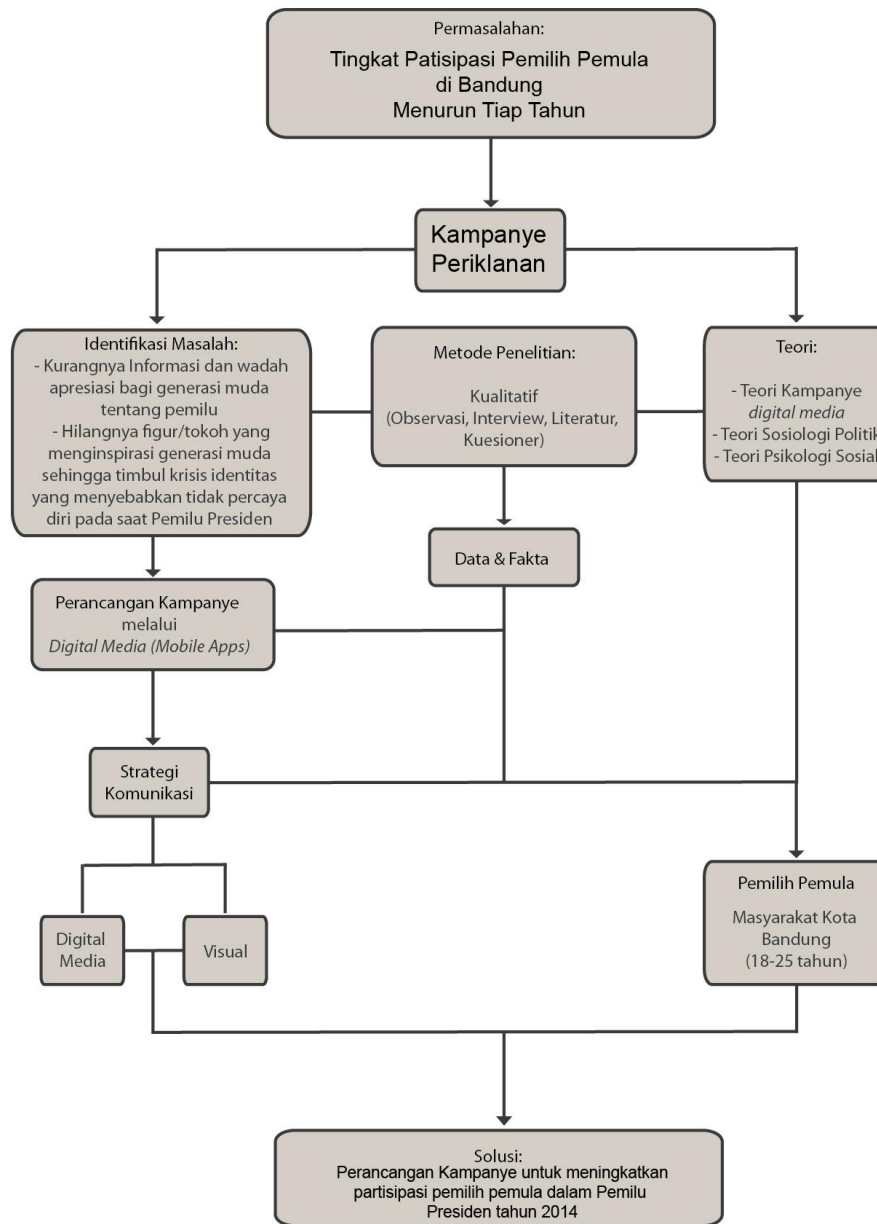
3. Metode Studi Literatur

Metode yang dilakukan dengan acuan dan kaidah yang bersumber dari buku-buku yang relevan. Metode ini merupakan metode pendukung dalam proses pengerjaan tugas akhir bagi penulis.

Adapun studi literatur yang digunakan penulis untuk penelitian adalah:

- a. Studi dari literatur-literatur tentang desain komunikasi visual (Penjurusan *Advertising*) maupun yang berhubungan dengan penelitian seperti:
 - 1.) Iklan
 - 2.) Kampanye sosial
 - 3.) Komunikasi
 - 4.) Media Kampanye
 - 5.) Ilmu DKV
- b. Metode proses perancangan visualisai melalui pengolahan data dengan menggunakan metoda SWOT, AISAS dan AOI.

1.7 Kerangka Berfikir



1.8 Pembabakan

Dalam penulisan laporan Tugas Akhir, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pembahasan, memberikan pendahuluan yang berisi tentang Latar Belakang, Masalah Perancangan, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Perancangan, Manfaat Perancangan, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan

.BAB II. Dasar Pemikiran

Bab ini menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan yang ada kaitannya dengan Tugas Akhir untuk digunakan sebagai pedoman untuk merancang.

BAB III. Data dan Analisis Masalah

Membahas tentang data penelitian dan fakta, perencanaan dan proses konseptual media, desain dalam perancangan kampanye dan aplikasi anti golput sebagai penanggulangan krisis identitas Remaja.

BAB IV. Konsep & Hasil Perancangan

Kesimpulan Karya

BAB V. Penutup

Penutup dan Saran