



BAB II KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Perancangan

1. Definisi Perancangan

Kata Perancangan menurut ejaan Bahasa Indonesia berasal dari kata kerja ‘merancang’, yang kemudian mendapatkan awalan per- dan akhiran-an. Setelah itu, terjadi peleburan kata sehingga terbentuklah kata perancangan. Kata ‘merancang’ mempunyai arti merencanakan, mengatur segala sesuatunya terlebih dahulu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://web.kbbi.id/perancangan>).

Perancangan adalah proses pemecahan masalah yang disertai dengan yang kreatif guna mencapai hasil yang maksimal. (Tim Mc.Ginty:2005). Hal pemikiran ini dapat diperkuat oleh pernyataan beberapa ahli antara lain Al-Bahra Bin Ladjamudin dalam bukunya yang berjudul Analisis dan Desain Sistem Informasi (2005:39) mendefinisikan perancangan sebagai suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesain suatu sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan yang dihadapi oleh perusahaan yang didapatkan dari hasil pemilihan alternatif sistem terbaik.

Menurut George M.Scott (Jogiyanto, 1991:196), perancangan adalah suatu jaringan kerja yang saling berhubungan untuk menentukan bagaimana suatu sistem menyelesaikan apa yang mesti diselesaikan.

Pemaparan dari berbagai definisi oleh pakar mengenai arti perancangan dapat ditarik kesimpulan bahwa perancangan merupakan kegiatan yang terencana guna untuk melakukan sebuah tindakan dan pemikiran untuk menyelesaikan suatu masalah tertentu.

2. Prinsip Perancangan

Dalam buku Desain Komunikasi Visual oleh Lia Anggraini dan Kirana Nathalia (2013:41-46) ada beberapa prinsip perancangan yaitu:

a. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan pembagian berat sama baik visual maupun *optic*. Dikatakan seimbang apabila obyek pada bagian kiri dan kanan sama. Desain harus memiliki keseimbangan agar nyaman dipandang dan tidak membuat gelisah. Ada dua pendekatan untuk menciptakan keseimbangan:

1) Keseimbangan Simetris

Membagi sama berat antara kanan dan kiri, atas dan bawah secara setara

2) Keseimbangan Asimetris

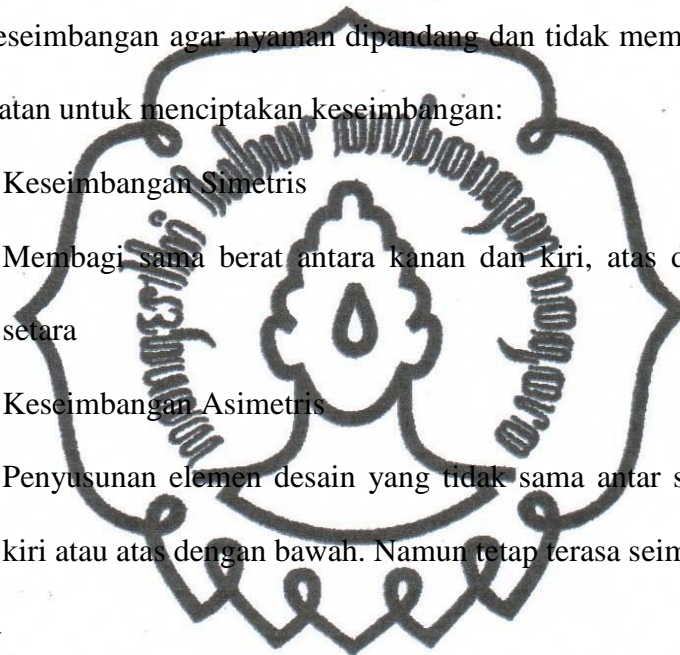
Penyusunan elemen desain yang tidak sama antar sisi kanan dengan kiri atau atas dengan bawah. Namun tetap terasa seimbang.

b. Irama

Irama adalah pengulangan gerak atau penyusunan bentuk secara berulang-ulang. Dalam desain, irama dapat berupa repetisi atau variasi. Repetisi adalah merupakan elemen yang dibuat secara berulang-ulang dan konsisten. Sedangkan secara variasi, irama adalah bentuk perulangan elemen yang disertai perubahan baik bentuk, ukuran, maupun posisi.

c. Penekanan/Dominasi (*emphasis*)

Dominasi merupakan satu prinsip dasar yang harus ada dalam desain/perancangan. Dominasi sendiri berasal dari kata *Dominance* yang berarti keunggulan, penggunaan penekanan ini dapat membangun visual sebagai pusat



perhatian, yang bertujuan untuk menonjolkan salah satu unsur visual sebagai pusat perhatian. Informasi yang penting biasanya ditonjolkan dengan cara menonjolkan dengan elemen visual yang kuat. Dalam perancangan/desain terdapat beberapa cara menonjolkan elemen visual dalam karya desain, yaitu sebagai berikut:

1) Kontras

Dalam kontras yaitu objek yang dianggap penting dibuat berbeda dengan elemen yang lain. Semisal garis vertikal akan menonjol diantara banyaknya garis horizontal.

2) Isolasi Objek

Isolasi objek dibuat dengan cara memisahkan objek dari kumpulan objek lain.

3) Penempatan Objek

Objek ditempatkan di tengah akan menjadi poin utama elemen desain ini harus menjadi *stopping power*. Dalam artian, misalnya ketika desain dibuat harus ada penonjolan salah satu elemen untuk pembaca agar pembaca mengingat pesan.

d. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan adalah salah satu prinsip penting. Kesatuan memiliki dasar agar rancangan terlihat satu dan tidak tercerai-berai. Prinsip ini sebenarnya adalah prinsip hubungan. Disatukan agar tampak harmonis.

Pada pemaparan prinsip perancangan diatas dapat disimpulkan bahwa sebuah perancangan akan sangat kurang dan tidak lengkap apabila prinsip-prinsip perancangan tidak digunakan, oleh karena itu penting menggunakan prinsip-

prinsip perancangan sebagai landasan untuk membuat pemikiran dan suatu tindakan guna menyelesaikan suatu masalah tertentu.

3. Unsur-unsur Perancangan

a. Warna

Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu menstimuli perasaan, perhatian, dan minat seseorang (Kusrianto, 2007:46). Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. Teori yang paling banyak digunakan dalam bidang seni rupa adalah Teori Brewster. Dimana Teori Brewster ini menyatakan bahwa warna pokok atau warna primer adalah warna yang terdiri dari sendiri dan bukan merupakan hasil pencampuran warna lain. Sedangkan, warna sekunder adalah warna berasal pencampuran dari dua warna pokok. Warna pokok terdiri dari warna merah, kuning, dan biru. Warna sekunder adalah warna hijau yang dihasilkan dari pencampuran warna kuning dan biru, jingga yang dihasilkan dari pencampuran warna merah dan kuning, dan ungu yang dihasilkan dari pencampuran warna merah dan biru. Warna yang dihasilkan dari pencampuran warna primer dan warna sekunder disebut warna tersier. (Kusrianto, 2007:48)

b. Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang baik berupa foto maupun lukisan untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya

(<http://kbbi.web.id/ilustrasi>, 8 Maret 2020). Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan guna memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual (Kusrianto, 2007:140).

1) Tujuan Ilustrasi

Ilustrasi digunakan sebagai penjelas atau informasi yang disampaikan. Ilustrasi dimaksudkan untuk memberi variasi pada suatu bahan ajar sehingga menjadi lebih menarik dan memotivasi, komunikasi, dan lebih memudahkan pembaca untuk memahami pesan, ilustrasi dapat membantu retensi, yaitu memudahkan pembaca mengingat konsep atau gagasan yang disampaikan ilustrasi (Arifin & Kusrianto, 2009:70).

2) Fungsi Ilustrasi

Dalam buku Sukses Menulis Buku Ajar dan Referensi oleh (*ibid*, 2009:70) dikatakan bahwa terdapat beberapa fungsi ilustrasi yaitu:

a) Fungsi Deskriptif

Berfungsi menggantikan uraian tentang sesuatu secara verbal dan naratif dengan menggunakan kalimat yang panjang. Uraian verbal dan naratif tersebut sangat efisien karena menyita perhatian pembaca pada bagian tertentu.

b) Fungsi Ekspresif

Ilustrasi dapat memperlihatkan dan menyatakan sesuatu maksud, gagasan, perasaan, situasi atau konsep yang abstrak menjadi nyata secara tepat dan mengena sehingga mudah dipahami. Suasana proses, mimik seseorang dapat diperlihatkan melalui ilustrasi.

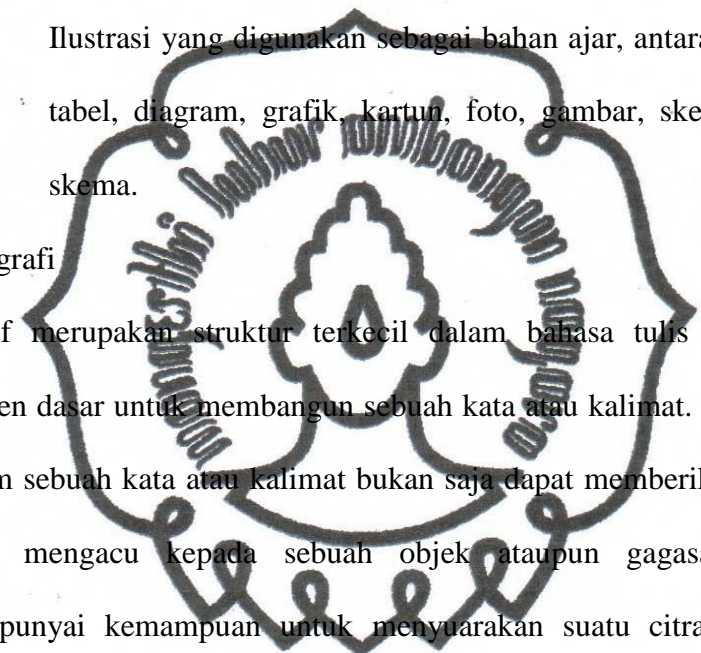
c) Fungsi Analitis

Ilustrasi dapat menunjukkan rincian bagian demi bagian dari suatu benda atau sistem atau proses secara detail, sehingga lebih mudah untuk dipahami. Tahapan-tahapan dalam suatu proses dapat lebih jelas diperhatikan melalui ilustrasi narasi.

d) Fungsi Kualitatif

Ilustrasi yang digunakan sebagai bahan ajar, antara lain daftar atau tabel, diagram, grafik, kartun, foto, gambar, sketsa, simbol, dan skema.

c. Tipografi



Huruf merupakan struktur terkecil dalam bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja dapat memberikan suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga mempunyai kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Huruf memiliki perpaduan nilai fungsional dan nilai estetik. Pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam disiplin seni yang disebut tipografi (Sihombing, 2001:2-3). Tipografi sangat berkaitan dengan *layout*. Selain perannya sebagai penyampai pesan komunikasi, huruf mempunyai dampak pada ruang dalam suatu *layout* dua dimensi. Dengan kata lain, huruf tidak dapat dipisahkan hubungannya dengan *layout*. Di samping elemen visual, huruf atau tipografi yang membentuk suatu elemen teks juga dapat memberi segala informasi yang dibutuhkan pembaca. Dalam penerapan tipografi dalam *layout*, pemilihan jenis huruf dan ukuran harus

diperhatikan. Pemilihan jenis huruf dan ukuran hendaknya disesuaikan dengan tema/konsep desain (Rustan, 2008:17).

d. *Layout*

Layout adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang akan disampaikan (Rustan, 2008:0). Dalam buku *Layout Dasar dan Penerapannya* oleh Surianto Rustan, S.sn. (2008:75-86) dikatakan bahwa prinsip dasar layout adalah juga prinsip desain grafis. Prinsip-prinsip tersebut antara lain:

1) *Sequence*

Sering disebut juga dengan hierarki/flow/aliran. Gunanya untuk mengatur urutan yang mana dulu informasi yang harus dilihat pembaca, yang mana yang kedua, dan seterusnya. Tanpa adanya prioritas urutan, pembaca akan kesulitan menangkap pesannya, apalagi bila informasi yang disampaikan sama kuatnya. Dengan adanya *sequence* akan membuat pembaca secara otomatis mengurutkan pandangan matanya sesuai dengan yang kita inginkan.

2) *Emphasis*

Sering disebut juga sebagai pusat perhatian/*vocal point/point of interest*. *Sequence* dapat dicapai dengan adanya *emphasis*. Dimana *emphasis* merupakan penekanan yang mencakup elemen-elemen seperti ukuran, warna, letak/posisi, dan bentuk.

3) *Balance*

Pembagian berat yang merata pada suatu bidang *layout*. Bukan berarti seluruh bidang harus dipenuhi dengan elemen, tapi lebih pada

menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan dan meletakkannya pada tempat yang tepat. Tidak hanya peraturan letak tapi juga ukuran, arah, warna, dan atribut-atribut lainnya.

4) *Unity*

Supaya suatu *layout* memberi efek yang kuat bagi pembacanya, ia harus mempunyai kesan *unity*. Semua elemen harus saling berkaitan dan disusun secara tepat. *Unity* tidak berarti hanya kesatuan dari elemen-elemen yang secara fisik kelihatan, namun juga kesatuan antara fisik dan yang non-fisik yaitu pesan/komunikasi yang dibawa dalam konsep tersebut.

Dalam Pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur perancangan sangat begitu penting karena hal tersebut adalah sebuah satu-kesatuan yang saling melengkapi sehingga dapat dinamakan sebuah perancangan.

B. Tinjauan Komunikasi

Komunikasi sangat penting untuk perancangan ini, karena komunikasi merupakan kunci dari sebuah desain komunikasi visual, karena komunikasi bertujuan untuk menyampaikan sebuah isi dari suatu perancangan, sehingga isi pesan suatu rancangan dapat tersampaikan dengan baik, dan berikut tinjauan mengenai komunikasi.

1. Definisi Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicare* yang berarti memberi, mengambil bagian atau meneruskan sehingga terjadi sesuatu umum

(*common*), sama atau saling memahami Bovee and Thil dalam Pratminingsih (2006:2).

Komunikasi adalah aktivitas yang menyebabkan orang lain menginterpretasikan suatu ide, terutama yang dimaksudkan oleh pembicara atau penulis Edwin B Flippo dalam Mangkunegara (2011:145). *Communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behaviour of other individuals*, dengan kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Sedangkan menurut Robbins and Judge (2008:5) komunikasi adalah transfer dan pemahaman makna.

Dalam pemaparan diatas, adapun unsur-unsur komunikasi yakni:

2. Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Pratminingsih (2006:3) unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Sumber Informasi (*source*) adalah orang yang menyampaikan pesan. Pada tahap ini sumber informasi melakukan proses yang kompleks yang terdiri dari timbulnya suatu stimulus yang menciptakan pemikiran dan keinginan untuk berkomunikasi, pemikiran ini diencoding menjadi pesan, dan pesan tersebut disampaikan melalui saluran atau media kepada penerima.
- b. *Encoding* adalah suatu proses di mana sistem pusat syaraf sumber informasi memerintahkan sumber informasi untuk memilih simbol-simbol yang dapat dimengerti yang dapat menggambarkan pesan.

- c. Pesan (*message*) adalah segala sesuatu yang memiliki makna bagi penerima. Pesan merupakan hasil akhir dari proses *encoding*. Pesan ini dapat berupa kata-kata, ekspresi wajah, tekanan suara, dan penampilan.
- d. Media adalah cara atau peralatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Media tersebut dapat berupa surat, telepon atau tatap muka langsung.
- e. *Decoding* adalah proses dimana penerima pesan menginterpretasikan pesan yang diterimanya sesuai dengan pengetahuan, minat dan kepentingannya.
- f. *Feedback* (Umpan Balik) adalah respon yang diberikan oleh penerima pesan kepada pengirim sebagai tanggapan atas informasi yang dikirim sumber pesan. Pesan ini dapat berupa jawaban lisan bahwa si penerima setuju atau tidak setuju dengan informasi yang diterima.
- g. Hambatan (*noise*) adalah berbagai hal yang dapat membuat proses komunikasi tidak berjalan efektif.

Dalam pemaparan unsur-unsur komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur komunikasi sangat penting guna untuk membentuk komunikasi lisan maupun non lisan sehingga dapat menyampaikan suatu pesan dengan jelas dan baik, selain unsur-unsur komunikasi diatas terdapat bentuk-bentuk komunikasi di bawah ini antara lain:

3. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Menurut Muhammad (2009:95) pada dasarnya ada dua bentuk dasar komunikasi yang lazim digunakan dalam organisasi, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

- a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun secara tulisan. Komunikasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana seorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima. Sedangkan komunikasi tulisan adalah apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandikan dalam simbol-simbol yang dituliskan pada kertas atau pada tempat lain yang bisa dibaca, kemudian dikirimkan pada karyawan yang dimaksudkan.

b. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, dan sentuhan.

Dalam pemaparan bentuk-bentuk komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki dua bentuk yakni komunikasi verbal dan komunikasi non verbal, adapun fungsi dari komunikasi yaitu:

4. Fungsi Komunikasi

Menurut Robbins dan Judge (2008:5) mengatakan bahwa komunikasi memiliki 4 fungsi yakni:

a. Kontrol

Komunikasi dengan cara-cara tertentu bertindak untuk mengontrol perilaku anggota. Organisasi memiliki hierarki otoritas dan garis panduan formal yang wajib ditaati oleh karyawan

b. Motivasi

Komunikasi menjaga motivasi dengan cara menjelaskan kepada para karyawan mengenai apa yang harus dilakukan, seberapa baik pekerjaan mereka, dan apa yang dapat dilakukan untuk memperbaiki kinerja sekiranya hasilnya kurang baik.

c. Ekspresi emosional

Bagi banyak karyawan, kelompok kerja mereka adalah sumber utama interaksi sosial. Komunikasi yang terjadi dalam kelompok merupakan sebuah mekanisme fundamental yang melaluinya para anggota menunjukkan rasa frustrasi dan rasa puas mereka.

d. Informasi

Komunikasi memberikan informasi yang dibutuhkan oleh individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan cara menyampaikan data untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan-pilihan alternatif yang ada.

C. Tinjauan Visual

Poerwodarminto (1990, dalam Achmada, 2016:14), berpendapat bahwa “Visual merupakan segala sesuatu yang dilihat dengan indera penglihatan (visi). Sedangkan Visual menurut Adi (dalam Mahayusantry, 2018:22) adalah merupakan hal-hal yang berhubungan dengan dunia penglihatan (visi) dengan

kata lain segala hal yang tampak, dapat disaksikan, dan direspon oleh indera penglihatan (mata). Dari definisi di atas, dapat disimpulkan visual dapat berbentuk gambar, tulisan, grafik, peta, dan sebagainya yang dapat dilihat oleh indera penglihatan manusia.

Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang diperlukan, yaitu: (Kusrianto, 2006:30-32).

a. Titik

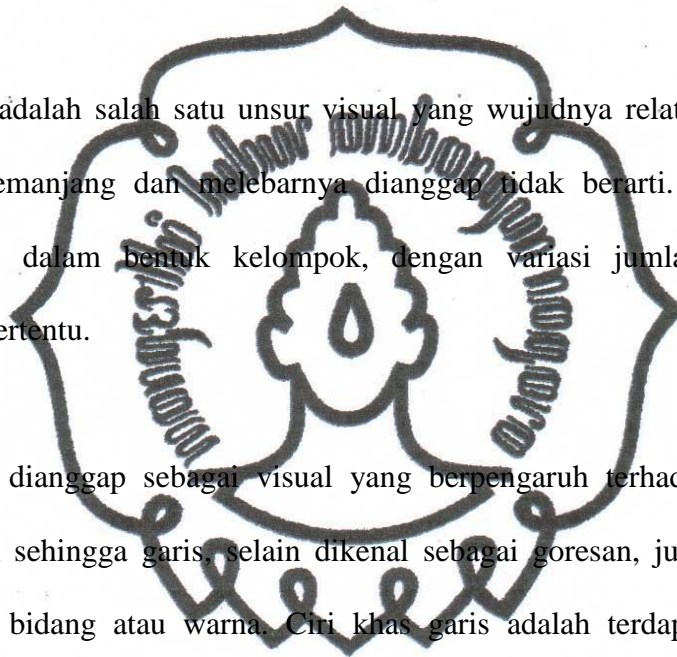
Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, di mana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah susunan, dan kepadatan tertentu.

b. Garis

Garis dianggap sebagai visual yang berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zig-zag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

c. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri/beraturan dan bidang yang non geometri alias tidak beraturan. Bidang geometri adalah bidang bidang yang relatif mudah diukur luasannya, sedangkan



bidang non geometri merupakan bidang yang relatif sukar diukur keluasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.

d. Ruang

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antara objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

e. Warna

Warna sebagai unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. Permasalahan mendasar dari warna diantaranya adalah *hue* (spektrum warna), *saturation* (nilai kepekatan), dan *lightness* (nilai cahaya dari gelap terang). Ketiga unsur tersebut memiliki nilai 0 hingga 100. Hal yang paling menentukan adalah *lightness*. Jika ia bernilai 0, maka seluruh palet warna akan menjadi hitam (gelap tanpa cahaya), sebaliknya jika *lightness* bernilai 100, warna akan berubah putih alias tidak berwarna karena terlalu silau. Pada nilai 40 hingga 60, akan didapat warna-warna dengan jelas.

f. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan halus, dengan kesan pantul mengkilat dan kusam. Ditinjau dari efek tampilannya, tekstur digolongkan menjadi tekstur nyata dan

tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan, misalnya bila suatu permukaan terlihat kasar dan ketika diraba juga terasa kasar. Sementara itu, pada tekstur semu adalah sebaliknya. Misalnya, bila dilihat tampak kasar, tetapi ketika diraba ternyata sebaliknya, yaitu terasa halus. Dalam penerapannya, tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.



D. Tinjauan Pencemaran Lingkungan Hidup

1. Pencemaran

Pencemaran adalah perubahan yang tak dikehendaki dari lingkungan yang sebagian besar akibat dari kegiatan manusia (Darmono, 1995). Perubahan ekosistem atau habitat dapat berupa perubahan fisik, kimia, atau perilaku biologis yang akan mengganggu kehidupan manusia, spesies, biota bermanfaat, proses-proses industri, kondisi kehidupan, dan aset kultural. Selain itu perubahan ekosistem akibat kegiatan manusia yang merusak atau menghancurkan secara sia-sia sumberdaya yang ada di alam (Palar, 1994).

Pencemaran lingkungan hidup menurut undang-undang No.23 tahun 1997, yaitu masuknya atau dimasukkannya makhluk hidup, zat energi, dan atau komponen lain ke dalam lingkungan hidup oleh kegiatan manusia sehingga kualitas lingkungan menurun sampai tingkat tertentu yang menyebabkan lingkungan hidup tidak dapat berfungsi sesuai peruntukannya (Anonim, 1997). Sumber pencemaran adalah setiap kegiatan yang membuang bahan pencemar. Bahan pencemar tersebut dapat berbentuk padat, cair, gas atau partikel tersuspensi

dalam kadar tertentu ke dalam lingkungan, baik melalui udara, air maupun daratan pada akhirnya akan sampai pada manusia. Daur pencemaran lingkungan akan memudahkan di dalam melakukan penelitian dan pengambilan contoh lingkungan serta analisis contoh lingkungan (Wardhana, 2001).

2. Lingkungan Hidup

Pengertian lingkungan secara umum adalah kondisi fisik yang mencakup keadaan sumber daya alam seperti tanah, air, energi surya, mineral, serta flora dan fauna yang tumbuh di atas tanah maupun di dalam lautan. Secara singkat, definisi lingkungan secara umum adalah segala sesuatu yang ada sekitar manusia mempengaruhi perkembangan kehidupan manusia. Sedangkan menurut undang-undang No.23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup menyebutkan bahwa pengertian lingkungan adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup termasuk manusia dan perilakunya yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain.

Pengertian lingkungan diartikan sebagai segala benda, kondisi, keadaan dan pengaruh yang terdapat dalam ruangan yang kita tempati dan mempengaruhi hal yang hidup termasuk kehidupan manusia (Emil Salim, 1976). Lingkungan terbagi atas 3 kelompok dasar. Yang pertama lingkungan fisik yaitu segala sesuatu yang ada di sekitar manusia terbentuk dari benda mati, misalnya yakni udara, air, rumah, dan batu. Yang kedua lingkungan biologis yaitu segala unsur yang berada pada sekitar manusia yang menyerupai organisme hidup selain yang ada pada diri manusianya itu sendiri, misalnya hewan dan tumbuhan. Yang ketiga lingkungan

sosial yakni manusia-manusia yang lain berada di dalam lingkungan masyarakat (Amsyari, 1989)

E. Tinjauan Media

1. Pengertian Media

Kata media berasal dari bahasa latin “*medius*” yang secara harfiah berarti “tengah” perantara atau pengantar. Dalam bahasa arab media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan (Arsyad, 2006:3). Menurut Arief S. Sadiman, dkk media secara harfiah berarti perantara atau pengantar pesan dari pengirim pesan ke penerima pesan (Sadiman, 2006:6).

Menurut Frank Jefkins (1996:136-137) jenis-jenis pada media terbagi menjadi tiga bagian, diantaranya:

a. *Above the line* (media lini atas)

Artinya media yang berhubungan dengan masyarakat secara langsung dengan mencari keuntungan. Penyampaian pesan dapat dilakukan melalui media seperti media elektronik maupun media audio visual (radio, televisi, video), dan media *outdoor* (*billboard*, spanduk, *neon bos*, *neon sign*, *painted bulletin*).

b. *Below the line* (media lini bawah)

Artinya media yang terdiri atas media yang tidak bersifat mencari keuntungan secara material. Seperti katalog, *leaflet*, *booklet*, *folder*, *boardsheet*, *direct mail*, pameran, agenda, cinderamata, kalender, dan *point of sale display*.

c. *Trough the line* (media kejutan atau tak terduga)

Artinya suatu bentuk media yang sesuai dengan perilaku konsumen untuk mencapai tujuan pengiklanan. Media ini bersifat tak terduga atau spontan karena media visual yang digunakan identik lebih inovatif.

F. Tinjauan Kampanye

1. Pengertian Kampanye

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kampanye (kam-pa-nye) termasuk kata benda yang berarti gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya). (<https://kbbi.web.id/kampanye>). Sedangkan kampanye dikemukakan beberapa ilmuwan, ahli dan praktisi komunikasi, yaitu definisinya sebagai berikut (Venus, 2004:7-29):

a. Leslie B.Synder (2002)

Kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Pfau dan Parrot (1993)

Suatu kampanye yang secara sadar, meunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu untuk bertujuan mempengaruhi sasaran tertentu.

c. Rogers dan Storey (1987)

Kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu.

d. Rajasundaram (1981)

Kampanye merupakan koordinasi dari berbagai perbedaan metode komunikasi yang memfokuskan perhatian pada permasalahan tertentu dan sekaligus cara pemecahannya dalam kurun waktu tertentu.

Pemaparan dari berbagai definisi oleh pakar mengenai arti kampanye di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada prinsipnya kampanye merupakan kegiatan komunikasi untuk membujuk dan memotivasi khalayak agar berpartisipasi dalam mencapai tujuan tertentu yang dilaksanakan secara terorganisasi.

2. Jenis Kampanye

Menurut Charles U. Larson, bukunya berjudul *Persuasion, Reception, and Responsibility* (California, Wardsworth Publishing Co.1992) membagi jenis-jenis kampanye sebagai berikut:

a. *Product-Oriented Campaigns*

Kegiatan dalam kampanye berorientasi pada produk, dan biasanya dilakukan dalam komersil kampanye promosi pemasaran sebuah peluncuran produk baru. Misalnya *provide* indosat maupun perubahan logo suatu perusahaan.

b. *Candidate-Oriented Campaigns*

Kegiatan dalam kampanye berorientasi bagi calon (kandidat) untuk kepentingan kampanye politik. Misalnya kampanye pemilu dan pilpres.

c. *Ideological or Cause-Oriented Campaigns*

Jenis kampanye ini berorientasi yang bertujuan bersifat khusus dan berdimensi perubahan sosial (*sosial change campaigns*). Misalnya kampanye anti narkoba, program keluarga berencana, maupun pelestarian lingkungan alam.

G. Tinjauan Masyarakat

Banyak deskripsi yang dituliskan oleh pakar mengenai pengertian masyarakat. Dalam bahasa Inggris dipakai istilah *society* yang berasal dari kata latin *socius*, berarti “kawan”. Istilah masyarakat sendiri berasal dari akar kata Arab *syaraka* yang berarti “ikut serta, berpartisipasi”. Masyarakat adalah sekumpulan manusia saling “bergaul”, atau dengan istilah ilmiah, saling “berinteraksi” (Koentjaraningrat, 2009:116). Menurut Phil Astrid S. Susanto (1999:6), masyarakat atau *society* merupakan manusia sebagai satuan sosial dan suatu keteraturan yang ditemukan secara berulang-ulang, sedangkan menurut Dannerius Sinaga (1988:143), masyarakat merupakan orang yang menempati suatu wilayah baik langsung maupun tidak langsung saling berhubungan sebagai usaha pemenuhan kebutuhan, terkait sebagai satuan sosial melalui perasaan solidaritas karena latar belakang sejarah, politik ataupun kebudayaan yang sama.

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat dimaknai bahwa masyarakat merupakan kesatuan atau kelompok yang mempunyai hubungan serta beberapa kesamaan seperti sikap, tradisi, perasaan dan budaya yang membentuk keteraturan.