

# Perancangan Kampanye Sosial Mengolah Kertas Bekas untuk Meningkatkan Rasa Cinta kepada Lingkungan bagi Anak Usia 9-11 Tahun

Jessica Amelia Haryono<sup>1</sup>, Petrus Gogor Bangsa,S.Sn.,M.Sn<sup>2</sup>, Aniendya Christianna,S.Sn.,M.Med.Kom<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
Email: jessica.amelia94@icloud.com

## Abstrak

Siswa- siswi sekolah dasar menggunakan kertas mulai dari buku tulis hingga buku rapor. Limbah kertas yang menumpuk tidak bisa ditampung seluruhnya oleh TPA. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk memanfaatkan kembali kertas bekas adalah dengan membuat prakarya, salah satunya adalah kartu ucapan karena melatih kreativitas serta meningkatkan rasa empati kepada sesama. Dengan adanya kreativitas dari anak dan orang yang mengajari, jadilah anak- anak bisa membuat prakarya sendiri dengan memanfaatkan kertas sisa. Perancangan Desain Komunikasi Visual berupa kampanye sosial “Perkakas” bertujuan mengajak anak usia 9-11 tahun untuk belajar memanfaatkan kertas bekas dalam rangka melestarikan lingkungan serta meningkatkan kepedulian kepada sesama.

**Kata kunci:** Perancangan, Kampanye Sosial, Kertas Sisa, Kreativitas, Anak

## Abstract

**Title:** *Social Campaign Design Reusing Used Paper to Enhance the Empathy of Environment for Kids Age 9-11*

Elementary school students are using papers for their needs such as notebooks and report cards. Paper waste is piling up in the waste container, left overloaded. One alternative that can be done for reducing paper waste is by reusing it, making it into an art piece, such as greeting cards. Making greeting cards is not only uplifting creativity skill, it also helps enhancing empathy towards others. With a touch of creativity and mentors, kids can make their own art pieces using used papers. “Perkakas” Social Campaign project is made for introducing the art of reusing waste papers to kids age 9 to 11 in order to preserve environment and enhance empathy towards others.

**Keywords:** Design, Social Campaign, Used Paper, Creativity, Kids

## Pendahuluan

Kertas adalah kebutuhan yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, sekalipun di era digital ini. Indonesia merupakan negara penghasil pulp ( bahan dasar pembuatan kertas ) terbesar ke 9 di dunia, dan penghasil kertas terbesar ke 11 di dunia. Menurut data dari APKI( Asosiasi Pulp dan Kertas Indonesia), hingga kini terdapat 62 pabrik penghasil pulp dan kertas yang terdaftar di Indonesia, sedangkan hanya terdapat 34 perusahaan yang memanfaatkan kertas daur ulang. Konsumsi kertas di Indonesia terus meningkat satu kilogram (kg) per kapita tahun. Kapasitas produksi kertas adalah kertas koran 750 ribu ton, kertas *sackraft* 0,4 juta ton, kertas bungkus 92 ribu ton, kertas sigaret 64 ribu ton, kertas tisu 312

ribu ton, dan kertas berharga 13,5 ribu ton. Menurut Rusli Tan dari Asosiasi Pulp dan Kertas Indonesia (APKI), memasuki tahun 2016, produksi pulp dan kertas nasional untuk tahun ini akan bertambah sedikitnya 2,25 juta ton. Sedangkan pengolahan dari limbah kertas yang dihasilkan tersebut sendiri belum sepenuhnya ada di tiap daerah, menyebabkan kertas-kertas sisa yang masih bisa digunakan ikut terbakar bersama sampah lainnya.

Bahan baku utama dari pembuatan pulp dan kertas adalah pohon. Berdasarkan data Badan Statistik Kehutanan Indonesia, luas hutan di Indonesia sebesar 99,6 hektar. Menurut ilmuwan UGM Prof. Dr. Sudjarwadi, tiap hektar menghasilkan 160 meter kubik kayu, setiap industri pulp membutuhkan 4,6 meter kubik kayu untuk menghasilkan 1,2 ton kertas.

Sementara itu, hasil riset Kementerian Perindustrian Indonesia, produksi kertas di Indonesia mencapai 13 juta ton pada tahun 2013, yang mana menghilangkan sekitar 300.000 hektar pohon yang seharusnya dapat mengikat CO<sub>2</sub> di udara sebesar 98,55 juta ton.

Akibat semakin banyaknya penggunaan kayu untuk pembuatan kertas, orang berlomba-lomba untuk mencari alternatif lain sebagai bahan dasar pembuatan kertas, salah satunya adalah kelapa sawit. Namun, kelapa sawit memerlukan lahan gambut untuk tumbuh. Gambut Indonesia menyimpan kurang lebih 60 milyar metrik ton karbon. Ketika gambut dikeringkan untuk dijadikan perkebunan, karbonnya akan terlepas, dan area tersebut menjadi rentan akan kebakaran yang menyelimuti kawasan ini dalam kabut tahunan. Peneliti dari Greenpeace menginvestigasi tiga perkebunan di Kalimantan Barat dan Tengah dimana tercatat kebakaran besar selama krisis kabut asap di tahun 2015. Dalam setiap kasus, telah terjadi deforestasi yang meluas dan pengeringan lahan gambut sebelum terjadi kebakaran. Deforestasi dan pengeringan lahan gambut secara luas diakui sebagai akar penyebab krisis kebakaran, termasuk oleh pemerintah Indonesia. Menurut salah seorang sumber dari Greenpeace Indonesia, meskipun telah bertahun-tahun menjadi pembicaraan, perusahaan-perusahaan sawit masih memiliki andil besar dalam krisis kebakaran hutan dan lahan di Indonesia. Perusahaan-perusahaan harus mempublikasikan peta mereka, sehingga dapat dilihat siapa yang masih merusak hutan hujan Indonesia. Perusahaan yang masih terus memabat hutan hujan dan lahan gambut harus dikeluarkan dari pasar. Jika tidak, maka kehancuran dan bencana asap akan terus berlanjut, sampai tidak ada lagi hutan yang tersisa.

Dengan dimulainya MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) pada tahun 2016 ini, harga kertas di Indonesia mulai kewalahan bersaing dengan pasar dari Tiongkok dan Thailand, menyebabkan harga kertas semakin merosot dan konsumsi kertas semakin tinggi. Bidang pendidikan sekolah dasar merupakan salah satu konsumen kertas yang cukup konsumtif di Indonesia. Sekolah membutuhkan kertas mulai dari buku tulis, buku paket, kertas ulangan, kertas rapor, dan sebagainya. Kertas sisa selama setahun pun menumpuk, sedangkan TPA tidak sanggup untuk menampung semua limbah kertas bekas yang ada. Anak-anak SD kurang dilatih sejak dini untuk terbiasa menghemat, menyimpan dan menggunakan kembali kertas-kertas sisa yang seharusnya masih bisa dimanfaatkan.

Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk memanfaatkan kembali kertas bekas adalah dengan membuat prakarya. Dengan adanya kreativitas dari anak dan orang yang mengajari, jadilah anak-anak sejak usia dini bisa membuat prakarya sendiri dengan memanfaatkan kertas sisa. Salah satu manfaat dari memacu anak untuk membuat prakarya sendiri adalah fakta bahwa kreativitas membantu kemampuan berpikir yang harus dipupuk sejak dini.

Dengan berkreasi, seseorang dapat mewujudkan dirinya, perwujudan diri tersebut termasuk salah satu kebutuhan pokok dalam hidup manusia. Kreativitas yang menuntut sikap kreatif dari individu itu sendiri perlu dipupuk untuk melatih anak berpikir luwes (*flexibility*), lancar (*fluency*), asli (*originality*), menguraikan (*elaboration*) dan dirumuskan kembali (*redefinition*) yang merupakan ciri berpikir kreatif yang dikemukakan oleh Guilford (Supriadi, 2001).

Dalam dunia pendidikan, yang terpenting kreativitas perlu dikembangkan. Supriadi (2001) memaparkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Sementara itu, Munandar (1999) mengemukakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang sudah ada atau sudah dikenal sebelumnya, yaitu semua pengalaman dan pengetahuan yang telah diperoleh seseorang selama hidupnya baik itu di lingkungan sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan masyarakat.

Kreativitas membutuhkan bentuk atau medium. Pikiran dan perasaan anak mungkin menarik dan penting, tetapi pikiran dan perasaan bukanlah kreatif itu sendiri. Harus ada suatu produk yang mengungkapkan semua pikiran dan perasaan tersebut. Pakar pendidikan kontemporer percaya bahwa anak-anak seharusnya diajarkan melalui pengalaman konkret dan langsung.

Salah satu media yang bisa digunakan untuk menyalurkan kreativitas anak adalah dengan membuat kartu ucapan. Dengan dibiasakan membuat kartu ucapan sendiri, anak akan terpacu berpikir untuk berkreasi dengan desain dan bentuk kartu ucapan yang akan dibuat. Dengan memikirkan isi dan bentuk fisik dari kartu ucapan, anak dilatih untuk bereksplorasi dengan menggunakan warna, gambar, bentuk, komposisi, serta belajar menulis kata-kata dari yang paling sederhana sekalipun, bukan menyalin dari kata-kata yang sudah ada dan biasa digunakan. Kartu ucapan yang berbentuk fisik juga bisa disimpan dan dilihat berulang kali oleh si penerima kartu ucapan.

Namun, anak kelas 9 - 11 tahun belum semuanya dipacu untuk secara mandiri menciptakan kartu ucapan dari kertas bekas dengan kreativitas mereka sendiri. Menurut Erikson (1968), anak-anak harus “dipaksa secara lembut tetapi tegas ke dalam petualangan untuk menemukan bahwa seseorang dapat belajar menyelesaikan sesuatu, yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan olehnya”.

Memberikan ucapan kini bisa disampaikan dengan sangat mudah yaitu melalui alat komunikasi dan media sosial, atau bahkan hanya sekedar diucapkan secara lisan. Pada akhirnya, peringatan hari ulang tahun, hari besar agama, hari ibu, dan hari raya lainnya cukup diperingati dengan mengucapkan selamat secara lisan maupun melalui alat komunikasi.

Sedangkan, tidak semua orang memiliki porsi yang sama untuk hanya cukup diberi ucapan selamat dengan cara yang lisan dan tidak spesial. Tentu ada orang-orang dalam kehidupan manusia yang butuh diberi perlakuan lebih di hari ulang tahun atau hari raya lainnya.

“*Greeting cards are a measure of societ, a gauge of the times*” menurut sebuah sumber dari *Public Relations, Hallmark Cards, Inc., 1977*.

Kegiatan saling memberi kartu ucapan merepresentasi sebuah komunikasi interpersonal yang unik yang terjadi di hari peringatan tertentu, meskipun mengirimkan ekspresi dari kasih sayang dengan media cetak/tulis adalah sebuah tradisi lama. ( “*Greeting Cards as Data on Social Processes*”, pg.1).

Kartu ucapan adalah media komunikasi dimana orang menyampaikan pesan sebagai simbol dari perasaan dan harapan terhadap satu sama lain. Simbol tersebut dapat dipahami antara 2 orang, yaitu orang yang membuat dan mengirim kartu ucapan, dan orang yang menerima kartu ucapan dan menanggapinya. Secara umum, pola dan karakteristik dari masing-masing individu bisa dilihat dari bentuk kartu dan ide serta perasaan yang mereka ekspresikan dari kartu ucapan tersebut. Dengan begitu, kartu ucapan memiliki arti yang berbeda-beda seperti seni yang dirasakan, tergantung dari kebutuhan dan keinginan personal dari tiap pengguna kartu. ( “*Psychological Study of Greeting Cards*”, pg. 41-42).

Alangkah indahnya jika sejak dini anak sudah diajarkan untuk memberi barang buatan sendiri untuk orang yang berarti bagi mereka.

### **Kampanye Sosial**

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Venus, 2004:7).

Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi (Grossberg, 1998; Snyder, 2002; Klingemann & Rommele, 2002). Hal ini didasarkan kepada dua alasan. Pertama, definisi tersebut secara tegas menyatakan bahwa kampanye merupakan wujud tindakan komunikasi, dan alasan kedua adalah bahwa definisi tersebut dapat mencakup keseluruhan proses dan fenomena praktik kampanye yang terjadi dilapangan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, kampanye diartikan sebagai gerakan atau tindakan serentak untuk melawan, mengadakan aksi, mengubah keadaan, mengubah perilaku dan lain-lain (Lukman; 1996: 437).

Dalam kehidupan sehari-hari, kegiatan kampanye ini dapat dilakukan dalam berbagai bidang, mulai dari bidang ekonomi, sosial budaya, kesehatan, politik dan bidang-bidang lainnya. Dalam bidang pemasaran ada yang disebut kampanye promosi. Dalam bidang politik ada kampanye organisasi sosial politik dan lain sebagainya. Namun pada prakteknya, terlihat nyata bahwa kampanye promosi yang bersifat komersil lebih berhasil dibanding kampanye dalam bidang-bidang lain. Hal ini terjadi karena kampanye promosi selalu menyampaikan informasi mengenai barang atau jasa yang memang merupakan kebutuhan masyarakat.

### **Pengertian Kreativitas**

Dengan berkreasi, seseorang dapat mewujudkan dirinya, perwujudan diri tersebut termasuk salah satu kebutuhan pokok dalam hidup manusia. Kreativitas yang menuntut sikap kreatif dari individu itu sendiri perlu dipupuk untuk melatih anak berpikir luwes (*flexibility*), lancar (*fluency*), asli (*originality*), menguraikan (*elaboration*) dan dirumuskan kembali (*redefinition*) yang merupakan ciri berpikir kreatif yang dikemukakan oleh Guilford (Supriadi, 2001).

### **Metode Penelitian**

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data primer adalah data yang harus dikumpulkan terlebih dahulu oleh peneliti. Sumber data primer diperoleh secara langsung dari obyek penelitian baik perorangan, kelompok maupun organisasi yang terkait dengan anak usia 9-11 tahun dalam pemahaman mengenai sampah kertas, pemanfaatan kertas bekas, serta kebiasaan saling memberikan kartu ucapan buatan sendiri. Pengumpulan data menggunakan metode kepustakaan, observasi dan wawancara.

Dalam perancangan ini, data yang terkumpul akan diolah menggunakan metode analisis 5W+1H, yaitu *who, what, where, when, why, dan how*. Metode analisis ini menekankan bahwa suatu laporan atau cerita akan dapat dianggap lengkap apabila telah menjawab enam kata tanya, yaitu siapa, apa, di mana, kapan, mengapa, dan bagaimana.

Data sekunder adalah data dan atau informasi yang tidak dapat didapat secara langsung dari sumber pertama (responden) dengan melalui baik yang didapat melalui wawancara ataupun dengan menggunakan kuesioner secara tertulis. Data diperoleh dari membaca literatur, buku serta media informasi lainnya yang dianggap menunjang dan melengkapi hasil penelitian mengenai pemahaman anak usia 9-11 tahun mengenai isu lingkungan yang ditimbulkan dari sampah kertas bekas.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, anak usia 9 – 11 tahun yaitu kelas 4 – 5 SD belum diajarkan menggunakan kembali kertas bekas menjadi sebuah hasil karya yang baru seperti kartu ucapan.

Selama ini penggunaan kertas bekas hanya sebagai kertas coret - coret di kelas. Kartu ucapan dibuat dengan cara yang sederhana dengan menulis "Selamat Hari Ibu" atau "Selamat Ulang Tahun". Namun anak kelas 4 – 5 SD belum pernah diajarkan membuat kartu ucapan dengan teknik yang lumayan sulit seperti *paper quilling*, origami, *pop-up*, dan sebagainya. Padahal kertas bekas yang mereka kumpulkan selama masa sekolah bisa digunakan kembali. Anak kelas 4 SD baru mulai mendapatkan pelajaran prakarya di sekolah. Menurut Piaget, pembelajaran menggunakan kembali kertas bekas untuk menjadi sebuah kartu ucapan sangat baik untuk melatih keterampilan motorik halus yang sedang berkembang dengan menggunakan gunting, lem, penggaris, dan sebagainya. Selain itu juga banyak anak yang tidak diberikan kepercayaan untuk mandiri dalam membuat sebuah karya kreativitas, menurut Carol Seefeldt & Barbara (2008: 276), mewarnai lembar kertas, pola untuk meniru atau menyalin, atau diberitahu agar membuat wajah dari lembar kertas seperti dibuat guru akan menghancurkan kepercayaan anak pada kemampuan dan bakat mereka sendiri, anak menjadi ketergantungan dan tidak mandiri. Victor Lowenfeld dan Lambert Britain (1982) juga mengemukakan bahwa kreativitas tidak terjadi begitu saja. Kreativitas harus dilatih salah satunya dengan proses kegiatan berkesenian. Proses tersebut merupakan proses belajar yang harus dilalui setiap anak, dalam proses belajar diperlukan media yang menunjang dalam proses pembelajaran tersebut. Media pembelajaran yang mampu membantu peserta didik untuk memahami dan juga bisa menstimulus untuk mengembangkan daya imajinasi anak dalam membuat sebuah karya contohnya kegiatan menggambar dan membuat benda kerajinan.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, anak usia 9 – 11 tahun yaitu kelas 4 – 5 SD belum diajarkan menggunakan kembali kertas bekas menjadi sebuah hasil karya yang baru seperti kartu ucapan. Selama ini penggunaan kertas bekas hanya sebagai kertas coret - coret di kelas. Kartu ucapan dibuat dengan cara yang sederhana dengan menulis "Selamat Hari Ibu" atau "Selamat Ulang Tahun". Namun anak kelas 4 – 5 SD belum pernah diajarkan membuat kartu ucapan dengan teknik yang lumayan sulit seperti *paper quilling*, origami, *pop-up*, dan sebagainya. Padahal kertas bekas yang mereka kumpulkan selama masa sekolah bisa digunakan kembali. Anak kelas 4 SD baru mulai mendapatkan pelajaran prakarya di sekolah. Menurut Piaget, pembelajaran menggunakan kembali kertas bekas untuk menjadi sebuah kartu ucapan sangat baik untuk melatih keterampilan motorik halus yang sedang berkembang dengan menggunakan gunting, lem, penggaris, dan sebagainya. Selain itu juga banyak anak yang tidak

diberikan kepercayaan untuk mandiri dalam membuat sebuah karya kreativitas, menurut Carol Seefeldt & Barbara (2008: 276), mewarnai lembar kertas, pola untuk meniru atau menyalin, atau diberitahu agar membuat wajah dari lembar kertas seperti dibuat guru akan menghancurkan kepercayaan anak pada kemampuan dan bakat mereka sendiri, anak menjadi ketergantungan dan tidak mandiri. Victor Lowenfeld dan Lambert Britain (1982) juga mengemukakan bahwa kreativitas tidak terjadi begitu saja. Kreativitas harus dilatih salah satunya dengan proses kegiatan berkesenian. Proses tersebut merupakan proses belajar yang harus dilalui setiap anak, dalam proses belajar diperlukan media yang menunjang dalam proses pembelajaran tersebut. Media pembelajaran yang mampu membantu peserta didik untuk memahami dan juga bisa menstimulus untuk mengembangkan daya imajinasi anak dalam membuat sebuah karya contohnya kegiatan menggambar dan membuat benda kerajinan.

### Keterampilan Motorik Anak Usia 9 – 11 Tahun

Selama masa pertengahan dan akhir anak- anak, perkembangan motorik anak- anak menjadi lebih halus dan lebih terkoordinasi daripada masa awal anak- anak. Meningkatnya myelin (selubung saraf yang menolong impuls saraf bergerak lebih cepat) di sistem saraf pusat tercermin dalam perbaikan keterampilan- keterampilan motor kasar selama masa pertengahan dan akhir anak- anak. Koordinasi motorik halus berkembang di mana anak- anak sudah dapat menulis dan bukan hanya menulis huruf satu per satu. Ukuran huruf menjadi lebih kecil dan rata. Pada usia ini, anak mulai memperlihatkan keterampilan- keterampilan manipulatif menyerupai kemampuan- kemampuan orang- orang dewasa. Mereka mulai mampu memperlihatkan gerakan- gerakan yang kompleks, rumit, cepat, yang diperlukan untuk menghasilkan karya kerajinan yang bermutu bagus atau memainkan lagu sulit dengan suatu instrumen musik. Anak- anak perempuan biasanya melampaui anak laki-laki di dalam keterampilan- keterampilan ini.

### Keterampilan Kognitif Anak Usia 9 – 11 Tahun

Menurut teori Piaget, pada tahapan ini, pemikiran logis menggantikan pemikiran intuitif. Anak sudah mampu berpikir rasional dan melakukan aktivitas logis tertentu, walaupun masih terbatas pada objek konkret dan dalam situasi konkret.

Hurlock (1980) mengemukakan bahwa masa ini sering disebut sebagai usia berkelompok karena ditandai dengan adanya minat terhadap aktivitas teman- teman. Anak ingin bersama dengan kelompoknya karena hanya dengan demikian terdapat cukup teman untuk bermain dan berolahraga serta memberikan kegembiraan.

### Fakta- fakta Lapangan

Berikut ini merupakan fakta yang terdapat di lapangan melalui proses wawancara serta observasi lapangan di SDN Simolawang KIP 156 di Kecamatan Simokerto Surabaya.

Anak- anak usia 9-11 tahun yaitu anak kelas 4-5 SD sudah pernah membuat kartu ucapan sendiri, namun belum pernah ada yang mengajari. Pelajaran prakarya ada sejak kelas 4 SD, yaitu menjiplak dan membuat topeng dari bola plastik bekas. Kartu ucapan yang pernah dibuat yaitu pada di Hari Ibu dan hari ulang tahun teman berdasarkan inisiatif sendiri. Kertas dan buku tulis sisa sejak kelas 1 SD dijual ke tukang loak, serta digunakan untuk kertas coret- coret. Pembuatan kartu ucapan dari kertas bekas menggunakan teknik yang lebih sulit seperti origami, *paper quilling*, dan *paper crafting* belum pernah dilakukan.

### Problem Solving melalui Kreativitas

Kreativitas ialah kemampuan untuk memikirkan sesuatu dengan cara- cara yang baru dan tidak biasa dan melahirkan suatu solusi yang unik terhadap masalah- masalah. Bila orang- orang kreatif seperti seniman dan ilmuwan, ditanyakan apa yang membuat mereka dapat memecahkan masalah- masalah dengan cara- cara yang baru, mereka mengatakan bahwa kemampuan untuk menemukan kesamaan- kesamaan di antara unsur- unsur yang sepintas kelihatan tidak berkaitan, memainkan suatu peran penting. Ini adalah salah satu dari pengertian *divergent thinking*, yakni menghasilkan banyak jawaban atas pertanyaan yang sama dan lebih berciri kreativitas (Guilford, 1967).

### Peranan Kartu Ucapan

Memberikan ucapan kini bisa disampaikan dengan sangat mudah yaitu melalui alat komunikasi dan media sosial, atau bahkan hanya sekedar diucapkan secara lisan. Pada akhirnya, peringatan hari ulang tahun, hari besar agama, hari ibu, dan hari raya lainnya cukup diperingati dengan mengucapkan selamat secara lisan maupun melalui alat komunikasi. Sedangkan, tidak semua orang memiliki porsi yang sama untuk hanya cukup diberi ucapan selamat dengan cara yang lisan dan tidak spesial. Tentu ada orang- orang dalam kehidupan manusia yang butuh diberi perlakuan lebih di hari ulang tahun atau hari raya lainnya.

“ *Greeting cards are a measure of societ, a gauge of the times*” menurut sebuah sumber dari *Public Relations, Hallmark Cards, Inc., 1977*.

Kegiatan saling memberi kartu ucapan merepresentasi sebuah komunikasi interpersonal yang unik yang terjadi di hari peringatan tertentu, meskipun mengirimkan ekspresi dari kasih sayang dengan media cetak/tulis adalah sebuah tradisi lama. ( “ *Greeting Cards as Data on Social Processes* ”, pg.1).

Kartu ucapan adalah media komunikasi dimana orang menyampaikan pesan sebagai simbol dari perasaan dan harapan terhadap satu sama lain. Simbol tersebut dapat dipahami antara 2 orang, yaitu orang yang

membuat dan mengirim kartu ucapan, dan orang yang menerima kartu ucapan dan menanggapi. Secara umum, pola dan karakteristik dari masing- masing individu bisa dilihat dari bentuk kartu dan ide serta perasaan yang mereka ekspresikan dari kartu ucapan tersebut. Dengan begitu, kartu ucapan memiliki arti yang berbeda- beda seperti seni yang dirasakan, tergantung dari kebutuhan dan keinginan personal dari tiap pengguna kartu. (“*Psychological Study of Greeting Cards* “, pg. 41-42).

Tujuan dari konsep kreatif ini adalah:

- Memberi pengetahuan tentang bahaya limbah kertas dan penebangan liar unuk menghasilkan kertas.
- Menanamkan kebiasaan berkarya kreatif sejak dini sekaligus membantu melestarikan lingkungan.

### Program Kreatif

Program kampanye akan mulai dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 24 Mei 2016 mulai jam 9 pagi di SDN KIP Simolawang 156. Kegiatan ini melibatkan 12 anak kelas 4 SD dan 12 anak kelas 5 SD dan berlangsung selama kurang lebih 3 jam. Media promosi kampanye akan ditempatkan bertahap kepada target audience untuk menimbulkan *awareness* tentang isu lingkungan dan bagaimana cara mengatasinya.

### Inti Pesan (Big Idea)

“ Daur ulang kertas bekasmu menjadi kartu ucapan, harga lingkungan dan sesamamu “

### Strategi Penyampaian Pesan

Pesan disampaikan kepada *target audience* melalui poster interaktif yang menginformasikan tentang isu lingkungan dan bagaimana mendaur ulang kertas bekas dapat membantu melestarikan lingkungan.

### Eksekusi Final Desain

Pemilihan warna, *font*, serta gaya design yang akan digunakan *colorful, fun*, namun tidak penuh.



Gambar 1. Logo “Perkakas “

Selain penggunaan gaya desain yang sesuai dengan target audiens. Penulis juga membuat 2 maskot peri kertas bernama Rito dan Rita. Peran maskot adalah sebagai jembatan antara target audiens dengan perancangan. Maskot tampil sebagai interaktor yang berkomunikasi dengan target audiens sehingga memberikan tambahan kekuatan atmosfer dan karakter dari perancangan ini. Target audiens akan merasa disambut dalam menjalani program acara ketika figur maskot ada pada media yang digunakan.



**Gambar 2. Maskot Peri Kertas**

Penulis menggunakan media interaktif poster dan kuis dari kertas bekas untuk mengajak target audiens lebih dekat dengan isu dan tema yang diangkat dalam acara kampanye yang akan diikuti.



**Gambar 5. Layout Buku Tutorial**



**Gambar 3. Poster Interaktif Edukatif**



**Gambar 6. Campaign Kit**



**Gambar 4. Kuis Interaktif Edukatif**



Gambar 7. Poster A2

XYZI234567890(., " " ;:!?)-  
/@\$\_

Sementara bodycopy yang digunakan adalah *typeface sans serif edge rounded* karena bersifat fleksibel mudah dibaca, serta *edge rounded* membuat lebih akrab untuk digunakan terhadap *target audience*.

**Bariol Regular**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGH  
HIJKLMNPNOPQRSTUVWXYZ123456789  
0(, "" ;:!?)`~{[]}-+\/@#\$\$%^&\* \_◇

**Konsep Media**

Media- media yang digunakan akan saling mendukung tersampainya pesan serta memiliki fungsi dan pengaruh masing- masing kepada *target audience*.

Daftar urutan media yang akan digunakan dalam kampanye sosial ini antara lain:

- Poster Interaktif
- Pin
- Campaign Kit
- Dekorasi ruangan dari kertas bekas
- Video output dari hasil kegiatan ke media sosial

**Strategi Media**

- Hari Perkenalan dan Sosialisasi (14 Mei 2016)

Penulis akan datang ke sekolah untuk berkenalan dengan *target audience* dengan membawa poster interaktif cinta lingkungan, contoh hasil dari kartu ucapan dari kertas bekas, serta pin untuk pembagian kelompok kecil.

- Hari Kampanye (24 Mei 2016)

Penulis akan datang bersama tim yang terdiri dari 5 orang mentor dan 2 orang dokumenter. *Target audience* akan dibagikan *campaign kit* yang berisi buku tutorial dari teknik pembuatan kartu ucapan, kemudian alat tulis dan perkakas seperti penggaris, gunting, kuas, cat, dan sebagainya. Media *after event* adalah *drawstring backpack* berisi *snack* sebagai tanda terimakasih dan sekaligus bisa dibawa pulang untuk kenang-kenangan.



Gambar 8. Katalog Pameran

Penggunaan tipografi menggunakan *typeface sans serif handwriting* untuk menampilkan kesan luwes, ringan, *fun*, dan *playful*. *Typeface* yang digunakan untuk judul kegiatan adalah DK Lemon Yellow Sun.

DK LEMON YELLOW SUN  
ABCDEFGHIJKLMNPNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNPNOPQRSTUVWXYZ



Gambar 9. Dokumentasi Kampanye



**Gambar 10. Dokumentasi Kampanye**

## Kesimpulan

Anak usia 9-11 tahun yaitu anak kelas 4-5 SD dengan SES C kurang asupan inspirasi serta perhatian dari dunia luar. Maka dari itu, dibutuhkan wadah untuk menyalurkan bakat dan kreativitas sehingga bisa lebih melihat dan mengenal dunia luar, ada apa di luar sana. Tidak hanya mempelajari apa yang sudah ada dari sekolah saja, karena jika hanya mengandalkan hal tersebut tentu saja kurang.

Atas dasar permasalahan sosial ini dibuat sebuah perancangan kampanye sosial agar *target audience* dari perancangan dapat menerima pesan dan himbauan agar anak usia 9-11 tahun menjadi dapat mengerti pentingnya menjaga lingkungan. Bahwa mereka bisa ikut ambil bagian dalam pelestarian lingkungan melalui hal kecil.

Berdasarkan hasil pengamatan serta wawancara evaluasi akhir, perancangan kampanye sosial “Perkakas “ini telah memiliki dampak positif mulai dari proses awal kampanye hingga akhir kampanye serta dukungan penuh dari guru dan anak kelas 4-5 SD SDN KIP Simolawang 156 Surabaya yang menjadi sasaran utama dari kampanye ini. Siswa-siswi terlihat sangat antusias dengan rangkaian kegiatan kampanye, mulai dari pra kampanye hingga paska kampanye. Para guru serta anak kelas 4-5 SD sebagai sasaran utama mengatakan bahwa belum pernah ada yang datang ke SDN KIP 156 untuk melakukan pembelajaran terkait dengan kertas bekas dan kartu ucapan sekaligus mengandung manfaat dan informasi mengenai isu lingkungan.

### 5.2. Saran

Dalam perancangan kampanye sosial yang penulis buat ini tidak lepas dari kekurangan yang perlu diketahui sebelum melakukan perancangan serupa.

#### 1. Metode Penelitian

Dalam perancangan kampanye sosial dengan tema serupa berikutnya bisa digunakan metode penelitian yang berbeda seperti misalnya metode PEST, fishbone, dan SWOT.

### 2. Media Perancangan

Perancangan kampanye sosial dengan tema serupa berikutnya bisa menggunakan media lain selain kartu ucapan, contohnya prakarya dan mainan dari kertas bekas dan sebagainya.

### 3. Sasaran Perancangan

Perancangan dengan tema serupa berikutnya bisa ditujukan kepada target perancangan dengan usia, SES, *behavior*, serta geografis yang berbeda.

Perancangan kampanye sosial yang penulis buat ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu diharapkan akan ada perancangan kampanye sosial lainnya yang lebih baik dan bisa menyampaikan pesan mengenai pentingnya menjaga lingkungan serta dapat menjangkau *target audience* dengan lebih maksimal.

## Daftar Pustaka

- Bean, Ed.M., Reynold. *Cara Mengembangkan Kreativitas Anak*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1995.
- Berger, A. A. *Seeing is Believing : An Introduction to Visual Communication*. New York: McGraw-Hill, 2012.
- Chatib, Munif. *Orangtuanya Manusia*. Kaifa PT Mizan Pustaka, 2012.
- Copley, Paul. *Marketing Communications Management: Concept and Theories, Cases, and Practices*. United Kingdom: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004.
- Erikson, Erik. *Childhood and Society*. W. W. Norton & Co, 1950.
- Jessica, Sherly. *Perancangan Kampanye Sosial “Buku Sisa Kita”*. 2013.
- Soetjningsih H, Christiana. *Perkembangan Anak Sejak Pembuahan Sampai dengan Kanak-Kanak Akhir*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2012.
- Smith, Ken. Moriarty, Sandra . Barbatsis, Gretchen. Kenney, Keith. *Handbook of Visual Communication Theory, Methods, and Media*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2005.
- Munandar, Utami. *Kreativitas dan Keterbakatan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- McQuail, Denis. *McQuail’s Reader in Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications Ltd, 2002.
- Osgerby, Bill. *Youth Media*. Oxon: Routledge, 2004.
- Santrock, J.W. *Life Span Development*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Laseau, Paul. *Graphic Thinking for Architects and Designers*. Canada: John Wiley& Sons, 2001.
- Supriadi, Dedi. *Anatomi Buku Sekolah di Indonesia: Problematik Penilaian, Penyebaran, dan Penggunaan Buku Pelajaran, Buku Bacaan, dan Buku Sumber*. Jakarta: Adicita, 2001.

- “Masuki Tahun Monyet Api, Industri Pulp dan Kertas Tumbuh 6%”. Web. Januari, 3, 2016, <<http://www.beritasatu.com/ekonomi/337555-masuki-tahun-monyet-api-industri-pulp-dan-kertas-tumbuh-6.html>>
- “ List of Members”. Web. <[http://apki.net/?page\\_id=40](http://apki.net/?page_id=40)>
- “ Greenpeace: Perusahaan minyak sawit raksasa memicu kebakaran hutan di Kalimantan”. Web. November, 23, 2015, <<http://www.greenpeace.org/seasia/id/press/releases/Perusahaan-minyak-sawit-raksasa-memicu-kebakaran-hutan-di-Kalimantan/>>
- “Daftar Perusahaan Pembeli Kertas Daur Ulang” . Web. November, 11, 2014, <<http://dokumen.tips/documents/daftar-perusahaan-pembeli-kertas-daur-ulang.html>>
- <http://www.davidairey.com/typography-tips-and-advice-for-graphic-design-students/>