PERANCANGAN IKLAN MASYARAKAT TENTANG KEBERSIHAN PASAR TRADISIONAL SIDOGIRI

[1] Miftakhur Rokhmah [2] Amidatus Sholihat Jamil
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komunikasi
Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan
miftakhurrokhmah19@gmail.com, asj@itsnupasuruan.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian Research and Development (RnD) yang bertujuan untuk membuat Iklan Layanan Masyarakat sebagai media informasi Pasar Tradisional Sidogiri. Pasar merupakan tempat jual beli yang sangat dikenal oleh masyarakat, dipasar kita dapat menemukan berbagai macam produk baik produk untuk keperluan pokok maupun barang barang keperluan rumah tangga lainnya. Perancangan iklan layanan masyarakat mengangkat tema tentang kebersihan pasar tradisional, media iklan yang digunakan dalam perancangan ini adalah media iklan video serta perancangan media iklan secara kreatif dengan meggunakan teknologi yang berbasis media digital dengan aplikasi teknologi grafis. Pengujian dalam penelitian ini akan dilakukan sebanyak dua kali, yaitu uji validitas oleh ahli media dan uji coba produk oleh responden. Hasil uji validitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan penilaian ahli media, produk yag dikembangkan mendapatkan skor dengan presentase 86,8% dengan kategori sangat baik.

Kata kunci: video, pasar, kebersihan

ABSTRACT

This research is a Research and Development (RnD) research which aims to create a Public Service Advertisement as an information medium for the Sidogiri Traditional Market. The market is a place of buying and selling that is very well known by the public, in the market we can find various kinds of products, both products for basic needs and other household goods. The design of public service advertisements raises the theme of traditional market cleanliness, the advertising media used in this design are video advertising media and creative advertising media design using

digital media-based technology with graphic technology applications. The testing in this study will be carried out twice, namely validity testing by media experts and product trials by respondents. The results of the validity test in this study indicate that based on the assessment of media experts, the product developed gets a score of 86.8% in the very good category.
Keywords: video, market, cleanliness

PENDAHULUAN

Jual beli merupakan suatu tindakan yang di lakukan karena adanya kebutuhan manusia akan barang barang yang mereka tidak miliki , sejarah jual beli di indonesia diawali dengan sistem barter yang kemudian berkembang menjadi jual beli. Jual beli saat ini sudah memiliki banyak bentuk baik itu secara langsung maupun tidak langsung.jual beli secara langsung biasanya dilakukan oleh masyarakat di tempat jual beli yang biasanya di kenal sebagai pasar, minimarket, dll. Pasar sendiri merupakan tempat jual beli yang sangat dikenal oleh masyarakat, dipasar kita dapat menemukan berbagai macam produk baik produk untuk keperluan pokok maupun barang barang keperluan rumah tangga lainnya. Pasar tradisional sangat identic dengan kekumuhan,jorok,tidak rapi,tidak teratur dan segala macam kejelekan. Menurut sebagian orang bahwa pasar tradisional adalah pasar yang bentuk bangunannya relative sederhana dengan suasana yang kurang menyenangkan (ruang tempat usaha sempit,sarana parkir yang kurang memadai,kurang menjaga kebersihan pasar dan penerangan yang kurang baik). Untuk mengatasi masalah-masalah yang ada dipasar tradisional, kita dapat belajar dan memakai system yang berasal dari jepang, yakni memisahkan sampah menjadi 7 yaitu sampah yang mudah terbakar, sampah urug, sampah plastic, sampah yang mudah dihancurkan,sampah berbahaya,sampah yang dapat didaur ulang dan sampah besar. Sehingga sampah yang ada dipasar tradisional dapat dikelola dengan baik dan mengurangi resiko terjadinya kebakaran dipasar yang disebabkan oleh sampah. Namun system tersebut nampaknya sulit sangat sulit dilakukan diindonesia. Dalam observasi yang dilakukan oleh penulis, fenomena membuang sampah sembarangan terjadi di pasar tadisional sidogiri. Terlihat banyak sampah yang berserakan di sekitar bedak jalan yang dilalui pelanggan. Jika hal ini terjadi maka pasar akan berdampak menganggu kesehatan tubuh,menimbulkan rasa tidak nyaman. Sampah berserakan di pasar akan menimbulkan rasa tidak nyaman baik dari segi pernapasan atau penglihatan. Aroma bau yang tidak sedap dari sampah menimbulkan pencemaran udara dan mengganggu kenyamanan pedagang dan pembeli. Kondisi pasar yang dipenuhi sampah

berserakan juga mengganggu keindahan lingkungan dan menimbulkan pemandangan yang tidak indah. Akibatnya hal ini juga mempengaruhi kenyamanan orang-orang di pasar. Dalam upaya menanggulangi pembuangan sampah sembarangan, panitia pasar membuat peraturan untuk diterapkan dan ditegaskan meskipun telah dibuat peraturan masih ada saja sampah yang dibuang sembarangan maka dari itu, strategi yang dilakukan penulis adalah memberikan himbauan menggunakan media iklan layanan masyarakat melalui penyebaran video melalui grub whatsapp umkm sidogiri. Strategi tersebut dilakukan untuk menumbuhkan rasa kesadaran dan mengurangi pembuangan sampah sembarangan. Dengan permasalahan tersebut, penulis merencanakan suatu perancangan iklan layanan masyarakat dengan judul "Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Kebersihan Pasar Tradisional Di Sidogiri". Spesifikasi produk yang di hasilkan oleh penulis berupa video iklan layanan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengambilan foto di lapangan yang di kemas dengan konsep cinematic dan di lengkapi dengan suara narasi sehingga informasi bisa tersampaikan dengan jelas dan juga lebih menarik. Video berdurasi 1 menit. Penyajian informasi-informasi dengan menggunakan konsep cinematic akan membantu dengan mudah pemahaman audiens.

METODE

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dan pengembangan (*Research* and *Deveplopment*). Menurut Nusa Putra (2015:67), *Research* and *Deveplopment* (RnD) merupakan metode penelitian secara sengaja,sistematis untuk menemukan,memperbaiki,mengembangkan,menghasilkan maupun menguji keefektifan produk,model maupun metode/strategi atau cara yang lebih unggul,baru,efektif efisien,produktif dan bermakna Penelitian dan pengembangan (RnD) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Penelitian dan Pengembangan merupakan penelitian yang di arahkan untuk menghaslkan produk,desain dan proses. Adapun prosedur oenelitian dan pengembangan yang digunakan yaitu *design thinking*. Proses pertama yaitu *Empathise* Tahap pertama dari proses *Design Thinking* adalah mendapatkan pemahaman empati tentang masalah yang Anda coba selesaikan. Hal Ini melibatkan konsultasi dengan para ahli untuk mempelajari lebih lanjut tentang bidang yang relevan dengan cara mengamati, berinteraksi dan berempati dengan orang-orang untuk memahami pengalaman dan

motivasi mereka, sehingga akan memperoleh pemahaman pribadi yang lebih jelas tentang masalah yang relevan. Empati sangat penting untuk proses desain yang berpusat pada manusia seperti *design thinking* dan memungkinkan pemikir desain untuk mengesampingkan asumsi mereka sendiri tentang dunia untuk mendapatkan wawasan tentang pengguna dan kebutuhan mereka. Tahap kedua dalam melakukan *Design Thinking* adalah *Define*. Dalam tahap ini, Anda bisa mengumpulkan informasi yang Anda buat dan kumpulkan selama fase *Empathize*. Di sinilah Anda akan menganalisis dan mensintesis pengamatan untuk mengidentifikasi masalah utama yang diidentifikasi. Tahap ketiga dari proses *design thinking* adalah *ideate*. *Design thinking* pada *ideate* ini Anda diharuskan siap untuk mulai menghasilkan ide. Pada tahap keempat yaitu *prototype*, tim desain akan menghasilkan serangkaian versi produk yang diperkecil dan berbiaya rendah atau fitur spesifik yang ditemukan dalam produk, sehingga mereka dapat mengeksplorasi solusi untuk masalah yang dibuat pada tahap sebelumnya. *Prototype* dapat dibagikan dan diuji di dalam tim, di departemen lain, atau dengan sekelompok kecil orang di luar tim desain. Ini adalah fase percobaan dan tujuannya adalah untuk menentukan solusi terbaik untuk setiap masalah yang diidentifikasi dalam tiga fase pertama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subjek uji coba dalam penelitian ini adalah Penjual,Pembeli dan Masyarakat Pasar. Sebelum diterapkan pada ,Pembeli dan Masyarakat Pasar, produk sudah melalui validasi ahli media. Berdasarkan angket yang telah diisi oleh ahli uji coba, penjual,pembeli dan masyarakat pasar. Peneliti menggunakan dua jenis data yang dikumpulkan, yaitu: Data kualitatif berupa nilai kualitas angket yang telah diberikan ke penjual dan masyarakat sekitar pasar tradisional. Data Kuantitatif berupa skor penilaian setiap point kriteria penilaian pada angket kualitas yang telah diberikan ke penjual dan masyarakat sekitar pasar tradisional. Berdasarkan hasil dari pengisian kuisioner uji validasi yang dilakukan oleh ahli media. Pada aspek keunikan gagasan nilai keseluruhan nilai maksimal dari keseluruhan jawaban adalah 15, dan ahli media memberikan nilai 7. Pada aspek kualitas informasi nilai keseluruhan 15, dan ahli media memberikan nilai 11. Pada aspek mutu teknik dan artistic nilai keseluruhan 20 dan ahli media memberikan nilai 9. Pada aspek Overall Impression nilai keseluruhan nilai maksimal 10 dan ahli media memberikan nilai 5. Sedangkan total presentasi yang diperoleh dari hasil uji coba produk adalah 86,8%. Berdasarkan kriteria

tingkat kelayakan, media yang dikembangkan oleh penulis termasuk dalam kategori sangat layak. Adapun saran dan masukan yang diperoleh dari ahli media adalah perbaikan adegan dikarenakan adegan yang ada kurang sesuai dengan pesan, pemberian closing animation (bisa berupa logo dll), bagian kepala pasar yang kurang fokus dapat di cut.

Opening video

Adegan menghimbau

Adegan bersih-bersih

Adegan pembuangan sampah

Himbauan dari Kepala Pasar

KESIMPULAN

Proses iklan layanan masyarakat tentang kebersihan pasar tradisional sidogiri dilakukan melalui beberapa tahap sesuai dengan model pengembangan yang digunakan yaitu model penelitian dan pengembangan Design Thinking yang dikembangkan oleh pendiri IDEO,David Kelley dan Tim Brown yang terdiri dari lima tahapan ta hapan, diantaranya berempati *(Empathise)*, mendefinisikan *(define)*, membentuk pengertian *(ideate)*, prototype *(prototype)*, uji *(test)*. Produk yang telah dikembangkan kemudian mendapatkan validasi dari ahli media dan telah diujicobakan kepada responden. Produk yang telah dikembangkan kemudian akan direvisi kembali sesuai dengan saran dan masukan dari validator. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa berdasarkan penilaian ahli media, produk yang dikembangkan mendapatkan skor dengan presentase 53,3% dalam kategori cukup. Selanjutnya, pada hasil uji coba menunjukkan bahwa berdasarkan penilaian

responden, produk yang dikembangkan mendapatkan skor dengan presentase 86,8 % dalam kategori sangat baik .

DAFTAR PUSTAKA

Depdiknas. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Yogyakarta: Pusat Bahasa.

Said. 2005. *Dasar Desain Dwimarta* .Makasar. Universitas Negeri Makasar.

Peraturan Presiden Republik Indonesia. No.112 Tahun 2007

Santoso, 20187, pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek online " om-jek" jember. Jurnal sains manajemen dan bisnis Indonesia, 7 (2) : 137-156

D.Indriati SCP & Arif Widiyatmoko. 2008. Pasar Trdisionl. Semarang. Jawa Tengah.10-20

Rizky,Soetam. 2011.Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak. Jakarta: PT.Prestasi Pustakaraya

Jogiyanto,204. "Metode Penelitian Bisnis" edisi ke-6. Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada

A.A Sofyan,L.F,Gustomi and S.Fitrianto, "Peracangan Sistem Informasi Perencanaan dan Pengendalian Bahan Baku pada PT.Hema Medhajaya

J.Sisfoek Glob,Vol.Volume 6, 2016, (online) Available: https://journal.stmikglobal.ac.id

Fatihuddin,D & Firmansyah,A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi,mengukur kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)