PERANCANGAN KAMPANYE IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG HIMBAUAN HEMAT ENERGI LISTRIK UNTUK MENGURANGI TARIF DASAR LISTRIK DI SEMARANG

Penulis: Muhmmad Aji Fajrin, Pembimbing 1 : Umi Rosyidah, Pembimbing 2 : Toto Haryadi

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Nakula 5-11, Semarang, 50131, 024-3517261

E-mail : email penulis aji.fajrin@rocketmail.com, email pembimbing 1 : burosyidah.umi@gmail.com
email pembimbing 2 : hary.totok@gmail.com

ABSTRACT

In these days we need a lot of energy, especially the electrical energy for daily life the day from start to wake up to sleep again, starting from the work, for communication, and everyday life, particularly Semarang. And people do not know how to use power effectively and efficiently. In solving the problem how to increase public awareness of the issues that matter to Save Energy and How to generate a concept and design of public service capable of supporting efforts to increase awareness of socialization Save Energy. Therefore, the design is intended to, Increase public awareness to support the concern for saving energy. And designing public service announcements to support the efforts PT. PLN in the socialization of Energy Efficient movement. that people know how to use electricity more effectively and efficiently. In the design of these public service announcements used are qualitative methods and data collection methods he method used in data collection include interviews and observation. Methods of data analysis using 5W + 1H. Media to be used includes posters, newspaper ads, X-banners, stickers, brochures, T-shirts, merchandise. Conclusions in this public service is a way or a business that aims to conserve electrical energy, in the area of Semarang. Is expected to change people's behavior Semarang for more efficient use of electrical energy in everyday. So to save electrical energy for the future can be achieved.

.

Keywords: communication, design, media, public service announcements, visual

1. PENDAHULUAN

Listrik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat pokok dalam menunjang kehidupan manusia. Tanpa keberadaan energi listrik, maka akan menghambat hingga menghentikan aktivitas masyarakat dunia usaha dan rumahan, serta berujung terhambatnya atau terhentinya kemajuan suatu bangsa. Listrik merupakan energi yang tidak mudah untuk didapat karena bukan energi yang bebas. Pengelolaan listrik tergantung dari sumber daya alam yang tidak tersedia untuk selamanya.

Menurut Daryoko (2015) di zaman yang serba modern seperti ini, hampir semua jenis alat yang menunjang aktifitas manusia baik alat penunjang aktifitas rumah tangga sampai alat penunjang di dunia industri memanfaatkan energi listrik sebagai sumber energi. Setiap harinya kebutuhan akan listrik semakin bertambah, sehingga semakin bertambah pula kebutuhan akan energi listrik. Dengan bertambahnya kebutuhan akan energi listrik, maka seharusnya ketersediaan pasokan listrik harus bias mengimbangi pertambahan permintaan akan penggunaan energi listrik agar masyarakat dapat melaksanakan segala aktifitas dengan baik.

Akan tetapi menurut Ir. Soewondo Kusomo selaku Deputi Manager Bidang Humas PLN Distribusi Jateng dan DIY, fenomena yang terjadi saat ini adalah semakin meningkatnya kebutuhan akan energi listrik tidak diimbangi dengan ketersediaan pasokan listrik yang dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat akan penggunaan energi listrik. Masyarakat kurang sadar untuk melaksanakan kewajibannya dalam menghemat pemakaian energi listrik dan kurangnya kesadaran masyarakat untuk membayar tagihan rekening listrik tepat pada waktunya. Akhir-akhir ini suplai listrik ke rumah-rumah penduduk semakin berkurang, diakibatkan oleh semakin menipisnya sumber energi yang dipakai untuk memproduksi listrik, yaitu energi kinetik air, minyak bumi dan sumber lainya seperti batubara dan panas bumi. Hal ini mengakibatkan harga listrik juga semakin mahal. Namun, seperti diketahui keberadaan listrik sangatlah dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari, dengan listrik dapat memudahkan masyarakat beraktifitas akan tetapi apabila tidak digunakan dengan bijak akan dapat menimbulkan suatu kerugian.

Pemborosan listrik yang dilakukan oleh pelanggan biasanya disebabkan Karena pelanggan tidak memahami betapa pentingnya berhemat listrik demi kelangsungan hidup, seperti membiarkan listrik yang tidak digunakan tetap menyala. Akibat dari pemborosan tersebut sering terjadi pemadaman listrik sementara untuk suatu wilayah yang dilakukan PT.PLN (Persero) khususnya Distribusi Jawa Tengah dan DIY yang disebabkan oleh permintaan listrik yang terus meningkat di masyarakat, sementara kapasitas pembangkit listrik yang ada terbatas. Terjadinya pemadaman secara bergilir di sejumlah wilayah di Jawa Tengah dan DIY karena adanya kelebihan beban listrik di wilayah tersebut. Untuk mengurangi beban listrik, PLN mengajak masyarakat untuk melakukan penghematan listrik.

Menurut Ir. Soewondo Kusomo selaku Deputi Manager Bidang Humas PLN Distribusi Jateng dan DIY mengatakan, penghematan listrik yang dilakukan misalnya dengan cara mengurangi konsumsi listrik terutama pada waktu beban puncak (17.00-22.00 WIB) menjadi kunci utama menghindari pemadaman. Apabila 50% pelanggan melakukan penghematan dengan mengurangi pemakaian energi listrik 50-100 watt setiap harinya atau setara dengan memadamkan dua titik lampu di rumah dengan kapasitas masing-masing 25 watt, maka akan terjadi pengurangan beban sekitar 200MW yang setara dengan kekurangan daya yang terjadi di PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY. Sementara itu, apabila seluruh pelanggan melakukan penghematan bersama akan dapat menghemat sebesar 400MW atau setara dengan kapasitas satu pembangkit listrik dan pemadaman bergilir tidak akan terjadi.

Proses atau tindakan yang dibutuhkan saat ini bukan hanya mematikan alat yang tidak sedang terpakai. PLN membutuhkan sebuah program atau yang biasa disebut sebagai budaya hemat listrik. Artinya masyarakat harus mulai jeli pada peralatan listrik yang dipakai sehari-hari. Misalnya dengan menggunakan peralatan hemat energi (watt kecil). Menghemat listrik adalah suatu kegiatan yang dapat membuat konsumsi energi listrik berkurang. Hemat energi listrik bukan sekedar menghemat biaya pengeluaran, tetapi lebih jauh lagi dapat mencegah krisis pasokan listrik dan membantu menyelamatkan bumi dari

kerusakan akibat pemanasan global lantaran pemakaian energi listrik yang berlebihan.

PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY melaksanakan strategi kampanye ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan penggunaan pemakaian energi listrik karena kebanyakan masyarakat mempunyai anggapan bahwa mereka yang membayar tagihan listrik tiap bulannya, maka masyarakat juga yang berhak menentukan seberapa banyak pemakaian listrik mereka.

Pihak PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY dalam mensosialisasikan program-program yang ada dalam kampanye hemat energi listrik melalui iklan di berbagai media, "karena iklan diyakini sebagai sarana yang tepat dalam menyampaikan pesan sehingga akan mudah diterima oleh masyarakat (Kasali 2007:11)". Iklan dapat dinikmati oleh semua kalangan, karena iklan dapat membantu hampir semua sasaran komunikasi. Iklan juga merupakan sarana ampuh untuk membangun kesadaran dan mempengaruhi konsumen. Iklan yang dibuat berisi himbauan-himbauan dan informasi yang berkaitan dengan PT. PLN kepada konsumen.

2. METODE

Metode analisa data dalam penelitian ini adalah Analisa 5 W+l H. Analisa 5W+1H merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor intemal yakni topik permasalahan *(what),* siapa *(who),* kenapa *(why)* kapan *(when},* dimana *(where)* serta bagaimana *(how).*

Penerapan analisa 5W+1H dapat dilakukan dengan cara mengambil data, kemudian menerapkannya untuk dianalisis, dan menarik kesimpulan dan analisis yang telah dibuat.

2.1 Metode analisa yang dilakukan peniliti berupa 5W+1H:

1. *What* (apa)
    a. Apa yang menjadi penyebab permasalahan saat ini?
        1. Kenaikan BBM tentunya membawa pengaruh besar dalam perekonomian yang berakibat pasokan listrik terbatas.
        2. Permintaan pelanggan untuk menaikkan daya listrik semakin meningkat.
    b. Apa saja dampak yang terjadi jika tidak hemat listrik?
        1. Biaya yang dikeluarkan untuk membayar tagihan listrik akan semakin besar.
        2. Secara tidak sadar akan meresahkan anak cucu kelak apabila energi yang digunakan untuk pembangkit listrik sudah tidak ada .
        3. Terjadinya pemadaman bergilir
    c. Apa dampak pemakaian energi listrik terhadap lingkungan?
        Hal itu akan berdampak pada udara dan iklim, selain menghasilkan energi lisrik pembakaran sumber energi listrik yaitu sumber energy fosil (mis, minyak bumi, batu bara) juga melepaskan gas-gas, antara lain: karbon dioksida (CO2), nitrogen oksida (NOx), sulfur dioksida

(SO2) yang akan menyebabkan pencemaran udara antara lain hujan asam, smog, pemanasan global

d. Apa yang harus dilakukan untuk menghindari hal tersebut? Melakukan upaya penyuluhan, kampanye hemat listrik, memberikan pengetahuan akan bahaya hidup boros listrik serta mengajak masyarakat untuk melakukan hal-hal yang mendukung perilaku hemat listrik

2. *Who* (siapa)
   a. Siapa yang terlibat dan perlu dilibatkan? Semua kalangan masyarakat.
   b. Siapa yang memiliki informasi yang diperlukan? Masyarakat, dan PT PLN (Persero) khususnya Distribusi Jateng dan DIY serta orang-orang yang terkait.
   c. Siapa yang akan melaksanakan tugas tersebut (menanamkan pola hidup hemat listrik)? Semua kalangan masyarakat, Instansi, Organisasi, Kantor dan Rumah Tangga.
   d. Siapa yang akan menghalangi? Orang-orang yang berkepentingan (pengusaha, dll), budaya luar, sikap egois.

3. *When* (kapan)
   a. Kapan hal itu terjadi (perilaku boros listrik)? Dari dahulu dan semakin berkembang saat ini.
   b. Kapan hal itu harus dikerjakan (menyadarkan masyarakat untuk berperilaku hidup hemat listrik) ? Saat ini juga, secepatnya.
   c. Kapan kampanye hemat listrik akan dilaksanakan? Kampanye hemat listrik akan dimulai pada tanggal 27 Oktober sekaligus memperingati hari listrik nasional.

4. *Where* (dimana)
   a. Dimana perilaku boros listrik terjadi? Di Indonesia terutama dikota- kota besar.
   b. Dimana kampanye hemat listrik akan dilaksanakan? Kampanye hemat listrik akan dilaksanakan di Kota Semarang dan sekitarnya, hal ini disebabkan Kota Semarang adalah salah satu kota besar dengan jumlah penduduk yang padat .

5. *Why* (kenapa)
   a. Kenapa masalah ini (perilaku boros listrik) timbul? Pengaruh lingkungan, gaya hidup, pengaruh globalisasi, serta kurangnya pengetahuan dan informasi.
   b. Kenapa sering terjadi pemadaman bergilir? Karena terbatasnya kapasitas pembangkit listrik yang ada saat ini, tentu saja tidak mampu mengikuti laju kebutuhan konsumsi listrik kita, apalagi bila penggunaanya boros. Konsumsi listrik yang boros berdampak pada berkurangnya pasokan listrik sehingga terjadi pemadaman bergilir.

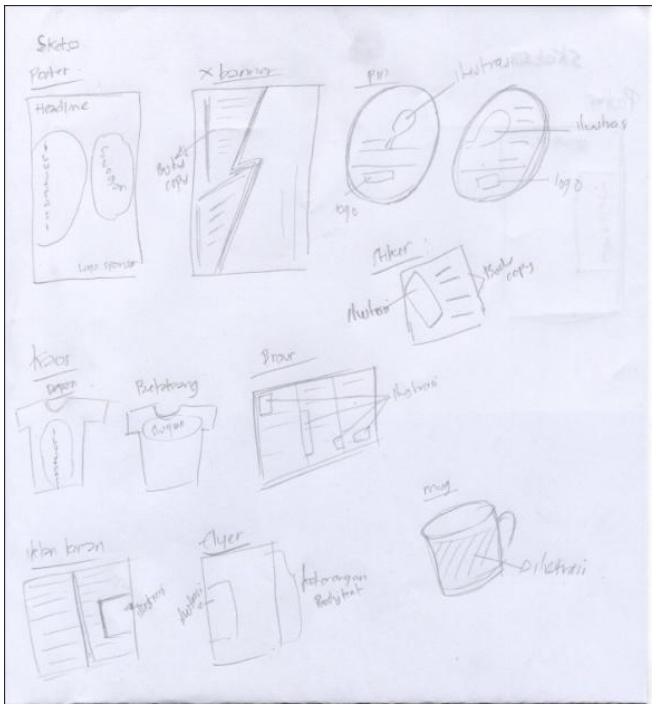
c. Kenapa kampanye hemat listrik harus dilaksanakan? Kampanye hemat energi listrik harus dilaksanakan mengingat pentingnya hidup hemat energi listrik untuk mencegah atau mengurangi krisis pasokan listrik.
d. Kenapa masyarakat berperilaku boros listrik?
   1. Kebutuhan listrik yang semakin meningkat seperti mesin cuci. Setrika listrik, AC, hingga pemanas yang memerlukan energi listrik yang cukup tinggi.
   2. Kesadaran untuk memakai peralatan yang hemat listrik belum optimal.
   3. Kepadatan penduduk yang semakin tinggi sehingga pemakaian listrik meningkat.

6. *How* (bagaimana)
   a. Bagaimana hal ini dilaksanakan (kampanye hemat listrik)?
      1. Dengan cara mengajak masyarakat, lembaga-lembaga atau instansi terkait dalam hal memberikan pengetahuan melalui kampanye penyuluhan, *talkshow* dan lain-lain.
      2. Mengkomunikasikan kepada masyarakat secara luas baik melalui media cetak, elektronik dan media luar ruang.
      3. Untuk menjalankan kampanye budaya hemat listrik maka dibutuhkan suatu media untuk menginformasikan dan mengajak sasaran agar mau mengikuti kampanye tersebut.
   b. Bagaimana cara masyarakat agar dapat berperilaku hemat listrik?
      1. Mengurangi pemakaian listrik pada waktu beban puncak yaitu jam 17.00-22.00.
      2. Mengganti lampu-lampu rumah tangga dengan lampu hemat energi atau menggunakan peralatan elektronik yang mempunyai daya kecil (watt) namun dengan kualitas yang tidak kalah bagusnya.

Dan hasil analisis di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kampanye iklan layanan masyarakat (ILM) tentang himbauan hemat listrik akan lebih efektif dilakukan dengan membuat sebuah kampanye sosial dengan merancang suatu strategi, media yang tepat sebagai pendekatan yang mudah dipahami. Karena tujuan utama kampanye yaitu menginformasikan dan mengingatkan kepada masyarakat mengenai pentingnya hemat listrik untuk mencegah krisis pasokan listrik di Semarang dan sekitarnya.

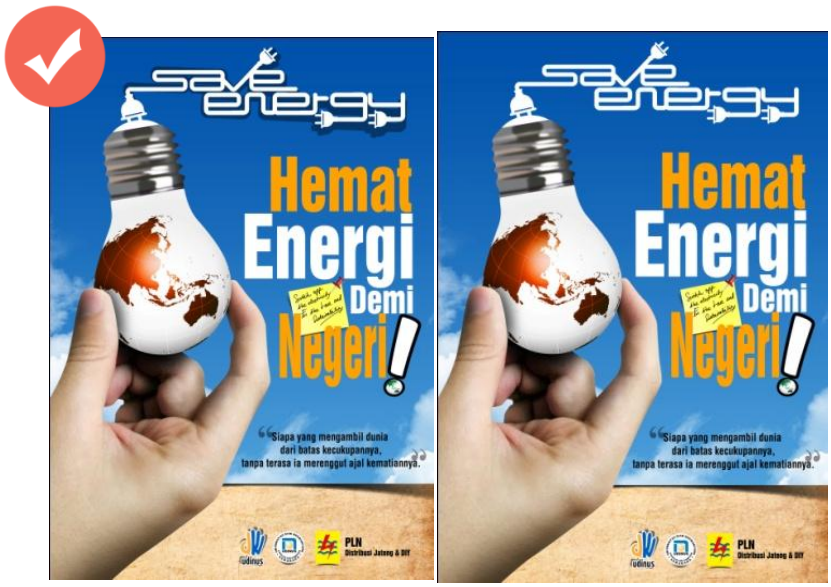
3. VISUALISASI

3.1 Rough *Desain*



Gambar4.1 :Sketsa Desain
Sumber : Dokumentasi perancang

3.2 Alternatif dan Final Desain



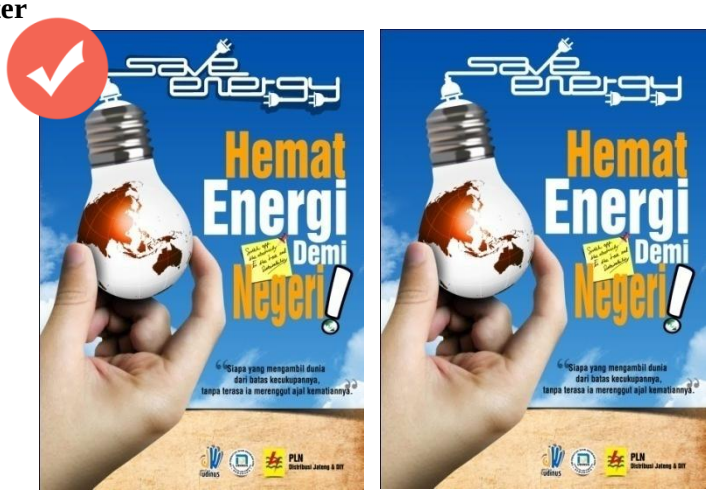
Gambar 3.1 :Alternatif perancangan
Sumber : Dokumentasi Perancang

3.3 Iklan surat kabar “Wawasan”

Gambar 3.2 : Final desain dan aplikasi iklan surat kabar
Sumber: Dokumentasi perancang

Alternatif dan final desain pada iklan surat kabar menggunakan posisi *potrait* dengan dua alternative. Hasil yang dipilih gambar sebelah kanan dikarenakan lebih efektif dan jelas dalam menyampaikan informasi.

3.4 Poster



Gambar 3.4 :Perancangan Poster
Sumber: Dokumentasi Perancang

Iklan pada poster 1 menggunakan visualisasi tangan dan bohlam dengan posisi portrait dengan dua alternative yaitu *headline“* save energy “ yang desain pertama terdapat efek *shadow* dan desain yang kedua tanpa efek *shadow*. Desain yang terpilih adalah desain yang pertama karena efek *shadow* berfungsi sebagai penegas pada headline.

3.5 Brosur

Gambar 3.5: Perancangan Brosur
Sumber: Dokumentasi Perancang

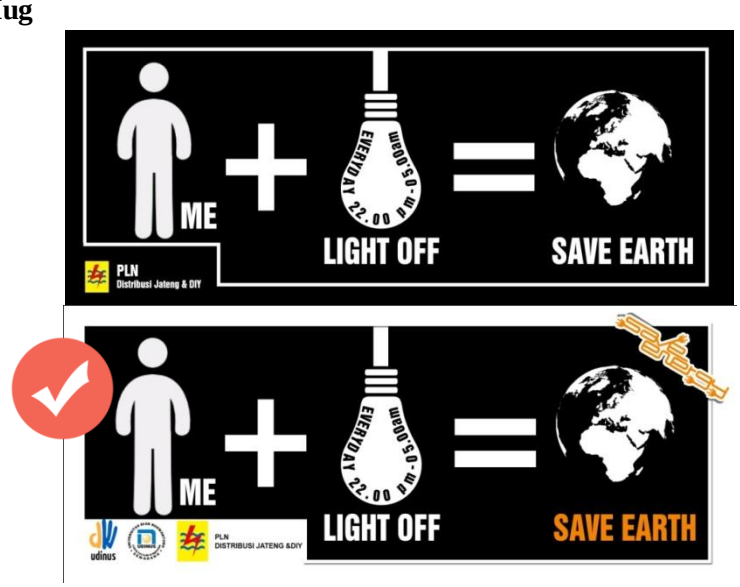
Brosur yang terpilih adalah yang pertama dikarenakan cover brosur serta isi informasi brosur dapat mengikuti alur pada gambar hal ini bertujuan agar *audience* tidak bosan dalam membaca informasi yang ada didalam tersebut.

3.6 *X Banner*

Gambar 3.6 :Perancangan *X-Banner*
Sumber: Dokumentasi Perancang

X-Banner yang akan digunakan dalam proses kampanye adalah *x-banner* berwarna biru dan orange. Hal ini bertujuan agar proses penyampaian pesan pada *x banner* lebih variatif.

3.7 Mug



Gambar 3.7 :Perancangan Desain Mug
Sumber: Dokumentasi Perancang

Marchandise mug menggunakan posisi *landscape* dengan background hitam polos agar pesan yang disampaikan terlihat jelas. Dengan adanya *headline* "Save Energy" hal ini agar desain terlihat menarik.

3.8 DesainKaos

Gambar 3.8 :Perancangan Desainkaos
Sumber: Dokumentasi Perancang

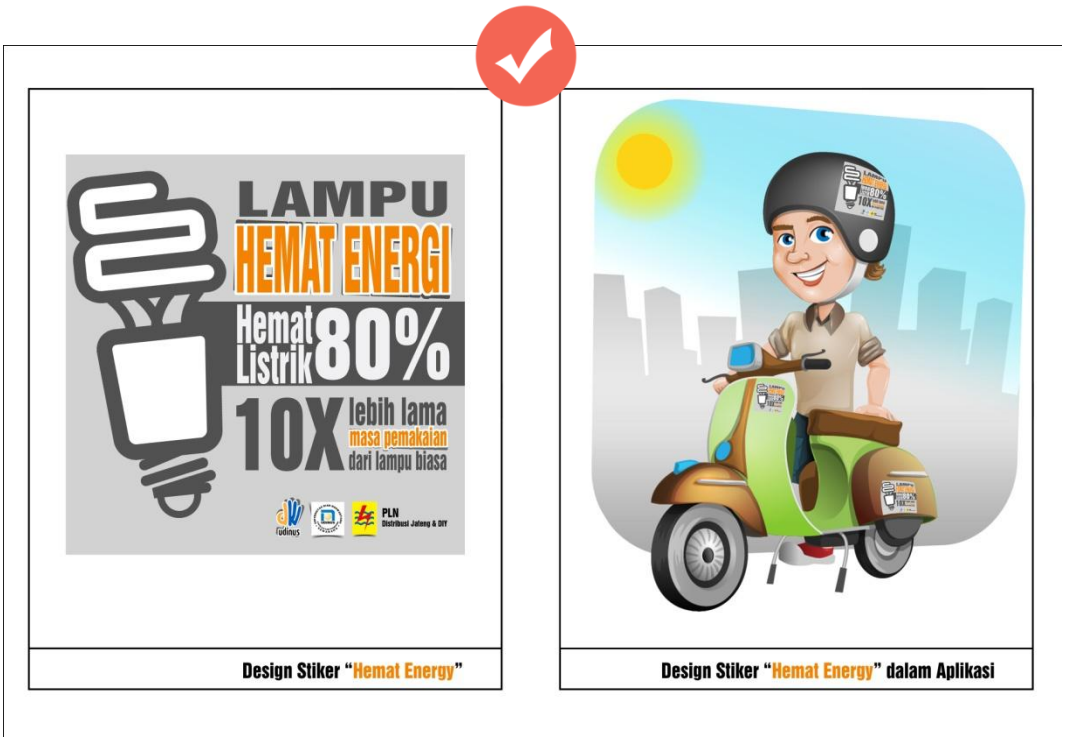
Desain kaos terdapat dua macam hal ini bertujuan agar *audience* dapat memilih kaos dengan *background* putih atau hitam.

3.9 Desain Pin

Gambar 3.9 :Perancangan Desain Pin
Sumber: Dokumentasi Perancang

Desain Pin akan dibuat dua macam dengan dua model yang berbeda.

3.10 Desain *Sticker*



Gambar 3.10 :Perancangan Desain Stiker
Sumber: Dokumentasi Perancang

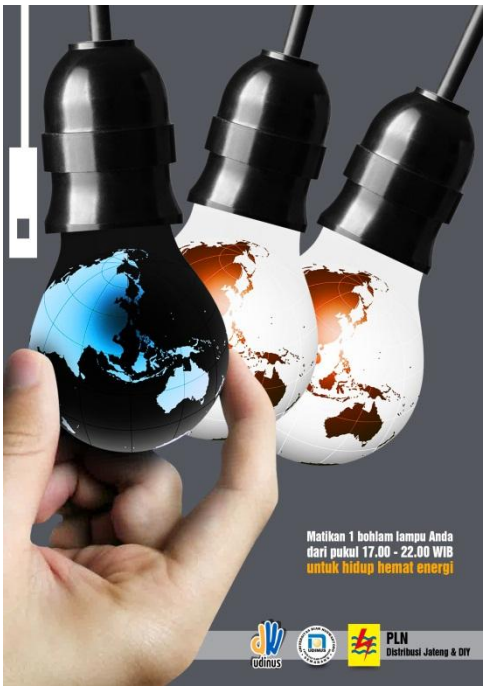
Desain *Sticker* akan dibuat dengan posisi *potrait* dengan *background* abu – abu. Selain itu juga terdapat beberapa stiker yang desainnya sama dengan desain poster, x-banner, dan mug.

3.11 Desain Jam Kamar

Gambar 3.11 :Perancangan Desain Jam
Sumber :Dokumentasi Perancang

Desain jam hanya sebagai tambahan *merchandis e*dalam proses kampanye hemat energy listrik.

3.12 Desain Flyer



Gambar 3.12 : Perancangan Desain Flyer
Sumber: Dokumentasi Perancang

Desain Flyer hanya sebagai pendukung dalam proses kampanye hemat energy listrik dalam hal ini sebagai pendukung desain brosur.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Perancangan tugas akhir desain komunikasi visual ini banyak memberikan manfaat, pengalaman dan pengetahuan yang baru bagi perancang, perancang dapat mengetahui bagaimana memperkenalkan sebuah kampanye agar dapat diikuti oleh masyarakat dengan menggunakan media komunikasi visual. Dalam sebuah perancangan dibutuhkan sebuah penelitian untuk menentukan strategi pemasaran, strategi media dan strategi kreatif yang disusun dalam memperkenalkan perusahaan dan produk ke khalayak masyarakat luas. Proses tersebut berawal dari adanya permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dan diakhiri dengan pemecahan masalah

Dalam perancangan media komunikasi visual perlu dipertimbangkan teori-teori sosial, prinsip desain, kriteria desain serta mempertimbangkan keadaan *audience* seperti geografis, demografis, psikografis, sehingga akan terwujud media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif. Melalui konsep “Save Energy” dapat merancang media kampanye social yang efektif, efesien dan komunikatif, serta tapat pada sasaran yang terwujud. Sehingga tujuan sebagai sarana kampanye “Hemat Energi Listrik untuk Mengurangi Tarif Dasar Listrik” di Semarang akan tercapai

4.2 Saran

1. Dalam sebuah perancangan seorang perancang harus dapat melihat permasalahan dari berbagai sudut pandang dan melibatkan berbagai pihak untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh klien.

2. Pemilihan segmentasi pasar sangat diperlukan untuk menentukan strategi media dan strategi kreatif sehingga komunikasi visual periklanan dapat dilakukan secara efektif dan pesan dapat tersampaikan ke *target audience*.
3. Media yang dipakai dalam melakukan komunikasi visual harus mengandung makna dan pesan, dimana media yang dipakai saling berkaitan antara visual dan pesan yang digunakan sehingga mudah diterima oleh *target audience*.

DAFTAR PUSTAKA

Bovee, Courtland L. (1992). *Contemporary Advertising*, 4th Edition. Boston: Richard D. Irwin Inc.

Effendy, Onong Uchjana. (2002). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Rosdakarya

Hendratman, Hendi. (2008). Tips & Trik Graphic Desain. Bandung: Informatika

Hovland, Carl I. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta : PT.Rajawali Pers.

Mulyana, Deddy. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin. (2002). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.

Rustan, Surianto. (2008). Layout dasar & Penerapanya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sanyoto, Drs. Sadjiman Ebdi. (2006). Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan. Yogyakarta: Dimensi Press.

http://www.pln.co.id/?p=102

http://seputarsemarang.com/pt-pln-distribusi-jawa-tengah-dan-di-yogyakarta/

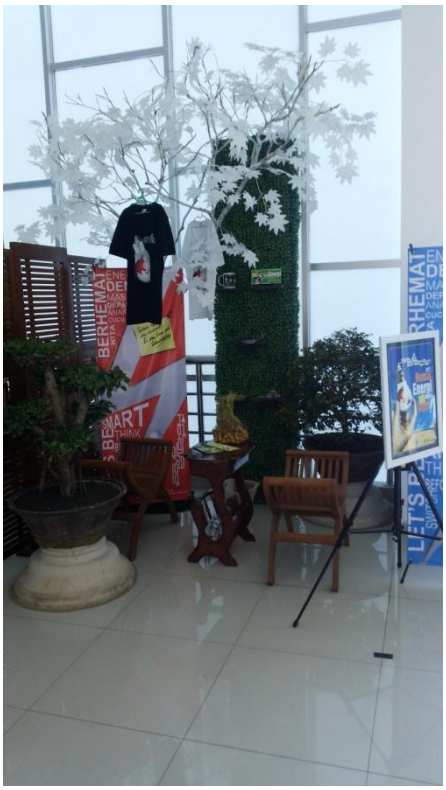
https://www.pinterest.com/pin/332703491194950504/

https://c1.staticflickr.com/9/8073/8329518459_07d287a296.jpg

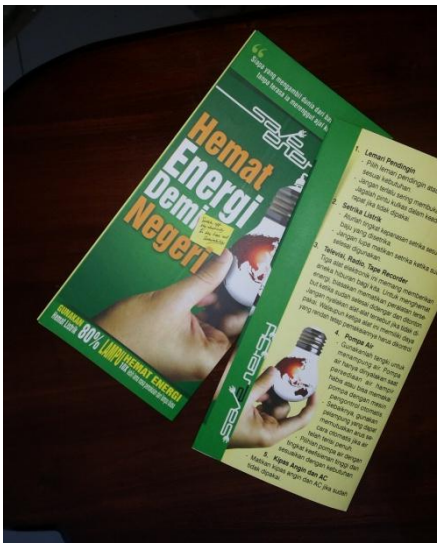
http://gambargambarpemandangan.com/gambar-langit-biru-berawan-putih.html

http://p.ledinside.com/led/2012-06/1340153826_66792.jpg

LAMPIRAN



ENERGI
DEMI
MASA
DEPAN
ANAK
CUCU
BERHEMAT
KITA
Hemat
Energi
ART
THINK
BEFORE
LET'S
SWITCH


Hemat
Energi
Demi
Negeri

ME
PLN

BERHEMAT ENERGI
Hemat Energi
Demi Negeri

Hemat Energi
Demi Negeri
LAMPU
HEMAT ENERGI
Hemat Listrik 80%