

Analisis Strategi Promosi Komunitas ‘Malu Dong’ Dalam Media Sosial Instagram

(Analysis of Promotional Strategies for ‘Malu Dong’ Community in Instagram Social Media)

¹Ni Komang Kania Febriyarsari, ²Azalya Melinda Haurissa, ³Putra Al-Kausar

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah, Sumerta, Denpasar – Bali, 80235, Indonesia

E-mail penulis korespondensi: kaniyafebriyarsari@gmail.com

Abstrak

Seiring perkembangan zaman, teknologi terus mengalami kemajuan yang signifikan. Namun hal tersebut juga memberikan dampak yang negatif kepada kehidupan sosial hingga lingkungan. Hal ini ditandai dengan munculnya sifat individual yang membuat masyarakat mulai tidak peduli dengan keadaan lingkungan sekitar khususnya sampah terutama di daerah Bali sebagai pusat pariwisata. Salah satu upaya untuk mengatasi hal tersebut yaitu dengan menciptakan sebuah ruang interaksi yang dapat menghasilkan aksi nyata sebagai solusi akan permasalahan lingkungan yang ada, seperti yang telah dilakukan oleh komunitas Malu Dong. Artikel ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai peran media sosial khususnya *Instagram* terhadap penyampaian informasi komunitas Malu Dong. Penggunaan media sosial sebagai media pendukung promosi dapat membantu komunitas tersebut untuk menarik perhatian masyarakat yang ingin terlibat dalam kegiatan serta menyebarkan informasi tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari penelitian yang telah peneliti lakukan dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti mengadakan wawancara bersama narasumber sehingga didapatkan data yang mendalam. Dengan adanya pengumpulan data melalui wawancara dapat dibuktikan media sosial serta disiplin ilmu desain komunikasi visual sangat berperan dalam promosi kegiatan Malu Dong. Hal ini juga didukung oleh bertambahnya jumlah masyarakat yang bergabung dalam komunitas ini.

Kata kunci: Teknologi, lingkungan, interaksi, promosi, visual

Abstract

Along with the times, technology continues to experience significant advances. However, this also harms social life and the environment. The emergence of individual characteristics is a sign that people start to not care about the condition of the surrounding environment, especially waste, which never resolves in Bali as the center of tourism. If this continues, it can have a bad impact on nature. One of the efforts to overcome this is by creating an interactive space that can produce real action as a solution to existing environmental problems, as has been done by the Malu Dong community. Using social media as a supporting media for promotion can help the community to attract the attention of people who want to become part of the activities and disseminate information and education about the importance of protecting the environment. This proves from the research that the researcher has done using qualitative methods, the researcher conducts interviews with informants so that more in-depth data is obtained.

Keywords: Technology, environment, interaction, promotion, visual

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, teknologi terus mengalami kemajuan yang signifikan hingga mencapai titik tertinggi dari sebuah revolusi industri yaitu *industry 4.0*. Revolusi ini ditandai dengan lahirnya kecerdasan buatan yang masif dan menyebabkan hampir seluruh aspek kehidupan manusia dikuasai olehnya. Tanpa disadari perkembangan teknologi memberi dampak kepada kehidupan sosial hingga lingkungan, seperti munculnya perbedaan sikap antar individu sehingga menimbulkan jarak serta ketidakpedulian akan lingkungan sekitar. Teknologi juga menyebabkan tumbuhnya sifat individualisme dalam diri manusia yang notabene nya makhluk sosial. Hal ini dicirikan dengan semakin renggangnya ikatan seseorang dengan masyarakatnya dan semakin besarnya peranan individu dalam tingkah laku sehari-hari (Martono, 2012, p.278).

Pengaruh teknologi tersebut dapat disiasati dengan konsep *Society 5.0* yang diharapkan dapat meminimalisir pengaruh negatif teknologisupaya tidak menguasai kehidupan manusia tanpa kontrol yang memadai, namun manusia-lah aktor yang menguasai dan mengendalikan teknologi. Dengan diterapkannya *Society 5.0* diharapkan adanya keseimbangan hidup antara penggunaan teknologi dan kualitas kehidupan manusia yang lebih manusiawi. Terdapat begitu banyak pilihan dalam menghindari pegaruh yang disebabkan oleh perkembangan teknologi. Munculnya ruang-ruang interaksi kini bisa menjadi solusinya. Salah satunya adalah komunitas Malu Dong, komunitas yang bergerak dalam mengkampanyekan solusi atas isu lingkungan khususnya sampah.

Komang Bemo Sudiarta adalah seorang aktivis lingkungan berusia 53 tahun, beliau adalah sosok di balik Komunitas Malu Dong. Warga Banjar Tampak Gangsul, Denpasar ini memulai inisiatif untuk memungut sampah di lingkungannya sejak 2009. Berawal dari rasa malu yang timbul akibat melihat warga yang membuang sampah sembarangan, menjadikan Komang Sudiarta berinisiatif mendirikan Malu Dong yang tidak hanya membantu membersihkan lingkungan dari sampah tetapi juga membantu mencari solusi untuk mengatasi permasalahan yang timbul akibat sampah. Di bawah komunitas tersebut, mereka menginisiasi operasi bersih-bersih sampah plastik di sekitar Bali bersama para relawan dari berbagai kalangan setiap minggunya. Fenomena tersebut menarik untuk diteliti dan permasalahan dalam penelitian yang akan dicermati yakni bagaimana cara mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan komunitas Malu Dong serta pengaruh media sosial dalam mempromosikan komunitas Malu Dong

Melalui artikel ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai peran media sosial khususnya *Instagram* terhadap penyampaian informasi ruang-ruang interaksi melalui media sosial sehingga terkoneksi setiap individu yang sebelumnya hanya berinteraksi di ruang publik *online* menjadi turut berpartisipasi dalam ruang publik nyata.

KAJIAN TEORI

Penelitian ini menggunakan beberapa kajian teori dalam menganalisis permasalahannya, sehingga diharapkan menghasilkan suatu temuan ilmiah. Berikut ini adalah kajian teori mengenai media sosial interaksi sosial, dan konten multimedia.

Media Sosial

Menurut José Van Dijk (2013) “Media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial”. Bahkan media sosial telah digunakan secara produktif oleh seluruh ranah masyarakat, bisnis, politik, media, periklanan, polisi, dan layanan gawat darurat. Media sosial telah menjadi kunci untuk memprovokasi pemikiran, dialog, dan tindakan seputar isu-isu sosial (*American Broadcasting Company*, 2011).

Interaksi Sosial

Menurut Walgito (2003) Interaksi sosial merupakan hubungan antara individu satu dengan individu yang lain. Individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, sehingga terdapat hubungan yang saling timbal balik. Di era teknologi saat ini, waktu dan tempat tidak lagi menjadi sebuah penghalang karena adanya media sosial, kini manusia dapat tetap berinteraksi satu sama lain meski tidak melalui kontak fisik secara langsung. Akan tetapi kurangnya interaksi secara langsung dapat menimbulkan dampak negatif bagi seorang individu. Kurangnya interaksi sosial dapat menimbulkan stres. Karena itu, manusia tetap memerlukan sebuah ruang publik untuk menjadi tempat dimana manusia dapat berinteraksi secara langsung.

Konten Multimedia

Menurut Tay Vaugan (2004) kombinasi dari beberapa teks, gambar, suara, animasi dan video yang dikirim ke anda melalui komputer atau alat elektronik lainnya atau dengan manipulasi digital. Dalam penggunaannya, multimedia sering kali digunakan sebagai suatu media promosi atau penyampai informasi mengenai suatu kegiatan yang ada. Maka dari itu, dalam proses produksinya dibutuhkan penerapan disiplin ilmu desain komunikasi visual sehingga dapat menghasilkan konten multimedia yang menarik serta mengandung pesan yang mudah dipahami.

METODE PENELITIAN

Menurut Moleong (2010: 6) dalam bukunya yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif*, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang hal yang dipahami oleh subyek penelitian dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data lazimnya menggunakan metode observasi, dokumentasi dan wawancara.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara secara mendalam (*in-depth interview*). Menurut Manzilati Asfi (2017), wawancara secara mendalam merupakan interaksi/pembicaraan yang terjadi antara satu orang pewawancara dengan satu orang informan. Pemilihan teknik pengumpulan data melalui wawancara diterapkan dalam penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui secara mendalam serta memberikan gambaran secara lengkap mengenai strategi promosi kegiatan ‘Malu Dong’ dalam media sosial *Instagram*. Melalui perencanaan wawancara sebagai berikut:

1. Menemukan dan menentukan narasumber yang akan diwawancarai
2. Menghubungi/ mengadakan kontak dengan narasumber untuk menginformasikan wawancara yang akan dilakukan
3. Melakukan persiapan yang matang untuk melakukan wawancara

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari Rabu 23 Desember 2020 pukul 09.00 Wita peneliti melakukan sesi wawancara bersama Komang Sudiarta melalui pertemuan secara daring. Beliau merupakan sosok dibalik komunitas Malu Dong yang telah berdiri sejak 22 April 2009.



Gambar 1. Komang Sudiarta

(Sumber: <https://tokohinspirasi.id/komang-sudiarta-nendiri-komunitas-malu-dong-pahlawan-persampahan-di-pulau-dewata/>, 2019)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, maka didapatkan beberapa data mengenai ruang lingkup dari komunitas ‘Malu Dong’. Menurut Komang Sudiarta, bahwa ‘Malu Dong’ merupakan sebuah komunitas yang dibentuk berdasarkan sebuah keresahan akan persoalan sampah yang tidak pernah selesai khususnya di Bali. Dengan adanya komunitas ini diharapkan masyarakat akan semakin peduli terhadap kondisi lingkungan sekitar. Berkaitan dengan hal tersebut agenda rutin komunitas ini selain mengadakan aksi bersih-bersih pantai mereka juga mengadakan diskusi mengenai permasalahan sampah di sekolah maupun lembaga tingkat perguruan tinggi. Dengan adanya diskusi, komunitas ini berharap dapat membuka mata anak muda akan pentingnya kebersihan lingkungan serta bagaimana cara untuk menjaga kelestarian lingkungan. Usaha edukasi dari komunitas ini tidak hanya melalui edukasi secara langsung, tetapi juga melalui media lainnya seperti unggahan di sosial media seperti *Instagram* dan *Facebook* Malu Dong. Gambar dibawah ini merupakan salah satu usaha edukasi yang dilakukan di masyarakat



Gambar 2. *Diskusi di sekolah*
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/BVFsDA9ER/>)

Lebih lanjut disebutkan oleh Komang Sudiarta, beragam cara sudah dilakukan dari melakukan aksi nyata membersihkan sampah, mendatangi lembaga pendidikan hingga hadir di berbagai *event*. Namun hal tersebut belum cukup di era perkembangan teknologi seperti saat ini, dan salah satu usaha yang dirasa efektif dalam penyebaran informasi dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk berbagi informasi.

Sebagai upaya dalam mewujudkan gagasannya berhasil dalam mengajak masyarakat tidak membuang sampah sembarangan dengan menyebar poster salah satunya media *Instagram*. Kami membagikan hasil dokumentasi selama berkegiatan, desain poster, desain karikatur, dan bentuk visual lainnya.



Gambar 3 *Poster Event*
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CGTYNTTgITI/>, 2020)

Menurut Komang Sudiarta, dalam proses perancangan visual mulanya dilakukan oleh dirinya sendiri seperti pada pembuatan logo Malu Dong. Logo tersebut menyimbolkan wajah menangis saat melihat Bali yang notabene daerah pariwisata namun begitu kotor. Desain tersebut dibuat dengan gaya sederhana namun tetap dapat menyampaikan pesan mendalam kepada masyarakat. Selain itu komunitas ini melibatkan banyak kalangan termasuk desainer dan seniman. Para desainer dan seniman berperan dalam membuat poster, ilustrasi, fotografi, videografi serta mural yang nantinya dapat mengkomunikasikan visi dari komunitas ini.



Gambar 4 Logo Malu Dong

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CDd0WjTARJF/>, 2020)

Strategi edukasi dalam proses mengomunikasikan pesan dengan cara mengunggah pada akun sosial media, tentunya memberikan sebuah dampak yang sangat positif. Terbukti adanya perubahan yang sangat signifikan terhadap jumlah masyarakat yang turut berpartisipasi didalam komunitas ini. Selain itu juga banyak organisasi atau komunitas lainnya yang mulai mendatangi komunitas 'Malu Dong' untuk melakukan kerjasama dalam upaya mengatasi serta mencari solusi bersama terkait permasalahan sampah yang mereka alami.



Gambar 5 Partisipasi di sebuah event

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/BwwLwWRgxvT/>, 2019)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat diperoleh data, bahwa dengan adanya media sosial sebagai media pendukung komunitas Malu Dong dalam membagikan sebuah informasi. Dengan membagikan informasi di media sosial dibutuhkan sebuah visual. Perancangan visual dalam komunitas ini bekerja sama dengan desainer maupun seniman untuk mengkomunikasikan pesan salah satunya dengan menerapkan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual. Salah satu contohnya adalah penggunaan logo. Pemilihan logo yang sederhana begitu menarik perhatian masyarakat Bali khususnya. Sebuah logo sederhana akan membuat audiens lebih mudah mengingat serta lebih mudah dipahami.

Peran media sosial dan penerapan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual merupakan dua hal yang saling berkesinambungan. Kedua peran ini juga sangat berpengaruh bagi perkembangan komunitas 'Malu Dong'. Hal ini dapat dibuktikan dengan bertambahnya masyarakat yang turut berpartisipasi dalam komunitas ini. Menurut Komang Sudiarta, dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan oleh komunitas 'Malu Dong' merupakan bentuk keberhasilan dari media promosi dalam penyampaian informasi serta edukasi kepada masyarakat, terutama terkait kepedulian terhadap permasalahan mengenai sampah.

SIMPULAN

Terciptanya teknologi tentu memberikan pengaruh baik dan buruk dalam kehidupan manusia. Bukan saatnya lagi untuk memikirkan dampak buruknya namun mencari solusi atas hal tersebut. Munculnya ruang-ruang interaksi kini bisa menjadi pilihan. Salah satunya adalah komunitas Malu Dong, komunitas ini bergerak dalam isu lingkungan khususnya sampah. Kepedulian akan lingkungan sudah menjadi fokus utama Komunitas Malu Dong berdiri sejak 2009. Beragam cara dilakukan olehnya untuk mengajak masyarakat melakukan aksi nyata dalam membersihkan lingkungan. Media sosial sangat berperan dalam mempromosikan kegiatan ini. Dalam mengkomunikasikan informasi yang ingin disampaikan komunitas ini menerapkan disiplin ilmu dalam Desain Komunikasi Visual seperti fotografi, videografi, dan logo. Pada disiplin ilmu fotografi, komunitas Malu Dong menggunakan komposisi pencahayaan dan sudut pengambilan yang baik, untuk mengabadikan sebuah momen saat berkegiatan. Begitu juga pada disiplin ilmu videografi, tidak jauh berbeda, mereka menggunakan komposisi pencahayaan dan sudut pengambilan yang baik untuk dokumentasi visual mereka. Kemudian dalam logo komunitas, mereka menggunakan komposisi bentuk lingkaran 2 dimensi membentuk sebuah raut wajah sedih, komposisi tipografi dengan font sans serif yang tegas bertuliskan “Malu Dong buang sampah sembarangan”, dan komposisi warna hitam pada bentuk dan font dengan latar belakang hijau yang mewakili kepedulian terhadap alam. Melalui penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa media sosial serta disiplin ilmu dalam Desain Komunikasi Visual berperan penting dalam promosi kegiatan yang diadakan oleh Malu Dong sehingga jumlah masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam komunitas ini semakin meningkat.

REFERENSI

- Basuki, Freddy Adiono. 2000. “Komunikasi Grafis “. (SMK bidang Keahlian Seni Rupa dan Kriya), Jakarta. Diakses pada tanggal 11 November 2020
- Julianto, I. N. L., & Piliang, Y. A. (2015). Retorika Iklan Kampanye Politik Pemilihan Presiden Indonesia 2009 dalam Media Televisi. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*, 2(2).
- Julianto, I. N. L. (2019, February). Nilai Interaksi Visual dalam Perkembangan Medium Komunikasi pada Era Revolusi Industri 4.0. In *SENADA (Seminar Nasional Desain dan Arsitektur)* (Vol. 2, pp. 26-30).
- Kawasati, R., & Iriyana. (2019). *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*. Sorong: STAIN Sorong.
- Martono, Nanang. (2012). *Sosiologi perubahan sosial: perspektif klasik, modern, postmodern, dan postkolonial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, Yonathan Yoel, Franky Liauw. 2020. WADAH INTERAKSI SOSIAL. Mulyadi. *Stupa*.2(1) : 37-44. 11 November 2020
- Nimda. 2012. *Apa itu Sosial Media*. Diambil kembali dari www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media. Diakses pada tanggal 11 November 2020
- Saifudin, Fahmi. 2013. Pemahaman Publik Terhadap Desain Visual Sebagai Alat Komunikasi Yang Efektif. *Sinteks*. Diunduh pada tanggal 11 November 2020 dari laman web <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1784306>.
- Sisrazeni. (5 September 2017). “Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling Tahun 2016/2017 IAIN Batusangkar”. Dalam *2nd International Seminar on Education 2017 Empowering Local Wisdom on Education for Global Issue*. Diakses pada tanggal 11 November 2020
- Susanto, Tori. 2018. *JENIS JENIS MULTIMEDIA*. Diambil dari toriq.com/jenis-jenis-multimedia. Diakses pada tanggal 11 November 2020
- Sudiarta, Komang Bemo (53 th), Pendiri Komunitas Malu Dong, Wawancara pada tanggal 23 Desember 2020 melalui Via Daring Google Meeting.