

PERANCANGAN ZINE UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TENTANG PENTINGNYA PERAN PETUGAS KEBERSIHAN DI KOTA BANDUNG

ZINE DESIGN TO INCREASE PUBLIC AWARENESS OF THE IMPORTANT ROLE OF CLEANING WORKERS IN BANDUNG CITY

Kendra Sevira Saksono Putri¹, Nisa Eka Nastiti² dan Ganjar Gumilar³

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257

kendrassp@student.telkomuniversity.ac.id, nisaekan@telkomuniversity.ac.id, ganjargumilar@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Petugas kebersihan memiliki peran dalam menciptakan lingkungan yang bersih dan nyaman untuk semua orang, namun hal ini diterima masyarakat tanpa timbal balik yang positif. Hal ini dikarenakan oleh rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya peran petugas kebersihan dan peran dari masyarakat itu sendiri untuk mendukung petugas. Bahkan, rendahnya kesadaran masyarakat mampu menimbulkan stigma negatif dalam pandangan masyarakat dan menyebabkan adanya perlakuan kurang menyenangkan dari masyarakat terhadap petugas kebersihan. Oleh karena itu, diperlukan media yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya peran petugas kebersihan untuk mengurangi pandangan negatif dari masyarakat. Penelitian dilakukan di Kota Bandung, menggunakan metode kualitatif sebagai metode utama penelitian, didukung dengan kuesioner, dan penelaahan data yang didapatkan dilakukan dengan metode *design thinking*. Hasil dari penelitian dan perancangan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat di Kota Bandung untuk mengurangi pandangan negatif dan mulai memperlakukan petugas kebersihan dengan baik.

Kata kunci: Petugas kebersihan, Kota Bandung, kesadaran masyarakat.

Abstract: Cleaning officers have a role in achieving a clean and comfortable environment for everyone, but this is received by the people without positive reciprocity. This is due to the shallow public awareness of the importance of the role of the cleaning officer and the role of the community itself to support the officer. In fact, low public awareness can develop obstructive stigmas in the view of the community and cause unpleasant treatment from the community towards cleaning officers. Therefore, a media that can increase public awareness of the importance of the role of cleaning officers is needed to reduce negative views from the public. The research was conducted in Bandung City, making use of qualitative methods as the main

research method, supported by questionnaires, and reviewing the data obtained using design thinking methods. The results of this research and design are expected to help increasing public awareness in Bandung City to reduce obstructive views and for the people to start treating cleaning officers well.

Keywords: *Cleaning Officers, Bandung City, public awareness.*

PENDAHULUAN

Petugas kebersihan bertanggung jawab membersihkan, menjaga, hingga memastikan keadaan suatu daerah bersih dan rapi (Naura, 2023). Kehadiran petugas kebersihan dapat menciptakan lingkungan bersih dan nyaman untuk semua orang, namun keadaan ini dinikmati oleh masyarakat tanpa adanya timbal balik yang positif dari masyarakat. Dalam Rencana Kerja tahun 2023 DLHK Kota Bandung, terdapat beberapa isu penting yang menjadi perhatian di kota Bandung, seperti pengelolaan sampah, pencemaran lingkungan, dan pemenuhan ruang terbuka hijau untuk publik. Disebutkan juga bahwa pengakuan seperti penghargaan dari individu yang berjasa menggalakan kebersihan perlu dilakukan sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat.

Sementara itu, rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan lingkungan menimbulkan anggapan bahwa petugas kebersihan adalah pekerjaan yang remeh. Masyarakat tidak mengetahui bahwa menjadi petugas kebersihan memiliki kesulitan dan risiko berbahaya. Bahkan petugas kebersihan termasuk dalam kategori 3D, yaitu (1) dirty, (2) dangerous, (3) difficult (Zulkiflee, Puteh, & Ahmad, 2020).

Petugas kebersihan juga menerima pandangan negatif dari masyarakat (Naura, 2023). Menurut Maharani (2018), terdapat segitiga yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain yang melekat pada petugas kebersihan. Ketiganya adalah berbagai macam prasangka yang muncul di masyarakat terhadap pekerja kebersihan, yang pertama bahwa pekerja kebersihan berasal dari masyarakat yang kurang mampu dan belum dapat keluar dari garis kemiskinan. Kedua, bahwa petugas kebersihan tidak memerlukan keahlian khusus atau tidak berpendidikan tinggi, bahkan tidak pernah menerima

pendidikan sama sekali. Kedua prasangka ini menumbuhkan prasangka ketiga bahwa petugas kebersihan tinggal dan hidup di pemukiman yang kotor.

Rendahnya kesadaran masyarakat tentang perannya dalam kebersihan lingkungan dan pandangan negatif masyarakat menyebabkan perlakuan kurang menyenangkan terhadap petugas kebersihan. Dikutip dari Maharani (2018), hal ini dapat dilihat dari perilaku dan tindakan masyarakat saat membuang sampah, yang sembarangan dan tidak sesuai tempat. Menurut Suranto Aw (2011), sikap mendukung dapat dinilai dari perilaku dan sikap. Masyarakat dapat dikatakan tidak memiliki empati terhadap petugas kebersihan karena sikap dan perilaku yang dilakukannya, seperti masyarakat, terutama golongan muda, yang membuang sampah sembarangan tepat di tempat yang baru dibersihkan petugas. Dilansir dari situs berita Viva, tidak jarang pula pengguna jalan membuang sampah sembarangan hingga menimpa petugas. Bohari (2019), menyatakan di beberapa wilayah perkotaan, terlihat masyarakat belum memiliki kesadaran membuang sampah pada tempat yang disediakan oleh Dinas Kebersihan, sehingga ada sampah yang tidak terangkut. Naura (2023) juga menyatakan bahwa petugas kebersihan cukup sering mendapatkan kata kasar dari masyarakat akibat terganggu oleh debu yang terbang karena disapu. Tidak jarang petugas kebersihan merasakan emosi negatif seperti kecewa, sedih, dan marah (Rahmah & Fahmi, 2019). Seperti sewajarnya manusia pada umumnya, petugas juga dapat beremosi negatif karena tidak mendapat dukungan.

Ketika melakukan pencarian tentang petugas kebersihan di mesin pencarian *online*, mayoritas penemuan adalah berita pelanggaran hak petugas kebersihan, yaitu kasus tunggakan upah petugas yang terjadi tiap tahunnya di Indonesia dari berbagai daerah dan faktor penyebab yang berbeda. Di tahun 2023 saja, kasus ini sudah terjadi

di Kabupaten Lampung Barat, Kota Sorong di Papua Barat Daya, Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi, Kabupaten Aceh Tenggara, dan daerah lainnya. Hal ini baru diangkat media massa dan diketahui masyarakat setelah petugas kebersihan melakukan perlawanan terhadap pemerintah.

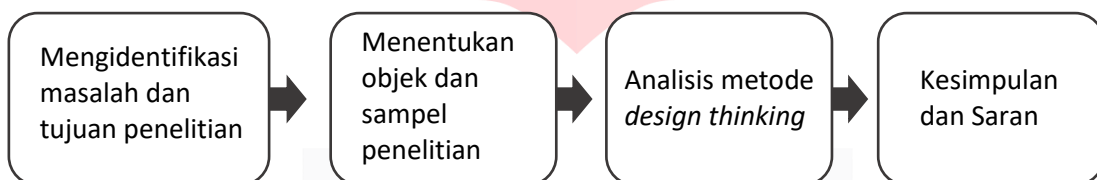
Sebelum membahas masyarakat tidak mengetahui apa yang dialami petugas kebersihan, media yang membahas tentang apa dan bagaimana petugas kebersihan itu sendiri pun sangat sulit ditemukan. Belum ditemukan media yang membahas profesi petugas kebersihan dan tugasnya. Padahal hal ini membantu masyarakat untuk lebih mengenal penjaga kebersihan untuk mengembangkan pengertian dan penghargaan yang lebih, serta membantu melihat nilai, makna, dan kontribusi dari petugas dengan lebih komprehensif, tidak melihat permukaannya saja.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih belum memiliki pemahaman tentang petugas kebersihan dan risiko dari pekerjaan mereka sehingga mengakibatkan kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya peran petugas kebersihan dan peran masyarakat itu sendiri dalam mendukung pekerjaan petugas. Media yang dapat mengenalkan petugas kebersihan sulit ditemukan dan diperlukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat akan hal tersebut. Permasalahan ini perlu diangkat dan perlu pemicu untuk menyelesaikannya. Karena penting bagi masyarakat untuk menghargai dan mendukung petugas kebersihan, dan yang paling penting untuk memanusiakan manusia.

Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya peran petugas kebersihan dan peran masyarakat dalam mendukung pekerjaan petugas, meningkatkan pemahaman masyarakat tentang petugas kebersihan dan risiko dari pekerjaan petugas, dan membuat media tentang petugas kebersihan supaya dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan metode kualitatif dan didukung metode kuantitatif menggunakan kuesioner. Pengumpulan data dengan metode kualitatif dengan dilakukan observasi, wawancara, dan studi literatur. Menurut (Resmadi & Bastari, 2022), metode kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan juga memahami makna yang dianggap sejumlah individu atau kelompok berasal dari masalah sosial serta kemanusiaan. Tujuan dari penelitian dengan metode ini menurut Haryono (2020) adalah untuk memahami atau menjelaskan perilaku dan juga kepercayaan, mengidentifikasi proses dan memahami konteks dari pengalaman manusia. Alur yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi beberapa tahapan yaitu seperti berikut:



Gambar 1. Alur Penelitian
(Sumber: Kendra Sevira Saksono Putri, 2023)

Penelitian dimulai dari pemaparan dari permasalahan yang diangkat dan tujuan dari dilakukannya penelitian. Kemudian menentukan objek dan sampel penelitian. Selanjutnya objek penelitian dianalisis dengan menggunakan metode *design thinking*. Kesimpulan diambil dari hasil *design thinking* yang dilakukan.

Sampel penelitian dibagi menjadi dua kelompok yaitu *empathized group* dan target audiens. *Empathized group* adalah petugas kebersihan di kota Bandung dan target audiens (primer) adalah masyarakat kota Bandung yang berusia 15-22 tahun. Untuk memperoleh data yang diperlukan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan kuesioner.

Observasi dilakukan terhadap interaksi antara petugas kebersihan dan masyarakat serta mengobservasi lingkungan sekitar kota Bandung. Kemudian wawancara dilakukan terhadap petugas kebersihan. Sementara, kuesioner dibagikan

kepada target audiens. Data yang didapatkan kemudian dianalisis dengan 5 fase *design thinking*, yaitu fase *empathy*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

HASIL DAN DISKUSI

Pendekatan *design thinking* digunakan karena penelitian ini mengutamakan rasa empati dari kelompok subjek yang merasakan permasalahan dan target audiens sebagai kelompok yang memerlukan informasi ini dan sebagai calon *user*. Metode ini akan digunakan supaya dapat memenuhi kebutuhan dari dua kelompok yang terlibat dalam permasalahan. Pada dasarnya, informasi ini memang ditujukan untuk target audiens, meskipun dalam penggunaannya manfaat lebih dapat dirasakan oleh petugas kebersihan, namun dalam jangka panjang, tentunya informasi ini juga dapat bermanfaat bagi target audiens. Berikut analisis yang didapatkan dari fase-fase *design thinking*:

Fase *Empathy*

Tahapan ini dilakukan terhadap dua kelompok yang berbeda untuk disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, yaitu terhadap *empathized group* sebagai kelompok yang membutuhkan solusi dari permasalahan yang mereka rasakan dan terhadap *target audience*. Fase empati terhadap *empathized group* dibutuhkan untuk memahami konteks dan titik utama permasalahan dari yang mereka rasakan. Pemahaman ini digunakan untuk diinformasikan dalam *output* desain yang akan diberikan terhadap target audiens. Fase empati terhadap target audiens diperlukan untuk menemukan titik tengah dari permasalahan yang ada di antara dua kelompok dan menentukan preferensi serta karakteristik yang diperlukan untuk pembuatan desain solusi.

A. *Empathized Group*

Wawancara dilakukan terhadap tiga orang petugas kebersihan di kota Bandung, yaitu Guhum, Hadiana, dan Masriyah. Dengan mewawancarai petugas kebersihan dengan usia dan jenis kelamin yang berbeda diharapkan akan mendapatkan kebutuhan dari petugas kebersihan dari berbagai sudut pandang supaya hasil perancangan dapat

dimanfaatkan lebih banyak orang dari kelompok yang berbeda. Beberapa *insight* yang didapatkan dari wawancara tersebut adalah:

1. Orang tua yang membawa anak ke tempat umum belum dapat menjaga diri dan mengawasi anak-anaknya untuk menjaga kebersihan taman.
2. Guhum juga mengatakan bahwa anak-anak yang bermain tanpa diawasi dengan baik dapat menginjak dan merusak tanaman di lingkungan taman.
3. Sementara Hadiana menyatakan bahwa sangat disayangkan masyarakat masih belum dapat menjaga kebersihan kota Bandung.
4. Menurut Hadiana, masyarakat belum memiliki kesadaran bahwa kebersihan lingkungan itu perlu peran masyarakat untuk menjaganya.
5. Menurut Hadiana, kebersihan lingkungan itu juga dinikmati oleh masyarakat, bukan hanya dinikmati oleh petugas kebersihan. Namun, masyarakat masih belum paham betul petugas kebersihan bekerja membersihkan dan menjaga kebersihan lingkungan untuk siapa.
6. Hadiana seringkali menemui pejalan kaki yang membuang sampah sembarangan di bagian yang sudah beliau bersihkan, sehingga beliau harus menyapunya kembali dan menunda pekerjaan mereka.
7. Sepengalaman Hadiana, sebagian dari pengguna jalan, terutama yang membawa mobil, suka membuang sampah sembarangan ke jalan.
8. Menurut Hadiana, penjual makanan seperti pedagang kaki lima juga berkontribusi membuang sembarangan sampah jualan mereka atau sisa bahan makanan di pinggir jalan atau di selokan. Menurut beliau, seharusnya mereka memerhatikan hal tersebut karena itu tempat mereka berjualan.
9. Masriyah mengatakan bahwa upah yang didupatkannya sangat ketat, apalagi dirinya menjadi tulang punggung keluarga dengan dua anak.
10. Upah yang didapatkan Masriyah bahkan tidak dapat membantu beliau membeli kendaraan untuk membantunya pulang-pergi ke kantor.

11. Banyak masyarakat yang suka menitipkan sampah pada Masriyah dengan sopan tapi ada pula beberapa yang hanya membuang di tempatnya menyapu tanpa mengatakan apa-apa.
12. Ketiganya menyatakan bahwa hal-hal buruk yang mereka alami selama bekerja adalah bagian dari tanggung jawab mereka. Meskipun ada masyarakat yang tidak bertanggung jawab akan sampah yang mereka buang, ketiga petugas kebersihan merasa lebih baik melakukan pekerjaan mereka sebaik mungkin saja dan mewajari sebagian masyarakat yang kurang baik.
13. Mereka bertiga juga mengatakan bahwa mereka jarang berinteraksi dengan masyarakat sekitar dan lebih sering berinteraksi dengan sesama petugas kebersihan, baik ketika jam kerja, saat jam mereka beristirahat, ataupun setelah pekerjaan mereka sudah selesai.
14. Ketiganya juga sempat enggan untuk menceritakan pengalaman buruk yang pernah mereka alami sebelum akhirnya berani untuk mengungkapkannya.

Dari fase empati ini dapat diketahui bahwa petugas kebersihan di kota Bandung banyak mengalami hal yang kurang mengenakkan dari masyarakat, pekerjaan mereka tidak dihargai oleh masyarakat, dan masyarakat belum menyadari bahwa kebersihan memerlukan peran dari mereka sendiri. Hal ini terlihat dari masih banyaknya masyarakat yang membuang sampah sembarangan dan memperlakukan kota Bandung dengan tidak baik, padahal kebersihan lingkungan bukan hanya memerlukan peran petugas kebersihan tetapi juga perlu kerjasama dari masyarakat.

Target Audience (User)

User dari hasil perancangan media adalah target audiens, didasarkan pada kuesioner yang sudah dilakukan. Dari kuesioner, telah diketahui bahwa target audiens menganggap bahwa mereka perlu kebersihan kota dan kebersihan kota memengaruhi keseharian mereka. Sementara itu, kebersihan kota berkaitan erat dengan pekerjaan petugas kebersihan.

Maka diketahui, target audiens memerlukan kebersihan kota untuk kebutuhan keseharian mereka, yang mana hal ini berkaitan dengan pekerjaan petugas kebersihan. Dari sudut pandang lain, fase empati terhadap *empathized group* menunjukkan keperluan petugas kebersihan akan dukungan masyarakat dalam menjalankan pekerjaan dan kewajiban mereka. Titik yang menyatukan kebutuhan dari kedua kelompok yang ada, yaitu petugas kebersihan memerlukan dukungan masyarakat dan target audiens memerlukan petugas kebersihan untuk merasakan kebersihan.

Fase Define

Permasalahan utamanya adalah target audiens merasakan kebutuhan akan kebersihan di lingkungan mereka, tetapi menurut *empathized group*, masyarakat belum menyadari peran mereka dibutuhkan untuk mendukung petugas kebersihan untuk mendapatkan kebersihan lingkungan yang mereka butuhkan. Oleh karenanya, diperlukan adanya media yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat supaya mereka dapat memenuhi kebutuhan *empathized group*, sekaligus memenuhi kebutuhan mereka dalam prosesnya.

Fase Ideate

Menurut data yang telah dikumpulkan dari 108 responden kuesioner, target audiens yang ditentukan yaitu masyarakat kota Bandung berumur 15-22 tahun, menyukai media *zine*, baik digital atau cetak, dibandingkan media lainnya dan dari yang tidak memilih *zine*, lebih memilih media sosial sebagai media informasi yang mereka suka. Dari hasil kuesioner tersebut, maka diambil *zine* sebagai media utama dan media sosial akan dijadikan sebagai salah satu media pendukung.

Penerapan komunikasi persuasif perlu diimplementasikan dalam perancangan supaya dapat memengaruhi sikap dan perilaku target audiens untuk lebih menghargai pekerjaan petugas kebersihan dan menyadari bahwa peran mereka juga diperlukan untuk memenuhi apa yang mereka butuhkan.

Fase Prototype dan Test

Hasil analisis dari fase *empathy*, *define*, dan *ideate* akan menjadi konsep yang diperlukan dalam perancangan *zine* yang akan dibuat bentuk *prototype* hingga didapatkan hasil yang memuaskan dari fase *test*. Fase *prototype* ini akan mengambil sudut pandang dari target audiens dan diujikan (*test*) untuk melihat keefektifan dari media *zine* dan media sosial yang sudah dibuat, apakah dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh target audiens.

Prototype Zine I

Konsep Warna

Warna pada perancangan *zine* ini didasarkan pada warna pakaian petugas kebersihan di kota Bandung, yang terdiri dari warna biru, abu-abu, dan putih, yang warnanya disesuaikan lagi keserasiannya satu sama lain, tidak sekadar diambil langsung. Setelah disesuaikan, warna yang didapatkan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Konsep warna desain perancangan *zine prototype* pertama
(Sumber: Kendra Sevira Saksono Putri, 2023)

Konsep Tipografi

Tipografi pada desain *zine prototype* pertama menggunakan *family sans serif* yaitu *typeface Futura* untuk *headline* dan *sub-headline* untuk menarik perhatian pembaca. Kemudian *family serif*, yaitu *Cambria* untuk memudahkan dibaca.



Gambar 3. *Typeface Futura* dan *Cambria*
(Sumber: Wikipedia, 2023)

Konsep Fotografi

Street photography diberikan *filter half-tone* untuk memberikan kesan lebih menarik. Beberapa foto diberikan *gradient* warna dari palet warna yang digunakan supaya lebih menarik, sementara untuk yang tidak diberikan *gradient* dibuat supaya pembaca bisa lebih berempati dengan subjek yang ada dalam foto.

Hasil Perancangan *Prototype*

Berdasarkan konsep warna dan tipografi yang digunakan, maka hasil desain dari *prototype* pertama *zine* adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Desain sampul perancangan *zine prototype* pertama
(Sumber: Kendra Sevira Saksono Putri, 2023)



Gambar 5. Cuplikan Hasil Perancangan dari *Prototype I Zine*
(Sumber: Kendra Sevira Saksono Putri, 2023)

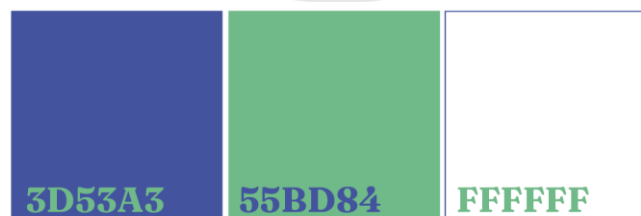
Hasil Test dari Prototype I

1. Flow penyampaian informasi kurang teratur.
2. Ukuran teks dan fotografi tidak konsisten sehingga sulit untuk memberikan fokus. Tata letaknya juga berantakan.
3. Ukuran nomor halaman terlalu besar sehingga mengganggu fokus pembaca.
4. Teks informasi yang banyak terlalu dipadatkan dalam satu halaman sehingga pembaca malas untuk membacanya. Ditambah layoutnya yang tidak menarik.
5. Teks informasi di beberapa halaman terlihat samar karena warna dan grafis yang digunakan sehingga sulit dibaca.
6. Palet warna yang digunakan pudar sehingga membuat mengantuk.
7. Banyak kesalahan cetak, dari warna tinta, potongan yang tidak rapi yang terlalu terlihat.
8. Kertas yang digunakan mengakibatkan desain terlihat samar.

Prototype Zine II

Konsep Warna

Dasar dari penggunaan kedua warna ini didasarkan dari skema warna analogus yaitu warna yang berdekatan dalam lingkaran warna menggambarkan keharmonisan, dengan warna biru sebagai lambang dari pakaian petugas kebersihan dan hijau sebagai lambang lingkungan. Skema warna ini memberikan warna terang dan ceria, supaya menyenangkan dan tidak membosankan untuk dilihat.



Gambar 6. Konsep warna desain perancangan zine prototype kedua
(Sumber: Kendra Sevira Saksono Putri, 2023)

Konsep Tipografi

Tipografi pada desain zine prototype kedua ini menggunakan type family display dan old style yaitu typeface Fraunces untuk headline dan untuk kalimat kutipan. Sementara body text menggunakan typeface Work Sans karena memiliki gaya yang clean, mudah dibaca, modern dan ramah, menyesuaikan preferensi dari target audiens.



Gambar 7. Typeface Fraunces dan Work Sans
(Sumber: Wikipedia, 2022)

Konsep Fotografi

Masih sama dengan konsep pada *prototype* I, fotografi yang digunakan adalah *street photography* (petugas kebersihan sebagai subjek) dan diubah dengan *filter half-tone* supaya lebih menarik. Sementara, efek *gradient map* diberikan bersama *overlay* dengan *opacity* rendah supaya tidak mengubah jauh warna asli foto.

Hasil Perancangan *Prototype*

Berdasarkan konsep warna dan tipografi yang digunakan, maka hasil desain dari *prototype* pertama zine adalah sebagai berikut:



Gambar 8. Desain sampul perancangan zine *prototype* kedua
(Sumber: Kendra Sevira Saksono Putri, 2023)



Gambar 9. Cuplikan Hasil Perancangan dari Prototype Zine kedua
(Sumber: Kendra Sevira Saksono Putri, 2023)

Hasil Test dari Prototype II

1. Hasil cetakan sudah lebih baik dari prototype pertama.
2. Palet warna yang digunakan lebih menarik dan tidak membuat mengantuk.
3. Ukuran dan tata letak konten serta teks sudah lebih konsisten dan lebih nyaman dibaca.
4. Daftar isi kurang terlihat seperti daftar isi, justru lebih terlihat seperti judul (*headline*).
5. Objek dekorasi ditata dengan lebih baik, tapi tata letak fotografi belum jelas dan masih membingungkan.
6. Beberapa objek dekorasi masih menyamarkan konten.
7. Teks di beberapa halaman masih terlalu padat dan disusun dengan kurang sesuai sehingga pembaca malas membaca.
8. Sampul buku terlihat seperti ditarik dan kurang bagus.
9. Flow informasi sudah lebih baik, tapi akan lebih baik jika ditambahkan halaman kesimpulan atau halaman penutup.

Hasil Perancangan Akhir

Konsep Perancangan

Konsep warna, tipografi, dan fotografi menggunakan konsep dari *prototype* kedua karena dinilai sudah memenuhi tujuan yang diperlukan. Perubahan terletak di isi konten dan *flow* pembagian informasi yang diberikan di dalam *zine* untuk mendapatkan hasil yang diharapkan dari penelitian dan perancangan yang dilakukan.



Gambar 10. Desain sampul hasil perancangan *zine*
(Sumber: Kendra Sevira Saksono Putri, 2023)



Gambar 11. Cuplikan Desain hasil perancangan *zine*
(Sumber: Kendra Sevira Saksono Putri, 2023)

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya peran petugas kebersihan dan peran masyarakat dalam mendukung pekerjaan petugas, meningkatkan pemahaman masyarakat tentang petugas kebersihan dan risiko dari pekerjaan petugas, dan membuat media tentang petugas kebersihan supaya dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat.

Copywriting konten di dalam *zine* akan menjelaskan sikap mendukung yang perlu diberikan oleh target audiens terhadap petugas kebersihan sebagai bagian dari masyarakat, menunjukkan sudut pandang petugas mengenai pekerjaan mereka sendiri, penjabaran risiko-risiko pekerjaan mereka, dan fotografi yang menarik rasa empati target audiens untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang petugas kebersihan dan risiko pekerjaan petugas, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya peran petugas dan peran mereka untuk mendukung pekerjaan petugas. Selain itu media *zine*, dipilih sebagai media yang cocok dan efektif, didukung dengan bahasa, tata letak, tipografi, dan fotografi untuk mengenalkan petugas kebersihan supaya dikenali dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Hasil perancangan, dengan pendekatan *design thinking*, sudah melewati uji coba dengan jumlah percobaan yang diperlukan hingga memenuhi tujuan dari penelitian, dan dinilai sudah cukup menjadi solusi dari permasalahan yang ada. Penelitian ini sudah dapat menambahkan sumber referensi dan media, yang sebelumnya minim, tentang pembahasan mengenai petugas kebersihan.

Limitasi dari penelitian ini adalah karena sangat terbatasnya sumber pustaka, baik buku ataupun jurnal penelitian, mengenai petugas kebersihan. Sehingga sulit untuk mendapatkan lebih banyak sudut pandang dari peneliti yang terdahulu. Penelitian ini akan menjadi lebih baik jika dapat memotivasi banyak peneliti lainnya untuk melakukan penelitian terhadap masalah sosial yang dialami oleh kelompok minoritas, bukan hanya kelompok mayoritas, dalam lapisan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Lingga. (2017). *Pengantar Sejarah dan Konsep Estetika*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Al-Mishri, Mahmud. (2018). *Mausu'ah min Akhlaq Rasulillah Shallallahu Alaihi wa Sallam*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar.
- Ambrose, Gavin & Harris, Paul. (2018). *Layout for Graphic Designers: An Introduction*. London: Bloomsbury Publishing.
- Anggraini S, Lia., & Nathalia, Kirana. (2016). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Arifianto, S. & Juditha, C. (2019). *Media Digital dan Perubahan Budaya Komunikasi*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arsyad, Azhar. (2014). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Brent, Bill & Biel, Joe. (2014). *Make a Zine: When Words and Graphics Collide*. Portland, Oregon: Microcosm Publishing.
- Clarke, Alison J. (2021). *Victor Papanek: Designer for the Real World*. Massachusetts: MIT Press.
- Dennett, DC. (1987). *The Intentional Stance*. London: The MIT Press.
- Dharsono & Soni, Kartika. (2007). *Estetika*. Bandung: Rekayasa Sains Bandung.
- Gauntlett, D. (2013). *Making is Connecting*. United Kingdom: Polity Press.
- Goggin, Maureen D. & Rose, Shirley K. (2021). *Women's Ways of Making*. Louisville, Colorado: University Press of Colorado.
- Harsanto, Prayanto Widy. (2019). *Fotografi Desain*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Haryono, Cosmas Gatot. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Kab. Sukabumi: CV Jejak.
- Heskett, John. (2005). *Design: A Very Short Introduction*. United States: Oxford University Press Inc.
- Jennings, Brien J. (2018). *What is Media? All About Media*. England: Capstone Global Library Limited.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kusrianto, Adi. (2010). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Lyotard, Jean-Francois. (1988). *The Differend: Phrases in Dispute* (G. Van Den Abbeele, Trans.). University of Minnesota Press.
- May, Charles Edward. (2013). *The Short Story: The Reality of Artifice*. Oxfordshire: Routledge Publishing.
- Murtono, Taufik. (2019). *Eksperimen Tipografi*. Surakarta: CV Kekata Group.
- Olave, María Angélica Thumala. (2022). *The cultural sociology of reading : the meanings of reading and books across the world*. England: Springer International.
- Papanek, Viktor. (1995). *Design for The Real World: Human Ecology and Social Change*. London: Thames and Hudson.
- Persinger, Tom. (2014). *Photography Beyond Technique*. Massachusets: Focal Press.
- Poletti, Anna. (2008). *Intimate Ephemera: Reading Young Lives in Australian Zine Culture*. Massachusets: Massachusets University Publishing.
- Pressman, Andy. (2018). *Design Thinking: A Guide to Creative Problem Solving for Everyone*. Oxfordshire: Taylor & Francis.
- Proceedings of ICoRD 2021*. (2021). *Design for Tomorrow: Volume 2*. Singapore: Springer Nature Singapore.
- Putra, Ricky W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rabinowitz, Tova. (2015). *Exploring Typography*. Boston, US: Cengage Learning.
- Rustan, Surianto. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soewardikoen, Didit W. (2013). *Metodologi Penelitian Visual*. Bandung: CV Dinamika Komunika.
- Sihombing, Danton. (2001). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suprayogo, Hasto. (2016). *Photoshop untuk Pekerja Kantoran*. Jakarta Pusat: Elex Media Komputindo.

Todd, Mark & Watson, Esther P. (2006). *Whatcha Mean, What's a Zine? The Art of Making Zines and Minicomics*. China: Graphia Books.

Wong, Lin Yi & Siu, K.W.M. (2018). *Practice and Progress in Social Design and Sustainability*. Pennsylvania: IGI Global.

DARI JURNAL

Bohari, Ansar & Tamrin, M. (2019). Pengaruh Kompensasi, Sarana Prasarana Melalui Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Petugas Kebersihan Pada Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Kabupaten Bulukumba. *YUME: Journal of Management*, 2(3).

Bryant, P. (2017). Choosing Zines: Defining the Constructs That Influence the Decision to Participate in the Practice of Zine-Making in the Digital Age. 53(9), 1689–1699.

Chatman, Seymour. (1980). Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film. *Studies in English Literature*, 57(2), 283-288.

Chen, D. S., Cheng, L. L., Hummels, C. C. M., & Koskinen, I. (2016). Social design: An Introduction. *International Journal of Design*, 10(1), 1-5.

Hidayat, Dicky, & Komariah, Siti. (2017). Pengukuran Tingkat Pengenalan Pengguna Games Terhadap Muatan Budaya Indonesia Pada Mobile Game Berbasis Android (Studi Kasus: Dakon, Karapan Sapi Dan Temple Rush Prambanan). *JRSI (Jurnal Rekayasa Sistem Dan Industri)*, 4(1), 31-36.

Maharani, Dwi. (2018). Manajemen Komunikasi pada Petugas Kebersihan Kota Palembang. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 119-128.

Nastiti, Nisa E., Nugraha, Novian D., Alifaprilina, Olivine. (2022). Penerapan Gaya Art Deco pada Environmental Graphic Design di SMKN 15 Bandung. *Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 56-61.

Naura, Aqila Carinda dan Nurchayati. (2023). *Self-Worth* pada Petugas Kebersihan di Salah Satu Universitas di Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(1), 222-239.

- Rahmah, D. D. N. & Fahmie, A. (2019). Strategi Regulasi Emosi Kognitif dan Stres Kerja Petugas Kebersihan Jalan Raya Wanita. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 8(2), 88-98.
- Ramdarshan, Bold M. (2017). Why Diverse Zines Matter: A Case Study of the People of Color Zines Project. *Publishing Research Quarterly*, 33(3), 215–228.
- Resmadi, Idhar & Bastari, Rendy Pandita. (2022). Perancangan Media Informasi dan Promosi Label Rekaman Musik Independen Warkop Musik dengan Pendekatan Design Thinking. *Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(2), 1-22.
- Resmadi, Idhar. (2021). Analysis of Zinetflix Cyber Media as A Media in The Digital Era. *Jurnal Sosioteknologi*, 20(3), 327-336.
- Wibowo, Muhammad Ridwan & Setiaji, Hari. (2020). Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Automata*, 1(2).
- Wirawan, W. & Hapsari, Prima Dona. (2016). Analisis AISAS Model Terhadap Product Placement dalam Film Indonesia. *Jurnal Rekam*, 12(2), 69-81.
- Zulkiflee, E. N. D., Puteh, F., & Ahmad, J. (2020). Analysing the Awareness of Generation Y Youth on '3D' Industries Through '3D' Info System. *Journal of Administrative Science*, 17(2), 140-155.
- Zweig, J. (1998). Artist, Books, Zines. *Afterimage*, 26(1), 4-5.