

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Pendekatan

Perancangan ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah proses penelitian untuk memahami fenomena yang terjadi di manusia atau sosial yang dapat disajikan dalam bentuk kata-kata, lisan atau pandangan dari informan dengan maksud memahami dengan jelas suatu fenomena [23]. Dalam perancangan yang akan penulis buat metode kualitatif bertujuan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai objek yang sedang diteliti untuk pembuatan perancangan yaitu media promosi mengenai suatu fenomena berupa kesadaran masyarakat Cilacap pada Bank Sampah Mandiri.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian dalam perancangan ini Bank Sampah Mandiri merupakan salah satu kegiatan di Taman Edukasi Ketapang yang berlokasi di Jl. Ketapang I, Kelurahan Kebonmanis, Cilacap.

Subjek penelitian dalam perancangan ini adalah Penanggung jawab sekaligus Ketua dari Taman Edukasi Ketapang yaitu Bapak Mohammad Nurhidayat atau biasa dipanggil Pak Nur dibantu oleh beberapa anggota yaitu Ibu Rustono dan Ibu Laksmi sebagai penggerak kerajinan yang berfokus pada kegiatan Bank Sampah Mandiri dan pengunjung.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan sekunder. Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengambilan data dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumber yang tepat atau

tempat objek penelitian. Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini yang menjadi yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian[24].

3.1.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek penelitian yang berarti orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian[25]. Informan penelitian dalam perancangan ini adalah pengurus Bank Sampah Mandiri dan warga yang tinggal disekitarnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu :

a. Metode Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung di tempat penelitian untuk memperoleh data yang akan digunakan.

b. Metode Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk verbal atau kata-kata dari responden/informan. Teknik wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi dalam bentuk verbal atau kata-kata untuk kepentingan perancangan.

c. Metode Dokumentasi

Dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data akan menggunakan metode dokumentasi dan bertujuan untuk memperkuat hasil penelitian. Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan.

d. Metode Studi Literatur

Studi literatur adalah metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penelitian bertujuan untuk kepentingan penelitian.

3.1.5 Metode Analisis Data

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT. Menurut Freddy Rangkuti “Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)”[26].

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Instansi



Gambar 3.1 Logo Bank Sampah Mandiri Cilacap

Nama Profil : Bank Sampah Mandiri

Tahun berdiri : 2012

Social Media : *Instagram* (@bsmcilacap)

Lokasi : Jl. Ketapang 1, Kebonmanis, Kec. Cilacap Utara,
Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah

Bank Sampah Mandiri merupakan lembaga masyarakat yang peduli dengan lingkungan dengan cara mengolah sampah organik maupun anorganik menjadi barang yang bermanfaat dan berharga. Bank Sampah Mandiri mempunyai slogan/ moto yaitu “Ayo Nabung

Sampah, Lingkungan Indah, Ekonomi Bertambah” dengan slogan tersebut diharapkan masyarakat peduli akan kebersihan, lingkungan menjadi sejuk, bersih, indah, sehat dan menjadi lapangan pekerjaan masyarakat sekitar.

Dalam Bank Sampah Mandiri ini banyak hal-hal yang dilakukan untuk memanfaatkan sampah seperti membuat kerajinan dengan mendaur ulang plastik, koran bekas, dan kain perca. Selain itu terdapat kegiatan ATM sampah yaitu kegiatan yang menukarkan sampah menjadi rupiah yang nantinya dapat ditukarkan bahan sembako di toko mandiri atau menukarkan minyak jelantah untuk menggunakan jasa *laundry* dan budidaya maggot, hidroponik, budidaya ikan lele, mengolah air hujan menjadi air yang dapat dikonsumsi, dan pengolahan sampah industri kantong semen menjadi kerajinan yang membuat Bank Sampah Mandiri beda dari Bank Sampah lainnya. Penanggung jawab dari Bank Sampah Mandiri yaitu Bapak Mohammad Nurhidayat atau biasa dipanggil Pak Nur dibantu oleh beberapa anggota yaitu Ibu Rustono dan Ibu Laksmi sebagai penggerak kerajinan yang ada di Bank Sampah.

3.2.2 Data Visual

Bank Sampah Mandiri memiliki banyak kegiatan untuk mengelola sampah baik sampah organik dan anorganik. Selain mengelola sampah, Bank Sampah mandiri juga memfasilitasi masyarakat untuk menabung sampah setiap minggu yang kemudian dapat ditukarkan dengan bahan-bahan pokok pada warung mandiri. Bank Sampah Mandiri Cilacap juga menjual berbagai olahan sampah seperti kerajinan dari bungkus produk dan sabun atau lilin dari minyak jelantah pada warung inel kreatif.



Gambar 3.2 Warung Mandiri
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Bank Sampah Mandiri juga memiliki banyak kegiatan seperti kegiatan ATM sampah yaitu kegiatan yang menukarkan sampah menjadi rupiah yang nantinya dapat ditukarkan bahan sembako di toko mandiri atau menukarkan minyak jelantah untuk menggunakan jasa *laundry* dan budidaya maggot, hidroponik, budidaya ikan lele, mengolah air hujan menjadi air yang dapat dikonsumsi, dan pengolahan sampah industri kantong semen menjadi kerajinan yang membuat Bank Sampah Mandiri beda dari Bank Sampah lainnya.



Gambar 3.3 Kerajinan dari sampah dan kantong semen
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 3.4 Sabun dan lilin dari olahan minyak jelantah
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 3.5 Rumah Maggot
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 3.6 Rumah Kompos

(Sumber : Dokumen Pribadi)

3.2.3 Visi dan Misi

- a. Membantu Pemerintah kabupaten Cilacap dalam mengatasi mengurai sampah di Kabupaten Cilacap.
- b. Mengaktifkan peran serta masyarakat mulai dari level RT / RW, lembaga-lembaga yang ada di Kabupaten Cilacap terutama sekolah, pasar/perdagangan, perkantoran dan lain-lainya untuk mengurai sampah dan menjadikan sampah tersebut bermanfaat dari aspek lingkungan, sosial dan ekonomi.
- c. Membantu mengatasi permasalahan kesehatan lingkungan yang diakibatkan sampah dengan melibatkan peran masyarakat secara langsung.
- d. Menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat.
- e. Membangun kesadaran di masyarakat tentang pentingnya memilah, mengolah sampah dan menjadikannya sebagai barang yang bernilai ekonomis guna memberikan tambahan penghasilan.

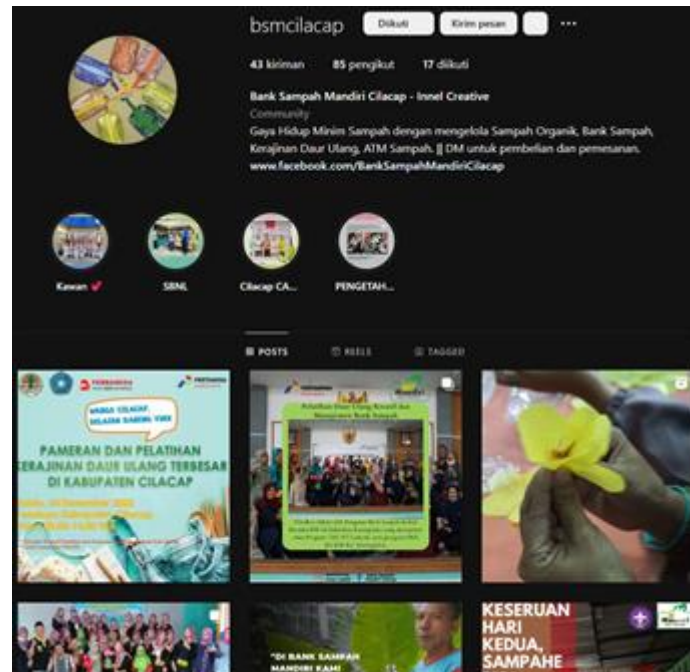
3.2.4 Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan Pak Nur selaku koordinator Bank Sampah Mandiri pada Jum'at, 9 Desember 2022 adalah pengunjung pada Bank Sampah Mandiri tidak menentu, biasanya banyak dari perusahaan dan sekolah-sekolah yang datang untuk mengadakan pelatihan di instansinya. Namun biasanya kami menerima 6-10 pengunjung setiap minggu untuk belajar mengelola sampah di lokasi Bank Sampah Mandiri. Antusias dari anak-anak muda juga meningkat karena *tren* hidup minimalis sedang banyak dijalankan sehingga banyak anak muda yang tertarik belajar di Bank Sampah Mandiri. Dari hasil wawancara, penulis juga menemukan bahwa untuk publikasi dan promosi masih lebih sering mengupload di Instagram pribadi meskipun Bank Sampah Mandiri sendiri sudah memiliki Instagram. Kendala selama promosi adalah para pengurus merasa sudah cukup usia sehingga kesusahan untuk menggunakan media sosial dan berbagai aplikasi editor untuk membuat konten di Instagram. Dari hasil wawancara, pengurus juga menyampaikan pentingnya media promosi dalam mengembangkan Bank Sampah Mandiri supaya semakin banyak orang yang mengenal dan dapat menyebarkan manfaat lebih luas.

3.2.5 Media Promosi

Bank Sampah Mandiri menggunakan *instagram* dan *facebook* sebagai media promosi. Namun saat ini pengurus sudah tidak aktif menggunakan *facebook* dan lebih berfokus pada *Instagram* namun Bank Sampah Mandiri memiliki desain yang kurang menarik karena memiliki layout yang kurang rapih sehingga sering kali peletakan logo tertumpuk dengan elemen lain. Kemudian terdapat postingan dengan tulisan yang terpotong, penggunaan warna yang tidak seragam membuat kurang menarik, konten yang hanya berisikan dokumentasi sehingga tidak ada interaksi dengan audien dan gambar yang kurang jelas. Selain itu banyak postingan dari BSM

yang tidak menampilkan logo sebagai identitas visual untuk meningkatkan *brand awareness*.



Gambar 3.7 Instagram Bank Sampah Mandiri

(Sumber : <https://www.instagram.com/bsmcilacap/?next=%2F&hl=id>)



Gambar 3.8 Facebook Bank Sampah Mandiri

(Sumber : <https://www.facebook.com/BankSampahMandiriCilacap>)

3.2.6 Studi Komparasi

a. Bank Sampah Resik Harjo fatayat Ranting Wringinharjo



Gambar 3.9 Bank Sampah Resik Harjo Fatayat Wringinharjo

(Sumber : <https://pencilacap.com/>)

Bank sampah ini diketuai oleh Siti rohimah yang terletak di Gandrungmangu dan berdiri sejak 28 Februari 2021. Bank Sampah Resik Harjo fatayat Ranting Wringinharjo bertujuan mengedukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan sampah rumah tangga, Bank Sampah Resik Harjo fatayat Ranting Wringinharjo harapannya bisa menjadi terobosan baru pemberdayaan ekonomi perempuan dan bisa menjadi motivasi bagi seluruh ranting di Kecamatan Gandrungmangu agar tercipta lingkungan yang bersih, berdaya guna, dan bermanfaat bagi sesama, namun kekurangan dari Bank Sampah Resik Harjo fatayat Ranting Wringinharjo kurangnya media promosi.

b. Bank Sampah Bersinar



Gambar 3.10 Feeds Instagram Bank Sampah Bersinar

(Sumber : <https://www.instagram.com/banksampahbersinar.id>)

Bank Sampah Bersinar didirikan pada tahun 2014, saat ini bank sampah bersinar telah tersebar di berbagai tempat seperti di kota Bandung, kabupaten Bandung dan kabupaten Bandung Barat, sementara itu pusatnya berada di jalan Bojongsoang, Baleendah, Kabupaten Bandung. Fei Febri sebagai Direktur Bank Sampah Bersinar dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat, mendukung masyarakat, menjalankan perekonomian melalui pengembangan unit bank sampah dan UMKM yang produktif. Bank Sampah Bersinar juga menggunakan Platform Instagram sebagai media promosi.

3.2.7 Analisis SWOT, USP dan Positioning

a. Analisis SWOT

Untuk melakukan sebuah perancangan media promosi penulis melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi data mengenai beberapa faktor yang akan digunakan sebagai dasar dalam perancangan media promosi. Didapatkan data menggunakan metode analisis SWOT sebagai berikut :

Tabel 3.1 Analisis SWOT

Indikator	Bank Sampah Mandiri	Bank Sampah Resik Harjo	Bank Sampah Bersinar
S	<ul style="list-style-type: none"> - Bank Sampah Mandiri memiliki banyak kegiatan dan sudah lama berdiri sehingga dijadikan tempat belajar atau narasumber oleh desa lainnya untuk membangun Bank Sampah. - Menjadi salah satu Bank Sampah Mandiri terbaik di Jawa Tengah 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengurangi banjir di daerah setempat - Meningkatkan kesadaran masyarakat setempat untuk mengelola sampah 	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki konten Instagram yang menarik - Informasi yang lengkap - Program kerja lebih variatif
W	<ul style="list-style-type: none"> - Media promosi yang dilakukan terbatas - Keterbatasan SDM dalam mempromosikan Bank Sampah Ketapang Ketapang di era digital yang serba dengan media sosial - Sign System yang kurang jelas 	<ul style="list-style-type: none"> - Bank sampah yang masih tergolong baru - Kurangnya media promosi 	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan warna dalam konten instagram yang kurang variatif - media sosial yang lengkap dan aktif
O	<ul style="list-style-type: none"> - Memperluas jangkauan pengelolaan sampah dan memperbanyak lagi kegiatan untuk mengurangi permasalahan sampah - Semakin dikenal banyak orang - Masyarakat lebih peduli dengan sampah dan tahu akan nilai sampah 	<ul style="list-style-type: none"> - Pola hidup masyarakat yang peduli dengan lingkungan - Menarik masyarakat untuk membeli barang rongsokan 	<ul style="list-style-type: none"> - Menarik masyarakat untuk peduli dengan sampah/lingkungan - Merubah pola hidup masyarakat agar lebih sehat
T	<ul style="list-style-type: none"> - Rendahnya minat masyarakat untuk berkunjung dan belajar pengelolaan sampah - Masyarakat lebih tertarik mengunjungi lokawisata yang bertema kuliner atau memiliki banyak spot foto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Program kerja bank sampah lainnya memiliki kinerja lebih efektif - Media promosi bank sampah lain yang lebih informatif - Program Kerja bank sampah lain yang lebih menarik 	<ul style="list-style-type: none"> - Media promosi bank sampah lainnya yang memiliki media promosi yang lebih bagus - Media promosi bank sampah lain yang lebih informatif - Media promosi bank sampah lain yang lebih menarik

b. USP

USP merupakan strategi kreatif yang berfokus pada keunggulan dan kelebihan suatu objek yang berbeda atau tidak dimiliki oleh kompetitor. USP dari Bank Sampah Mandiri adalah memiliki berbagai kegiatan yang tidak hanya berfokus pada sampah rumah tangga seperti budidaya maggot, hidroponik, budidaya ikan lele, mengolah air hujan menjadi air yang dapat dikonsumsi, dan pengolahan sampah industri kantong semen menjadi kerajinan.

c. *Positioning*

Positioning Bank Sampah Mandiri yaitu menjadi salah satu pelopor Bank Sampah di kota Cilacap yang bergerak dalam bidang permasalahan sampah. Selain itu BSM juga memberikan edukasi dan melaksanakan berbagai kegiatan mengenai kebersihan lingkungan dengan pengolahan sampah menjadi barang nilai guna dan nilai jual.

3.2.8 Target Audiens

Target Audiens yang ditunjukkan pada perancangan media promosi untuk Bank Sampah Mandiri agar pesan yang akan di sampaikan melalui media promosi dapat di pahami.

a. Demografis

- 1) **Jenis Kelamin** : Laki-laki dan perempuan, Bank Sampah Mandiri bisa didatangi oleh semua *gender*.
- 2) **Usia** : 14 - 45 tahun merupakan usia pengunjung dan aktif dalam media Instagram.
- 3) **Status** : Pelajar, pekerja dan ibu rumah tangga menjadi target audiens yang sekiranya menyukai kebersihan dan aktif menggunakan Instagram.
- 4) **Lokasi** : Pedesaan dan Perkotaan
- 5) **Kelas Ekonomi**: Bawah, menengah, dan menengah atas.

b. Psikografis

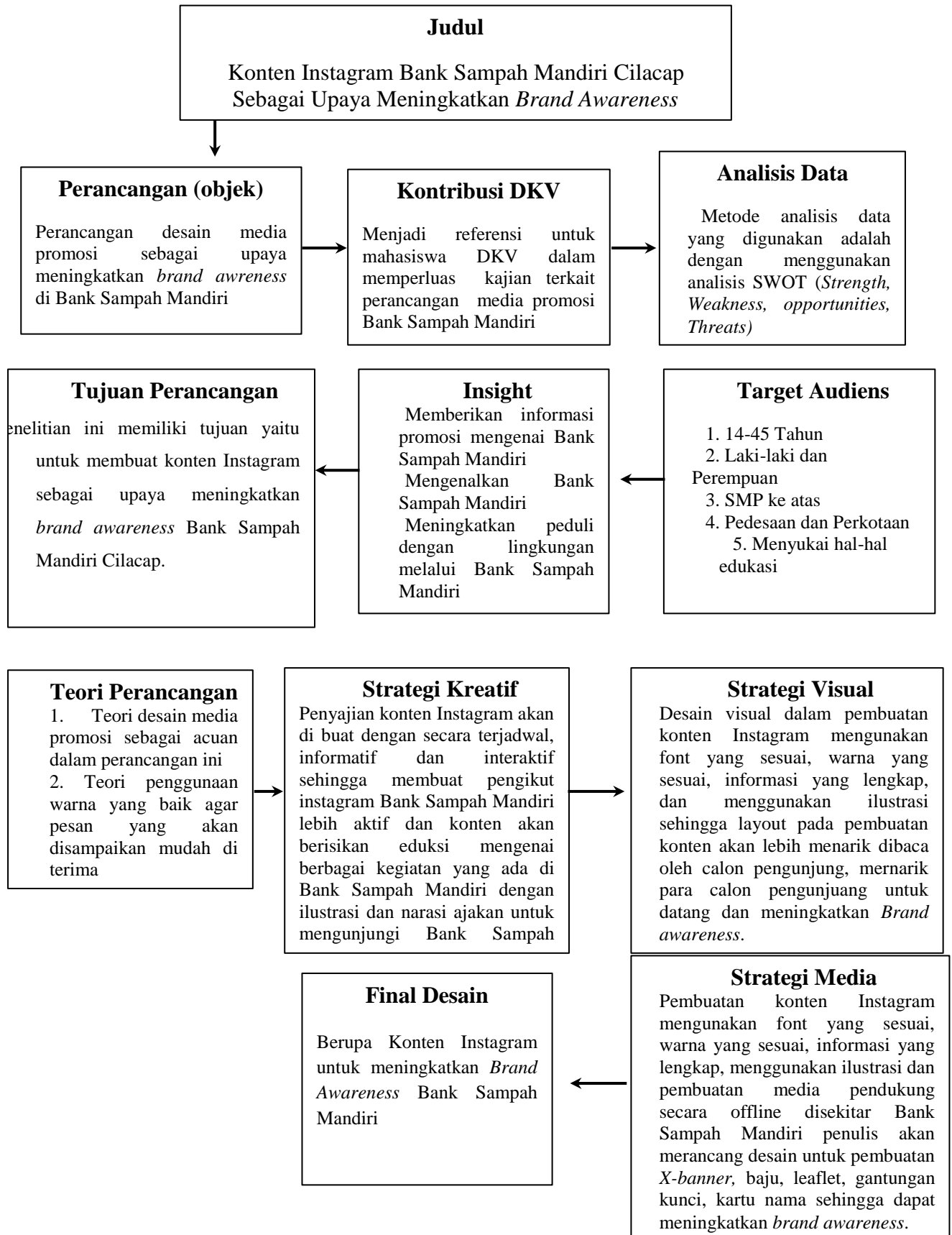
Psikografis adalah karakteristik kepribadian dan sikap yang memengaruhi daya hidup seseorang dan perilaku, berikut psikografis yang tepat dalam perancangan ini :

- 1) Bersih dan Sehat
- 2) Menyukai hal-hal edukasi
- 3) Peduli terhadap lingkungan

c. Geografis

Mencakup Kabupaten Cilacap dan disekitar Bank Sampah Mandiri yang terjangkau internet untuk mengakses Instagram dan media promosi offline di daerah sekitar.

3.3 Kerangka Penelitian



3.4 Jadwal Penelitian

Tabel 3.2 Penyusunan Laporan

Kegiatan	Bulan					
	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb- Des 2023	Jan 2024
Penentuan Judul						
Pengumpulan Data						
Analisis Data						
Penyusunan Laporan						
Seminar Proposal						
Revisi Laporan						
Penyusunan Karya						
Tugas Akhir						
Pameran						