

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Kampanye**

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. (Rogers dan Storey, 1987) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Venus, 2004:7).

Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi (Grossberg, 1998 Snyder, 2002 Klingemann & Rommele, 2002). Hal ini didasarkan kepada dua alasan. Pertama, definisi tersebut secara tegas menyatakan bahwa kampanye merupakan wujud tindakan komunikasi, dan alasan kedua adalah bahwa definisi tersebut dapat mencakup keseluruhan proses dan fenomena praktik kampanye yang terjadi dilapangan

Definisi Rogers dan Storey juga umumnya dirujuk oleh berbagai ahli dari disiplin ilmu yang berbeda seperti ilmu politik dan kesehatan masyarakat. Beberapa definisi lain yang sejalan dengan batasan yang disampaikan Rogers dan Storey diantaranya sebagai berikut:

- Pfau dan Parrot

*“A campaigns is conscious, sustained and incremental process designed to be implemented over a specified period of time for the purpose of influencing a specified audience”* (Kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah diterapkan). (Pfau dan Parrot, 1993)

- Leslie B. Snyder  
*“A communication campaigns is an organized communication activity, directed at a particular audience, for a particular period of time, to achieve a particular goal”* (Kampanye komunikasi adalah tindakan komunikasi yang terorganisasi yang diarahkan pada khalayak tertentu, pada periode waktu tertentu guna mencapai tujuan tertentu). (Gudykunst & Mody, 2002)
- Rajasundarman  
*“A campaigns is acoordinated use of different methods of communication aimed at focusing attention on a particular problem and its solution over a period of time”* (Kampanye dapat diartikan sebagai pemanfaatan berbagai metode komunikasi yang berbeda secara terkoordinasi dalam periode waktu tertentu yang ditujukan untuk mengarahkan khalayak pada masalah tertentu berikut pemecahannya).

Merujuk pada definisi-definisi diatas, maka dapat dilihat bahwa dalam setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya mengandung empat hal, yaitu tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, jumlah khalayak sasaran yang besar, dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir.

### **2.3.1. Perubahan sosial**

Perubahan-perubahan yang terjadi di dalam masyarakat pada umumnya menyangkut hal yang kompleks. Oleh karena itu Alvin L. Bertrand menyatakan bahwa pengertian perubahan sosial pada dasarnya tidak dapat diterangkan oleh dan berpegang teguh pada faktor yang tunggal. Menurut Robin Williams, bahwa pendapat dari faham determinisme monofaktor kini sudah ketinggalan zaman, dan ilmu sosiologi modern tidak akan menggunakan interpretasi-interpretasi sepihak yang mengatakan bahwa perubahan itu hanya disebabkan oleh satu faktor saja.

Jadi jelaslah, bahwa perubahan yang terjadi pada masyarakat tersebut disebabkan oleh banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi. Karenanya

perubahan yang terjadi di dalam masyarakat itu dikatakan berkaitan dengan hal yang kompleks. Tentang bentuk perubahan sosial ini, beberapa sosiolog memberikan beberapa definisi perubahan sosial yang dapat membantu kita untuk lebih mudah memahami apa sebenarnya perubahan sosial tersebut, adalah sebagai berikut :

Pengertian Perubahan Sosial Menurut Ahli

1. **JL.Gillin** dan **JP.Gillin** mengatakan “perubahan-perubahan sosial sebagai suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan material, komposisi penduduk, idiologi maupun karena adanya difusi ataupun penemuan-penemuan baru dalam masyarakat”.
2. **Samuel Koenig** mengatakan bahwa “perubahan sosial menunjukkan pada modifikasimodifikasi yang terjadi dalam pola-pola kehidupan manusia”.f. Definisi lain adalah dari Selo Soemardjan. Rumusnya adalah “segala perubahanperubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat”.

Dapat disimpulkan bahwa pengertian perubahan sosial adalah perubahan perubahan yang terjadi pada masyarakat yang mencakup perubahan dalam aspek-aspek struktur dari suatu masyarakat, ataupun karena terjadinya perubahan dari faktor lingkungan, karena berubahnya komposisi penduduk, keadaan geografis, serta berubahnya sistem hubungan sosial, maupun perubahan pada lembaga kemasyarakatannya.

### 2.3.2. Kampanye Sosial

Kampanye sosial merupakan sebuah proses komunikasi yang dilakukan untuk menyebarluaskan pesan-pesan penting yang sangat diperlukan masyarakat. Diakui, ada banyak inovasi, ide, gagasan, yang bersifat sosial, penting untuk disampaikan kepada publik. Misal, gagasan tentang kebersihan

lingkungan antara lain ditunjukkan dengan kebiasaan membuang sampah secara tepat. Ini merupakan suatu gagasan yang tentu perlu disebarluaskan kepada masyarakat. Disadari, sampah, tidak hanya merusak kesehatan manusia tapi juga menimbulkan masalah ekologis.

Begitu juga peng gagasan untuk tidak menggunakan sarana komunikasi semisal handphone saat mengemudi kendaraan. Di Indonesia, nampaknya ini menjadi kebiasaan yang belum bisa dihilangkan, betapa pun Pemerintah telah mengeluarkan serangkaian perangkat hukum untuk melarang penggunaan handphone yang tidak pada tempatnya itu.

Begitu banyak kecelakaan terjadi menyusul penggunaan handphone selagi mengemudi kendaraan. Ada pula gagasan menyangkut hemat bahan bakar dengan tidak melakukan pemborosan energi, dan sebagainya. Berbagai gagasan ini tentu sangat membutuhkan proses sosialisasi secara efektif dan efisien kepada masyarakat sehingga pada akhirnya masyarakat menjadi paham dan mematuhi dan lambat laun terinternalisasi dalam perilaku.

Secara konseptual, kampanye didefinisikan sebagai kegiatan menyampaikan informasi yang terencana, bertahap dan terkadang memuncak pada suatu saat, yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan opini seseorang. Dari perspektif komunikasi kehumasan, kampanye itu sendiri merupakan kegiatan persuasif guna mempengaruhi pola pikir, sikap dan perilaku orang lain. Karena itu, seperti ditegaskan Carl Hovlan, seorang pakar komunikasi, berhasil tidaknya upaya untuk merubah perilaku masyarakat, salah satunya tergantung pada peran penyampai pesan berikut penggunaan media komunikasi serta perancangan pesannya.

Kembali kepada contoh-contoh yang telah disebutkan diatas. Kebiasaan-kebiasaan itu tidak saja merugikan si pelaku tapi juga merugikan masyarakat lain. Selama ini, karena tidak disosialisasikan, disebarluaskan melalui strategi komunikasi yang tepat, gagasan-gagasan yang sangat penting bagi kehidupan publik itu pun tidak pernah sukses diterima masyarakat.

Sebagai suatu aktivitas yang berdimensi sosial, maka ada beberapa kriteria untuk suatu kegiatan kampanye sosial antara lain: tidak bersifat komersial, tidak bersifat keagamaan, tidak bermuatan politik, diperuntukan

bagi semua lapisan masyarakat, dilakukan oleh organisasi yang telah diakui masyarakat.

Para ahli komunikasi mengakui bahwa setiap aktivitas kampanye sosial sebagai wujud dari proses komunikasi setidaknya mengandung empat hal yaitu: kegiatan kampanye ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, jumlah khalayak yang besar, dipusatkan pada suatu kurun waktu tertentu dan dilakukan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang tertata atau terorganisir dengan baik. Begitu banyak gagasan sosial perlu dikampanyekan untuk kebaikan hidup masyarakat dan itu merupakan pula tugas Humas.

## **2.2. Olahraga**

Istilah olahraga pada dasarnya berasal dari dua kata berbahasa Indonesia yaitu kata olah yang artinya penempaan dan kata tubuh yang artinya anggota badan manusia. Jika diartikan dari asal katanya, maka olahraga dapat diartikan sebagai aktivitas penempaan yang dilakukan pada bagian – bagian yang ada pada tubuh baik fisik maupun psikis atau pun mental.

Menurut (Husdarta, 2010:148) ditinjau dari tujuannya, istilah olahraga dapat digolongkan menjadi:

1. Olahraga Pendidikan Olahraga pendidikan adalah aktivitas olahraga yang bertujuan untuk membantu meningkatkan pencapaian tujuan pendidikan.
2. Olahraga Rekreasi Olahraga rekreasi adalah suatu kegiatan olahraga yang dilakukan pada waktu senggang sehingga pelaku memperoleh kepuasan secara emosional seperti kesenangan, kegembiraan, kebahagiaan, serta memperoleh kepuasan secara fisik- fisiologis seperti terpeliharanya kesehatan dan kebugaran tubuh, sehingga tercapainya kesehatan secara menyeluruh.
3. Olahraga Prestasi Olahraga prestasi adalah kegiatan olahraga yang dilakukan dan dikelola secara profesional dengan tujuan untuk memperoleh prestasi optimal pada cabang-cabang olahraga yang merupakan olahraga prestasi.

4. Olahraga Rehabilitasi/ Kesehatan Olahraga rehabilitasi adalah suatu kegiatan olahraga yang bertujuan untuk pengobatan atau penyembuhan yang biasanya dikelola oleh tim medis dan hanya untuk kelompok tertentu seperti penderita penyakit jantung coroner, penderita asma, penyembuhan setelah cedera, dan lain-lain.

### **2.3. Kesehatan**

Kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa, dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomi. Sedangkan istilah sehat dalam kehidupan sehari-hari sering dipakai untuk menyatakan bahwa sesuatu dapat bekerja secara normal. Namun demikian, pengertian sehat yang sebenarnya menurut UU Pokok Kesehatan No. 9 tahun 1960, Bab I Pasal 2 adalah keadaan yang meliputi kesehatan badan (jasmani), rohani (mental), dan sosial, serta bukan hanya keadaan bebas dari penyakit, cacat, dan kelemahan.

Menurut UUD Republik Indonesia No 36 tahun 2009 menjelaskan bahwa kesehatan merupakan hak asasi manusia dan salah satu unsur kesejahteraan yang harus diwujudkan sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 bahwa setiap kegiatan dalam upaya untuk memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya dilaksanakan berdasarkan prinsip nondiskriminatif, partisipatif, dan berkelanjutan dalam rangka pembentukan sumber daya manusia Indonesia, serta peningkatan ketahanan dan daya saing bagi pembangunan nasional bahwa setiap hal yang menyebabkan terjadinya gangguan kesehatan pada masyarakat Indonesia akan menimbulkan kerugian ekonomi yang besar bagi negara, dan setiap upaya peningkatan derajat kesehatan masyarakat juga berarti investasi bagi pembangunan negara, bahwa setiap upaya pembangunan harus dilandasi dengan wawasan kesehatan dalam arti pembangunan nasional harus memperhatikan kesehatan masyarakat dan merupakan tanggung jawab semua pihak baik Pemerintah maupun masyarakat.

Dalam Undang-Undang ini yang pengertian kesehatan adalah:

- Kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa, dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomis.
- Upaya kesehatan adalah setiap kegiatan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan yang dilakukan oleh pemerintah dan atau masyarakat.
- Tenaga kesehatan adalah setiap orang yang mengabdikan diri dalam bidang kesehatan serta memiliki pengetahuan dan atau keterampilan melalui pendidikan di bidang kesehatan yang untuk jenis tertentu memerlukan kewenangan untuk melakukan upaya kesehatan.
- Sarana kesehatan adalah tempat yang digunakan untuk menyelenggarakan upaya kesehatan.
- Kesehatan adalah sesuatu yang sangat berguna

Menurut WHO (1947) Sehat itu sendiri dapat diartikan bahwa suatu keadaan yang sempurna baik secara fisik, mental dan sosial serta tidak hanya bebas dari penyakit atau kelemahan (WHO, 1947). Definisi WHO tentang sehat mempunyai karakteristik berikut yang dapat meningkatkan konsep sehat yang positif (Edelman dan Mandle. 1994) :

1. Memperhatikan individu sebagai sebuah sistem yang menyeluruh.
2. Memandang sehat dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal.
3. Memperhatikan individu sebagai sebuah sistem yang menyeluruh.
4. Memandang sehat dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal.
5. Penghargaan terhadap pentingnya peran individu dalam hidup.

#### **2.4. Desain Komunikasi Visual**

Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial atau komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada individu atau kelompok lainnya. Pesan dapat berupa informasi produk, jasa atau gagasan yang disampaikan kepada target audience, dalam upaya peningkatan usaha penjualan,

peningkatan citra dan publikasi program pemerintah. Pada prinsipnya DKV adalah perancangan untuk menyampaikan pola pikir dari penyampaian pesan kepada penerima pesan, berupa bentuk visual yg komunikatif, efektif, efisien dan tepat. terpolat dan terpadu serta estetis, melalui media tertentu sehingga dapat mengubah sikap positif sasaran. elemen desain komunikasi visual adalah gambar/foto, huruf, warna dan tata letak dalam berbagai media, baik media cetak, massa, elektronika maupun audio visual.

Akar bidang DKV adalah komunikasi budaya, komunikasi sosial dan komunikasi ekonomi. Tidak seperti seniman yang mementingkan ekspresi perasaan dalam dirinya, seorang desainer komunikasi visual adalah penterjemah dalam komunikasi gagasan. Karena itulah DKV mengajarkan berbagai bahasa visual yang dapat digunakan untuk menterjemahkan pikiran dalam bentuk visual.

#### **2.4.1. Layout**

Layout menurut Gavin Amborse & Paul Harris, (London, 2005) adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Menurut Frank F Jefkin, untuk mendapatkan layout yang baik diperlukan adanya:

1. Kesatuan komposisi yang baik dan enak untuk dilihat
2. Variasi, agar tidak monoton atau membosankan
3. Keseimbangan dalam layout sehingga terlihat sepadan, serasi dan selaras
4. Irama, yang berupa pengulangan bentuk atau unsur-unsur layout dan warna
5. Harmoni adalah keselarasan atau keserasian hubungan antara unsur-unsur yang memberikan kesan nyaman dan keindahan
6. Proporsi, yang merupakan suatu perbandingan
7. Kontras, yang merupakan perpaduan antara warna gelap dan terang.

### 2.4.2. Teori Warna

Menurut Russel, 1992, salah satu unsur yang paling serba guna untuk sebuah desain adalah warna. Warna dapat menarik perhatian dan membantu menciptakan sebuah mood (suasana hati). Bergantung pada daya tarik suatu karya, warna dapat digunakan dengan beberapa alasan berikut:

- a. Warna merupakan sebuah alat untuk mendapat perhatian.
- b. Warna dapat menyoroti unsur-unsur khusus secara realistis dalam warna
- c. Warna memiliki bahasa psikologis yang menyusun mood karya tersebut.

Menurut (Affendi, 1978) intensitas warna dapat dinaikan atau diturunkan dengan cara:

- a. Meletakkan diatas latar yang kontras-intensitas naik.
- b. Meletakkan di atas latar yang analog-intensitas turun.
- c. Mencampur dengan abu-abu ,intensitas turun.

### 2.4.3. Typografi

Di dalam desain grafis, Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, “menyusun” meliputi merancang bentuk huruf cetak hinggamerangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki.

Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Tipografi bisa juga dikatakan sebagai “*visual language*” atau dapat berarti “Bahasa yang dapat dilihat”.

### ***Legibility dan Keterbacaan***

*Legibility* adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu tulisan tanpa harus bersusah payah. Hal ini bisa ditentukan oleh :

- Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan serif, kontras stroke dan sebagainya.
- Frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.
- Penggunaan warna

Keterbacaan adalah tingkat kenyamanan suatu susunan huruf saat dibaca, dipengaruhi oleh:

- Jenis Huruf
- Ukuran
- Pengaturan, termasuk di dalam alur, spasi, kerning, peralatan dan sebagainya.

#### **2.4.4. Fotografi**

Fotografi menurut para ahli adalah memberikan pengertian bahwa media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Media foto atau istilahkan dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting. (Sudarma 2014:2)

Menurut Bull kata dari fotografi berasal dari dua istilah yunani: photo dari phos (cahaya) dan graphy dari graphe (tulisan atau gambar). Maka makna harfiah fotografi adalah menulis atau menggambar dengan cahaya. Dengan ini maka identitas fotografi bisa digabungkan menjadi kombinasi dari sesuatu yang terjadi secara alamiah (cahaya) dengan kegiatan yang diciptakan oleh manusia dengan budaya (menulis dan menggambar/melukis). (Bull 2010:5)

Sudjojo, mengemukakan bahwa pada dasarnya fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mendapatkan hasil yang kita inginkan. Fotografi dapat dikategorikan sebagai teknik dan seni. (Sudjojo 2010:7),

Dalam bukunya *Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar*, (Gani & Kusumalestari 2014:4) mengutip dari Sudjojo bahwa fotografi sebagai teknik adalah mengetahui cara-cara memotret dengan benar, mengetahui cara-cara mengatur pencahayaan, mengetahui cara-cara pengolahan gambar yang benar, dan semua yang berkaitan dengan fotografi sendiri. Sedangkan fotografi sebagai karya seni mengandung nilai estetika yang mencerminkan pikiran dan perasaan dari fotografer yang ingin menyampaikan pesannya melalui gambar/foto. Fotografi tidak bisa didasarkan pada berbagai teori tentang bagaimana memotret saja karena akan menghasilkan gambar yang sangat kaku, membosankan dan tidak memiliki rasa. Fotografi harus disertai dengan seni.

Pada penelitian ini, subjek menggunakan fotografi sebagai media untuk merekam/mendokumentasikan kesehariannya, yaitu berupa peristiwa-peristiwa yang terjadi selama subjek melalui masa depresi.