

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Di masa modern ini, banyak orang yang merasakan adanya kegersangan dan kekeringan hidup, belum lagi tingginya persaingan dalam mencari pekerjaan membuat masyarakat akan lebih mudah mengambil segala cara dalam memenuhi kebutuhan materialistisnya, Krisis tersebut ditandai dengan semakin banyaknya orang yang mengalami kehampaan eksistensial, selanjutnya merebaknya penyakit – penyakit spiritual yang berujung pada stres, frustrasi, era modern ini juga telah menyebabkan munculnya alienasi ( keterasingan ) pada diri sendiri gejala - gejala yang dapat kita saksikan dari modernitas ini seperti meningkatnya angka kriminalitas yang disertai dengan berbagai tindak kekerasan, kejahatan, begal depresi, putus asa, gangguan psikis, kenakalan dan tawuran antar remaja, dan tindakan amoral ( asusila ) lainnya yang mendera masyarakat dan generasi milenial / gen Z pada abad 21.

Dikemukakan oleh para ahli, gejala psikososial di atas disebabkan karena semakin modern suatu masyarakat semakin bertambah intensitas dan eksistensi dari berbagai disorganisasi dan disintegrasi sosial masyarakat. menurut Erich fromm manusia modern akan semakin cemas, gelisah dalam hubungan dengan dirinya disebabkan ketidakmampuan untuk mencukupi keinginan dari sisi spiritual dan menjadikan ia membenci dirinya sendiri

Atas problematika ini, menurut hemat penulis, komunitas atau organisasi pemuda yang mengarahkan pada perilaku yang positif sangat diperlukan untuk meminimalisir dampak negatif dari modernisasi, karena dampak negatif dari era modernisasi ini juga merambah hingga ke skala ruang lingkup masyarakat terkecil (*tingkat RW*), contoh kasus yang terjadi, di salah satu nama daerah di Kota Bandung, tepatnya di Cikadut kecamatan Karang pamulang, Kelurahan Mandalajati, fenomena geng motor marak terjadi, dan tak jarang komunitas geng motor yang berjumlah beberapa golongan ini melakukan bentrokan (*dari golongan A ke golongan B*), selain itu komunitas geng motor ini juga sering melakukan tindakan arogansi juga pungli kepada masyarakat sekitar, hal yang

lebih buruk para pemuda yang haus akan validasi, pemuda yang lelah dengan pekerjaannya, dan pemuda yang mengalami kekecewaan dalam perjalanan hidupnya, marak yang bergabung dengan komunitas geng motor tersebut, dan secara perlahan mengubah statement masyarakat khususnya pemuda kalau menjadi bagian dari geng motor yang melakukan praktek negatif itu menjadi suatu yang keren ,di tengah berkecamuknya era geng motor di daerah tersebut ada sebuah organisasi atau komunitas yang menjadi oposisi dan titik netral dari maraknya organisasi geng motor yang ada, dan komunitas tersebut bernama “Mosque Gang”.

Seperti namanya Mosque Gang dalam prakteknya menggunakan pendekatan keagamaan dalam menggapai pemuda yang berada di ruang lingkup geng motor, fungsi dari Mosque Gang sendiri menjadi rumah bagi mereka yang ingin berubah tetapi sudah dicap buruk atau memiliki statement buruk di masyarakat, bagi mereka Mosque Gang merupakan sebuah cahaya pudar yang membingbing mereka dari jurang kegelapan. Didirikan sekitar tahun 2018 di gempur habis oleh pandemik membuat keanggotaan Mosque Gang saat itu kesulitan menyesuaikan dengan situasi membuat Mosque Gang kehilangan banyak anggotanya, hingga berdampak pada sosial media Mosque Gang yang terhenti di tahun 2020. Meskipun secara organisasi tidak aktif Mosque Gang dalam bermasyarakat masih sering terlibat terutama saat DKM Masjid Al – Hikmah yang menjadi markas Mosque Gang mengadakan acara, seperti acara idul adha, idul Fitri.

Dalam mengajak komunitas geng motor ke pola perilaku yang positif tentu perlu metode yang tepat dalam penyampaiannya,sebelum merambah ke ranah agamis dan spiritual, filsafat stoikisme bisa menjadi jembatan awal dalam mengubah pola perilaku anggota geng motor, dalam pengaplikasian nya akan diambil point dari filsafat stoisisme yang tidak bertentangan dengan ajaran agama islam, dan malah memiliki korelasi terutama dengan tasawuf modern oleh HAMKA, sehingga akan muncul beberapa point inti dari dua paradigma tersebut. yang akan menjadi pondasi dari setiap komunikasi secara verbal,sosial dan visual untuk komunitas hijrah Mosque Gang.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang penulis uraikan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana agar dapat memberikan solusi atas problematika yang menimpa target (*pelaku geng motor*) melalui komunitas Mosque Gang
- b. Bagaimana penulis mengkomunikasikan nilai - nilai tasawuf dan stoisisme sebagai solusi untuk problematika target (*pelaku geng motor*) melalui komunitas Mosque Gang

## 1.3. Lingkup Perancangan

Agar perancangan ini tidak menyimpang dari rumusan masalah di atas, maka perlu ada Batasan masalah yang ditinjau. agar penelitian lebih terarah dan mempermudah penjelasan, Berikut batasan masalah yang didapatkan :

- a. Memusatkan Merancang suatu media yang di dalamnya tersirat nilai - nilai islam ( tasawuf ) dan stoikisme melalui sosial media Instagram komunitas Mosque Gang
- b. Merancang suatu kampanye sosial yang di dalamnya tersirat nilai - nilai islam ( tasawuf ) dan stoikisme serta ciri khas visual dari komunitas Mosque Gang
- c. Memusatkan penelitian pada lingkup komunitas geng motor di daerah Cikadut, Kecamatan Mandalajati, Kelurahan Karang Pamulang.

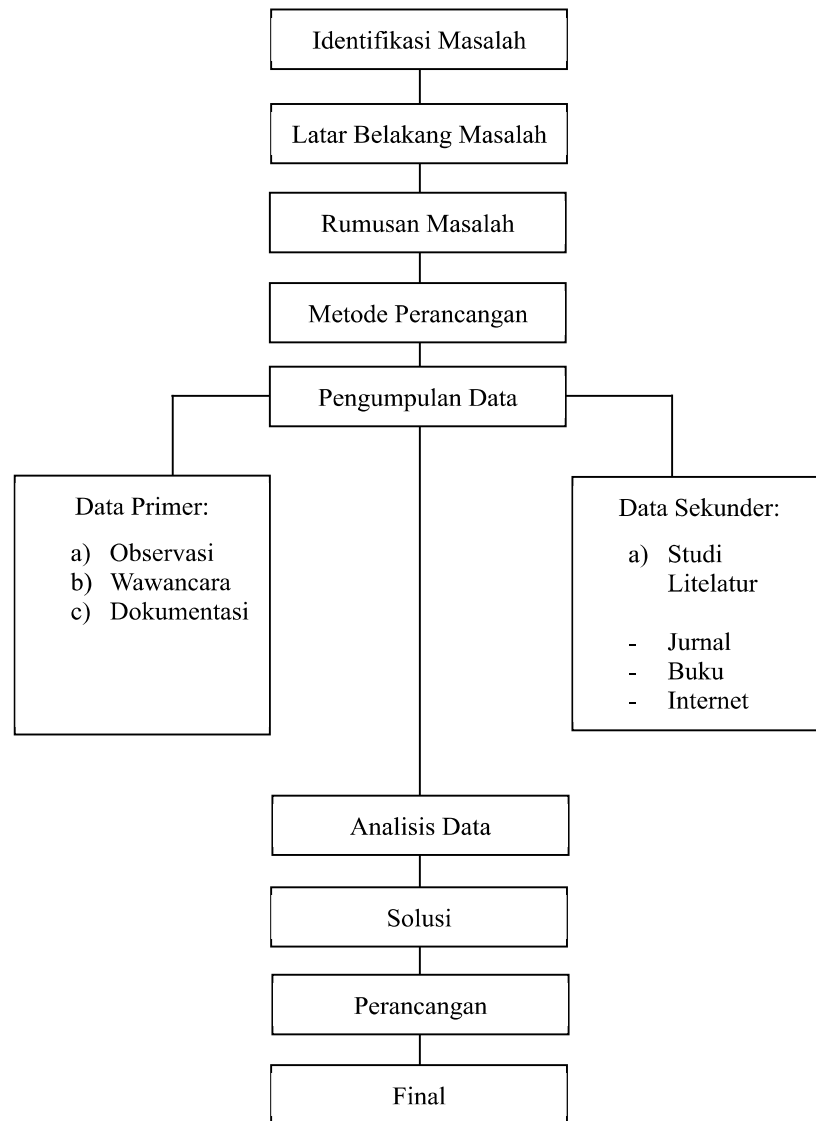
## 1.4. Manfaat Perancangan

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan rumusan masalah yang tercantum diatas, perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Bagi penulis, perancangan ini dapat menambah pengetahuan dalam menganalisis suatu masalah di lingkungan sekitar.
- b. Bagi Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pasundan Bandung, dapat menjadi bahan kajian yang mendalam pada penulisan materi yang serupa di masa yang akan datang
- c. Bagi pembaca, diharapkan perancangan ini dapat mengedukasi juga menjadi ilmu yang bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari.

- d. Secara teoritis riset ini akan menambah kajian tentang konsep bahagia melalui dua paradigma Pertama dari filsafat stoik , kedua tasawuf modern, dengan cara menggunakan metode komunikasi yang akan dirancang.
- e. Secara praktis perancangan ini diharap meningkatkan atensi dari segi like dan viewers akun instagram Mosque Gang dan Meningkatkan followers dari akun Instagram Mosque Gang.

### 1.5. Skema Perancangan



**Gambar 1. 1.** Skema Perancangan

## 1.6 Metode Perancangan

Metode perancangan adalah suatu cara atau tahapan yang dilakukan dalam sebuah proses perancangan, metode ini dibutuhkan untuk memudahkan perancang. Metode perancangan yang digunakan dalam penulisan ini sebagai berikut :

### 1.6.1. *Discovery*

Tahap pertama dilakukan sebuah penggalian data dan pemahaman terkait masalah yang diangkat. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data primer dan sekunder yang memiliki instrumen penelitian wawancara, observasi, kuisisioner, dan juga studi literatur guna mempermudah penulis mendapatkan data – data yang valid.

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data awal yang dikumpulkan oleh penulis melalui upaya pengambilan data di lapangan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi guna menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani. Data dikumpulkan sendiri oleh penulis sendiri langsung dari sumber pertama atau tempat objek analisis dilakukan.

#### - Wawancara

Wawancara dibutuhkan sebagai bahan penelitian lebih mendalam untuk mengetahui sejauh mana insight target terhadap permasalahan penelitian yang sedang dilakukan dengan bertanya langsung ahli dan beberapa pendukung lainnya

#### - Observasi

Observasi dilakukan dengan memperhatikan behavior dan insight masyarakat terhadap permasalahan penelitian.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh penulis guna melengkapi kebutuhan data analisis. Data sekunder ini didapati melalui studi literatur yang bersumber dari jurnal, buku, dan internet.

##### - Studi Literatur

Melakukan studi literatur berupa pencarian referensi dari beberapa jurnal dan buku yang membahas ruang lingkup di bidang tersebut sebagai penunjang data penelitian

#### **1.6.2. Planning**

Setelah memperoleh data dan informasi yang diperlukan, maka disusunlah sebuah tahapan serta konsep melalui pendekatan desain. Pendekatan yang digunakan dalam perancangan ini adalah AISAS. Dalam buku yang ditulis oleh Sugiyama dan Andree (2011), disampaikan metode strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk kampanye, yaitu metode AISAS. Metode AISAS merupakan hasil pengembangan dari metode sebelumnya yang disebut AIDMA. Terdapat lima tahapan dalam metode AISAS ini, yaitu Attention (perhatian), Interest (ketertarikan), Search (pencarian), Action (aksi), dan Share (berbagi). Berikut merupakan penjelasan dari setiap tahapan dalam proses AISAS:

- Attention (Perhatian): Tahap ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens atau target penerima pesan. Komunikasi harus menonjol dan menarik agar audiens tertarik untuk melihat lebih lanjut.
- Interest (Ketertarikan): Setelah berhasil menarik perhatian, langkah selanjutnya adalah mempertahankan ketertarikan audiens. Pesan harus disusun secara menarik dan relevan sehingga audiens tertarik untuk lebih mendalami informasi.
- Search (Pencarian): Pada tahap ini, audiens akan mencari informasi lebih lanjut tentang pesan atau kampanye yang disampaikan. Mereka

mungkin akan mencari informasi di media sosial, internet, atau sumber-sumber lainnya.

- **Action (Aksi):** Setelah mencari informasi, audiens akan diharapkan melakukan tindakan sesuai dengan pesan kampanye. Misalnya, melakukan pembelian produk, mendukung suatu gerakan, atau berpartisipasi dalam acara.
- **Share (Berbagi):** Tahap terakhir adalah ketika audiens merasa terdorong untuk berbagi pesan atau kampanye dengan orang lain. Mereka dapat berbagi melalui media sosial, cerita di lingkungan sekitar, atau melalui komunikasi tatap muka.

Dengan menerapkan metode AISAS ini, kampanye diharapkan dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan kepada target dan mendapatkan respon yang diinginkan.

### **1.6.3. *Creative***

Pada tahap kreatif ini, dilakukan eksplorasi dan pembentukan sebuah konsep serta solusi yang tepat terkait permasalahan yang ingin diselesaikan. Proses ini juga dilakukan untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang relevan dan inovatif. Dilakukan juga peninjauan dengan tujuan untuk melihat apakah ide-ide yang dibuat sudah selaras dengan solusi yang ingin disampaikan.

### **1.6.4. *Application***

Setelah konsep kreatif dihasilkan dan cocok, maka tahap terakhir ialah penerapan atau implementasi. Pada tahap ini, solusi yang dipilih diwujudkan dalam bentuk nyata. Dilakukan pembuatan konten atau media yang sudah direncanakan dengan menggabungkan elemen-elemen desain serta mengikuti prinsip-prinsip desain dan menciptakan sebuah hasil akhir yang sudah final.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan merupakan sebuah metode atau urutan dalam menyelesaikan sebuah riset, penelitian, maupun karya tulis. Di bawah ini merupakan sistematika dalam penulisan yang digunakan oleh penulis sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama memaparkan latar belakang masalah yang menjadi pembahasan penting untuk diteliti, rumusan masalah, lingkup perancangan, manfaat perancangan, skema perancangan, metode perancangan, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab kedua memaparkan landasan-landasan teori dengan pembahasan terkait masalah yang sedang diteliti, serta pencapaian tujuan yang berkaitan dengan perancangan masalah yang sedang diteliti.

#### **BAB III : ANALISIS DATA**

Bab ketiga memaparkan mengenai permasalahan yang sedang diteliti, dimulai dari target *audiens*, analisis masalah, dan solusi pemecahan masalah berdasarkan data hasil dari observasi, wawancara, dan studi literatur.

#### **BAB IV : PERANCANGAN**

Dalam bab ini memaparkan mengenai langkah-langkah perancangan analisis permasalahan penelitian. Mulai dari konsep komunikasi, tujuan komunikasi, strategi komunikasi, strategi pesan, konsep media meliputi tujuan media, strategi media, jadwal media, biaya dan memaparkan mengenai konsep kreatif mulai dari strategi kreatif yang meliputi konsep visual dan konsep verbal, dan juga memaparkan purwarupa/visualisasi.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab terakhir memaparkan kesimpulan dan saran yang didapat penulis terkait permasalahan yang sedang diteliti.