BAB II
KAMPANYE SOSIAL KEBIASAAN ANTRI DI MASYARAKAT BANDUNG

II.1 Pengertian Kampanye

Rogers dan Storey (1987:7), kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Merujuk definisi tersebut, kampanye memiliki berbagai tujuan serta upaya untuk merubah perilaku, kesadaran, dan kepedulian. Agar kampanye berjalan dengan optimal guna terciptanya perubahan sikap maupun pola pikir di masyarakat, untuk itu perlunya riset beberapa aspek yaitu pengetahuan *(knowledge)*, sikap *(attitude)* dan perilaku *(behavior).*

Charles U. Larson (1992:32), kampanye dibedakan menjadi beberapa macam, salah satu diantaranya ialah *ideologically oriented campaign* atau kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus, dan sering sekali berdimensi perubahan sosial, kampanye jenis ini sering disebut *social change campaigns*, yaitu kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah – masalah sosial perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait.

Berdasarkan definisi diatas, pesan kampanye diharapkan dapat memberikan efek menggugah kesadaran maupun perhatian di masyarakat untuk lebih mengetahui dan memahami. Segala tindakan dalam kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsip persuasi, yaitu mengajak masyarakat luas atau publik untuk menerima serta melakukan kegiatan kampanye atas dasar sukarela.

II.2 Jenis-jenis Kampanye

Menurut Charles U. Larson (1992:35) menjelaskan bahwa kampanye memiliki beberapa jenis antara lain:

1. Kampanye Sosial adalah suatu kegiatan kampanye yang mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasyarakatan dan bersifat non komersil. Tujuan dari kampanye sosial adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi.
2. Kampanye Politik yaitu kampanye yang menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat agar masyarakat memperoleh informasi tentang apa dan bagaimana suatu partai, program maupun visinya. Dengan demikian masyarakat dapat memahami maksud dan tujuan dari partai tersebut untuk menentukan dipilih atau tidak.
3. Kampanye Promosi adalah kegiatan kampanye yang dilaksanakan dalam rangka promosi untuk meningkatkan atau mempertahankan penjualan dan sebagainya.
4. Kampanye Bisik yaitu kampanye yang dilakukan melalui gerakan untuk melawan atau mengadakan aksi secara serentak dengan cara mengabarkan kabar angin.

Dalam kampanye terdapat jenis kampanye negatif dan kampanye hitam (*Black Campaign*). Berikut adalah penjelasan mengenai kampanye hitam dan kampanye negatif:

1. Kampanye Hitam atau yang biasa dikenal sebagai *black campaign* adalah suatu model atau perilaku cara berkampanye yang dilakukan dengan menghina, memfitnah, mengadu domba, menghasut atau menyebarkan berita bohong yang dilakukan oleh seorang calon atau sekelompok orang atau partai politik atau pendukung seorang calon terhadap lawan atau calon lainnya.
2. Kampanye Negatif adalah kampanye yang menyerang lawan politik dengan menggunakan fakta atau kebijakan si lawan. Dalam kampanye ini, pihak lawan atau pihak ketiga mengeluarkan data - data dan fakta negatif mengenai salah satu kandidat dalam pemilu. Data dan fakta tersebut setelah diselidiki benar adanya, dan disebarkan dengan tujuan menegatifkan dan menjatuhkan salah satu kandidat tersebut.

II.3 Tujuan Kampanye

Kampanye bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi yang berupa ajakan serta upaya untuk merubah pola pikir masyarakat agar turut serta dalam kegiatan kampanye, dalam kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsif persuasif yakni mengajak masyarakat untuk menerima serta melakukan program kampanye atas dasar sukarela. Menurut (Ruslan, 2008) maka dapat disimpulkan bahwa unsur – unsur yang terkait pada suatu kampanye adalah:

1. Adanya suatu aksi, dalam hal ini yang dimaksud adalah demonstrasi yang dilakukan secara serentak untuk menuntut apa yang mereka inginkan kepada pihak yang bersangkutan.
2. Pesan dalam suatu kampanye. Pesan adalah hal yang sangat erat kaitannya karena apabila pesan yang disampaikan tidak jelas atau tidak sampai pada khalayak sasaran, maka kampanye tersebut gagal.
3. Unsur persaingan dalam suatu perebutan kedudukan maka dilakukan kampanye yang bertujuan agar mereka terpilih oleh massa serta mendapatkan kedudukan yang diinginkan.
4. Promosi merupakan salah satu unsur yang terkandung dalam kampanye karena promosi merupakan bagian dari kampanye, seperti dalam penjualan suatu produk atau produk iklan.

II.4 Kegiatan Antri Di Masyarakat

Kegiatan antri sering dilakukan oleh masyarakat di pelayanan publik maupun di kehidupan sehari-hari. Pada dasarnya kegiatan antri adalah suatu sikap yang harus ditanamkan sejak dini, hal lain dari kegiatan antri sering terjadinya kecurangan dalam antrian yang mengakibatkan pelayanan publik tidak berjalan dengan optimal.



Gambar II.1 Antrian sesuai urutan
Sumber: http://antoncharlianetika.blogspot.com (19 Januari 2015)

Tertib dalam kegiatan antri merupakan sebuah tindakan sederhana yang sangat berpengaruh dalam kehidupan bermasyarakat agar hubungan sosial tetap terjaga dengan baik serta keselamatan bersama akan terwujud. Tertib merupakan masalah bersama yang dimulai dari diri sendiri, kedisiplinan suatu individu menjadi faktor utama agar terciptanya ketertiban di masyarakat. Disisi lain persepsi masyarakat tentang antri adalah suatu kegiatan yang hanya membuang waktu dan juga terbatasnya suatu barang atau jasa yang dibutuhkan sehingga hanya bisa didapat kepada yang kuat serta cepat. Menurut Caldwell dan Spinks (1993) "Nilai yang dihayati dengan baik secara kolektif akan melahirkan budaya bahkan peradaban yang unggul" (72).



Gambar II.2 Antrian tidak optimal
Sumber: http://antoncharlianetika.blogspot.com (19 januari 2015)

Pada gambar II.2 terdapat suatu kegiatan antri yang tidak optimal, hal tersebut terjadi karena tidak terstrukturnya regulasi dalam pelayanan publik mengenai kegiatan antri, serta kurangnya kesadaran diri dari pelaku antri tehadap keselamatan.

II.5 Manfaat Antri

Kegiatan antri sangat bermanfaat baik untuk individu maupun dalam kehidupan bermasyarakat. Störig (seperti dikutip Wattimena, 2013) manfaat tertib dalam antri :

- Dengan antri kegiatan dalam pelayanan publik akan berjalan dengan optimal serta dapat menghemat waktu.
- Dengan antri hubungan sosial akan terjaga dengan baik serta dapat menimbulkan rasa kebersamaan dalam masyarakat.
- Dengan antri akan terciptanya kesabaran dalam diri masyarakat yang memberi pelajaran bahwa segala sesuatu perlu proses.
- Dengan antri akan terciptanya ketertiban di masyarakat maka keselamatan bersama akan terwujud.



Gambar II.3 Hubungan sosial yang baik dalam antrian
Sumber: http://exbb.blogdetik.com (19 Januari 2015)

II.6 Antri dan Bandung

Kegiatan antri sering dilakukan bahkan sudah menjadi rutinitas dikehidupan sehari-hari, kapanpun dan dimanapun. Tentunya kebiasaan disiplin serta tertib harus selalu diterapkan oleh siapapun dalam kegiatan antri.

Sering sekali terdengar kalimat "Budayakan Antri". Namun antri bukanlah sebuah budaya di negara ini. Antri adalah suatu kebiasaan yang harus ditanamkan sejak dini. Lain kata, antri merupakan kebiasaan masyarakat cerdas yang mengutamakan kebersamaan, kesabaran dan keselamatan. suatu hal yang sederhana namun sukar untuk dilaksanakan apabila tempat pelayanan publik tidak memadai, seperti kurangnya regulasi atau aturan dalam kegiatan antri. Namun peran individu di masyarakat yang peduli terhadap ketertiban sangatlah berperan dalam kegiatan antri.

Bandung adalah kota yang terkenal akan keramahan penduduknya, kepedulian terhadap sesama sudah melekat dalam diri masyarakat Bandung. Hal tersebut terbukti dari program Pemerintah kota Bandung yang bertemakan *"Friendly Bandung"* yang memiliki slogan Bahasa Sunda yaitu *"someah"* yang memiliki arti "ramah".

Pada gambar dibawah ini bertujuan untuk memberikan pesan kepada masyarakat pendatang kota Bandung bahwa masyarakat Bandung terkenal akan keramahan penduduknya.



Gambar II.4 *Friendly* Bandung
Sumber: http://arcom2005.com/bandung-memperkenalkan-city-brandingnya-friendly-bandung. (Januari 2015)

Budaya ramah yang terdapat pada masyarakat kota Bandung berdasarkan dari sikap individunya yang saling menghargai terhadap sesama sehingga ketertiban dan kedisiplinan dapat terwujud. Namun masih sering terlihat kegiatan antri yang tidak semestinya bahkan menimbulkan korban jiwa. Salah satu contoh kegiatan antri yang menimbulkan korban jiwa yaitu konser band *"BESIDE"* pada tanggal 9 februari 2008 di gedung AACC (Asia Afrika *Culture Centre*). Kejadian ini terjadi pada saat selesai acara dan pengunjung saling mendahului baris antrian untuk keluar dari gedung sehingga menimbulkan korban jiwa yang diakibatkan terinjak oleh pengunjung lainnya. Dalam hal tersebut, terjadi karena kurang terstrukturnya regulasi terkait antri, serta kurang tertanamnya rasa peduli dalam diri akan kedisplinan dan ketertiban demi keselamatan bersama. Padahal kegiatan antri sangatlah sederhana dan banyak manfaat di balik kegiatan menunggu giliran tersebut, baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Menurut Caldwell dan Spinks (1993) "Nilai yang dihayati dengan baik secara kolektif akan melahirkan budaya bahkan peradaban yang unggul" (72).

II.7 Edukasi dan Tertib Antri

Antri merupakan masalah bersama yang dapat ditertibkan oleh sebuah individu yang peduli dan sadar akan ketertiban demi keselamatan di lingkungan masyarakat. Fasilitas di pelayanan publik sangatlah menjadi faktor pendukung akan terciptanya suatu ketertiban. Perlunya aturan atau regulasi yang terstruktur bahkan menjadi suatu sistem dalam pelayanan publik, sehingga pelaku antri dapat mengikuti aturan yang ada. Seperti gambar berikut adalah suatu pelayanan publik yang tidak terstruktur dengan baik, tidak ada regulasi maupun aturan mengenai antri.



Gambar II.5 Menyalahi Antrian
Sumber: kamuindonesiabangetkalau.wordpress.com (19 Januari 2015)

Melihat fenomena diatas perlunya kampanye sosial tentang ketertiban agar masyarakat berpartisipasi dalam ketertiban terutama dalam kegiatan antri, pada kampanye tersebut perlunya program yang bersifat edukatif terkait antri dan terdapat regulasi yang bersifat persuasif. Agar masyarakat semakin mengetahui, mengerti serta memahami betapa bermanfaatnya ketertiban dalam antri bagi kehidupan sehari-hari.