Jurnal
JAMBURA
ILMU KOMUNIKASI
e-ISSN : 3026-2380 jik.fis.ung.ac.id
Volume 4 Nomor 1 2026
DOI:: https://doi.org/10.37905/jik.v4i1

Perancangan Kampanye Komunikasi Visual "Navigator Waktu" untuk Membangun Budaya Disiplin Waktu pada Mahasiswa

[1]Wira Pratama Rumambie, Abd. Halid Lemba[2], Siti Mayasari Pakaya[3], Muhammad Akram Mursalim[4]
[123]Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia

ABSTRAK

Budaya datang terlambat atau "jam karet" sudah dianggap wajar oleh banyak mahasiswa, khususnya di lingkungan kampus Gorontalo, dengan kebiasaan berangkat mepet waktu, menunda pekerjaan, hingga menggunakan alasan "sebentar lagi" atau "otw" padahal belum siap. Kebiasaan ini berdampak pada kegiatan akademik dan organisasi, seperti kelas yang dimulai terlambat, rapat yang molor, serta diskusi kelompok yang tidak berjalan efektif. Kampanye sosial "Navigator Waktu" dirancang sebagai upaya kreatif dan komunikatif untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa bahwa menghargai waktu bukan sekadar hadir tepat waktu, tetapi juga membentuk karakter, etika, dan tanggung jawab pribadi serta sosial. Perancangan kampanye ini memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui analisis SWOT, menetapkan target audiens berupa mahasiswa aktif Universitas Negeri Gorontalo usia 18–22 tahun, serta menyusun konsep pesan, positioning, strategi kreatif, dan konsep visual bertema kompas sebagai simbol arah dan kendali diri. Pesan kampanye dituangkan dalam slogan "Menang Atas Waktu, Menang Atas Diri Sendiri" dan diaplikasikan ke dalam media poster, flyer, pin, serta jam weker sebagai pengingat sehari-hari bagi mahasiswa.

Kata Kunci: Disiplin Waktu, Kampanye Sosial, Navigator Waktu, Mahasiswa, Desain Komunikasi Visual

ABSTRACT

The habit of arriving late, or "jam karet" (rubber time), is already considered normal among many college students, particularly within the Gorontalo campus environment, marked by habits such as leaving just in time, procrastinating, and using excuses like "sebentar lagi" or "otw" when not actually ready. This habit affects academic and organizational activities, such as classes starting late, prolonged meetings, and ineffective group discussions. The "Navigator Waktu" social campaign was designed as a creative and communicative effort to raise student awareness that valuing time is not merely about being present on time, but also about shaping character, ethics, and personal as well as social responsibility. The campaign design maps strengths, weaknesses, opportunities, and threats through a SWOT analysis, defines the target audience as active students of Universitas Negeri Gorontalo aged 18–22, and develops a message concept, positioning, creative strategy, and a compass-themed visual concept symbolizing direction and self-control. The campaign message is expressed in the slogan "Menang Atas Waktu, Menang Atas Diri Sendiri" and applied to posters, flyers, pins, and alarm clocks as daily reminders for students.

Keywords: *Time Discipline, Social Campaign, Navigator Waktu, College Students, Visual Communication Design*

Pendahuluan

Disiplin waktu merupakan salah satu indikator penting dalam pembentukan karakter, profesionalisme, serta budaya akademik di lingkungan perguruan tinggi. Kemampuan individu dalam mengelola waktu tidak hanya berpengaruh terhadap pencapaian akademik, tetapi juga berkaitan dengan produktivitas, tanggung jawab, serta kualitas interaksi sosial dalam kehidupan kampus. Mahasiswa sebagai kelompok intelektual diharapkan mampu menunjukkan perilaku disiplin melalui kebiasaan hadir tepat waktu, menyelesaikan tugas sesuai jadwal, serta menghargai waktu orang lain sebagai bagian dari etika akademik. Namun demikian, fenomena keterlambatan masih menjadi persoalan yang banyak dijumpai pada berbagai aktivitas perkuliahan maupun organisasi kemahasiswaan. Kebiasaan tersebut sering kali dianggap sebagai sesuatu yang lumrah sehingga membentuk budaya "jam karet" yang berlangsung secara terus-menerus.

Fenomena budaya datang terlambat tidak hanya disebabkan oleh rendahnya kemampuan manajemen waktu, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial, kebiasaan kolektif, serta lemahnya kesadaran individu terhadap pentingnya menghargai waktu. Menurut DeVito (2013), perilaku komunikasi seseorang tidak hanya ditunjukkan melalui pesan verbal, tetapi juga melalui komunikasi nonverbal, salah satunya ketepatan waktu yang merepresentasikan komitmen, penghargaan, dan profesionalisme. Dalam konteks pendidikan tinggi, perilaku datang tepat waktu menjadi bentuk komunikasi nonverbal yang mencerminkan kesiapan individu dalam mengikuti proses pembelajaran.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa rendahnya disiplin waktu mahasiswa berpengaruh terhadap efektivitas pembelajaran dan pencapaian akademik. Britton dan Tesser (1991) menjelaskan bahwa kemampuan mengelola waktu memiliki hubungan positif terhadap prestasi akademik mahasiswa karena membantu individu dalam menetapkan prioritas serta mengurangi perilaku menunda pekerjaan. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Macan (1994) yang menyatakan bahwa manajemen waktu mampu meningkatkan persepsi kontrol terhadap pekerjaan sehingga individu menjadi lebih produktif dan bertanggung jawab.

Di sisi lain, berbagai upaya peningkatan disiplin waktu selama ini lebih banyak dilakukan melalui pendekatan edukatif, penyusunan tata tertib, maupun pemberian sanksi administratif. Pendekatan tersebut relatif menekankan aspek regulasi, namun belum banyak memanfaatkan strategi komunikasi visual sebagai media persuasi untuk membangun perubahan perilaku. Padahal, Frascara (2004) menjelaskan bahwa desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi menghasilkan karya yang estetis, tetapi juga menjadi instrumen komunikasi yang mampu memengaruhi pengetahuan, sikap, hingga perilaku audiens. Dengan demikian, perancangan media komunikasi visual memiliki potensi untuk membangun kesadaran disiplin waktu melalui pendekatan yang lebih persuasif, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik mahasiswa.

Penelitian mengenai kampanye sosial berbasis desain komunikasi visual telah banyak dilakukan pada isu kesehatan, lingkungan, maupun keselamatan berkendara. Namun demikian, kajian mengenai perancangan kampanye komunikasi visual yang secara khusus mengangkat budaya disiplin waktu mahasiswa masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada analisis perilaku disiplin atau manajemen waktu dari perspektif psikologi dan pendidikan, sedangkan penelitian yang mengintegrasikan pendekatan desain komunikasi visual dengan strategi kampanye sosial untuk membentuk perilaku disiplin waktu belum banyak ditemukan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya research gap, yaitu masih minimnya model perancangan kampanye komunikasi visual yang secara sistematis mengembangkan konsep pesan, strategi kreatif, identitas visual, serta implementasi media sebagai upaya membangun budaya disiplin waktu di lingkungan perguruan tinggi.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini merancang kampanye komunikasi visual "Navigator Waktu" sebagai media edukasi dan persuasi yang bertujuan meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya disiplin waktu. Perancangan dilakukan menggunakan pendekatan Design Thinking sehingga proses pengembangan media tidak hanya berorientasi pada aspek estetika visual, tetapi juga diawali dengan identifikasi kebutuhan pengguna (user-centered design), analisis perilaku audiens, penyusunan big idea, pengembangan konsep visual, hingga evaluasi desain. Simbol kompas dipilih sebagai identitas utama kampanye karena merepresentasikan arah, pengendalian diri, dan kemampuan mengambil keputusan dalam mengelola waktu.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan model kampanye komunikasi visual yang mengintegrasikan pendekatan Design Thinking, audience insight, serta strategi komunikasi visual berbasis simbol navigasi sebagai media perubahan perilaku mahasiswa. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menekankan aspek edukasi atau analisis perilaku disiplin, penelitian ini menawarkan proses perancangan yang sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan pengguna, pengembangan konsep kreatif, implementasi berbagai media komunikasi, hingga evaluasi efektivitas desain. Model tersebut diharapkan dapat menjadi alternatif strategi komunikasi visual dalam membangun budaya disiplin waktu di lingkungan perguruan tinggi.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan media kampanye sosial Navigator Waktu adalah metode kualitatif deskriptif, yang mencakup studi pustaka, observasi terhadap kebiasaan mahasiswa di lingkungan kampus, serta pemetaan masalah melalui pendekatan strategi komunikasi dan strategi kreatif. Analisis kondisi internal dan eksternal kampanye dilakukan dengan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk merumuskan arah pesan dan konsep visual yang paling relevan dengan target audiens.

Analisis

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas kampanye. Menurut Rangkuti (2015), analisis SWOT membantu merumuskan strategi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang, sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi.

Hasil pemetaan SWOT kampanye Navigator Waktu adalah sebagai berikut.

- Strengths (Kekuatan): visual modern, pesan relevan, merchandise fungsional, tagline yang kuat.
- Weaknesses (Kelemahan): perubahan perilaku sulit dicapai secara instan, jangkauan kampanye masih terbatas, memerlukan dukungan digital yang lebih luas.
- Opportunities (Peluang): potensi menjadi konten viral, peluang kolaborasi dengan pihak kampus, tren self-improvement di kalangan mahasiswa.
- Threats (Ancaman): budaya ngaret yang sudah mengakar, minimnya dukungan institusi, serta kemunculan kampanye sejenis dari pihak lain.

Target Audiens

Target audiens adalah sekelompok orang yang menjadi sasaran utama dalam sebuah kampanye komunikasi. Menurut Shimp (2010), target audiens adalah kelompok individu tertentu yang diidentifikasi sebagai penerima pesan yang paling efektif, mencakup aspek demografis, psikografis, dan geografis.

Demografis

Target utama kampanye Navigator Waktu adalah mahasiswa aktif Universitas Negeri Gorontalo dengan rentang usia 18 sampai 22 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, yang merupakan pelaku utama kegiatan akademik sekaligus organisasi kampus.

Psikografis

Kelompok mahasiswa ini berada pada tahap membangun karakter, tanggung jawab, dan jiwa profesionalitas, namun masih sering menghadapi masalah keterlambatan baik dalam kelas perkuliahan, rapat organisasi, maupun kegiatan sosial lainnya.

Geografis

Secara geografis, kampanye ini menyasar mahasiswa yang beraktivitas di lingkungan kampus Universitas Negeri Gorontalo, tempat budaya jam karet paling sering terjadi dan berdampak langsung pada ritme kegiatan akademik. Dengan menjadikan mahasiswa sebagai fokus utama, kampanye Navigator Waktu diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran bahwa datang tepat waktu bukan hanya soal hadir secara fisik, namun juga bentuk komunikasi nonverbal untuk menunjukkan rasa hormat, kedewasaan, dan karakter diri sendiri.

Hasil Penelitian: Konsep Pesan

Konsep pesan ditujukan untuk menetapkan sebuah pesan yang ingin disampaikan dan menjadi acuan dalam proses perancangan media komunikasi kampanye Navigator Waktu.

a) Keyword

Keyword (kata kunci) adalah inti makna yang mewakili arah kampanye, meliputi: waktu, disiplin, tepat waktu, mengatur diri, manajemen waktu, anti ngaret, komitmen, kesadaran, tanggung jawab, dan produktif.

b) Key Visual

- Kompas — simbol arah, kendali diri, dan navigasi waktu.
- Lingkaran/jam — tanda perputaran waktu dan pentingnya memanfaatkan setiap detik.
- Warna biru muda — memberi kesan tenang, disiplin, profesional, dan modern.
- Warna peach/oranye lembut — memberi kesan hangat, ramah, dan mengajak secara positif.

c) Sistem Komunikasi

Sistem komunikasi kampanye Navigator Waktu disampaikan melalui gabungan visual, verbal, dan nonverbal agar pesan lebih mudah dipahami mahasiswa. Secara visual, pesan hadir lewat poster, logo, dan merchandise dengan desain modern dan warna yang konsisten. Secara verbal, pesan disampaikan dengan bahasa sederhana dan memotivasi, didukung tagline "Menang Atas Waktu, Menang Atas Diri Sendiri". Secara nonverbal, ajakan disiplin diwujudkan melalui contoh hadir tepat waktu serta penggunaan simbol jam atau kompas sebagai pengingat.

d) Materi Pesan

Materi pesan berfokus pada ajakan untuk sadar bahwa disiplin waktu bukan hanya soal datang tepat waktu, tetapi juga bentuk menghargai diri sendiri, orang lain, dan komitmen bersama. Ajakan persuasif seperti "Ayo mulai 5 menit lebih cepat", "Kalahkan rasa malas", dan "Jangan ditunda" digunakan untuk mendorong perubahan perilaku secara langsung.

e) Positioning

Navigator Waktu diposisikan sebagai gerakan mahasiswa modern yang mendorong kesadaran disiplin waktu melalui pendekatan visual digital, pesan yang positif, dan gaya komunikasi yang dekat

dengan kehidupan mahasiswa. Kampanye ini menempatkan dirinya sebagai ajakan anti-ngaret yang tidak menggurui, tetapi menginspirasi mahasiswa untuk menghargai waktu sebagai bentuk tanggung jawab dan kedewasaan.

Strategi Kreatif

a) Tema dan Slogan

Tema kampanye adalah disiplin waktu sebagai gaya hidup mahasiswa modern, yang menekankan pentingnya mengelola waktu dengan baik untuk menunjukkan kedewasaan, profesionalitas, dan tanggung jawab dalam kehidupan kampus. Slogan yang digunakan adalah "Menang Atas Waktu, Menang Atas Diri Sendiri", yang mencerminkan bahwa penguasaan waktu dimulai dari kemampuan mengendalikan diri serta komitmen untuk meninggalkan kebiasaan ngaret.

b) Identitas Kampanye

Identitas kampanye Navigator Waktu dibangun melalui visual modern yang terinspirasi dari dunia digital, dengan elemen kompas, jam, notifikasi smartphone, dan ikon media sosial sebagai simbol pengingat pentingnya waktu.

c) Isi Pesan

Isi pesan kampanye menekankan bahwa disiplin waktu bukan hanya soal hadir tepat waktu, tetapi juga bentuk menghargai diri sendiri, orang lain, dan komitmen bersama. Pesan turunan menegaskan bahwa waktu adalah aset berharga, kebiasaan ngaret merugikan, dan mengatur waktu berarti mengatur masa depan.

d) Bentuk Pesan

Bentuk pesan disampaikan melalui kombinasi visual dan verbal, sesuai prinsip desain komunikasi visual yang memadukan unsur rupa dan bahasa untuk menyampaikan pesan secara efektif (Kusrianto, 2007). Visual diwujudkan dalam poster, logo, dan merchandise (pin, topi, jam weker), sementara verbal disampaikan melalui tagline, ajakan singkat, dan pesan motivatif yang mudah diingat

Konsep Visual

Tipografi

Font utama menggunakan sans serif tebal (Montserrat Extra Bold, Poppins Bold, Nunito ExtraBold) yang modern dan mudah menarik perhatian, digunakan pada judul maupun tagline agar pesan penting terlihat lebih menonjol. Font pendukung menggunakan varian bobot yang lebih ringan dari keluarga huruf yang sama untuk paragraf dan deskripsi, sehingga tampilan tetap rapi dan informasi tersampaikan dengan jelas (Rustan,2011).

Warna

Warna dipilih untuk mendukung pesan tentang kesadaran, pengendalian diri, dan kedisiplinan waktu. Palet warna utama kampanye Navigator Waktu adalah sebagai berikut.

	#F6F7EC — krem lembut (latar netral)
	#99C5FF — biru muda (tenang, disiplin, profesional)
	#FFD69A — peach/oranye lembut (hangat,

	ramah, mengajak)

Kombinasi warna ini dipilih agar kampanye terasa tenang, bersih, dan tidak menggurui, sehingga pesan diterima sebagai ajakan positif, bukan paksaan (Nugroho, 2015).

Aplikasi Media

Konsep visual kampanye Navigator Waktu diterapkan pada beberapa media aplikasi, yaitu poster, flyer, pin, dan jam weker, yang berfungsi sebagai pengingat visual sekaligus alat penyebaran pesan kampanye kepada mahasiswa.



Gambar 1. Poster Kampanye Navigator Waktu. Sumber: Karya Pribadi



Gambar 2. Flyer Kampanye Navigator Waktu. Sumber: Karya Pribadi



Gambar 3. Jam Weker sebagai Media Pengingat Kampanye. Sumber: Karya Pribadi

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi kampanye Navigator Waktu dirancang melalui dua jalur, yaitu media offline dan media online, agar pesan dapat menjangkau mahasiswa secara luas dan berkelanjutan. Media offline meliputi poster dan flyer yang ditempatkan di titik-titik strategis kampus, serta merchandise seperti pin dan jam weker yang berfungsi sebagai pengingat sehari-hari. Media online dimanfaatkan untuk membangun awareness melalui unggahan visual yang konsisten di media sosial, sehingga pesan kedisiplinan waktu dapat terus diingat dan mendorong perubahan pola pikir mahasiswa secara bertahap menuju kebiasaan yang lebih disiplin.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan, media kampanye sosial Navigator Waktu dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai bahaya dan dampak negatif dari kebiasaan datang terlambat. Melalui penggunaan simbol kompas sebagai representasi kendali diri, konsep visual yang modern dan relatable, serta slogan “Menang Atas Waktu, Menang Atas Diri Sendiri”, kampanye ini mengajak mahasiswa untuk memahami bahwa disiplin waktu bukan sekadar hadir tepat waktu, melainkan bentuk penghargaan terhadap diri sendiri, orang lain, dan komitmen bersama. Dengan demikian, kampanye ini diharapkan mampu mendorong terbentuknya kebiasaan positif dalam manajemen waktu sebagai bagian dari karakter dan profesionalitas mahasiswa.

Daftar Pustaka

DeVito, J. A. (2013). The Interpersonal Communication Book (13th ed.). Boston: Pearson.

Kusrianto, A. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset.

Macan, T. H. (1994). "Time Management: Test of a Process Model." *Journal of Applied Psychology*, 79(3), 381–391.

Nugroho, E. (2015). Pengenalan Teori Warna. Yogyakarta: Andi Offset.

Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, S. (2011). Huruf Font Tipografi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Shimp, T. A. (2010). Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion (8th ed.). Ohio: South-Western Cengage Learning.