

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fenomena sulitnya komunikasi dalam keluarga urban menjadi salah satu persoalan penting yang dihadapi masyarakat saat ini. Menciptakan komunikasi yang efektif dalam hubungan keluarga tidaklah mudah. Terdapat beberapa tantangan yang mempengaruhi efektivitas komunikasi dalam hubungan keluarga. Misalnya, adanya kesulitan untuk saling terbuka, perbedaan pemahaman antar generasi, dan saling memahami antar anggota keluarga. Selain itu, dalam konteks keluarga urban, terdapat juga kecenderungan perubahan pola komunikasi yang berubah dari interaksi tatap muka menjadi interaksi online (Rakhmaniar, 2024). Kemajuan teknologi juga turut menjadi tantangan komunikasi dalam keluarga urban karena kini adanya komunikasi digital justru berdampak pada intensitas interaksi langsung yang semakin rendah. Adanya karakteristik lingkungan urban yang memiliki mobilitas kerja tinggi juga mempengaruhi situasi anggota keluarga dengan kesibukan masing-masing anggota keluarga yang juga berdampak pada terganggunya interaksi dalam keluarga. Dalam beberapa situasi tantangan juga dapat berupa keterbatasan pemahaman yang dimiliki anggota keluarga mengenai apa itu dan bagaimana cara untuk melakukan komunikasi secara efektif. Seluruh tantangan ini berpotensi memunculkan kesalahpahaman dan konflik dalam hubungan keluarga yang pada akhirnya berdampak pada tidak efektifnya komunikasi yang terjalin dalam hubungan keluarga tersebut.

Ketika dalam hubungan keluarga tidak terjalin komunikasi yang efektif, maka rentan mengalami dampak negatif, seperti anggota yang tidak mampu mengekspresikan pendapat dan dirinya, perasaan merasa diabaikan, dan bahkan bagi anak-anak dapat menyebabkan mereka tidak mengetahui apa yang baik dan salah, sehingga mungkin terjerumus dalam perilaku yang tidak baik (Aminah et al., 2024). Pramono (2020) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa komunikasi dan interaksi yang tidak efektif atau buruk dalam keluarga juga dapat menyebabkan ketidakharmonisan keluarga.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas komunikasi dalam keluarga agar lebih efektif adalah melalui pemanfaatan media-media yang dapat dijadikan sebagai media untuk komunikasi. Wattimena dan Latuihamallo (2024) menjelaskan bahwa salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi dengan keluarga adalah melalui makan malam bersama seluruh anggota keluarga di meja makan. Momentum waktu makan dianggap sebagai waktu ideal untuk berkomunikasi dan meningkatkan keterbukaan antar anggota keluarga (Witono, 2022).

Sejalan dengan penjelasan tersebut, beberapa penelitian terdahulu juga telah menemukan hubungan antara makan dengan komunikasi dalam keluarga. Sumarna dan Nurdiarti (2020) menemukan bahwa makanan adalah sebuah media untuk mempererat hubungan dalam keluarga karena dengan makan bersama tercipta juga kehangatan dan kebersamaan keluarga. Temuannya menunjukkan bahwa makan bersama dalam hubungan pertemanan seringkali menjadi solusi apabila salah satu dari teman terlihat memiliki masalah karena di waktu makan bersama itulah mereka saling bercerita. Sementara itu, dalam hubungan romantis, kegiatan makan bersama dimaknai sebagai bentuk kasih sayang dimana pasangan rela meluangkan waktu dan ada untuk pasangannya. Terakhir, dalam hubungan keluarga makanan dimaknai sebagai media untuk meningkatkan keintiman hubungan dan membahagiakan pasangan melalui makanan yang dibeli maupun dimasak.

Makan bersama keluarga juga memiliki banyak manfaat bagi anggota keluarga. Seorang Psikolog pakar Psikologi Klinis Anak, Naomi Soetikno, M. Pd (2016) menjelaskan bahwa makan bersama keluarga dapat mempengaruhi kesejahteraan psikologis dan kesejahteraan fisik melalui saling berbagi cerita mengenai aktivitas sehari-hari. Kebiasaan ini dapat membantu anak mengembangkan perbendaharaan kata, sekaligus memberikan dampak emosional melalui penggunaan kata-kata atau pembahasan hal-hal positif saat berbincang di meja makan. Sejalan dengan itu, Soedarjo (2022) menjelaskan bahwa makan bersama keluarga yang dilakukan secara rutin juga dapat mengembangkan hubungan antar anggota keluarga yang lebih intim, sehingga menumbuhkan sense of belonging antar anggota keluarga. Melalui komunikasi yang dijalin dalam aktivitas makan bersama, anak juga dapat mempelajari nilai-nilai dan keyakinan

dalam keluarga, sehingga berdampak pada ikatan emosional seumur hidup. Selain itu, dalam wawancara yang dilakukan oleh Fox (2023) ditemukan juga bahwa beberapa orang memiliki kenangan terhadap makanan yang dimakan pada momen penting dalam hidup mereka, seperti momen makan bersama keluarga, merayakan sesuatu, atau masakan khas yang dibuat oleh Ibu.

Warung Bumi Sadayana adalah sebuah rumah makan yang menyajikan makanan khas Sunda dan memberikan pengalaman makan bersama keluarga. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak Warung Bumi Sadayana, diketahui bahwa rumah makan ini mengusung tema rumah makan keluarga. Hal ini terlihat dari menu makanan yang ditawarkan adalah menu makanan rumahan khas Sunda, seperti ayam dan ikan goreng, pepes, sayur asam, tumisan, pesmol, lalapan, sambal, dan lain-lain. Selain itu, tata letak dan suasana rumah makan yang teduh, menyediakan meja panjang, dan saung-saung tradisional juga dibuat dalam rangka memberikan pengalaman makan yang cocok bersama keluarga.



Gambar 1. 1 Makan Bersama Di Warung Bumi Sadayana

Sumber: Dokumentasi Pribadi Warung Bumi Sadayana

Dalam wawancara dengan pihak Warung Bumi Sadayana, diketahui bahwa Warung Bumi Sadayana menyadari banyaknya orang yang melihat rumah makan sebagai tempat untuk makan saja. Padahal, menurut pihak Warung Bumi Sadayana, aktivitas makan bersama di rumah makan juga dapat memfasilitasi anggota

keluarga untuk membangun interaksi. Pihak Warung Bumi Sadayana beberapa kali melihat pengunjung yang datang bersama anggota keluarga hanya sekedar makan dan pulang. Hal ini sangat disesalkan karena Warung Bumi Sadayana meyakini bahwa setiap sajian yang dimakan bukan hanya sekedar makanan, melainkan dapat dilihat sebagai sarana untuk membangun kenangan dengan keluarga, sehingga dapat membangun dan mempererat keharmonisan keluarga. Melalui makan bersama keluarga, dapat menciptakan momen hangat, seperti anggota keluarga dapat saling bercerita, melempar canda, dan bermain dengan anak sembari menunggu makanan disajikan, Tak hanya momen semacam itu, Semua momen tersebut dapat menjadi kenangan untuk anggota keluarga, terutama apabila makanan yang disajikan bercita rasa enak dan menjadi makanan favorit untuk anggota keluarga.

Dalam rangka menjembatani kebutuhan Warung Bumi Sadayana, dibentuk sebuah kampanye bernama #SajianJadiKenangan. Nama kampanye ini dipilih sesuai dengan pandangan mitra yang menganggap aktivitas makan bersama, termasuk makanan yang disajikan dapat menjadi sarana untuk menciptakan momen bersama keluarga dan menjadi kenangan tersendiri untuk anggota keluarga. Kampanye #SajianJadiKenangan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan publik mengenai pentingnya melakukan aktivitas makan bersama dengan keluarga.

Kampanye sendiri merupakan rangkaian tindakan komunikasi yang direncanakan dan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu secara berkelanjutan dengan tujuan untuk memunculkan efek tertentu pada khalayak (Kusuma, Nugrahani, dan Pradana, 2024). Berkaitan dengan hal tersebut, Azzira, Sutjipto, dan Sary (2025) menjelaskan bahwa salah satu cara berkomunikasi untuk menyampaikan pesan kepada Masyarakat atau khalayak adalah dengan menggunakan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi yang bukan hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga bagaimana melalui informasi tersebut tercipta perubahan perilaku yang berkelanjutan bagi penerimanya (Azzira, Sutjipto, dan Sary, 2025). Dalam konteks ini, komunikasi persuasif dalam kampanye #SajianJadiKenangan berperan untuk memberikan informasi mengenai manfaat makan bersama untuk mengoptimalkan komunikasi keluarga dan keharmonisan keluarga.

Sebagai bagian dari upaya untuk membangun pemahaman, kampanye #SajianJadiKenangan juga turut melibatkan para ahli di bidangnya untuk mengajak pengunjung memahami manfaat dari kegiatan makan bersama keluarga. Kampanye ini mencakup berbagai kegiatan edukatif, baik melalui media cetak, seperti brosur dan infografis, media digital, seperti PSA, dan secara tatap muka melalui pelaksanaan event. Secara spesifik, special event dengan judul “Satu Meja, Sejuta Cerita” merupakan strategi utama yang digunakan untuk meningkatkan pemahaman pengunjung mengenai dampak makan bersama untuk mengoptimalkan komunikasi dan menjaga keharmonisan keluarga. Dalam special event, tidak hanya memberikan materi edukasi kepada pengunjung, tetapi juga memberikan pengalaman langsung berinteraksi bersama keluarga untuk merasakan nilai-nilai kebersamaan dalam keluarga, sekaligus menjadikannya sebagai momen untuk dikenang pengunjung yang datang bersama keluarganya.

- Wilcox, Cameron, dan Reber (2015) menjelaskan bahwa salah satu saluran yang dapat digunakan untuk menjadi media menyampaikan informasi kepada audiens adalah melalui pelaksanaan special events atau acara khusus. Event dapat diartikan sebagai kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting, baik secara individu maupun kelompok dengan tujuan tertentu dan dilakukan pada waktu tertentu (Fatimah, 2020). Sementara itu, secara spesifik, salah satu bentuk event adalah special event yang umumnya diselenggarakan khusus untuk acara atau audiens tertentu dengan memberikan pengalaman yang tidak biasa, lengkap, dan sangat emosional kepada audiens (Setiawan, 2022). Tujuannya adalah agar meningkatkan kemungkinan audiens untuk kembali mengunjungi atau membeli suatu produk.

Sejalan dengan itu, dalam pelaksanaan kampanye, special event secara tatap muka menjadi kegiatan yang sangat penting karena memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara penyelenggara dan sasaran kampanye. Pada special event “Satu Meja, Sejuta Cerita” #SajianJadiKenangan, terdapat beberapa kegiatan utama, yaitu proses potong pita, sharing session, mini games, family vision board, makan bersama keluarga untuk menikmati sajian di Warung Bumi Sadayana, dan pengambilan hadiah, termasuk juga mengikuti challenge yang sifatnya sukarela. Aktivitas permainan diselenggarakan untuk memberikan kesempatan bagi

pengunjung Warung Bumi Sadayana untuk bekerja sama dengan anggota keluarganya dan berpartisipasi dalam kegiatan kampanye secara langsung. Adanya kegiatan sharing session juga membuka kesempatan bagi pengunjung untuk mendapatkan edukasi dan berbagi pengalaman ketika makan bersama keluarga, termasuk memberikan ruang untuk bertanya mengenai cara memulai rutinitas makan bersama keluarga dan bagaimana untuk mempertahankan kebiasaan tersebut.

Kampanye ini membawa pesan terkait komunikasi keluarga karena komunikasi keluarga merupakan suatu hal yang penting. Komunikasi keluarga adalah kegiatan komunikasi dalam sebuah keluarga yang menjadi cara untuk mereka berinteraksi satu sama lain dari setiap anggota keluarga (Mahmudah, Nurfalah, dan Lestari, 2020). Komunikasi keluarga yang utuh, baik yang terjadi antara suami dan istri, ayah dan anak, ibu dan anak, atau anak dengan saudara dapat mempengaruhi keharmonisan keluarga (Yulianti, Astuti, dan Triayunda, 2023).

Dengan demikian, *special event* “Satu Meja, Sejuta Cerita” dalam kampanye #SajianJadiKenangan dapat dijadikan sebagai strategi untuk meningkatkan pengetahuan keluarga tentang pentingnya makan bersama dalam mengoptimalkan komunikasi keluarga dan menjaga keharmonisan keluarga.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka rumusan masalah adalah “Bagaimana pelaksanaan acara dalam kampanye #SajianJadiKenangan untuk meningkatkan pengetahuan keluarga tentang pentingnya makan bersama dalam mengoptimalkan komunikasi keluarga dan menjaga keharmonisan keluarga?”

1.3. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan perancangan adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan acara dalam kampanye #SajianJadiKenangan dapat meningkatkan pengetahuan keluarga tentang pentingnya makan bersama dalam mengoptimalkan komunikasi keluarga dan menjaga keharmonisan keluarga.

1.4. Manfaat Perancangan

Kampanye ini diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan dari kampanye ini adalah

1.4.1. Manfaat Akademis

1. Sebagai kontribusi ilmiah dalam kajian *Public Relations*, khususnya dalam konteks *special event*.
2. Menambah wawasan akademik terkait aktivitas kampanye, khususnya pada kegiatan *special event* berdasarkan konsep “*Element of PR Plan*” oleh Wilcox dan Reber (2016) yang menjelaskan manfaat mengenai makan bersama keluarga.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. ● Membantu Warung Bumi Sadayana dalam meningkatkan pemahaman keluarga mengenai pentingnya kegiatan makan bersama untuk membangun keharmonisan keluarga
2. Mendorong pengunjung untuk dapat melakukan makan bersama dengan keluarga di rumah.