

## DESAIN KOMUNIKASI VISUAL IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG PELECEHAN SEKSUAL PADA ANAK DI KOTA MEDAN

Noprita Elisabeth<sup>1</sup>, Febri Yulika<sup>2</sup>, Agung Eko Budi Waspada<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Potensi Utama / Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padangpanjang

<sup>2</sup>Program Studi Antropologi Budaya, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

<sup>3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung  
novry\_idk@ymail.com<sup>1</sup>, febri.isipp@gmail.com<sup>2</sup>, agungebw83@yahoo.com<sup>3</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan merancang sebuah desain komunikasi visual untuk Iklan Layanan Masyarakat (ILM) mengenai pelecehan seksual pada anak sebagai media sosialisasi kepada para orang tua dan masyarakat luas agar lebih paham dan mengetahui efek atau akibat yang timbul akibat dari pelecehan seksual. Kekerasan pada anak pada saat ini semakin sering terjadi, baik itu di perkotaan maupun di pedesaan. Salah satu kekerasan pada anak adalah pelecehan seksual. Pelecehan seksual dapat terjadi pada anak siapa pun, dimana pun, dan kapan saja. Pelakunya bisa saja orang dewasa yang belum menikah atau pun yang sudah menikah, dan bisa juga dilakukan oleh orang terdekat korban. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif. Peneliti ingin merancang beberapa media sebagai sarana penyampaian ILM ini seperti spanduk, poster, baju, atau tas jinjing untuk belanja agar lebih mudah untuk dapat diketahui atau dilihat oleh masyarakat luas khususnya orang tua.

**Kata kunci:** ILM, pelecehan seksual pada anak, desain komunikasi visual

### Abstract

*This research is aimed to design a public service ads on child sexual abuse as a medium of socialization to parents and a wider community for a better understanding and knowing the results effecting from sexual harassment. Violence in children today is increasingly common, both urban and rural. One of child abuse is sexual harassment. Sexual harassment can happen to any child, anywhere, anytime. The culprit may be an adult who is unmarried or married, and can also be done by the person closest to the victim. The method used in this research is qualitative. Researcher want to design some media as a means of delivering these ads such as banners, posters, clothes, or handbags for shopping to make it easier to be known or seen by the wider community especially the parents.*

**Keywords:** public service ads, child sexual abuse, visual communication design

## 1. PENDAHULUAN

Desain adalah sebuah perancangan yang berfungsi menyampaikan pesan yang diinginkan oleh seseorang. Desain merupakan suatu proses yang dapat dikatakan telah seumur dengan keberadaan manusia di bumi. Hal ini sering tidak kita sadari, sehingga sebagian dari kita berpendapat seolah-olah desain baru dikenal sejak jaman modern dan merupakan bagian dari kehidupan modern (Kusrianto, 2007). Desain yang baik adalah desain yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Disamping itu, penerimaan masyarakat tersebut kepada suatu desain haruslah kritis, karena tanpa unsur tersebut tidak akan terjadi pertumbuhan desain yang sehat.

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dengan berbagai media. Media yang digunakan boleh apa saja, tergantung keinginan seseorang dan lokasi penempatan hasil desain tersebut yang bisa diletakkan dimana saja, yang terpenting pesan yang didesain mudah dibaca oleh masyarakat luas (Kusrianto, 2006). DKV adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan) (Kusrianto, 2007).

Pelecehan seksual yang terjadi pada anak-anak dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor internal yang berasal dari anak sendiri dan faktor eksternal yang berasal dari kondisi keluarga dan masyarakat. Misalnya kondisi lingkungan sosial yang buruk, pemukiman kumuh, sikap acuh tak acuh terhadap tindakan eksploitasi, kemiskinan yang makin meningkat atau upah minimum orang tua, tidak adanya control sosial yang stabil, anak yang mengalami cacat tubuh, gangguan mental dan tingkah laku. Kekerasan seksual yang dilakukan pada anak dapat berupa kontak seksual antara anak dengan orang yang lebih besar, bisa melalui kata, sentuhan, gambar visual, maupun perlakuan kontak seksual langsung antara anak dengan orang dewasa (*insect*, perkosaan, eksploitasi seksual). ([www.scribd.com](http://www.scribd.com). diunduh pada 23 November 2017).

Efek dari pelecehan yang dilakukan terhadap anak tersebut bisa berupa fisik dan non fisik. Efek fisik si anak akan merasa malu dan khawatir terhadap masa depannya dan lingkungan, sedangkan efek non fisik anak akan mengalami depresi dan tidak mau bergaul dengan siapapun diluar rumah akibat kejadian yang dialaminya. Pada saat ini di Kota Medan ada beberapa kejadian pelecehan seksual terhadap anak, seperti ada seorang pria dewasa melakukan pelecehan seksual terhadap anak tetangganya dikarenakan sudah cerai dari istrinya atau istrinya merantau menjadi Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Oleh sebab itu, maka diperlukan sebuah iklan sosial yang disampaikan kepada masyarakat agar lebih mengetahui dampak buruk dari pelecehan seksual pada anak dan agar orang tua lebih waspada dan mengawasi kegiatan sehari-hari anak-anak. Diharapkan peran sebuah keluarga agar waspada untuk mencegah terjadinya pelecehan tersebut dan orang tua lebih giat lagi dalam hal mencari nafkah untuk keluarga.

Berdasarkan fenomena ini muncul gagasan penulis untuk merancang sebuah iklan layanan masyarakat sebagai sarana sosialisasi kepada masyarakat luas, khususnya orang tua agar lebih memahami dampak yang didapat oleh anak dan orang tua, apabila terjadinya pelecehan seksual. Pelecehan seksual akan berdampak sangat luas terhadap anak baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Metode yang dipakai dalam proses untuk membuat desain untuk sosialisasi iklan layanan masyarakat tentang pelecehan seksual pada anak dengan membuat sebuah iklan layanan masyarakat, menggunakan metode kualitatif. Melalui metode ini dapat mengetahui karakter atau data - data lainnya yang diperlukan dalam perancangan sebuah desain untuk sosialisasi iklan layanan masyarakat pelecehan seksual anak di Kota Medan. Ada beberapa cara yang digunakan dalam pengumpulan data terkait tentang pelecehan seksual terhadap anak seperti : wawancara dilakukan langsung terhadap pihak atau menjumpai staf KPAID (Komisi Perlindungan Anak Indonesia Daerah) Provinsi Sumatera Utara yang berada di Kota Medan. Penulis juga mencari beberapa literatur atau pendapat tentang pelecehan seksual sekaligus mencari data yang mendukung perancangan iklan ini yang berdasarkan buku-buku yang ada diperpusatakaan atau dengan menelusurinya melalui internet.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metodologi penelitian akan sangat membantu penulis dalam proses penyelesaian masalah. Topik pada penelitian ini adalah membahas tentang perancangan media komunikasi visual iklan layanan masyarakat tentang pelecehan seksual terhadap anak dan memiliki beberapa tahapan dalam pelaksanaan kegiatan yang tertuang pada kerangka kerja penelitian.

### **a. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di berbagai jalan atau ruas yang ada di Kota Medan.

### **b. Data**

Penyusunan penelitian ini menggunakan data-data yang mendukung pelaksanaan dari proses penelitian yang dilakukan. Adapun hal-hal yang menyangkut data-data tersebut adalah sebagai berikut:

#### **1. Sumber data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara langsung dengan pihak KPAID Sumut yang berada di Kota Medan dan ada beberapa datanya diambil dari internet.

#### **2. Jenis data**

Pada penelitian ini digunakan jenis data primer yaitu data diperoleh melalui observasi secara langsung, dan data sekunder yaitu data yang didapatkan dari studi kepustakaan.

#### **3. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam rangka pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (a) Studi literatur dari sumber-sumber kepustakaan sebagai teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mengkaji teori teori yang berhubungan dengan penelitian yaitu teori visual, teori iklan, teori periklanan, teori desain komunikasi visual. Dalam melakukan pengumpulan data peneliti mengumpulkan data dari jurnal, artikel serta hasil

penelitian yang bersumber dari internet. (b) Pengumpulan data yang diperoleh dari hasil riset di kantor KPAID Sumut yang berada di Kota Medan.

c. Analisis Data

Berdasarkan data yang telah diperoleh, maka pembahasan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) mengumpulkan data, (2) studi literatur, (3) pembuatan *rule based*, (4) penerapan media visual iklan layanan masyarakat, dan (5) kesimpulan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat ini banyak kejadian yang menimpa anak-anak, terutama tentang pelecehan seksual, ada yang didapat dari berita di televisi dan di koran serta yang beredar di masyarakat dari mulut ke mulut. Berdasarkan jumlah data dari Komisi Perlindungan Anak Indonesia Daerah (KPAID) Sumut, tercatat 163 lebih kasus kekerasan terhadap anak. Jumlah itu tercatat dari bulan Januari sampai dengan pertengahan Juli 2016. Dari Januari hingga pertengahan Juli 2016, ada 163 lebih kasus kekerasan terhadap anak. Dari jumlah itu yang terbanyak kejahatan seksual terhadap anak serta disusul rebutan kuasa asuh," kata Ketua KPAID Sumut, M Zahrin Piliang".

Daerah yang mengalami kasus kekerasan terhadap anak paling banyak, kata Zahrin, yaitu wilayah Kota Medan, Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Langkat dan Kabupaten Serdang Bedagai (Sergai). Kasus kekerasan ini dialami pada anak berusia antara 7 sampai 17 tahun yang berasal dari ekonomi kalangan bawah. Diakui Zahrin Piliang, si anak sudah pasti trauma menjadi korban kejahatan seksual. Kebanyakan pelaku dari luar keluarga, umumnya orang dewasa, ada juga dari anggota keluarga namun jumlahnya sedikit. Pemerksaan sebanyak 28 kasus (40 persen), *trafficking* anak sebanyak 9 kasus (12,8 persen), dan *incest* sebanyak 8 kasus (11,4 persen). "Korban hampir semuanya tidak mendapat rehabilitasi fisik atau *trauma healing*. Mestinya pemerintah daerah melakukan *trauma healing* itu pada semua korban. Perlu langkah serius untuk pencegahan kekerasan terhadap anak terutama oleh pemerintah daerah," ungkapnya.

#### 3.1. Strategi Perancangan

Setelah semua data yang telah dikumpulkan selesai, maka di lakukan pengamatan pada poster atau iklan dengan tema sama yang telah di sosialisasikan kepada masyarakat. Perancangan dimulai dengan *brainstorming* atau melihat karakter yang cocok kemudian data tersebut diolah menggunakan cara *mind mapping* atau dengan menentukan kata-kata dan model yang cocok. Dengan menggunakan pengolahan data tersebut, maka akan menghasilkan beberapa data visual berupa foto, ilustrasi dan warna yang akan di jadikan desain untuk iklan.

Dalam perancangan kampanye sosial ini setelah data di lengkapi, kemudian dilanjutkan dengan layout dengan beberapa alternatif di dalamnya, lalu dipilih data yang akan dijadikan ILM. Kemudian dilanjutkan dengan menggunakan *software* grafis, sampai pada akhirnya tercipta final desain yang di aplikasikan ke dalam media utama ataupun media pendukung lainnya, kemudian media sosialisasi iklan layanan masyarakat

tentang pelecehan seksual pada anak tentunya sudah jadi dan dapat diletakkan pada tempat yang paling strategis agar para anak-anak, remaja dan orang tua dapat melihat desain yang telah dibuat tersebut dengan baik.

### **3.2. Konsep Kreatif**

Konsep kreatif merupakan sebuah tema, ide pokok atau gagasan unik yang akan dijadikan dan dikemas menjadi sebuah produk komunikasi visual. Secara garis besar konsep kreatif merupakan titik awal yang sangat penting untuk menemukan berbagai gagasan baru dan belum pernah ada sebelumnya, agar yang dikomunikasikan mempunyai sebuah karakteristik atau pembeda. Untuk media desain iklan layanan masyarakat tentang pelecehan seksual terhadap anak ada beberapa ide besar yang dijadikan sebagai dasar dalam perancangan ILM ini. Beberapa ide tersebut diwujudkan ke dalam bentuk visual yang menarik agar bisa menarik perhatian target audience, dan diaplikasikan ke dalam beberapa media publikasi seperti spanduk, poster, baju, tas jinjing.

Secara umum, strategi kreatif merupakan rangkaian kegiatan untuk merumuskan bentuk, isi dan strategi penyampaian pesan (verbal dan visual), sebelum masuk ke tahap pengerjaan atau eksekusi sebuah produk komunikasi visual. Dalam strategi kreatif, semua hal yang berkaitan dengan ide dan konsep perancangan media desain sosialisasi iklan layanan masyarakat tentang pelecehan seksual pada anak, dikombinasikan menjadi sebuah pesan yang menarik dan dapat memengaruhi dari target audiens.

Adapun yang harus ditentukan dalam perancangan media desain tersebut adalah isi dan bentuk pesan. Isi pesan dalam media sosialisasi melalui ILM ini bertujuan untuk memengaruhi para target audiens agar memahami bahaya dari pelecehan seksual terhadap anak tersebut. Bentuk pesan terbagi atas dua yaitu, pesan verbal dan pesan visual. Pesan verbal merupakan pesan berupa teks atau kata-kata serta gambar, yang tujuannya adalah sebagai media pendukung yang memperjelas pesan visual. Melalui pesan verbal inilah ILM bisa lebih efektif untuk dapat berkomunikasi dengan target audiens agar tujuan ILM dapat tercapai. Pesan pada ILM menyatakan dengan tegas bahwa fisik dan psikologi anak tersebut akan terganggu atau berubah akibat dari pelecehan seksual. Pesan visual ILM Pelecehan Seksual terhadap anak menggunakan gambar anak yang telah mengalami pelecehan seksual.

### **3.3. Media Planning**

Pemilihan media desain sebagai komunikasi yang tepat berdasarkan kekuatan dan kelemahan masing-masing media merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan periklanan, sehingga tujuan periklanan dapat tercapai dan tidak sia-sia. Dalam perancangan sosialisasi melalui iklan layanan masyarakat tentang pelecehan seksual pada anak, media utama yang digunakan adalah poster, sedangkan untuk media pendukung akan digunakan seperti spanduk, baju dan tas jinjing.

### 3.4. Strategi Media

Strategi media merupakan suatu metode yang diterapkan untuk mencapai tujuan media. Dalam strategi media kita mengenal istilah paduan media yang berarti sebuah pertimbangan pemilihan media yang akan diaplikasikan dalam kegiatan publikasi. Untuk media utama yang digunakan sebagai iklan adalah poster. Media ini dirasa sangat efektif untuk menyampaikan pesan kepada target audiens. Sedangkan untuk media pendukung, media publikasi dirancang berupa baju, spanduk dan tas jinjing. Berikut adalah perincian tentang media yang akan dipergunakan dalam Desain Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Tentang Pelecehan Seksual pada Anak :

#### Media Utama

Media utama yang digunakan adalah poster. Poster adalah media promosi berupa media cetak. Dari segi ukuran, poster jauh lebih kecil bila dibandingkan dengan baliho. Poster biasanya ditempatkan di ruang publik yang memungkinkan untuk diperhatikan dalam waktu yang cukup lama, seperti di dalam ruangan sebuah gedung dan pada ruang publik lainnya.



Nama Media	: Poster
Ukuran	: 170 cm x 70 cm
Bahan	: <i>flexi</i>
Huruf	: NOSIFER
Teknik	: Cetak Offset

Gambar 1. Iklan pada Media Poster  
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Anak yang sedang duduk disudut tembok tersebut mengandung makna dimana anak itu kelihatan sedih dan tidak bersemangat lagi karena telah terjadi kepadanya pelecehan seksual dengan wajah yang sangat runyam sekaligus sedih.

#### Media Pendukung

Selain media utama, dalam perancangan juga diikutsertakan media pendukung, tujuannya adalah sebagai sarana untuk mendukung media utama dalam

mempromosikan iklan layanan masyarakat ini di Kota Medan. Di antaranya adalah spanduk, baju dan tas jinjing. Melalui media pendukung akan bermanfaat untuk mendukung terciptanya kampanye ini dan juga menjangkau langsung audien yang dituju.



Nama Media	: Spanduk
Ukuran	: 300 cm x 100 cm
Bahan	: Vinyl 280 gsm
Huruf	: NOSIFER
Teknik	: Cetak Digital

Gambar 2. Iklan pada Media Spanduk  
[Sumber: Dokumentasi Penulis]



Nama Media	: Tas Jinjing
Ukuran	: 40 cm x 20 cm
Bahan	: <i>flexi</i>
Huruf	: NOSIFER
Teknik	: Digital Printing

Gambar 3. Iklan pada Media Baju (kiri), dan Tas Jinjing (kanan)  
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Dari beberapa desain yang telah disajikan media poster akan ditempatkan pada supermarket, mall, stasiun bus, media tas jinjing akan dicetak kemudian akan diletakkan atau diberikan kepada supermarket, pasar, media baju dapat dicetak kemudian dapat dijual dipasar swalayan atau pasar masyarakat serta spanduk akan diletakkan di pinggir jalan yang mudah dilihat oleh orang banyak.

#### 4. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian pada perancangan media komunikasi visual untuk mensosialisasikan program iklan layanan masyarakat tentang pelecehan seksual pada anak, maka ada beberapa hal yang disimpulkan sebagai berikut:

- a. Perancangan media desain komunikasi visual Iklan Layanan Masyarakat Tentang Pelecehan Seksual Pada Anak ini adalah untuk mensosialisasikan pengaruh atau akibat dari perbuatan pelecehan tersebut. Media yang digunakan adalah spanduk, poster, baju dan tas jinjing. Media yang digunakan tentunya memiliki peran masing-masing yang efektif, agar masyarakat khususnya orang tua dapat mengerti dengan baik dan jelas tujuan dari program Iklan Layanan Masyarakat tentang Pelecehan Seksual pada Anak ini.
- b. Untuk perancangan iklan layanan ini diletakkan di beberapa tempat keramaian seperti mall, pasar swalayan, stasiun bus agar dapat mudah dibaca oleh masyarakat umum.
- c. Perancangan media desain komunikasi visual ini dapat membantu pemerintah Kota Medan dalam mensosialisasikan Iklan Layanan Masyarakat tentang pelecehan seksual pada anak ini, sehingga orang tua atau masyarakat lebih waspada dan dapat mengamati lingkungan sekitarnya masing-masing

#### DAFTAR PUSTAKA

- Kusrianto, Adi. 2006. *Panduan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta : Elexmedia Komputindo
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi
- Putera, Dikmas Yanfaunas dan Wirania Swasty. 2017, Andharupa : Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia. *Perancangan Identitas Visual Dan Pengaplikasian Pada Media Promosi Museum Sri Baduga*, Vol. 3, No. 2 (2017), hal. 196.
- Utami, Ismi Endang Sri dan Yelly Adriani Barlian. 2017, Andharupa : Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia. *Perancangan Kampanye Makanan Bebas Gluten Dan Kasein Untuk Anak Autis Di Kota Bandung*. Vol. 3, No. 2 (2017), hal. 166.
- Komisi Perlindungan Anak Indonesia Daerah (KPAID) Sumatera Utara (Sumut). 2016. Di Sumut, Medan Terbanyak Kasus Kekerasan Terhadap Anak [Online] (Update 26 Juli 2016) URL : <http://sumut.pojoksatu.id/2016/07/26/di-sumut-medan-terbanyak-kasus-kekerasan-terhadap-anak/> [Diakses pada 29 Desember 2017]
- Komisi Perlindungan Anak Indonesia Daerah (KPAID) Sumatera Utara (Sumut). 2016. Hingga Juli, 163 Kasus Kekerasan Anak di Sumut [Online] (Update 23 Juli 2016 | 11:58) URL: <http://news.analisadaily.com>. [Diakses pada 23 November 2017]