

# Perancangan *Clothing* Mengenai Etika Sopan Santun Bagi Mahasiswa DKV di UKP

Sienny Sugiharto

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Dan Desain, Universitas Kristen Petra  
Jl Siwalankerto 121-131, Surabaya  
Email : siennysugiharto@yahoo.co.id

## Abstrak

Etika sopan santun pada mahasiswa khususnya mahasiswa Petra di DKV terasa sangat kurang sekali. Beberapa contohnya adalah kurangnya sikap menyapa, tidak menghargai orang lain, dan masih banyak lagi hal lainnya. Metode penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif melalui *kuisisioner* dan wawancara kepada target, juga kepada orang yang berinteraksi dengan target. Dari hasil *kuisisioner*, maka dibuatlah perancangan *clothing* yang berdesain komik dengan gaya pop art. Pemilihan perancangan tersebut dikarenakan mahasiswa menyukai komik dan *fashion*. Desain dan cerita yang diambil berdasarkan kebiasaan target audiens dari hasil wawancara. Perancangan ILM ini juga mempunyai jangka waktu yang lama karena media yang digunakan dapat digunakan berulang kali, seperti kaos, tas, casing galaxy tab, dan aksesoris berkerah. Perancangan ini untuk membuat mahasiswa selain ahli di bidangnya juga membekalinya dengan nilai-nilai kesopanan yang hal itu sangat penting di dalam memasuki dunia kerja nantinya.

### Kata kunci :

Iklan Layanan Masyarakat, Perancangan, Busana, Mahasiswa

## Abstract

### *Clothing Design About Politeness ethics for Communication Visual Design at Petra Christian University*

*It seems that college students, particularly observed on communication visual design at Petra Christian University students, are lacking in their every day politeness ethics. Some behaviors observed were lack of respect, indifferent behavior, and many more. The designer used quisioners and interviews to gather quantitative and qualitative data from target respondents and also people with whom the respondents interacted. After observing and analizing data results, the designer make a comic design with pop art style. The designer chose this design because the students like comic and this style. The designer derived the design from the habits of the target respondents as observed in the interview results. This Public Service Advertisement design can be used in a long term and frequently due to its media, which are T-shirt, bag, handphone casing and shirt collar. This design is made so that the students can be experts in their study subject and also to provide them with necessary politeness values which is important when they are working later on.*

### Keywords:

*Public Service Advertisement, Design, Clothing, Student*

## Pendahuluan

“Kepribadian seseorang dapat diukur melalui perkataan dan tindakannya. Dalam buku 13 tokoh etika dijelaskan kemampuan untuk mengendalikan reaksi, sikap dan perbuatan-perbuatan dengan

mempertimbangkan kepentingan sendiri adalah tanda kepribadian mental yang kuat”(Suseno 117).

Salah satu sikap dan perbuatan yang sering orang lupakan adalah kesopanan. Dalam buku *The Rules of Management*, Henry Clay mengatakan “Kesopanan merupakan karakter kecil dan sederhana yang akan

meresap paling dalam pada hati yang penuh syukur dan menghargai”(Templar 45). “Tolak ukur kita dalam menentukan apakah perilaku kita sopan atau tidak adalah norma kesopanan”(Wibowo 82). “Norma kesopanan adalah peraturan sosial yang mengarah pada hal-hal yang berkenaan dengan bagaimana seseorang harus bertingkah laku yang wajar dalam kehidupan masyarakat. Pelanggaran terhadap norma ini akan mendapat celaan, kritik, dll tergantung pada tingkat pelanggaran. Misalnya tidak meludah di sembarang tempat, memberi/ menerima sesuatu dengan tangan kanan”(Soeroso 41).

Dalam terjemahan buku *Making Friends* juga mengatakan “Kesopanan merupakan kesadaran diri kita untuk menghormati orang lain”(Mathews 135). Salah satu contoh adalah sebutan nama depan pada orang yang lebih tua di Negara lain diperbolehkan namun bila hidup di Negara Indonesia harus mengikuti aturan warga Indonesia sehingga tidak ada yang merasa tersinggung.

Perilaku kesopanan adalah penting terutama dalam bertutur kata. Kesopanan tidak hanya mengajarkan kebaikan namun hal itu akan mempengaruhi pandangan orang terhadap kita. Salah satu contoh adalah saat mahasiswa lulus dan berencana mendaftar ke sebuah perusahaan, pertama-tama yang harus dilakukan adalah wawancara, selain harus terampil, sikap dan tingkah laku saat diwawancara akan masuk dalam penilaian. Meskipun saat lulus kuliah berencana akan langsung membuka usaha sendiri pasti membutuhkan anak buah, dalam buku 101 Tips Kilat! Berpikir positif dan berjiwa besar dituliskan “Kebiasaan pemimpin juga bisa mempengaruhi anak buah. Pemimpin yang seandainya sendiri akan menghasilkan anak buah yang memiliki kebiasaan bertindak seandainya sendiri, namun pemimpin yang sopan kepada anak buahnya dalam bertutur kata juga akan menghasilkan anak buah yang berkata-kata sopan” (Jalu 201).

Beberapa mahasiswa di jurusan DKV di Universitas Kristen Petra sudah menghilangkan nilai-nilai kesopanan. Dari hasil wawancara oleh Katherine Yuliana, mahasiswi jurusan Desain Komunikasi Visual menjelaskan saat kelas dimulai, seringkali saya melihat banyak mahasiswa terlambat dan masuk di sela-sela proses belajar mengajar berlangsung tanpa mengucapkan permissi padahal hal itu sangat mengganggu konsentrasi mahasiswa dan dosen dalam belajar mengajar. Mahasiswa seakan acuh masuk ke dalam kelas dan duduk tanpa mengatakan apa-apa.

Selain itu, Bayu (alumni mahasiswa petra) saat para mahasiswa melakukan asistensi kepada dosen dan

sudah berbincang-bincang panjang lebar, saat asistensi sudah selesai langsung pergi tanpa mengatakan terima kasih.

Maka dari itu, perlu dibuat perancangan *clothing* mengenai etika sopan santun bagi mahasiswa DKV di Universitas Kristen Petra. Perancangan TA pada tahun 2009 oleh Elisa Murtyana juga membahas tentang sikap yaitu Perancangan Buku Media Pembelajaran Budi Pekerti bagi Anak namun perancangannya lebih memfokuskan pada anak melalui media buku.

Target usia dari perancangan *clothing* ini adalah mahasiswa berusia 18-23 tahun jurusan DKV di Universitas Kristen Petra dikarenakan usia ini adalah usia yang sebentar lagi memasuki dunia kerja namun masih banyak mahasiswa yang tidak mengerti sopan santun.

Perancangan melalui pendekatan *clothing* dengan mendesain baju, ditambah dengan tas, dll, dikarenakan mahasiswa menyukai fashion ditambah lagi gaya pakaian anak DKV sebagian besar saat berkuliah adalah memakai kaos, sehingga saat target memakainya, selain merasa *fashionable* mereka juga belajar tentang perilaku kesopanan dan orang yang melihat juga dapat instropeksi apakah yang biasa mereka lakukan sudah sopan/ tidak.

Pendekatan desain menggunakan desain komik sebab dari hasil kuisioner menyimpulkan beberapa mahasiswa di Universitas Kristen Petra menyukai komik, menggunakan gaya desain pop art dengan warna yang mencolok agar menarik minat para mahasiswa.

Manfaat perancangan ini agar dapat menjadi referensi bagi mahasiswa untuk tugas ataupun saat mereka sedang TA, membuat warga di UKP, seperti cleaning service, laboran, dosen, dan mahasiswa menjadi lebih nyaman dalam melakukan aktivitas, membuat mahasiswa UKP mempunyai moral yang lebih baik lagi dan masyarakat dengan adanya perancangan ini lebih sadar pentingnya perilaku sopan santun dengan pendekatan yang berbeda dari biasanya saat melihat target mengenakan baju yang dirancang.

## Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan adalah melakukan wawancara terhadap target tentang kebiasaan yang sering dilakukan mengenai kesopanan bertutur kata, hobinya, dan gaya warna kesukaannya

sebagai dasar untuk mendesain. Selain itu juga mencari data-data di Internet, buku-buku yang berhubungan dengan perancangan ini. Kesopanan akan dibatasi pada bertutur, bertingkah laku, dan berpakaian.

## Metode analisis data

Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan 5W1H dan menggunakan metode kualitatif dengan wawancara secara mendalam kepada target.

What : Apa yang akan dirancang?

When : Kapan clothing ini akan dipasarkan?

Where : Dimana tempat pemasaran clothing ini?

Who : Siapa sasaran dari perancangan clothing ini?

Why : Kenapa merancang clothing ini?

How : Bagaimana teknik pembuatan clothing ini?

## Konsep Perancangan

Perancangan *clothing* ini dipilih dikarenakan mahasiswa menyukai *fashion*. Desain clothing tersebut akan dibuat komik pendek dikarenakan beberapa mahasiswa mengisi waktu luang dengan membaca komik dan jalan-jalan ke mall untuk melihat baju. Cerita komik tersebut akan dibuat sesuai dengan kehidupan target sehari-hari di kampus. Warna menggunakan gaya desain pop art agar lebih menarik. Mahasiswa tidak pernah lepas dari gadget dan internet sehingga penyebaran clothing tersebut menggunakan media Facebook, selain itu juga melalui bantuan media poster, brosur, dan berpromosi di kelas.

## Analisa data

Dari hasil wawancara kepada dosen, mahasiswa, cleaning service, dll maka dapat disimpulkan etika sopan santun dalam berperilaku yaitu sekitar 58%. Di posisi kedua adalah etika bertutur kata dengan prosentase 27% dan di posisi ketiga adalah berpakaian dengan prosentase 15%.

Hasil wawancara kepada Psikolog Dra Lanny Herawati yang bekerja di UK Petra, tindakan dapat dikatakan tidak sopan jika tindakan kita mengganggu orang lain. Saat mengobrol di kelas, itu sudah dapat dikatakan tidak menghargai dosen yang mengajar sehingga hal itu merupakan tindakan tidak sopan.

Para mahasiswa juga sering berbicara kepada dosen dengan bahasa gaul, seharusnya kita harus sadar jika berbicara kepada dosen, wajib untuk mengatakan bahasa Indonesia yang benar. Jika membahas tentang memutar balikkan apa yang disampaikan salah satu dosen terhadap dosen lain, hal itu termasuk kurang beretika karena hal itu secara tidak langsung mengadu domba dosen. Aristoteles mengatakan etika berasal dari kata *ethos* yang berarti karakter. Arti kata etika menunjukkan kebiasaan hidup, adat istiadat, dan karakter seseorang. Aristoteles beranggapan anak muda bisa mempelajari matematika, kimia, namun sulit dalam mempelajari etika, karena anak muda miskin dalam pengalaman hidup. (Sujoko 24-25)

Banyak juga mahasiswa yang berpakaian ketat seperti di mall/ baju yang dipakainya terlalu pendek dan memakai *croc*. Tindakan yang mereka lakukan sudah tidak sopan karena sudah melanggar aturan berpakaian dalam kampus.

Jika bertemu dosen, seharusnya mahasiswa sudah tidak perlu diajarkan harus menyapa, hal itu termasuk dapat dikatakan sopan. Henry Clay mengatakan kesopanan merupakan karakter kecil dan sederhana yang akan meresap paling dalam pada hati yang penuh syukur dan menghargai. Tolok ukur dalam menentukan apakah perilaku kita sopan atau tidak adalah norma kesopanan (Wibowo 82). Norma kesopanan adalah peraturan sosial yang mengarah pada hal-hal yang berkenaan dengan bagaimana seseorang harus bertingkah laku yang wajar dalam kehidupan bermasyarakat. (Soeroso 41).

Saat perkuliahan, pergi dan masuk harus ijin terlebih dahulu. Banyak mahasiswa yang tidak ijin langsung keluar masuk begitu saja. Hal itu tidak sopan. Saat masuk kelas dan absent dibagi langsung ke WC dan tidak kembali lagi juga termasuk tidak sopan. Saat diluar jam asistensi namun dosen tidak bisa maka sering terjadi *gossip* dikalangan mahasiswa, hal ini menunjukkan etika yang dimiliki mahasiswa kurang.

Jika dosen/staff makan dan mahasiswa ingin melakukan ACC/ meminta tanda tangan, mahasiswa tidak peduli dan tetap meminta ACC. Hal ini juga dikatakan tidak sopan karena tidak menghargai dosen/ staff.

Terkadang yang sering terjadi mahasiswa semauanya sendiri, meminjam ruangan di saat hari libur pada satpam, meminjam LCD tanpa ijin terhadap Bem, menyuruh satpam mengantar barang ke kelas. Hal itu seharusnya tidak dilakukan, sangat tidak sopan karena

tidak dapat menghargai orang lain dan tidak mengikuti prosedur yang berlaku.

Mahasiswa juga sebagian besar tidak menghormati bawahan seperti saat berpamitan terhadap asdos namun laboran tidak dianggap, membuang ingus di depan penjaga kantin. Hal ini tidak sopan.

Membuang sampah tidak pada tempatnya dan mencoret-coret meja termasuk kurang dalam beretika.

Saat menyuruh seseorang, harus dibubuhi kata tolong. Hal itu baru dapat dikatakan sopan. Bu Lanny menambahkan, pada saat membuat perancangan clothing hindari kata-kata jangan karena kata-kata itu akan membuat orang menjadi lebih ingin melakukan. Sebaiknya memakai kata-kata ajakan.

## **Kuisisioner**

Dari hasil kuisisioner disimpulkan bahwa mahasiswa DKV sebagian besar menyukai komik karena dapat menghibur dan lebih mudah untuk memahaminya. Komik menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah cerita bergambar dan membuat orang yang melihatnya tertawa. Awal terbentuknya komik adalah keinginan untuk memberitahukan orang lain melalui sebuah gambar, hal itu dikarenakan gambar adalah informasi yang mudah untuk dimengerti bagi semua kalangan. Gambar tersebut terpisah satu dengan lainnya dengan dibatasi kotak segi empat meskipun hal tersebut tidak harus dilakukan. Simbol percakapan dibuat dalam bentuk balon kata-kata yang dikeluarkan dari mulut tokoh.

Hasil dari survey 78% setuju komik tersebut digunakan dalam bentuk fashion seperti kaos, tas, dll. Menyukai gaya desain pop art karena warnawarnanya yang mencolok dengan bentuk yang lucu seperti komik Miko. Pada tahun 1960, muncul sebuah budaya baru yang dinamakan pop. Seni menggunakan warna-warna yang berani dan mencolok. Inspirasi lukisan yang meminimalkan detil seperti poster, macam-macam komik, dan ikon lainnya menandakan pesatnya perkembangan pop anak muda yang bergejolak dan penuh ekspresif. Budaya pop dapat diaplikasikan dengan hunian gaya modern dan menghindari ornament. (Sari 36)

Fashion yang dipilih selain kaos adalah tas dan casing HP. Warna hitam adalah warna yang paling disukai oleh anak DKV karena lebih netral.

Etika sopan santun adalah hal penting saat berkomunikasi dengan orang-orang. Jika kita ingin

dihargai orang maka terlebih dahulu juga harus menghargai orang lain.

## **Tinjauan Permasalahan Tentang Obyek dan Subyek Perancangan**

### **Organisasi Pendukung**

Organisasi pendukung dalam perancangan ILM ini adalah toko Anom (souvenir Petra). Iklan Layanan Masyarakat adalah iklan yang tidak mencari keuntungan semata. Salah satu contohnya adalah informasi tentang HIV/ Aids, iklan ini sangat layak untuk dilihat karena memberikan informasi cara penularannya juga memberikan pengetahuan bagaimana memperlakukan orang yang sudah terkena penyakit tersebut. Selain itu informasi tentang Flu burung, bahaya merokok serta iklan masyarakat lainnya sangat berguna untuk pengetahuan masyarakat (Surbakti, 2008, p.77) Iklan nonkomersial merupakan bagian dari kampanye sosial marketing yang bertujuan menjual gagasan/ide yang berguna untuk kehidupan masyarakat.

Pesan ILM ini berupa ajakan untuk melakukan atau melarang suatu tindakan demi kepentingan umum atau untuk mengubah suatu perilaku yang tidak baik menjadi lebih baik (Madjadikara 17).

Toko souvenir Anom dikelola oleh Ir. Lintu Tulistyantoro, M.Ds selama kurang lebih 2 tahun sejak Agustus 2012. Toko souvenir Petra ini berada di dalam Petra, di depan Bank Mandiri.

Visi dan misi dari toko Anom ini adalah sebagai sarana edukasi dan mempromosikan Petra

Toko souvenir tersebut menjual baju dan kain berbahan batik, kaos, tas, jam, dan gantungan kunci.

### **Usulan pemecahan masalah**

Merancang clothing untuk mahasiswa dengan gaya pop art dan di dalamnya terdapat komik yang menggambarkan kejadian yang sering terjadi di UKP dan juga terdapat nasehat untuk apa yang seharusnya mahasiswa lakukan. Komik dipilih karena sebagian mahasiswa menyukai komik. Dalam penjualannya bekerja sama dengan pusat souvenir Petra dan agar mahasiswa tertarik dan tahu tentang baju tersebut akan ditambah dengan media lain sebagai penunjang melalui pembuatan poster, brosur, facebook, dan berpromosi di kelas.

## Konsep Perancangan

### Konsep Media

Media adalah alat untuk menyampaikan sebuah pesan. Pemilihan media yang tepat akan membuat pesan tersampaikan kepada target. Dalam merancang sebuah media harus memahami tempat yang sesuai untuk penyebaran, tempat yang sering dikunjungi oleh target, hal apa yang biasa dilakukan dan hobi target.

Hal yang juga sangat penting adalah mengetahui warna kesukaan dan sifat sebagian besar target. Selain itu juga harus memperhatikan anggaran sehingga tidak melebihi batas yang sudah ditentukan.

### Tujuan Media

Tujuan dari perancangan tersebut dapat dibagi menjadi tujuan jangka panjang dan jangka pendek yaitu :

#### a. Tujuan jangka pendek:

-Mahasiswa saat melihat baju/ tas/ casing hp yang dipakai olehnya ataupun oleh seseorang akan instropeksi diri dan secara tidak langsung akan sadar bahwa tiundakannya salah.

#### b. Tujuan jangka panjang:

-Mahasiswa sadar akan pentingnya berperilaku sopan santun dari perancangan clothing tersebut, tidak hanya kepada orang yang lebih atas namun juga orang bawahan seperti *cleaning service*.

-Menjadikan proses belajar mengajar atau kegiatan apapun yang ada di UKP menjadi lebih baik

-Menjadikan mahasiswa yang lebih siap memasuki dunia kerja

### Strategi Media

Penyampaian pesan dilakukan melalui media clothing. Hal itu dipilih karena mahasiswa menyukai fashion. Pemilihan media menggunakan media kaos, tas, dan casing HP. Hal itu dilakukan karena barang tersebut sering dipakai target

### Pemilihan Media

Media-media yang dipilih adalah :

#### Media utama :

##### a. Kaos

Media utama menggunakan media kaos karena mahasiswa menyukai *fashion* . Selain itu, kaos adalah barang pertama yang dilihat saat mengamati seseorang.

#### Media Pendukung :

##### a. Tas

Tas adalah barang yang dekat dengan target. Tas adalah barang saat bepergian/pun kuliah selalu dibawa. Tas merupakan barang yang selalu dipakai berulang-ulang setiap harinya.

##### b. Casing Samsung Galaxy Tab

Meskipun kecil, namun hal yang tidak bisa ditinggalkan oleh orang adalah *gadget*. Hal apapun yang dilakukan, bahkan saat berbincang-bincang dengan orang lain selalu mengeluarkan *gadget*.Maka dari itu, pemilihan *casing* Samsung Galaxy Tab adalah pilihan yang tepat

##### c. Aksesoris berkerah

Meskipun di DKV diperbolehkan memakai kaos, namun alangkah baiknya saat dalam perkuliahan menggunakan pakaian berkerah. Banyak alasan yang mahasiswa katakana seperti salah satu contoh "*panas jika memakai kaos berkerah*". Maka dari itu perlu perancangan aksesoris berkerah sehingga tidak ada alasan lagi tidak menggunakan pakaian berkerah. Bahkan dari hasil pengamatan, saat ujian berlangsung seharusnya diwajibkan memakai pakaian berkerah namun banyak mahasiswa yang acuh dan tetap memakai kaos.

##### d. Tas belanja

Tas belanja dibuat untuk menaruh barang-barang yang sudah dibeli dari perancangan ini agar lebih seragam.

##### e. Poster

Poster dipilih untuk memberitahukan kepada target bahwa di tempat souvenir Petra menjual clothing di antaranya kaos, *casing* samsung galaxy tab, tas, dan aksesoris berkerah. Poster dapat mudah menarik perhatian dan dapat dilihat berulang kali oleh semua. Penempatannya di tempatkan di wilayah gedung UK Petra.

##### f. Brosur

Brosur dipilih agar orang dapat lebih mengamati harga-harga dan produk yang dijual lebih detail.

##### g. Internet (*Facebook*)

Jaman sekarang teknologi sudah canggih. Kebiasaan mahasiswa sekarang ini, sudah memakai teknologi canggih. Bahkan banyak kejadian saat berbincang-bincang kepada orang lain selalu melihat *gadget*.

Maka dari itu, pemilihan penyebaran produk menggunakan *Facebook* merupakan pilihan yang tepat.

## **Khalayak Sasaran**

### **Demografis**

Gender : laki-laki dan perempuan  
Usia : 18-23 tahun  
Etnis : semua golongan  
Pekerjaan : Mahasiswa DKV UKP

### **Geografis**

-Universitas Kristen Petra Surabaya

### **Psikografis**

-Berpendidikan  
-Suka membaca komik  
-Menyukai fashion

### **Behavioral**

-Sering melakukan kegiatan di kampus  
-Suka memperhatikan keadaan sekeliling

## **Panduan Media**

Media adalah kendaraan untuk menyampaikan isi iklan kepada audiens. Dalam memilih media, pertama-tama harus mengetahui siapa target audiensnya. Selanjutnya apakah media yang dipilih dapat ditonton oleh target sehingga uang yang dikeluarkan untuk iklan tersebut tidak sia-sia. Saat rating di acara TV atau sebuah majalah sukses dan mempunyai rating yang tinggi maka ruang iklan semakin mahal. Namun meskipun seperti itu, dapat juga memilih suatu program yang ratingnya rendah tapi cocok dengan produk yang akan diiklankan. Misalnya jika produk tersebut adalah produk kesehatan dan akan memasang iklan di sebuah majalah, jangan memilih memasang di majalah otomotif meskipun ratingnya tinggi, pasanglah di program acara kesehatan meskipun ratingnya rendah.

Kesadaran audiens tentang suatu iklan merupakan ukuran dampak komunikasi. Jika layanan sebatas di komunitas, pilih media local seperti Koran local/ majalah local, radio local atau brosur yang bias ditentukan tempat penyebarannya sesuai tempat yang biasa dikunjungi oleh target. Terakhir, jangan lupa bertanya kepada pengunjung bagaimana pelanggan tahu mengenai produk tersebut. (Sutowo,2005,p.92-94).

Pemilihan media yang digunakan kebanyakan adalah koran, khususnya publikasi local dan regional dengan sirkulasi lebih kecil, dapat menjadi media iklan yang

efektif dan terjangkau. Jika ingin menjangkau target audiens perhatikan pola baca target. Senin cocok untuk iklan bisnis, Jumat cocok untuk iklan property dan wisata, Sabtu dan Minggu cocok untuk iklan keluarga dan anak-anak. Perhatikan pula umur Koran hanya satu hari, demikian pula dengan umur iklan tersebut., media yang kedua adalah majalah umumnya mempunyai segmen yang jelas, misalnya wanita, anak-anak, kesehatan, berbusana, masak, seni, sport. Oleh sebab itu relatif mudah dipilih sesuai dengan segmen produk. Media ketiga adalah brosur, brosur dapat efektif jika target audience jelas sehingga mereka dapat dikirim berulang-ulang. Apalagi membuka sebuah toko, dapat memberikan kupon diskon di brosur tersebut sehingga target pembeli dapat tertarik. Media keempat adalah radio dikarenakan jangkauan siarannya, jadi tersegmentasi secara geografis. Dapat dilihat terdapat radio bisnis (PAS FM, radio wanita (Female), radio laki-laki (Radio One), radio remaja (Prambors), radio berita (News, EL Shinta), dan sebagainya. Media kelima adalah TV, TV dapat menjangkau audiens lebih luas namun biaya mahal. Dampak audio visual dari media ini juga sangat besar terutama pengaruh emosionalnya, sehingga cocok untuk produk-produk emosi misalnya yang menjual gaya hidup, prestos, tren baru atau konsep baru. Media keenam adalah iklan online. Iklan Online meliputi iklan banner, pay per click pada search engine, iklan baris online dan iklan standar. Iklan online paling efektif apabila iklan muncul di web yang sesuai dengan produk dan servis anda sehingga dapat menjangkau audiens yang sama. Media ketujuh adalah media referensi produk / jasa yang paling sering digunakan masyarakat. Disusun per kategori produk atau jasa, oleh sebab itu iklan di sini sangat efektif menonjolkan produk anda sebagai yang paling terkemuka. (Djati,2005,p.99-101)

Namun dikarenakan perancangan ini target audiens adalah mahasiswa DKV UKP, maka tidak perlu menggunakan media Koran, TV, dan lain sebagainya, maka digunakanlah media berikut ini :

### **Poster**

Poster akan di tempel di dalam gedung UKP yang akan diletakkan di papan pengumuman gedung T, W, dan P.

### **Internet**

Facebook : Akan disebarakan melalui Grup DKV

### **Brosur**

Brosur akan disebarakan di tempat-tempat yang sering dikunjungi target seperti KJ, selasar gedung P1,dll.

### **Kaos**

Kaos akan dijual di toko Anom (souvenir Petra)

### **Tas**

Tas akan dijual di toko Anom (souvenir Petra)

### **Casing Samsung Galaxy Tab**

Casing Samsung Galaxy Tab akan dijual di toko Anom (souvenir Petra)

### **Aksesoris berkerah**

Aksesoris berkerah akan dijual di toko Anom (souvenir Petra)

### **Tas belanja**

Tas belanja akan digunakan untuk menaruh barang belanjaan yang sudah dibeli

### **Program Media**

Penggunaan media dipilih perancangan *clothing* karena sebagian mahasiswa menyukainya. Penyebaran akan bekerja sama dengan toko souvenir Anom untuk menempatkan perancangan *clothing* yang telah dibuat untuk dijual.

### **Konsep Kreatif**

Dalam perancangan ini, hal yang ingin disampaikan adalah pentingnya berperilaku sopan. Dengan perancangan ini, mengajak pembaca berpikir untuk masuk lebih dalam perasaan seseorang yang dikomikkan seperti *cleaning service*, dosen, dll melalui balon udara yang dipikirkan oleh *cleaning service* atau dosen tersebut.

Perancangan dilakukan melalui media komik yang terdapat pada kaos, tas, dll. Perancangan *clothing* dipilih karena dapat dipakai berulang kali.

Cerita ini selain untuk menyadari hal yang kurang sopan yang biasanya dilakukan namun juga memberikan nasehat. Penggambaran tokoh-tokoh tersebut akan dibuat lucu dan bergaya pop art, sehingga menarik untuk dilihat dan mencolok mata. Selain menggunakan media brosur, poster, dan facebook juga dilakukan promosi untuk memperkenalkan rancangan *clothing* tersebut di kelas

### **Strategi Kreatif**

Strategi kreatif dari perancangan *clothing* ini adalah agar mahasiswa tertarik terhadap baju yang dirancang. Setelah itu, mahasiswa membeli baju tersebut. Dengan membeli, maka mahasiswa dapat lebih menghargai baju tersebut dan diharapkan dapat memakainya berulang-ulang. Jika di berikan secara

gratis, maka kelanjutan pemakaian tidak akan tahu karena bisa saja orang yang diberikan baju tersebut tidak suka dan akhirnya hanya disimpan di dalam lemari.

Setelah terjadi proses membeli dan mahasiswa memakainya, diharapkan dari visual komik tersebut dapat membuat orang yang memakainya/ pun hanya membaca komik tersebut instropeksi diri dan sadar pentingnya etika sopan santun.

### **Pengarahan Pesan Visual**

#### **Warna**

Perasaan yang ditimbulkan oleh warna dapat dikatakan berbeda-beda :

Biru : Menenangkan dan mendinginkan. Orang yang sedang bekerja dalam ruangan ini akan lebih produktif. Biru menekan nafsu makan, hal itu dikarenakan biru diasosiasikan dengan makanan berjamur.

Merah : Warna merah membuat orang yang melihatnya lebih bersemangat dan hangat. Warna ini merangsang nafsu makan, oleh sebab itu banyak restoran yang memilih warna dindingnya dengan warna ini. Merah juga bermakna sempit dan mengikat.

Merah muda : Warna ini mempunyai sifat menyejukkan dan menyenangkan. Tim olahraga dahulu pernah mengecat dinding lawan dengan warna ini karena mereka yakin warna ini akan membuat lawan lebih pasif.

Hijau : Warna ini meningkatkan stress, membuat orang merasa lelah, dan juga pasif. Tapi warna hijau juga merupakan warna yang menenangkan dan menyegarkan. Warna ini sering digunakan dalam rumah sakit.

Cokelat : Mempunyai pengaruh yang menenangkan. Warna ini menciptakan perasaan aman dan intim.

Kuning : Kuning dapat mengurangi kebosanan dan meningkatkan sifat lekas marah. Kuning juga adalah warna yang ceria dan membangkitkan energi.

Putih : Lingkungan yang berwarna putih juga mempunyai sifat menenangkan dan menguatkan, namun jika terlalu tajam dapat membuat lekas marah dan terkesan dingin.

Ungu : Memberi rasa nyaman dan menciptakan suasana hati yang misterius.

Hitam : Hitam adalah warna yang penuh gaya dan tak lekang dimakan waktu. (Espeland 309-310)

Oleh karena itu warna dominan yang digunakan untuk perancangan ini adalah warna hitam sebagai background dikarenakan sebagian desain menggunakan warna yang berwarna-warni sehingga

warna hitam akan menetralkan warna-warna desain tersebut dan mahasiswa menyukainya. Warna baju/tas, dll yang berwarna hitam sangat digemari karena dapat lebih mudah untuk memadupadankan fashion yang dipakai.

### **Tipe Huruf**

Font yang digunakan adalah font bergaya komik dan mempunyai sifat lucu sehingga dipilih internasional playboy sebagai font yang digunakan dalam percakapan dan nasihat-nasihat yang akan diberikan di komik tersebut.

### **Ilustrasi**

Ilustrasi digambarkan dari kejadian-kejadian di kampus UK Petra yang didapat melalui wawancara. Hasil wawancara lalu dipilih yang kiranya penting dan menarik untuk dijadikan komik. Ilustrasi digambarkan dengan gaya kartun yang lucu.

### **Gaya Desain**

Gaya desain menggunakan gaya berjenis pop art yang berwarna-warni sehingga saat dilihat dapat mencolok mata dan membuat seseorang secara tidak langsung akan melihatnya.

### **Penulisan Naskah**

#### **Tokoh :**

- Dosen : santai, pendiam, suka melihat sekeliling
- EriL (mahasiswa) : santai, egois, acuh
- Kataro (mahasiswa) : bicara seenaknya sendiri, tidak memikirkan orang lain
- Cleaning service* : suka memendam perasaan, sensitive
- Laboran : sensitif, ingin dihargai

#### **Cerita yang akan diangkat :**

- a. Banyak mahasiswa menyela pendapat orang lain saat di perkuliahan
- b. Sering mengobrol di kelas sehingga membuat orang lain terganggu
- c. Marah-marah di puskom karena jaringan *wifi error* padahal salah dalam settingannya
- d. Sering mengumpat dengan sesama teman
- e. Suka menggosipkan dosen karena dosen tidak bersedia melakukan ACC di luar jam yang sudah ditentukan
- f. Selalu mengeluh dan protes kepada dosen
- g. Sering memutar balikkan apa yang disampaikan dosen kepada dosen lainnya
- h. Kurang adanya sikap menyapa
- i. Saat telepon kepada dosen langsung *to the point*
- j. Saat melewati *cleaning service* yang sedang mengepel tidak mengatakan permisi.

k. Saat meminta transkrip nilai di BAAK sambil memakan permen karet

l. Marah-marah kepada penjaga puskom karena meminjam LCD namun tidak ijin terlebih dahulu sehingga tidak dilayani

m. Saat menyuruh orang yang lebih tua menggunakan kalimat memerintah

n. Saat membeli tissue mengatakan terima kasih dan dilakukan bersamaan dengan membuang ingus kepada penjaga kantin.

o. Marah-marah kepada satpam karena tidak diijinkan masuk ke kampus saat hari libur karena tidak mempunyai surat ijin.

Aksesoris berkerah

a. Membuat kata-kata dengan gaya komik yang menunjukkan jati dirinya.

### **Pengarahan Teknis**

#### **Poster**

Poster akan dibuat dengan ukuran A3 dan menggunakan kertas art paper.

#### **Brosur**

Brosur akan berukuran A5 dan menggunakan kertas art paper

#### **Kaos**

Baju tersebut akan dibuat ukuran M, namun bagi orang yang lebih besar dari itu dapat memesan di toko anom untuk memesan baju tersebut. Baju tersebut berbahan katun sehingga nyaman untuk dipakai.

#### **Tas**

Tas akan dibuat dengan ukuran standard, sesuai untuk dijadikan pergi ke kampus. Tas tersebut akan dipilih yang dengan bahan katun.

#### **Casing Samsung Galaxy Tab**

Casing Samsung akan dibuat dengan tipe Samsung Galaxy Tab 3 dikarenakan produk samsung sekarang sedang trend, namun jika ada mahasiswa lain yang tidak memakainya, namun menginginkan desain tersebut dapat memesan di Toko Anom Petra. Bahan menggunakan sintesis kulit.

#### **Aksesoris berkerah**

Aksesoris berkerah akan dibuat dengan ukuran standard. Memakai bahan denim dan desain menggunakan teknik border. Ada tali di belakangnya untuk perempuan dan untuk laki-laki menggunakan tambahan rantai agar lebih terlihat gaya.



## Biaya Produksi

### Poster

Ukuran : A3 (29.7x42 cm)  
Jumlah : 50 buah  
Biaya per lembar : Rp 5000,-  
Biaya :  $5000 \times 50 = \text{Rp } 250.000,-$

### Brosur

Ukuran : A5  
Jumlah : 200 buah  
Biaya per lembar : Rp 1000,-  
Biaya :  $1000 \times 200 = \text{Rp } 200.000,-$

### Kaos

Jumlah : 100 buah  
Biaya per kaos : Rp 90.000,-  
Biaya :  $90.000 \times 100 = \text{Rp } 9.000.000,-$

### Tas

Jumlah : 100 buah  
Biaya per tas : Rp 130.000,-  
Biaya :  $130.000 \times 100 = \text{Rp } 13.000.000,-$

### Casing Samsung Galaxy Tab

Jumlah : 100 buah  
Biaya per biji : Rp 200.000,-  
Biaya :  $200.000 \times 100 = \text{Rp } 20.000.000,-$

### Aksesoris berkerah

Jumlah : 100 buah  
Biaya per biji : Rp 50.000,-  
Biaya :  $50.000 \times 100 = \text{Rp } 5.000.000,-$

### Tas belanja

Jumlah : 200 buah  
Biaya per biji : Rp 2.000,-  
Biaya :  $2.000 \times 200 = \text{Rp } 400.000,-$

**Total Biaya** : Rp 47.850.000,-

## Program Perancangan

### Final kaos



Gambar 1. Final kaos



Gambar 2. Final kaos



Gambar 3. Final kaos



Gambar 4. Final kaos



Gambar 5. Final kaos

### Final tas



Gambar 6. Final tas

### Final casing galaxy tab



Gambar 7. Final casing galaxi tab

### Final aksesoris berkerah



Gambar 8. Final aksesoris berkerah

### Final poster dan brosur



Gambar 9. Final poster dan brosur

### Final tas belanja dan facebook



Gambar 10. Final paper bag dan facebook

### Kesimpulan dan saran

#### Kesimpulan

Perilaku etika sopan santun di kampus UK Petra masih terasa kurang. Hal itu dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap mahasiswa dan beberapa orang yang sedang berkomunikasi dengan target seperti dosen, petugas kantin, dll. Salah satu contoh yang sering terlihat adalah berbicara kepada orang yang lebih tua dengan nada memerintah dan tidak dibubuhi kata tolong.

Sering juga kita melihat saat *cleaning service* sedang mengepeldan beberapa mahasiswa lewat tanpa mengatakan permisi.

Etika sopan santun sudah mulai ditinggalkan oleh mahasiswa tersebut. Padahal mahasiswa adalah orang yang sebentar lagi masuk ke dalam dunia nyata. Jika mahasiswa tersebut tidak mempunyai etika sopan santun maka akan sulit bagi orang tersebut untuk bersosialisasi terhadap seseorang bahkan juga untuk bekerja sama dalam sebuah pekerjaan.

Oleh sebab itu perlu dibuat perancangan ILM ini. Melalui perancangan clothing yang sesuai dengan kegemaran target, diharapkan target dapat lebih memahami nilai-nilai kesopanan. ILM ini juga dapat mempunyai jangka waktu yang lama karena media baju, tas, casing samsung galaxy tab, dan aksesoris berkerah tersebut dapat dipakai berkali-kali.

## Saran

Selain mengajarkan pendidikan, juga harus memberikan pelajaran dan kegiatan yang mengajarkan beretika sopan santun.

Dari karya ini, diharapkan mahasiswa lebih menghargai dan sopan terhadap orang yang ada di sekitar, tidak memandang kelas sosial dan ekonomi.

Bagi orang tua, dengan adanya karya ini dapat mengajarkan terhadap anak tentang etika kesopanan dan dapat menjadikan contoh kepada anak melalui sikap dan tindakannya karena banyak orang tua yang hanya menasihati namun tidak melakukannya.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua rekan yang telah mendukung dan membantu selama tugas akhir berlangsung sehingga laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik :

1. Tuhan yang Maha Esa, untuk senantiasa melindungi, menjaga, memberikan kekuatan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik,

2. Orang tua yang senantiasa mendukung,

3. Ani Wijayanti S., S.Sn., M.Med.Kom dan Dr. Ahmad Adib, M.Hum selaku pembimbing dalam tugas akhir, yang sudah membimbing penulis menyelesaikan laporan kerja profesi,

4. Aristarchus Pranayama Kuntjara, Bma.Nm.a. selaku ketua program studi,

5. Segenap dosen, staff, karyawan, dan mahasiswa di program studi Desain Komunikasi Visual yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara,

6. Ir. Lintu Tulistyantoro, M.Ds yang sudah bersedia memberikan ijin untuk menjual perancangan yang telah dibuat di toko miliknya (Anom),

7. Pihak lain yang tidak disebutkan satu per satu yang sudah membantunya pembuatan tugas akhir ini.

## Daftar Pustaka

Alkatiri, Zeffry. "Iklan Lampau Indonesia dalam Wujud Komik " Nasionalisme dan penafsiran 7.1 (April 2005): 68-70.

Bolhafner, Steve " Alternative Comics" .21 Januari 2014 <<http://www.Geocities.com/Area51/Zone9923/alternative.html>>

Goofar, *Menyikapi Tingkah Laku Suami*,. Jakarta : Penerbit Almahira, 2007

JaluPaksi, Yopi, *101 Tips kilat Berpikir Positif dan Berjiwa Besar*. Yogyakarta : Media Pressindo, 2010

Kuntjara, Esther, *Gender, bahasa dan kekuasaan*. Jakarta: Gunung Mulia, 2003

Lestari, Rika, *Sukses UN Bahasa Indonesia SMP*. Jakarta: Media Pusindo, 2008. 21 Januari 2014 <[books.google.com/books?isbn=9791474370](http://books.google.com/books?isbn=9791474370)>

Losier, Michael. *Law of Attraction*. Trans. Subiyanto. Jakarta : Ufuk Press, 2007

Madjadikara, Agus, *Bagaimana biro iklan memproduksi iklan*. Jakarta: Gramedia

Manesh, Stilla, *Siapa Kuliah*. Jakarta : GagasMedia, 2009. 22 Januari 2014 <[books.google.co.id/books?isbn=9797802981](http://books.google.co.id/books?isbn=9797802981)>

Mathews, Andre, *Making friends: Strategi Bergaul agar Diterima Orang Lain*. Jakarta: Grasindo, 1998

Mulyana, *Rahasia Menjadi Guru Hebat*. Jakarta: Grasindo, 2010. 24 Januari 2014 <[books.google.com/books?isbn=9790813260](http://books.google.com/books?isbn=9790813260)>

P&K, Dep, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, Jakarta, 1996.

Shimp, Terence, *Periklanan & Promosi*. Trans. Revyani Sjahrial. Jakarta: Erlangga

Soeroso, Andreas, *Sosiologi I*. Bogor : Yudhistira, 2008

Sujoko, Albertus, *Identitas Yesus & Misteri Manusia*. Yogyakarta: Kanisius, 2009

Surbakti, *Awas Tayangan Televisi*. Jakarta :PT Alex Media Komputindo, 2008. 22 Januari 2014  
<[books.google.com/books?isbn=9792725997](https://books.google.com/books?isbn=9792725997)>

Suseno, Franz, *13 Tokoh Etika*. Yogyakarta :Kanisius, 1997

Sutomo,Djati. *Pintar Menembus Pasar*. Jakarta:Republika, 2005

Templar, Richard, *The Rules of Management*. Trans.Yelfi.Jakarta :Erlangga, 2006

Triadi,Andy dan Addy Sukma, *Ayo Bikin Iklan*.Jakarta: PT Elex Media. 22 Februari 2014  
<[books.google.com/books?isbn=9792768939](https://books.google.com/books?isbn=9792768939)>

Vicynthia, *Jadi Jutawan dari Bisnis Sampingan*.Yogyakarta :Galangpress, 2010. 26 Februari 2014  
<[books.google.co.id/books?isbn=6028696080](https://books.google.co.id/books?isbn=6028696080)>

Wibowo, Wahyu, *Menuju Jurnalisme Beretika*. Jakarta: Buku Kompas,2009.