

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Peran Orangtua Dalam Proses Pendisiplinan Anak Pra-Sekolah

Oni Suryani, Drs. Arief Agung S.,M.Sn, Daniel Kurniawan Salamoon,S.Sn.,M.Med,Kom
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: oni.suryani19692@gmail.com

Abstrak

Disiplin terdapat dalam setiap interaksi antara orangtua dan anak, dan hal ini bekerja paling baik jika dipikirkan dalam pandangan yang paling positif: melindungi dan membimbing anak-anak menuju pengendalian diri yang semakin besar dan penilaian baik, bukan hanya menuntut kepatuhan. Ketika orangtua menghadapi masalah perilaku buruk anak biasanya yang mereka lakukan adalah berteriak atau memukul, terutama jika mereka dalam kondisi lelah atau frustrasi oleh kegagalan anak dalam mengikuti perintah mereka. Hukuman keras seringkali menimbulkan lebih banyak masalah dari pada pemecahannya. Oleh karena itu, tindakan *remaining*, *persuading*, dan *informing* mengenai penerapan hal disiplin yang benar. Iklan Layanan Masyarakat media yang memiliki 3 unsur tersebut dan akhirnya menjadi media yang digunakan.

Kata kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Perancangan, Disiplin, Anak Pra-sekolah.

Abstract

Title: *Designing Public Service Role Of Parents In Child Discipline Application of Pre-School.*

Discipline contained in any interaction between parent and child, and it works best when thought of in the most positive outlook: protecting and guiding children toward greater self-control and good judgment, rather than just demanding obedience. When parents face the problem of bad behavior that their children usually do is yell or hit, especially if they are in a state of tired or frustrated by the failure of children to follow their orders. Harsh punishment often creates more problems than solutions. Therefore, the action remaining, persuading, and informing about the correct application of disciplinary matters. Public Service Announcements media that has 3 elements and eventually became the medium used.

Keywords: Public Service Announcements, Design, Discipline, Pre-school Children

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Dalam harian Kompas pada awal Maret 2014 yang lalu sebuah peristiwa pembunuhan terjadi, menurut MetroTVnews korban ditemukan tanggal 5 Maret 2014 di sebuah jalan tol, korban masih berusia 19 tahun begitu juga dengan 2 pembunuhnya. Pembunuhnya yang tak lain adalah mantan pacar dari korban dan pacar barunya. Dari harian Kompas dinyatakan bahwa hal ini tak jauh dari cara pola pengasuhan anak, menurut psikolog Elly Risman, perilaku keji yang ditunjukkan oleh pelaku merupakan indikasi bahwa mereka tidak mendapatkan kasih sayang dan pola asuh yang tepat dari orang

tua sejak kecil. Kemungkinan pelaku banyak menerima bentakan, sindiran atau perbandingan dari orangtua saat masih kecil. Akibatnya, pelaku mencari cara menetralkan perasaan buruk yang timbul, dengan berbagai hal yang sebenarnya berdampak negatif bagi dirinya. (Kompas Health, Minggu (9/3/2014)). Pola asuh menentukan karakter anak saat sudah dewasa. Dengan pola asuh yang benar seorang anak akan tumbuh menjadi pribadi yang baik dan penuh pertimbangan, baik terhadap lingkungan maupun dirinya sendiri. Pola asuh yang benar dimulai dalam keluarga. Keluarga adalah lingkungan yang paling utama bagi perkembangan anak. Dimulai sejak dalam kandungan, peranan orangtua sangat menentukan. ("Berkomunikasi dengan anak : Usia 2-3 Tahun", Par 3-7)

Keluarga masa kini sudah banyak kehilangan fungsi dan artinya. Peralatan yang serba modern dan mekanis, mengganti tenaga manusia dengan tenaga mesin. Dengan demikian fungsi keluarga menjadi sangat berkurang dan arti keluarga serta ikatannya seolah-olah mengalami suatu kegoncangan. Saat ini kesatuan keluarga hanya dianggap sekedar performa saja. Hubungan antar pribadi semakin jauh dan melemah, sehingga akhirnya arti pribadi mengalami suatu perubahan. ("Psikologi untuk Keluarga":Par 10-11)

Orang yang berharap untuk menjadi orangtua, biasanya menyadari bahwa membantu anak untuk tumbuh menjadi orang dewasa yang masak dan bertanggung jawab merupakan kepuasan dan kegembiraan yang sulit untuk disamai oleh usaha manusia mana pun. Membesarkan anak adalah suatu proses belajar dan proses pencarian yang berlangsung terus menerus. Hal ini tak hanya melengkapi para orangtua dengan pengertian pribadi tentang kehidupan manusia, tetapi memaksa mereka untuk sampai pada suatu pengertian baru tentang apakah yang penting bagi diri mereka sendiri, siapa mereka itu dan apa sesungguhnya yang mereka hargai. Proses dalam membesarkan anak ini biasanya disebut dengan *parenting* (pengasuhan).

Pengasuhan (*parenting*) adalah segala hal yang berhubungan dengan relasi antara orang tua dan anak. Menurut Titah Hasanah, faktor yang mempengaruhi kualitas pengasuhan diantaranya ialah pengetahuan orangtua mengenai pengasuhan dan perkembangan anak. Orang tua yang memiliki pengetahuan ini akan mengetahui cara merawat dan memberikan stimulasi yang tepat, serta membangun interaksi yang baik dan menciptakan lingkungan yang sesuai bagi perkembangan anak. Titah juga menyampaikan bahwa perubahan kebutuhan, gaya hidup, prioritas dan pengaruh yang akhirnya membuat orang tua memiliki tuntutan untuk semakin meningkatkan pengetahuan dan wawasan agar lebih kreatif dalam hal pengasuhan anak terutama bagi para orangtua yang tinggal di kota-kota besar. Dalam Undang-Undang no 23 tahun 2002 tentang perlindungan anak mengenai kewajiban dan tanggung jawab orang tuadan keluarga, antara lain menyangkut mengasuh, memelihara, mendidik, dan melindungi anak serta menumbuh kembangkan anak sesuai dengan kemampuan, bakat dan minatnya. Dengan jaman yang serba digital saat ini maka sangat memudahkan bagi orangtua untuk mengakses pengetahuan tentang pengasuhan anak yang efektif.

Ada 4 dimensi penting dari *parenting*, yaitu : *disciplinary strategies* (pendisiplinan), *warmth and nurturance* (kenyamanan dan pengasuhan), *communication style* (tipe dalam berkomunikasi), and *expectation of maturity and control* (harapan pada kematangan dan pengawasan). *Parenting* (pengasuhan) sendiri memiliki 4 tipe : tipe pengasuhan *authoritarian*, tipe pengasuhan *authoritative*, tipe pengasuhan *neglectful*, dan tipe pengasuhan *indulgent*.

Tipe pengasuhan *authoritarian*, tipe ini tinggi akan aturan tetapi sangat kurang responsif, lain lagi dengan tipe pengasuhan *authoritative*, tipe ini tinggi akan aturan tetapi responsif orang tua terhadap anak juga tinggi, sedangkan tipe pengasuhan *neglectful / permissive*, tipe ini dimana tipe yang rendah aturan dan rendah juga responsif orangtua terhadap anak, dan tipe pengasuhan *indulgent / uninvolved*, tipe ini sangat rendah terhadap aturan tetapi sangat tinggi responsif orang tua terhadap anaknya. Sejauh ini tipe yang terbaik dari keempat tipe parenting diatas adalah tipe pengasuhan *authoritative*.

Pada Parenting.co.id Pengasuhan anak yang tidak efektif banyak terjadi tanpa disadari oleh orangtua contohnya menghujani anak dengan mainan yang berlebihan, memberikan banyak larangan-larangan kepada anak membiarkan anak mendapatkan pelayanan pada semua kebutuhannya. Sedangkan pada ayahbunda.co.id pengaruh-pengaruh yang berakibat buruk pada pola pengasuhan adalah SMS atau BBM tiada henti contohnya ketika anak ingin minta ditemani bermain atau hanya sekedar ingin dipeluk, karena terlalu asik ber-SMS maka anak merasa tak diperhatikan dan ingin merebut ponsel yang terjadi pengasuh pun dipanggil untuk menangani balita dan anak mempelajari bahwa kehadirannya tidak penting dan mengembangkan perilaku masa bodoh, minta anak berbohong contohnya berbisik di telinga anak untuk mengatakan "ibu masih di kamar mandi" padahal si ibu sedang berada di sebelah si anak saat menerima telepon, hal ini membuat anak belajar bahwa berbohong itu boleh, tidak sportif contohnya ketika sedang ada perlombaan si anak kalah "duh, sayang kamu kok kalah ya, padahal tadi kamu oke banget loh, pasti jurinya yang salah pilih" dari sini anak akan belajar untuk menyalahkan orang lain dan tidak mau menerima kekalahan, bermuka dua contohnya ketika tetangga meminjam sebuah majalah didepan tetangga dengan senyuman manis memberikan majalah yang ingin dipinjam tetapi setelah tetangga pergi malah mengomel

sendiri dari sini anak belajar untuk munafik dan pura-pura baik supaya dianggap baik, dan melanggar lalulintas.

Pengasuhan yang efektif pula baiknya dilakukan pada masa anak prasekolah, seorang anak yang belum memasuki sekolah formal, termasuk anak yang baru belajar berjalan tetapi bukan bayi (disiplin tanpa teriakan atau pukulan, viii) . Pada usia yang masih masuk dalam kategori *golden age* tersebut merupakan masa dimana anak mendapatkan proses pembentukan karakter, moral dan watak. (Buku Memahami Perkembangan Anak: Dari 3-5 tahun: par125-130). Masa prasekolah adalah masa proses belajar fisik, emosional dan intelektual yang utama di dalam kehidupan. Dalam keadaan yang paling baik, anak-anak usia pra sekolah bersifat ingin tahu, inventif, mempunyai keinginan dan mandiri. Dalam keadaan yang paling buruk, mereka keras kepala, malu-malu, dan tidak dapat berdiri sendiri. Anak-anak usia pra sekolah hidup di dunia yang menantang bagi mereka serta bagi orang tua mereka, dan mengajarkan kepada mereka tentang apa sebenarnya pendisiplinan itu.

Salah satu berita dari Tempo.co memberitakan mengenai orangtua yang tak kuasa mengatasi kenakalan anaknya sehingga memotong lidah anaknya. Kemudian dalam situs berita Okezone juga menuliskan berita mengenai seorang ayah yang menginjak anaknya, hingga mengalami patah tulang. Menurut Kak Seto "Harus ada keyakinan bahwa anak pada dasarnya baik, nakal itu dari kita sendiri, mulai dari menelantarkan anak hingga akhirnya anak itu acuh pada orang tua dan sebab lainnya. Sehingga sama-sama emosi sampai beradu antara anak yang ngambek dengan orang tua yang jengkel melihat sikap anaknya kemudian tidak sabar sampai memukulnya." Sebuah data dari Komisi Nasional Perlindungan Anak (Komnas PA), Tiga bulan memasuki tahun 2014, lanjutnya, pengaduan yang ditangani Komnas PA sudah 223 kasus. Dimana kejahatan seksual sebanyak 103 kasus selebihnya kekerasan fisik dan penelantaran. (Okezone news)

Tugas nomor satu para orangtua dari anak-anak pada usia pra sekolah adalah mengajarkan mereka pada tingkat yang dapat mereka pahami. Cara untuk berperilaku dengan benar di dunia pribadi mereka di rumah dan didepan orang banyak. Ketika orangtua menghadapi masalah perilaku buruk anak biasanya yang mereka lakukan adalah berteriak atau memukul, terutama jika mereka dalam kondisi lelah atau frustrasi oleh

kegagalan anak dalam mengikuti perintah mereka. Hukuman keras seringkali menimbulkan lebih banyak masalah dari pada pemecahannya. Dalam satu hal, berteriak dan memukul adalah jenis perhatian salah, dan jika tindakan itu adalah salah satunya perhatian yang orang tua berikan kepada anak, anak akan berperilaku buruk hanya agar orangtua dapat memperhatikan anak ini. Begitu juga dengan para orangtua tidak selalu mengetahui apakah tindakan memukul itu berhasil karena mereka tidak benar-benar mengamati efeknya yang lama pada perilaku anak. Sering sekali hukuman hanya menyembunyikan perilaku buruk: tindakan itu menghentikan dilakukannya perilaku itu di depan orangtua, tetapi tidak menghentikan perilaku itu sama sekali.

Dalam Hirarki perkembangan moral yang didefinisikan oleh Lawrence Kohlberg, tingkat yang paling rendah adalah "mengikuti peraturan untuk menghindari hukuman". Namun yang tingkat yang paling tinggi adalah "mengikuti peraturan karena peraturan itu baik dan benar". Jika orangtua secara konsisten memukul anak karena berperilaku buruk, maka mereka cenderung menghentikan mereka pada tingkat perkembangan moral yang paling rendah, anak berniat menghindari sebuah hukuman, bukannya melakukan apa yang baik dan benar.

Lewat adanya iklan layanan masyarakat ini orangtua bisa lebih memprioritaskan pengetahuan tentang pengasuhan (parenting) anak dalam menanamkan kedisiplinan tanpa teriakan atau pukulan. ILM sendiri sebenarnya bermanfaat sebagai salah satu upaya untuk menggerakkan solidaritas masyarakat terhadap masalah-masalah yang menyangkut kehidupan masyarakat atau perubahan nilai yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum. (khasali:1990,20)

Metode Analisis Data

Analisa data menggunakan metode 5W+1H (*what, where, when, who, why and how*). Dengan mengumpulkan data dari permasalahan yang ada (*what*), tempat pelaksanaan, perancangan (*where*), target dari perancangan, kemudian narasumber atau orang yang terkait (*who*), waktu yang akan dilaksanakannya perancangan (*when*), tujuan dari perancangan ini sendiri (*why*), dan proses pelaksanaan perancangan (*how*).

Pembahasan

Iklan adalah suatu cara untuk menyampaikan atau mempublikasikan suatu produk atau jasa atau informasi kepada suatu khalayak target melalui

media yang bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (surat langsung), media dalam atau media-media massal yang lainnya.

Iklan pada dasarnya adalah produk kebudayaan massa. Produk kebudayaan masyarakat industri yang ditandai oleh produksi dan konsumsi massal. Kepraktisan dan pemuasan jangka pendek antara lain merupakan nilai-nilai kebudayaan massa (Jenkins 27).

Secara garis besar iklan dibedakan menjadi 2 macam, yaitu iklan komersial dan non-komersial. Iklan komersial lebih cenderung kepada kegiatan promosi terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk meningkatkan angka penjualan produk atau jasa tersebut. Sedangkan iklan non-komersial lebih mementingkan penyampaian pesan atau informasi kepada khalayak target.

Periklanan adalah sebuah bisnis yang besar. *Ralph S. Alexander* dalam (Morison 14) mendefinisikan iklan atau advertising sebagai "*any paid form of non personal communication about an organization, product, service, or idea by an identified sponsor*" (setiap bentuk komunikasi non personal mengenai sebuah produk, servis atau ide yang dibayar oleh suatu sponsor yang diketahui). Secara umum periklanan dihargai karena dikenal sebagai pelaksana beragam fungsi komunikasi yang penting bagi perusahaan bisnis dan organisasi lainnya.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) ialah iklan yang mengkomunikasikan pesan-pesan tentang masalah-masalah sosial yang terjadi di sekitar masyarakat. Iklan jenis ini biasanya dilakukan oleh pemerintahan, badan-badan sosial atau perusahaan-perusahaan yang menggunakan strategi *social marketing* di mana perusahaan yang bersangkutan menggunakan pencitraan peduli sosial kepada produk atau korporat perusahaan tersebut. (hal 7-9)

Iklan Layanan Masyarakat juga berarti iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dengan tujuan akhir bukan untuk mendapatkan sebuah keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial disini artinya adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra baik dimata masyarakat. ILM merupakan aktivitas periklanan yang berlandaskan gerakan moral. ILM mengemban tugas mulia membangun masyarakat melalui pesan-pesan sosial yang dikemas secara kreatif dengan pendekatan-pendekatan simbolis.

Iklan layanan masyarakat biasanya menggunakan prinsip pengulangan pesan dengan nada bicara dan kesan yang berbeda-beda pada beberapa media. Hal ini ditekankan agar khalayak sasaran dapat merasakan pengulangan sehingga pesan yang disampaikan semakin dekat dan

berpengharapan semakin tertanam dalam benak khalayak sasaran. Selain itu diharapkan dapat mengubah kondisi masyarakat ke arah yang lebih baik.

Dalam memilih media beberapa faktor yang harus dipertimbangkan, antara lain adalah sebagai berikut.

1. Pasar sasaran
2. Anggaran periklanan
3. Sifat saluran distribusi bagi produk yang bersangkutan
4. Kegiatan periklanan pesaing
5. Karakteristik produk yang akan diiklankan
6. Tingkat kedalaman pesan
7. Efektifitas media dalam menarik *target audience* (pasar sasaran)

Ada 3 faktor lain yang dianggap sangat dipertimbangkan dalam memilih media periklanan yang sesuai menurut Philip Kotler

- a. Jangkauan (*reach*) adalah sejumlah orang maupun rumah tangga yang melihat media tertentu, paling tidak selama periode waktu tertentu.
- b. Frekuensi (*frequency*) adalah jumlah berapa kali dalam periode tertentu, rata-rata orang atau rumah tangga menerima pesan iklan.
- c. Dampak (*impact*) adalah nilai kualitatif suatu pemberitaan iklan lewat media tertentu.

May Lwin dan Jim Aitchison, dalam bukunya *clueless in advertising* terdapat 5 faktor penting dalam memilih media, yaitu:

1. Jangkauan (*reach-R*) : persentase dari khalayak sasaran yang terkena paparan iklan setidaknya sama sekali satu periode waktu tertentu (biasanya empat minggu). Faktor-faktor yang mempengaruhi jangkauan adalah lebih banyak orang yang bisa dijangkau bila menggunakan media dengan jumlah beragam.
2. Frekuensi (*frequency=F*) : jumlah rata-rata beberapa kali sebuah iklan menjangkau khalayak sasaran dalam periode waktu tertentu.
3. Kesenambungan (*Continuity*) : bagaimana sebuah iklan dialokasikan selama pelaksanaan sebuah kampanye iklan. Ada 3 metode penjadwalan yaitu

- berkesinambungan, berdenyur dan bergelombang.
4. Bobot (*weight*) : titik peringkat bruto atau *gross rating point* (GRP), menunjukkan jumlah bobot bruto yang mampu di sampaikan oleh sebuah jadwal iklan tertentu.
GRP=Reach (R) x Frequency (F)
 5. Biaya (*cost*) : biaya menjangkau per 1000 khalayak sasaran. Sebagai pertimbangan biaya adalah dengan mengukur efisiensi biaya, bukan efektifitas saja dan iklan yang menggunakan media tertentu biasanya dibandingkan dengan basis media yang sama dan bukan secara lintas media (Lwin, 76)

Allo Liliweri (1992) membagi iklan secara 2 kelompok besar, yaitu pembagian secara umum dan khusus. Secara umum iklan meliputi iklan tanggung jawab sosial, iklan bantahan, iklan pembelaan, iklan perbaikan dan iklan keluarga. Iklan tanggung jawab sosial yaitu iklan yang bertujuan menyebarkan pesan yang bersifat informatif, penerangan, pendidikan agar membentuk sikap warga, sehingga mereka bertanggungjawab terhadap masalah sosial dan kemasyarakatan tertentu. Dengan kata lain, kategori iklan seperti ini dapat juga disebut sebagai iklan layanan masyarakat. Iklan anjuran dan iklan pengamatan sosial masih termasuk dalam kategori iklan layanan masyarakat. Iklan anjuran adalah iklan yang pesan-pesannya jelas menganjurkan secara tegas kepada masyarakat tentang sesuatu tindakan tertentu. Iklan pengamatan sosial adalah iklan yang pesan-pesannya jelas memberikan gambaran tentang peristiwa, kejadian yang akan berakibat pada suatu keadaan tertentu (widyatama, 67-68).

ILM merupakan aktivitas periklanan yang berlandaskan gerakan moral. ILM mengemban tugas mulia membangun masyarakat melalui pesan-pesan sosial yang dikemas secara kreatif dengan pendekatan-pendekatan simbolis.

Di Indonesia, ILM lahir dalam keadaan terpuruk yaitu pada masa perang. Iklan pertama yang muncul di surat kabar memuat himbauan yang mengajak warga melanjutkan perjuangan, mempertahankan kemerdekaan, serta mengumpulkan dana untuk perang dan membantu korban perang. Ada juga ucapan belasungkawa atau ucapan terimakasih yang digunakan sebagai upaya solidaritas rakyat dalam perjuangan.

Kemudian ILM berkembang menjadi sangat pesat sejalan dengan bertambahnya masalah sosial yang berkembang dalam masyarakat umum. Masalah-masalah tersebut menuntut sebuah

penyelesaian atau paling tidak kejelasan sikap dari masyarakat. ILM adalah media yang ampuh memancing masyarakat untuk keluar dari zona nyaman dan bersama-sama dengan pemerintah mencari jalan keluar yang terbaik dari permasalahan yang ada. Ketika krisis moneter menimpa negeri ini, tahun 1997, lebih banyak lagi ILM yang dibuat dan disebarluaskan. Selain tema yang diangkat cukup mendalam, kreativitas yang ditampilkan pun sangat mengalami perubahan dan menuju ke arah yang lebih baik. Sejak saat itu ILM semakin mendapat perhatian. Pada tanggal 20 November 1990 berdirilah Yayasan Prawira Sosial atau the Indonesian Ad Council yang mengkoordinasi iklan-iklan ILM, terutama untuk kampanye mengenai kesehatan.

Rhenald Kasali menambahkan langkah-langkah perancangan ILM dalam bukunya, yaitu:

- Identifikasi masalah, dilanjutkan dengan pemilihan dan analisa kelompok sasaran. Kelompok ini dianalisis kebutuhannya, suasana psikologis dan sosiologis yang melingkupi, bahasa, jalan pikiran, serta simbol-simbol yang dekat dengan mereka.
- Menentukan tujuan khusus iklan tentang apa yang ingin dicapai melalui kampanye itu.
- Menentukan tema iklan. Tema iklan adalah topik pokok atau selling points yang ingin dituju oleh iklan tersebut
- Menentukan anggaran iklan yang diperlukan untuk suatu kampanye selama periode waktu tertentu.
- Perencanaan media. Tahap ini meliputi 3 hal, yakni identifikasi media yang ada dan tersedia, memilih media yang tepat, serta menentukan waktu dan frekuensi penyiaran.
- Menciptakan pesan-pesan iklan yang tercermin dalam keseluruhan tampilan iklan, baik itu *headline*, *sub headline*, *body copy*, *artwork*, dan logo. Yang bersama-sama menarik dan memelihara perhatian masyarakat.

Jika dilihat dari bentuknya, ILM mengandung tanda-tanda komunikatif lewat bentuk-bentuk komunikasi dan itulah yang membuat pesan yang disampaikan menjadi bermakna. Selain itu, gabungan antara tanda dan pesan yang ada pada ILM diharapkan dapat mempersuasi khalayak sasaran yang dituju. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji tanda verbal (judul, judul dan teks) dan tanda secara visual (ilustrasi, logo, dan *layout*) ILM dengan pendekatan teori semiotika.

Kata keluarga banyak orang menggambarkan dengan keadaan dimana ada ayah, ibu, 2 atau 3 orang anak, tetapi sebenarnya keluarga adalah sesuatu yang Tuhan rancang agar didalamnya terdapat kenyamanan, agar anak-anak bisa tumbuh, lahir, mendapatkan cinta kasih, dorongan yang membangun, berkembang, terstruktur dan akhirnya mereka bisa membentuk mereka sendiri. Seperti terdapat dalam firman Tuhan dalam Alkitab 1 Timotius 5:8 “tetapi jika ada seorang yang tidak memelihara sanak saudaranya, apalagi seisi rumahnya, orang itu murtad dan lebih buruk dari orang yang tidak beriman”. Kesenangan yang paling besar dan kesedihan yang paling mendalam di dalam hidup semuanya berada di dalam keluarga.

Langkah-langkah menjadi sebuah keluarga yang sehat:

1. *Suspended the blame cycle* (mengurangi tindakan saling menyalahkan)
2. *Acknowledge your contribution to the pain* (menyadari bagian dari kesedihan)
3. *Commit yourself to recovery and healing* (komitmen untuk pemulihan dan penyembuhan)
4. *Make emotional intimacy with your spouse a top priority* (memprioritaskan untuk menciptakan keintiman secara emosional bersama dengan pasangan)
5. *Set healthy boundaries* (menetapkan batas-batas yang positif)
6. *Seek out and eliminate stress factor* (mencari dan menghilangkan faktor stress)
7. *Commit yourself to a process of clear family* (komitmen untuk sebuah keluarga yang jelas)

Disiplin adalah salah satu persoalan paling membingungkan yang dihadapi oleh para orangtua. Itu juga salah satu persoalan yang sangat penting. Strategi dalam disiplin juga memainkan peranan penting dalam jenis hubungan orangtua-anak yang berkembang. Jalan menuju disiplin yang sukses berkelok-kelok dengan banyak rintangan besar. Kebanyakan para orangtua memasuki arena pendidikan anak dengan suatu pandangan terhadap disiplin yang sudah mereka miliki sebelumnya.

Salah satu kesulitan yang dihadapi berhubungan dengan kata disiplin itu sendiri. Banyak kali, orangtua mempersempit artinya sehingga menjadi sinonim dengan kata “hukuman”. Hal ini menimbulkan masalah yang lebih besar daripada yang dipecahkan terutama karena membatasi pilihan orangtua. Orangtua juga bisa terjebak dalam perselisihan sepele dengan anak-anak dan bisa merusak harga diri mereka. Begitu para orangtua mulai bergantung kepada pembalasan, teguran, ganjaran, dan bentuk lain untuk memberikah hukuman, orangtua berada dalam pusaran angin menuju kemerosotan. Hasil

akhir paling mengganggu pikiran dari kemerosotan ini adalah, tentu saja, ketika penghinaan dan hukuman fisik dilakukan.

Dalam disiplin yang berdasarkan hukuman, disiplin menjadi persoalan situasional, ketika pada kenyataannya disiplin yang sesungguhnya terjalin dalam kehidupan sehari-hari orang tua dengan anak-anak mereka. Disiplin terdapat dalam setiap interaksi antara orangtua dan anak, dan hal ini bekerja paling baik jika dipikirkan dalam pandangan yang paling positif: melindungi dan membimbing anak-anak menuju pengendalian diri yang semakin besar dan penilaian baik, bukan hanya menuntut kepatuhan. Pekerjaan menanamkan disiplin memerlukan pengertian tentang perkembangan anak. Anak-anak yang normal selalu ingin tahu, tidak sabaran, dan aktif. Baik anak kecil maupun remaja menentang orangtua supaya bisa menyatakan keunggulannya dari orangtua. Bagi setiap orang itu adalah personal identitas. Anak-anak usia prasekolah bersikap seperti raja dan menentang wewenang orangtua, sementara mereka berjuang menguasai dunia sekitar mereka. Pengetahuan tentang motif apa yang mendorong anak-anak sangatlah berharga dalam merencanakan cara-cara memberlakukan kekonsistenan secara damai. Hal memukul sekarang ini tak banyak disukai atau tak banyak sesuai dengan kondisi budaya di beberapa negara. Beberapa orang memiliki anggapan bahwa memukul sama saja dengan melakukan kekerasan terhadap anak. Sebenarnya 2 tindakan ini memiliki beberapa perbedaan dalam perlakuannya.

Memukul, tindakan ini dibenarkan jika dilakukan dengan bijaksana dan benar. Mereka dihadapkan pada rasa sedih bukannya kemarahan, mau memberikan penjelasan dan alasan memukul, terkadang untuk mengingatkan mereka pada suatu keadaan atau tindakan yang membahayakan. (“saya memukul kamu karena kamu harus belajar untuk tidak lari ke jalan”) dan mematahkan sebuah kekeraskepalaan (dalam hal memberontak).

Kekerasan terhadap anak biasanya dilakukan dengan sembarangan, impulsif dan juga dengan kemarahan, itu adalah gambaran dari sebuah sikap tak sabar dan permusuhan, bukan kasih. Hal ini akan sangat berdampak pada perkembangan perilaku anak.

Riset yang dilakukan oleh Lise Gliot dari fakultas kedokteran Chicago, US menyatakan bahwa membentak atau berbicara dengan nada tinggi terhadap anak bisa menyebabkan milyaran sel yang sedang bertumbuh dalam otak anak menjadi hancur. Anak yang masih dalam pertumbuhan otaknya yakni pada masa golden age. Suara keras dan membentak yang keluar dari orangtua dapat menggugurkan sel otak yang sedang tumbuh. Sedangkan pada saat ibu sedang

memberikan belaian lembut sambil menyusui, rangkaian otak terbentuk indah.

Data Wawancara

Menurut Ibu Lani salah satu Psikolog anak (Counceling Center) mengatakan banyak sekali orangtua yang mendisiplinkan anak-anak mereka dengan cara yang berbeda-beda, biasanya menurut dengan bagaimana dulunya keluarga para orangtua ini mendidik mereka, jika tidak mereka mendisiplinkan anak mereka dengan cara yang bertolak belakang dengan cara orang tua mereka dulu (karena ketidak sukaan). Contohnya seperti memukul, mencubit, membentak, melempar barang dan banyak hal lainnya.

Ada 3 hal yang sangat penting yang harus orangtua lakukan disaat ingin melakukan sebuah tindakan disiplin terhadap anak:

1. Orangtua haruslah menjadi teladan terlebih dahulu dalam penerapan disiplin ini
2. Orangtua tak kenal lelah untuk mengingatkan anak untuk peraturan-peraturan
3. Semakin bertambahnya usia anak maka peraturan dibuat secara konsisten mengikuti perkembangan anak dan dibuat bersama-sama dengan anak

Ibu Lani juga mengatakan untuk orangtua muda di jaman sekarang pesan akan lebih menarik jika disajikan dengan bentuk visual, secara gamblang, dan juga menarik. Media yang disarankan adalah billboard dan media sosial.

Asumsi Data

Menurut data yang didapatkan ada 3 hal penting yang harus orangtua lakukan dalam menerapkan hal disiplin pada anak pra-sekolah untuk menghindari teriakan dan pukulan, hal-hal ini sangatlah mendasar. Orangtua haruslah menjadi teladan dalam melakukan tindakan pendisiplinan, kemudian orangtua harus selalu mengingatkan mengenai peraturan-peraturannya, dan yang terakhir peraturan harus dibuat secara konsisten sesuai dengan bertambahnya usia anak dan harus dibuat bersamaan. Sebuah konsistensi dan keteladanan terlihat sangat menonjol untuk peran orangtua karena anak melakukan apa yang mereka lihat dan dijadikan panutan.

Konsep Media

Tujuan media secara umum adalah mempermudah proses penyampaian pesan kepada

audiens secara langsung sehingga mendapatkan dampak yang terarah.

Media yang akan digunakan yaitu:

1. Surat kabar

Pada surat kabar, ILM dipasang dengan tujuan untuk memulai memperlihatkan dalam bentuk visual yang menarik dan secara gamblang sehingga orangtua tertarik untuk melihatnya kemudian meresapi visualisasinya dan mengambil makna dari pesan yang ada dalam Iklan Layanan Masyarakat tersebut. Selain itu membaca surat kabar juga salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh audience, selain karena masyarakat menengah keatas memiliki minat baca yang besar, masyarakat menengah atas juga lebih mudah dalam menyerap informasi.

2. Billboard

Media ini merupakan media yang berisi sebuah pesan yang sangat informatif, selain karena letak media ini sangat strategis, media ini juga sangat *eye catching* dan ukurannya yang besar maka visualisasinya akan tampak lebih jelas terlihat dan terbaca. Para orangtua yang berasal dari kalangan menengah keatas pada daerah Surabaya cenderung mengendarai kendaraan, selain itu media ini terletak dekat dengan sekolah.

3. Media Sosial

Media ini digunakan dalam menyampaikan sebuah informasi-informasi dari sebuah sikap disiplin untuk anak-anak dan akibatnya ketika para orangtua menerapkan disiplin dengan pukulan dan teriakan terhadap anak. Pada masa sekarang media sosial sangatlah booming semua kalangan bisa mengaksesnya dengan mudah, para target audiens merupakan pengguna aktif dan tidak buta dengan teknologi, sehingga sangat mudah untuk dijangkau.

4. Majalah

Selain koran, target audiens juga merupakan kalangan yang suka membaca majalah. Lewat majalah ini Iklan Layanan Masyarakat akan terpasang. Dengan melihat visualisasinya, kemudian menyerap maknanya dan mengetahui pesannya adalah hal yang didapat oleh para pembacanya khususnya target audiens.

5. Poster
Media ini termasuk salah satu yang paling efektif, selain diletakkan pada tempat yang sering sekali dikunjungi oleh para target audiens, kemudian dibantu dengan visualisasi untuk menyampaikan pesan.

6. PIN
Media ini digunakan maksud dari ILM tersebut dapat bersentuhan langsung dengan para target audiens, selain itu benda ini termasuk berukuran kecil, mudah digunakan, menarik dan sangat simple, sesuai dengan target audiens yang menyukai sesuatu yang praktis.

7. Brosur
Media ini digunakan agar dapat menyampaikan pesan dan menyampaikan penjelasan mengenai bagaimana psikologi anak pada masa usia pra sekolah dan juga penanganannya dalam hal penerapan disiplin terhadap mereka. Media ini merupakan media yang praktis, dapat dibawa ke mana-mana tidak memakan tempat dan juga sangat simple.

2. Orangtua tak kenal lelah untuk mengingatkan anak untuk peraturan-peraturan
3. Semakin bertambahnya usia anak maka peraturan dibuat secara konsisten mengikuti perkembangan anak dan dibuat bersama-sama dengan anak

Dari fenomena yang didapatkan, maka pada tahap penyampaian pesan secara *persuading* yang disampaikan adalah dengan menggunakan pendekatan simbolik, karena menggunakan metode simbolik dalam Iklan Layanan Masyarakat akan sangat mudah untuk menyentuh emosional yang ada pada target audiens.

Pada tahapan reminding strategi yang diperlukan adalah memberikan unsur yang mudah diingat dan ditangkap mata ketika pertama kali melihatnya, jadi dibutuhkan media-media untuk mempermudah masyarakat, terutama dalam menampilkan bentuk visualnya yang gamblang dan pesan yang akan didapat ketika pada targetnya bisa mengingat maksud dari visualisasinya.

Isi pesan yang ingin disampaikan adalah orangtua adalah sahabat terbaik dari anak, selain itu orangtua juga merupakan orang yang paling dekat dengan anaknya, perilaku yang diterapkan oleh anak merupakan perilaku yang dilihat anak dari orangtua, didengarnya dari orangtua dan didapatnya dari orangtua.

Bentuk pesan yang disampaikan Cara penyampaian pesannya dilakukan dengan menggunakan pendekatan simbolik selain karena mudah yang diinginkan ketika target yang melihat dan membaca pesan ini dapat mengenai sisi emosionalnya, juga bahasa simbol dapat menggunakan sesuatu yang tak natural. pendekatan simbolik secara negatif, sebuah keburukan yang terjadi jika orangtua menerapkan hal disiplin dengan menggunakan pukulan dan teriakan kepada anak mereka.

Tema pesan di dapat dari 3 hal penting yang telah dibahas pada kesimpulan bab 2 yang berisikan : yang pertama orangtua haruslah menjadu teladan sebagai perilaku disiplin, kemudian yang ke-2, orangtua tidak boleh lelah untuk mengingatkan anak (peraturan-peraturan), dan yang ke-3, orangtua haruslah konsisten dalam menjalankan kedisiplinan, akhirnya didapatkan satu *big idea* yaitu “disiplin yang meneladani” dimana orangtua yang menjadi sebuah figur yang paling dekat dengan anak, selalu menjadi contoh dan panutan untuk anak, tak heran jika anak akan meniru orangtua mereka, sesuai dengan apa yang anak lihat.

Konsep Kreatif

Tujuan Kreatif dalam Iklan Layanan Masyarakat ini antara lain:

- Audience dapat mengerti penerapan kedisiplinan terhadap anak pra sekolah
- Menginformasikan kepada audience dampak dari pendisiplinan anak yang benar dan juga cara-caranya.
- Menyadarkan dan mengajak audience untuk mempraktekannya untuk menerapkan disiplin terhadap anak pra sekolah.

Strategi kreatif tak lepas dari tujuan komunikasi yaitu antara lain *informing*, *persuading*, dan *reminding* dalam data yang didapat audience kurang mengerti betul mengenai penerapan pola disiplin dengan menghindari pukulan dan teriakan, maka perlu untuk menggunakan teknik *informing* ke dalam perancangan ini. Selain itu ada beberapa hal penting yang harus orangtua terapkan sebelum menerapkan hal disiplin kepada anak mereka, hal-hal ini, antara lain:

1. Orangtua haruslah menjadi teladan terlebih dahulu dalam penerapan disiplin ini

Sisi Emosional adalah yang ingin disentuh oleh pesan yang akan disampaikan dari Iklan Layanan Masyarakat ini. Sisi emosional paling mendekati dengan penggunaan pendekatan simbolik, yang nantinya akan disimbolkan dengan air. Kemudian fotografi teknik yang digunakan dalam pembuatan Iklan Layanan Masyarakat ini dikarenakan foto menampilkan sesuatu yang nyata, dan mudah untuk dipahami. Negativisme pendekatan penyampaian pesan yang digunakan, mengenai kejelekan atau akibat sesuatu yang dilakukan secara negatif.

Teknik yang akan digunakan dalam pembuatan Iklan layanan Masyarakat ini dengan menggunakan *digital Imaging*, dimana akan banyak menggabungkan file-file foto untuk membentuk sesuatu bentuk, dan bentuk yang akan dihasilkan adalah sebuah gelas yang menyemburkan air dan dari semburan airnya akan membentuk interaksi yang bernuansa negatif dari orang tua dan anak. Kemudian warna yang akan digunakan adalah warna biru, warna dari air itu sendiri. Sedangkan untuk brosur menggunakan Software *adobe Illustrator* yang juga banyak warna biru yang digunakan tetapi warnanya lebih soft sehingga menimbulkan rasa nyaman dan bersahabat ketika para target membaca brosur ini. Layout yang digunakan dalam penulisan *body copy* maupun untuk menuliskan kata-kata di dalam brosur menggunakan *center layout*. Sehingga terlihat seimbang dari sisi kanan dan kirinya dan juga terlihat rapi. Penggunaan elemen-elemen seperti bidang-bidang yang terdapat pada brosur dimaksudkan untuk membantu menciptakan keindahan sehingga brosur lebih nyaman untuk dibaca dan tidak monoton, sedangkan untuk hal-hal yang harus diperhatikan pada judulnya diberikan bantuan bidang dengan warna terang, yaitu warna Oranye. Tipe huruf yang digunakan huruf *sans serif*, agar terlihat lebih santai dan tidak terlalu kaku. Pesan akan dituliskan dalam bentuk kalimat singkat yang berisi 2 hal:

1. Wadah yang tepat akan membentuk karakter dan watak anak dengan benar.
2. Keteladanan adalah hal yang terlihat dan akan diterapkan.

Dalam media sosial selain 2 kalimat ini yang akan sering muncul, juga akan muncul beberapa data yang informatif berkaitan dengan Iklan Layanan Masyarakat ini, seperti akibat jika orangtua berteriak kepada anak mereka, kemudian beberapa hal yang sering orangtua lakukan dalam menerapkan sebuah disiplin yang salah, dan artikel mengenai tahap penerapan hal disiplin yang benar terhadap anak.

Kesimpulan

Tugas nomor satu para orangtua dari anak-anak pada usia pra sekolah adalah mengajarkan mereka pada tingkat yang dapat mereka pahami. Cara untuk berperilaku dengan benar di dunia pribadi mereka di rumah dan didepan orang banyak. Ketika orangtua menghadapi masalah perilaku buruk anak biasanya yang mereka lakukan adalah berteriak atau memukul, terutama jika mereka dalam kondisi lelah atau frustrasi oleh kegagalan anak dalam mengikuti perintah mereka. Hukuman keras seringkali menimbulkan lebih banyak masalah dari pada pemecahannya. Menghadapi perilaku anak banyak orangtua yang menerapkan hal disiplin untuk anak-anak mereka. Dalam disiplin yang berdasarkan hukuman, disiplin menjadi persoalan situasional, ketika pada kenyataannya disiplin yang sesungguhnya terjalin dalam kehidupan sehari-hari orang tua dengan anak-anak mereka. Disiplin terdapat dalam setiap interaksi antara orangtua dan anak, dan hal ini bekerja paling baik jika dipikirkan dalam pandangan yang paling positif: melindungi dan membimbing anak-anak menuju pengendalian diri yang semakin besar dan penilaian baik, bukan hanya menuntut kepatuhan.

Menurut data yang didapatkan ada 3 hal penting yang harus orangtua lakukan dalam menerapkan hal disiplin pada anak pra-sekolah untuk menghindari teriakan dan pukulan, hal-hal ini sangatlah mendasar. Orangtua haruslah menjadi teladan dalam melakukan tindakan pendisiplinan, kemudian orangtua harus selalu mengingatkan mengenai peraturan-peraturannya, dan yang terakhir peraturan harus dibuat secara konsisten sesuai dengan bertambahnya usia anak dan harus dibuat bersamaan. Sebuah konsistensi dan keteladanan terlihat sangat menonjol untuk peran orangtua karena anak melakukan apa yang mereka lihat dan dijadikan panutan.

Tema pesan di dapat dari 3 hal penting yang telah dibahas pada kesimpulan bab 2 yang berisikan : yang pertama orangtua haruslah menjadu teladan sebagai perilaku disiplin, kemudian yang ke-2, orangtua tidak boleh lelah untuk mengingatkan anak (peraturan-peraturan), dan yang ke-3, orangtua haruslah konsisten dalam menjalankan kedisiplinan, akhirnya didapatkan satu *big idea* yaitu “disiplin yang meneladani” dimana orangtua yang menjadi sebuah figur yang paling dekat dengan anak, selalu menjadi contoh dan panutan untuk anak, tak heran jika anak akan meniru orangtua mereka, sesuai dengan apa yang anak Sisi Emosional yang ingin disentuh oleh pesan yang akan disampaikan dari Iklan Layanan Masyarakat ini. Sisi emosional paling mendekati dengan penggunaan pendekatan simbolik, yang nantinya akan disimbolkan dengan air. Kemudian fotografi teknik yang digunakan dalam pembuatan Iklan Layanan Masyarakat ini dikarenakan foto menampilkan sesuatu yang nyata, dan mudah

untuk dipahami. Negativisme pendekatan penyampaian pesan yang digunakan, mengenai kejelekan atau akibar sesuatu yang dilakukan secara negatif.

Media-media yang digunakan juga berasal dari kebiasaan yang biasanya dilakukan oleh targer audiens sendiri, koran, majalah, media sosial, poster, billboard, pin dan juga brosur. Pin dan brosur dipilih agar pesan dapat disampaikan secara langsung dan gamblang, membantu memahami maksud dari Iklan Layanan Masyarakat yang ada.

Gambar



Gambar 1. Profile picture Social Media



Gambar 2. Pin



Gambar 3. Brosur



Gambar 4. Desain Billboard dan Poster



Gambar 5. Desain majalah

Ucapan Terima Kasih

Pengerjaan Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena sebab itu terima kasih sebesar-besarnya diberikan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu membimbing dan memberikan penyertaan dalam kegiatan kerja profes ini dari awal hingga akhir.
2. Bapak Aristarchus Pranayama K., BA, MA selaku Ketua Program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra dan juga sebagai penguji yang selalu memberikan masukan-masukan yang bermanfaat.
3. Bapak Drs. Arief Agung S., M.Sn selaku dosen pembimbing I dan juga ketua tim penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga dan juga pikiran dalam memberikan pengarahan karya Tugas Akhir.
4. Bapak Daniel Kurniawan Salamoon, S.Sn., M.Med, Kom selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya, tenaga dan juga pikiran dalam memberikan pengarahan karya Tugas Akhir.
5. Ibu Ani Wijayanti S., S.Sn., M.Med. Kom. selaku penguji yang selalu memberikan masukan-masukan yang bermanfaat bagi tugas akhir ini.
6. Segenap dosen, staff pengajar, karyawan di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya.
7. Orang tua dan anggota keluarga tercinta yang lainnya yang selalu mendukung baik moral maupun material sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
8. Teman –teman dan sahabat-sahabat yang seiman yang selalu mendoakan, mendukung dan selalu memberikan pengertian bagi kelangsungan pengerjaan Tugas Akhir ini.
9. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan namun turut membantu proses pembuatan Tugas Akhir ini.

Penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan petunjuk, kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulisan selanjutnya.

Akhir kata, penulis mohon maaf atas kesalahan dan kekurangan yang ada dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga Tugas akhir ini berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan sekalian.

Daftar Pustaka

- “duh orangtua rela telantarkan anak demi main gadget” *Liputan 6* .11 November 2013
<<http://tekno.liputan6.com/read/742264/duh-orangtua-rela-telantarkan-anak-demi-main-gadget>>
- Gunarsa, Dr. Singgih D. Gunarsa, Dra. Ny. Y. Singgih D. Psikologi Untuk Keluarga. Jakarta Pusat: P.T. BPK Gunung Mulia, 1976
- Keluarga Dan Berbagai Tekanan Jiwa. Salatiga: Pusat Bimbingan Universitas IKIP Krisnamurthi, Y. Bayu. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Jakarta: Direktorat Perguruan Tinggi Swasta: Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, 1994
- Kuncoro, Mudrajad. Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis?. Jakarta: Erlangga. 2003.
- Meggitt, Carolyn. *Understand Child Development*. Jakarta: PT Indeks, 2013
- Minirth, M.D., Frank. *The Complete Life* ensiklopedia
- O’ donnell, Lydia. Lein, Laura. *Anak: Bagaimana Mengasuh Anak Dan Pengaruh Anak Bagi Kehidupan Orangnya*. Yogyakarta: Kanisius, 1989
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2004.
- Singarimbun, Masridan Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. 1986.
- Surakhmad, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar Metode Teknik*. Jakarta: Utama Grafitti. 1987.
- Terlalu Muda Untuk Kawin. Salatiga: Pusat Bimbingan Universitas IKIP Wasito, Hermawan. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 1995.

waycoff ,Jerry.Disciplin Tanpa Teriakan Atau

Pukulan.Jakarta:Binarupa Aksara.1994