

PERANCANGAN KAMPANYE IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BERHENTI BICARA KASAR UNTUK KALANGAN ANAK USIA 7-12 TAHUN

Anthony Chandra Gunawan¹, Arief Agung², Jacky Cahyadi³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,

Universitas Kristen Petra Surabaya

E-mail: Anthonychandrangunawan24@yahoo.com

Abstrak

Bicara kasar merupakan kebiasaan yang sering dilakukan oleh masyarakat terutama di kota Surabaya. Mereka pertama kali mengenal bicara kasar ketika mereka duduk di sekolah dasar. Budaya bicara kasar ini bisa membawa dampak negatif bagi diri mereka. Oleh karena itu diperlukan solusi untuk menangani masalah ini. Dibuatlah perancangan kampanye ILM yang bernama kan Sikantun (Sikap Kata Santun) yang mengajarkan anak sekolah dasar tentang pentingnya berbicara dan berperilaku santun sejak dini. Dengan mengajarkan manfaat yang mereka dapatkan ketika mereka berbicara dan berperilaku santun untuk diri mereka sendiri dan untuk masa depan mereka.

Kata Kunci: Kampanye, Sikantun, Anak Sekolah Dasar

Abstract

Title: *Public Service Campaign to Stop Talking Rugged among children aged 7-12 years*

Rough talk is a habit that is often done by people, especially people in the city of Surabaya. They first encountered spoke harshly when they were in elementary school. Culture rough talk could bring negative effects for themselves. Therefore we need a solution to address this problem. We made the public service campaign named the Sikantun (Courtesy the word Attitude) who teach elementary school children about the importance of speaking and behaving politely early. By teaching the benefits they get when they talk and behave courteously for themselves and for their future..

Keywords: *Campaign, Courtesy the word Attitude, Elementary school*

Pendahuluan

Berbicara kasar adalah ketika seseorang mengucapkan kata-kata yang tidak pantas atau yang mengandung unsur penghinaan kepada orang lain. Tanpa disadari hal ini akan berdampak negatif pada mereka sendiri dan orang sekitar. Fenomena berbicara kasar ini terjadi dimulai ketika mereka masih anak-anak. Di mana pada fase anak-anak kita belajar berkomunikasi, bersosialisasi dan belajar kata-kata baru dengan orang-orang sekitar. Pengaruh yang diakibatkan dari kata-kata kasar (negatif) sesungguhnya amat besar bagi perkembangan jiwa seseorang, baik untuk yang

mengucapkannya ataupun orang lain yang menjadi obyek ucapan tersebut. Ketika kata-kata negatif dilontarkan oleh seseorang, maka orang lain dapat berkesimpulan seperti apa watak orang tersebut.

Anak - anak adalah pendengar yang aktif dan peniru yang baik. Jika orang terdekat sering menggunakan kata-kata kasar, maka anak itu juga akan meniru. Anak-anak sering menangkap kata-kata kasar yang didapat atau didengar dari lingkungan mereka. Ketika mereka dewasa pun anak itu masih akan tetap berbicara kasar, hal ini tidak

bisa lepas dari kebiasaan perilaku kehidupan masa kecilnya. Anak-anak biasanya mulai belajar kata-kata kasar dari teman sekolah, keluarga, televisi maupun internet. Oleh karena itu diperlukannya kepedulian tentang masalah ini.

Menurut Psikolog Anak dan Praktisi Theraplay, Astrid W. E. Napitupulu (2015), alasan utama anak kecil berkata kasar karena kata-kata tersebut terdengar lucu di telinga mereka. Dan lagi, bila mereka mengatakannya, anak-anak akan mendapat perhatian dan respon dari orang di sekitarnya.

"Anak belajar kata-kata buruk dari banyak media, seperti televisi atau bahkan dari temannya. Bagi mereka, bermain kata itu menyenangkan. kata-kata yang diucapkan anak bisa membuat orang lain sedih, terluka, marah atau tidak suka pada anak sehingga tidak boleh menyebut kata itu." ("Mengapa anak suka bicara kasar dan kotor", 2015, p. 3).

Ada 2 faktor penyebab anak suka berkata kotor menurut, Psikolog Anak dan Praktisi Theraplay, Astrid W. E. Napitupulu (2015), yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu keinginan anak itu mendapatkan perhatian dari orang tua ataupun orang sekitar sekalipun perhatian itu berbentuk teguran ketika mengucapkan kata kasar. Kedua, anak memiliki perasaan senang ketika dapat mengejutkan orang lain dengan melontarkan kata kasar. Ketiga, anak biasanya menggunakan kata kasar untuk meluapkan perasaan emosi dan kecewa dan Keempat, anak mempunyai keinginan untuk membrontak dan melawan orang yang lebih dewasa karena mereka merasa terlalu dibatasi dan ditekan.

Kemudian faktor eksternal yaitu yang pertama adalah keluarga. Keluarga dalam lingkungan paling dekat mempunyai efek paling besar dalam membentuk anak-anak. Terkadang ketika ada anggota keluarga yang berkata kotor maka ada kemungkinan anak akan menirunya terutama keluarga yang kurang kondusif. Kedua, yaitu lingkungan pergaulan. Anak usia 6 sampai 12 tahun melihat apa yang dituntut oleh lingkungan, terutama dalam konteks sekolah dan sosial pertemanan. Jika anak itu melihat lingkungan yang buruk seperti temannya sering berkata-kata kotor maka akan menular ke anak lain serta perilaku berbicara kotor akan terus berkembang. Anak biasanya berbicara kotor di lingkungannya untuk mendapatkan pengakuan dari teman-temannya. Ketiga, yaitu hiburan, televisi. Salah satu hiburan yang paling sering diakses anak adalah Televisi. Melalui televisi anak sering meniru aneka kosa kata, tingkah laku termasuk yang negatif. Di era sekarang pun banyak tayangan anak-anak yang menyajikan kata-kata yang kurang pantas untuk telinga anak ("Anak suka berkata kotor", 2013, p. 3)

Anak usia 7 - 12 tahun adalah umur dimana anak mulai memiliki sifat mudah bosan, suka meniru,

selalu ingin tahu dan selalu ingin bergerak. Menurut Psikologi Anak, Anna Surti Ariani (2013), anak usia 6 - 10 tahun memiliki otak yang mudah menyerap apapun. Akibatnya jika anak mendengar hal positif maupun negatif, dia akan menirunya. Meski sebagian dari kata-kata terlontar tersebut mungkin belum mereka pahami artinya. Mengucapkan kata-kata yang kasar merupakan sesuatu yang tidak baik dan sering menimbulkan sejumlah persoalan mengarah ke hal yang negatif. Ketika anak-anak sudah berkata kasar maka dikhawatirkan kelak akan tumbuh jadi masyarakat yang kasar. Biasanya anak mengucapkan kata-kata kasar ketika jauh dari pengawasan orangtua dan gurunya, contohnya sedang bergerombol bersama teman seusianya kemudian menyapa dengan menggunakan kata-kata kasar itu. Momen ini didapat ketika jam-jam pulang sekolah. ("Anak suka berkata kotor", 2013, p. 2).

Permasalahan berbicara kasar pada anak ini cukup serius bila dibiarkan begitu saja. Jika terus dibiarkan begitu saja maka masalah ini tidak akan pernah terselesaikan dan akan terus berlanjut dari generasi ke generasi. Kurang sadarnya masyarakat akan pentingnya permasalahan ini maka diperlukan sebuah Iklan layanan masyarakat (ILM) yang menyampaikan permasalahan ini kepada masyarakat luas. Menurut Nuradi (1996), pengertian Iklan Layanan Masyarakat adalah jenis periklanan yang dilakukan oleh organisasi komersial maupun non komersial untuk mencapai tujuan sosial atau sosio-ekonomis (terutama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat).

Perancangan kampanye ILM ini bertujuan untuk mengajarkan anak-anak untuk tidak berbicara kasar sejak dini sehingga ketika remaja hingga dewasa nanti mereka akan memiliki etika dan perilaku yang lebih baik. Perancangan ini juga menghimbau kepada masyarakat terutama orang tua dan guru bahwa kebiasaan berbicara kasar harus dihentikan sejak dini. Dengan banyaknya permasalahan sosial seperti kenakalan anak maka kampanye ini akan sangat cocok untuk membantu meminimalisir permasalahan itu. Harapan ke depan setelah penelitian ini adalah dapat meminimalisir kebiasaan bicara kasar sejak dini sehingga kedepannya masyarakat Indonesia akan memiliki etika bicara dan perilaku yang lebih baik.

Metode Penelitian

Dalam perancangan ini proses analisis dilakukan dengan menggunakan metode perancangan kualitatif yaitu melalui proses wawancara dan pengamatan langsung di lapangan. Tetapi hal ini akan lebih ditekankan kepada proses wawancara langsung kepada koresponden agar data yang diperoleh lebih detail dan informatif. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung. Data ini merupakan hasil dari wawancara dengan pihak yang berhubungan dengan permasalahan ini seperti psikologi anak, orang tua serta anak-anak sekolah dasar. Wawancara akan

dilakukan dengan dengan pakar-pakar terkait permasalahan ini seperti psikologi anak, orang tua dan anak-anak sekolah dasar itu sendiri. Pertama, psikologi anak untuk mendapatkan informasi tentang dampak negatif ketika anak-anak sering berbicara kasar kepada orang lain serta masalah-masalah yang didapat. Kedua, siswa sekolah dasar untuk mendapatkan informasi apakah anak itu mengerti arti kata kasar yang mereka ucapkan. Mengenal karakteristik anak dalam rentang usia itu. Ketiga, orang tua untuk mendapatkan informasi bagaimana orang tua memberlakukan anaknya ketika anak mereka berbicara kasar pada mereka.

Data sekunder adalah data yang secara tidak langsung mendukung dalam perancangan ini. Data ini bisa diperoleh dari buku, internet, media massa. Pertama yaitu penelitian pustaka mengambil dari buku referensi yang memuat topik yang sesuai dengan kepentingan perancangan kampanye ILM dan karya desain sebagai landasan teori. Sumber dapat diperoleh melalui surat kabar, majalah, jurnal dan sebagainya. Kedua, melalui internet kita bisa mendapatkan data-data terkait yang tidak dapat kita peroleh secara langsung. Serta berbagai artikel yang terkait dengan permasalahan tersebut. Ketiga, Media massa yang didapat dari surat kabar, radio, tv dan sebagainya.

Metode analisa data yang digunakan yaitu metode analisa data kualitatif dan 5W+1H untuk menganalisa akar permasalahan lebih dalam dan mengetahui lebih dalam penyebab permasalahan.

Pembahasan

Berbicara merupakan salah satu kemampuan yang perlu dikembangkan dalam pembelajaran bahasa, di samping kemampuan menyimak, membaca, dan menulis. Keberanian untuk berbicara, bertanya dan mengungkapkan gagasan sangat mendukung dalam proses pembelajaran. Untuk itu kemampuan berbicara perlu dikembangkan sedini mungkin. Untuk dapat berbicara dalam suatu bahasa secara baik, pembicara harus menguasai lafal, struktur, dan kosakata yang bersangkutan. Di samping itu, diperlukan juga penguasaan masalah dan atau gagasan yang akan disampaikan, serta kemampuan bahasa lawan bicara. Selain dapat menginformasikan sesuatu dan menyampaikan pikirannya dalam kegiatan berbicara, juga diharapkan untuk mampu mengajukan pertanyaan kepada lawan bicaranya atau kepada orang lain (Nurgiyantoro, 2001 p.276).

Fenomena mengucapkan kata-kata 'kasar' dimulai pada usia anak sekolah dasar dan pada era sekarang ini tak sulit untuk dijumpai. Biasanya mereka mengucapkan kata-kata ini ketika jauh dari pengawasan orangtua dan guru, seperti ketika sedang bergerombol bersama rekan seusianya, kemudian saling 'menyapa' rekannya dengan bertukar kalimat

kasar tersebut. Momen ini dapat diamati ketika jam-jam pulang sekolah.

Kata-kata kasar ini dapat menjelma menjadi momok yang menakutkan dan mengkhawatirkan bagi perkembangan jiwa anak-anak, maka sudah seharusnya kita, sebagai bagian dari lingkungan, mewaspadai dan mengantisipasi masalah ini. Karena memang, fenomena ini sekarang tak sulit lagi untuk ditemui di wilayah kemayoran, daerah tempat tinggal kita bersama. Dalam pengawasan orangtua dan guru, bisa jadi mereka mengeluarkan kalimat 'baik-baik'. Namun ini tidak menjamin kata-kata 'kasar' itu belum terserap oleh mereka. Orangtua biasanya baru tersadar ketika secara tak sengaja si kecil kelelepasan ngomong ketika sedang jengkel atau marah. Bila ternyata kata-kata 'kasar' tersebut diucapkan secara sadar didepan orangtua, masalah yang dihadapi lebih serius. Karena ini berarti ia merasa tak ada yang salah dengan mengucapkan kata tersebut, dan menganggap lingkungan keluarga menyetujuinya, atau ia sudah tidak mepedulikan nilai yang dianggap baik di keluarga.

Anak usia 7-12 tahun memiliki kebutuhan sosial yang sangat tinggi. Anak di usia ini memiliki rasa ingin tahu dan suka meniru yang besar. Mereka sangat mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Berbicara kasar sudah menjadi budaya di Surabaya sendiri hal ini membuat banyak masyarakat menganggap berbicara kasar itu merupakan hal yang biasa.

Anak berbicara kasar karena mereka lagi emosi pada orang lain. Mereka mengenal kata kasar itu sendiri mayoritas dari lingkungan sekolah. Mereka sudah terbiasa menggunakan bahasa kasar untuk mengekspresikan emosinya. Ketika anak berbicara kasar, mereka akan dimarahi oleh orang tua dan guru mereka. Mereka akan diberikan hukuman namun tidak adanya kesadaran dan kemauan anak itu membuat hukuman itu tidak berarti sehingga anak itu akan terus menerus melakukan berbicara kasar ini.

Anak usia 7-12 tahun memiliki kebutuhan sosial yang sangat tinggi. Anak di usia ini memiliki rasa ingin tahu dan suka meniru yang besar. Mereka sangat mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Berbicara kasar sudah menjadi budaya di Surabaya sendiri hal ini membuat banyak masyarakat menganggap berbicara kasar itu merupakan hal yang biasa.

Anak berbicara kasar karena mereka lagi emosi pada orang lain. Mereka mengenal kata kasar itu sendiri mayoritas dari lingkungan sekolah. Mereka sudah terbiasa menggunakan bahasa kasar untuk mengekspresikan emosinya. Ketika anak berbicara kasar, mereka akan dimarahi oleh orang tua dan guru mereka. Mereka akan diberikan hukuman namun tidak adanya kesadaran dan kemauan anak itu membuat hukuman itu tidak berarti sehingga anak itu akan terus menerus melakukan berbicara kasar ini.

Ketika anak berbicara kasar maka hal itu dapat mempengaruhi dirinya baik perkembangan jiwanya, prilakunya serta dapat merugikan pada lingkungan sekitar. baik orang tua maupun guru langsung menghukum anak ketika anak mereka berbicara kasar hal ini membuat emosi anak itu tidak terkendali sehingga gaya bicara kasar ini akan terus mereka lakukan sampai dewasa nanti. Semua tindakan yang dilakukan kepada anak seakan-akan tidak efektif dan dampaknya tetap sama saja. Di usia sekolah dasar anak memiliki harga diri yang sangat tinggi. Anak akan melakukan segala sesuatu agar mereka bisa terkenal di kalangan temannya dan anak juga sangat suka sekali diberikan apresiasi berupa reward atas pencapaian sesuatu. Hal ini dapat digunakan dalam pemecahan permasalahan ini.

Solusi dalam memecahkan permasalahan ini yaitu dengan membuat kampanye ILM Sikantun yang berintegrasi dengan mengajak anak belajar untuk tidak berbicara kasar dengan cara yang fun. Kampanye ILM Sikantun ini akan terjun langsung ke sekolah untuk dapat berinteraksi langsung dengan anak, mengajak anak-anak untuk berperilaku dan berkata santun kepada lingkungan sosial mereka. Bermain game yang edukatif bersama teman-temannya untuk mengetahui bahwa bicara kasar itu tidak baik. Guru memiliki peran dengan membantu menilai perilaku siswanya setiap hari. Siswa yang memiliki perilaku yang paling santun akan diberikan reward atas keberhasilan tersebut. Hal ini dilakukan guna untuk memacu anak-anak untuk berlomba-lomba berperilaku santun karena anak usia sekolah dasar memiliki self esteem yang tinggi.

Tujuan dari kampanye ILM Sikantun (Sikap Kata Santun) adalah mengajak anak untuk membudayakan berperilaku dan berkata santun pada lingkungan sekitar serta memberikan manfaat apa saja yang bisa kita dapatkan ketika kita berbicara santun pada lingkungan sekitar dengan memperkenalkan kata-kata santun pada anak.

Solusi pemecahan dari permasalahan yang dibutuhkan yaitu perlu adanya kemasan yang kreatif untuk belajar dan menumbuhkan kemauan untuk berperilaku dan berkata santun sejak dini. Maka diperlukan pesan komunikasi dengan media yang terintegrasi yang tepat untuk menyampaikan pesan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Pencarian pesan komunikasi terlebih dahulu dimulai dengan pencarian insight siswa sekolah dasar dengan metode wawancara langsung dan observasi dan setelah itu kita dapat tahu media apa saja yang berhubungan dan cocok dengan sasaran perancangan.

Dari hasil observasi, survey dan wawancara terhadap beberapa siswa target perancangan dari SD Mangun Surabaya diketahui bahwa sasaran perancangan merupakan siswa 7 – 12 tahun SES B, C,

ditemukan beberapa data menarik dari hasil wawancara yaitu mayoritas dari mereka mengerti kata kasar dari teman sekolah. ketika mereka mengucapkan kata kasar mereka akan dihukum oleh orangtua maupun guru mereka. Mereka mengucapkan kata kasar karena lagi emosi, ada pun yang mengatakan ikut teman. Hampir semua mengucapkan kata kasar namun tidak mengerti arti dari kata kasar tersebut.



Gambar 1. Wawancara dengan siswa SD Manguni

Insight yang didapat yaitu ketika anak berbicara kasar biasanya mereka dihukum namun tetap saja prilakunya tidak berubah. Mereka tetap saja melontarkan kata itu ketika berada di luar pengawasan keluarga / guru. Disini perlunya anak mempunyai kemauan untuk merubah sikap dan perilaku mereka.

Pesan Komunikasi yang ingin disampaikan melalui kampanye ini yaitu "Jadilah anak yang berperilaku dan berkatalah santun mulai dari sekarang dan dapatkan manfaatnya" yang dikemas secara kreatif, *playful* dan *fun* yang mengundang minat banyak anak-anak.

Pesan verbal akan disampaikan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan bahasa sehari-hari yang sering digunakan anak-anak. Pesan *copy* akan selalu mengingatkan tentang pentingnya berkata santun pada lingkungan sosialnya beserta informasi tentang kata santun itu sendiri. Mengajak mereka mengumpulkan poin sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan *reward* pada akhir kampanye.

Pesan visual membuat karakter kartun yang bernama Sikantun yang memiliki arti sikap kata santun. Wujud sikantun berupa bapak dan ibu yang mengajak anak-anaknya berperilaku dan berkata santun. Karakter ini akan menyampaikan dan mengajak anak untuk berbicara santun pada lingkungan sosial mereka.

Kampanye "Sikantun" Sikap Kata Santun ini dibagi menjadi 3 tahap kegiatan yaitu:

1. Introduction & Campaign Day

Memperkenalkan apa itu kampanye Sikantun dan cara kerja kampanye Sikantun ini.

2. Games Day

Mengajak anak-anak mengenal kata-kata santun dalam bentuk permainan

3. Awarding Day

Siswa terbaik akan mendapatkan *reward* dan semua siswa yang berpartisipasi dalam kampanye ini akan mendapatkan sertifikat sebagai bentuk apresiasi telah mengikuti acara ini

Logo kampanye dibuat dengan karakter yang playful yang sesuai dengan target audience. Menggunakan kata Sikantun atau singkatan dari sikap kata santun untuk mempermudah target audience untuk mengingat dan membaca. Logo sikantun merupakan elemen penting sebagai identitas kampanye Sikantun.



Gambar 2. Logo "Sikap Kata Santun"



Gambar 3. Maskot "Sikap Kata Santun"
Pak Kantun dan Bu Kantun

Gaya visual yang digunakan sederhana dan simple agar pesan mudah tersampaikan serta menggunakan beberapa tone warna yang cerah dan soft akan dipakain karena akan sangat cocok dengan karakter anak kecil itu sendiri. Karakter sikantun ini akan berwujud bapak dan ibu yang berpakaian khas baju daerah. Karakter ini nanti berupa kartun vector yang *simple* tapi lucu dan sangat cocok bagi anak-anak sekolah dasar.

Untuk *Headline* menggunakan *typeface* sans serif yang *playful* dan formal agar memiliki tingkat *readability* yang baik meskipun playful. *Typeface* yang digunakan adalah Mailraystaff - Regular yang memiliki kesan tebal, *fun* dan *playful*.



Gambar 4. *Typeface* Mailraystaff

Untuk *Subheadline* menggunakan *typeface* Cartonsix. *Typeface* Cartonsix dipilih karena memiliki kesamaan dengan *headline* yaitu sama-sama Sans serif. Cartonsix memiliki karakter yang *fun*, berani sehingga bisa digunakan sebagai *subheadline* yang pendek.



Gambar 5. *Typeface* Cartonsix

Untuk *bodycopy* menggunakan *typeface* Comic Sans MS. *Typeface* Comic Sans MS merupakan jenis Sans Serif yang setipe dengan *subheadline* dan *headline*. Karakter Comic Sans memiliki ketebalan yang tipis sehingga cocok untuk *bodycopy* yang sangat panjang. Meskipun *playful* namun masih formal sehingga masih memiliki tingkat *readability* yang baik.



Gambar 6. *Typeface* Comicsans

Berdasarkan sample consumer journey dari media yang terpilih untuk menyampaikan pesan tersebut yakni :

1. Maskot Sikantun.
2. Buku Sikantun.
3. Rapor Sikantun.
4. Poster.
5. X-Banner.

6. T-Shirt.
7. Pin
8. Games Kit
9. Reward Kit
10. Stempel
11. Sosial Media

Tahapan rancangan dan pembagian media kampanye sosial “Sikantun” terbagi menjadi tiga bagian :

1. Pra – kampanye dengan media yang bertujuan untuk mengangkat awareness sasaran terlebih dahulu terhadap permasalahan sosial yang mereka hadapi dengan sosialisasi melalui sekolah dan juga beberapa media, dengan media utama Social media (Facebook, Instagram) dan Poster yang ditempelkan di sekolah sebelum kampanye ini dimulai.

2. Kampanye dilakukan selama 3 minggu. Dimulai dengan hari pengenalan ke setiap kelas di SD Manguni, memperkenalkan tentang perilaku dan kata santun dengan menunjukkan tayangan video kartun. Setelah itu membagikan buku sikantun dilanjutkan dengan pembagian rapor sikantun kepada setiap wali kelas. Di sini siswa dituntut untuk berperilaku setiap harinya karena perilaku mereka akan dinilai dan Kampanye ditutup dengan mengerjakan buku sikantun serta hari permainan dimana Siswa-siswi diajak untuk mengenal kata-kata santun dalam bentuk permainan

3. Pasca kampanye dengan media yang bertujuan untuk mengkomunikasikan selama kegiatan kampanye yang telah dilaksanakan. Media utama yang digunakan berupa sosial media (Facebook, Instagram) serta publikasi video proses awal kampanye hingga akhir dan diakhiri dengan rewarding day yaitu memberikan *reward* kepada beberapa siswa tersantun pada saat kampanye tersebut berdasarkan penilaian guru dan panitia sikantun.

Perancangan timeline dari setiap publikasi media sangatlah penting dan kampanye sosial ini mempunyai 3 kegiatan dalam satu periode kampanye. Satu periode diawali dengan *Introduction and campaign day* yang dilaksanakan pada 10 Mei 2016 di SD Manguni Surabaya pukul 09.00 - 12.00 WIB. Hari kedua yaitu *Games Day* yang dilaksanakan pada tanggal 24 Mei 2016 pukul 09.00 – 11.30. di SD Manguni Surabaya. Hari ketiga yaitu *Awarding Day* pada 31 Mei 2016 pada pukul 08.00 – 10.00 WIB.

Berikut adalah eksekusi final media yang digunakan dalam kampanye sosial Sikap Kata Santun “Sikantun”.



Gambar 7. Maskot Sikantun



Gambar 8. Buku Sikantun





Gambar 16. Stempel



Gambar 17. Facebook



Gambar 18. Instagram

Kesimpulan

Anak-anak Indonesia merupakan calon penerus bangsa Indonesia dan mereka merupakan generasi muda yang akan melambungkan negara ini. Namun di generasi saat ini banyak anak Indonesia yang memiliki perilaku kurang baik. Salah satunya yaitu

kebiasaan mereka berbicara kasar. Hal ini membuat permasalahan bicara kasar menjadi permasalahan biasa padahal hal ini akan sangat berdampak buruk bagi anak jika perilaku ini akan terus berlanjut. Sering sekali ketika anak berbicara kasar mereka dibiarkan begitu saja oleh orang tua mereka sehingga membuat perilaku anak itu semakin menjadi-jadi. Ada juga yang memarahi anak itu ketika anak mereka berbicara kasar namun perilaku ini akan terus berlanjut karena di luar pengawasan orang tua, pengaruh lingkungan mendorong anak itu untuk berbicara kasar lagi. Hal ini membuat budaya berbicara kasar sangat sulit untuk diselesaikan karena perlunya kesadaran anak itu sendiri.

Anak-anak biasanya berbicara kasar ketika mereka sedang emosi dan mayoritas dari mereka mengenal kata-kata kasar dari teman sekolahnya. Oleh karena itu untuk menghadapi permasalahan ini dibuatlah kampanye ILM Sikantun (Sikap Kata Santun) yang bertujuan untuk menyadarkan anak tentang pentingnya berkata dan berperilaku santun sejak dini dengan cara yang *fun* sehingga membuat target audience sadar dan mau mengubah dirinya menjadi lebih baik. Pendekatan juga akan disesuaikan dengan target audience yaitu anak-anak sekolah dasar dimana anak usia tersebut sangat menyukai sesuatu yang bersifat menyenangkan dan seru. Desain Sikantun juga menggunakan maskot karena anak kecil sangat menyukai maskot dan desain sikantun menggunakan warna-warna yang bersifat ceria karena anak kecil sangat menyukai warna tersebut.



Gambar 19. Siswa melakukan jargon

Pemilihan media pun juga dipilih yang menarik dan setiap media menyampaikan pesan dan tujuan yang berbeda-beda. Diharapkan setelah kampanye Sikantun ini selesai anak-anak mulai mengerti tentang pentingnya berkata dan bersikap santun ke depannya dan membiasakannya dalam kehidupan sehari-hari. Kampanye Sikantun yang diselenggarakan di SD

Manguni Surabaya sangat mengundang minat dan antusias para siswa-siswi di sana. Bahkan ketika hari terakhir dari kampanye ini banyak siswa yang sedih karena acara ini telah selesai. Guru dan Kepala Sekolah SD Manguni mengakui kalau acara ini sangat membantu mentertibkan siswa mereka dan perubahan perilaku dan perkataan pada siswa siswi mereka mulai terlihat.



Gambar 20. Siswa membaca buku Sikantun



Gambar 21. Panitia memperkenalkan karakter Sikantun



Gambar 22. Siswa berusaha menjawab



Gambar 23. Antusiasme siswa



Gambar 24. Siswa mengenal kata santun dalam bentuk permainan



Gambar 25. Siswa mencari kata santun dalam buku Sikantun



Gambar 26. Foto bersama dengan siswa



Gambar 27. Foto bersama dengan para pemenang



Gambar 28. Ekspresi ketike menerima sertifikat



Gambar 29. Pemberian plakan kepada kepala sekolah SD Manguni

Mereka mengharapkan kalau acara ini sering diadakan di sekolah mereka. Acara ini memberikan dampak positif yaitu Pertama, siswa semakin membudayakan berperilaku dan berkata santun dalam kehidupan sehari-harinya dan terjadinya perubahan perilaku yang signifikan berdasarkan pengamatan guru dari perilaku berbicara kasar menjadi perilaku yang santun dan sopan. Kedua, Acara Sikantun mendapatkan apresiasi

baik dari guru maupun siswa itu sendiri karena kampanye Sikantun dapat memberikan dampak positif pada siswa di sekolahnya. Ketiga, menciptakan lingkungan yang harmonis dengan adanya kemauan anak untuk berperilaku santun.



Gambar 30. Foto dengan siswa SD Manguni

Daftar Pustaka

- "Anak suka berkata kotor". N.p Web.January, 18, 2013, <<http://dayanasweet137.blogspot.co.id/2013/01/anak-suka-berkata-kotor.html>>.
- Burton, Graeme. (2008). Media dan Budaya Populer. Yogyakarta : Jalasutra.
- Fandy, Tjiptono. (2007). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Fiske, John Yosol Iriantara & Idi Subandi Ibrahim (2007). Culultural and Communication Studies. Yogyakarta : Jalasutra.
- Hawadi, Reni Akbar. (2001). Psikologi Perkembangan Anak. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Izzaty, Rita Eka (2008). Perkembangan Peserta Didik. Yogyakarta: UNY Press.
- Kasali, Rhenald. (2007). Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- "Kebiasaan anak berkata kasar". N.p Web.Maret, 17, 2012, <http://www.kompasiana.com/ella_zula_eha/si-kecil-bicara-kotor-meniru_sipa_550e924b813311b62dbc63f2>.
- Khairani, Yuniar (2011). Membentuk Karakter Anak: 60 Masalah Terkait Pembentukan Karakter Diri pada Anak Usia 3-7 tahun & Solusi-solusi Praktisnya , PT Gelar.

- Nurgiyantoro, Burhan (2001). Penilaian dalam Pengajaran Bahasa dan Sastra. Yogyakarta. BPFE.
- Prasetyo, (2000). Persiapan Mental Anak Dalam Keluarga, Semarang : FIP UNNES.
- Pujyanto (2013), Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta : Andi.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2006) Psikologi Remaja. Jakarta : Rajawali Pers.
- Shimp, Terence A. (2003). Periklanan Promosi. Jakarta : Erlangga.
- Suhandang, Kustadi (2005). Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi. Bandung: Nuansa.
- Sulaksana, Uyung. (2007). Integrated Marketing Communications. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sumantri. (2005). Model Pengembangan keterampilan Motorik Anak Usia Dini. Jakarta: Depdikbut.
- Venus, Antar, M.A (2010). Manajemen Kampanye. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wicaksono, Nuradi (1996). Kampus Periklanan Indonesia. Jakarta.Gramedia Pustaka Utama.
- Widyatama, Rendra. (2007). Pengantar Periklanan. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher.
- Winarno, Bondan. (2008). Rumah Iklan. Jakarta: Kompas.