

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat
Untuk Mengurangi Penggunaan *High Heels*
Pada Remaja Putri

Josephine Angelia Pranata¹, Deddi Duto Hartanto, S.Sn.,M.Si.¹, Merry Sylvia, S.Sn.¹

¹ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra, Surabaya

Email: angeliajosephine@yahoo.com

Abstrak

Remaja putri pada umumnya mempunyai sikap dalam berpenampilan yang tinggi. Di mana remaja putri senang akan berdandan dan menjadi pusat perhatian orang – orang di sekelilingnya. Dalam hal ini, tak luput juga *high heels* menjadi salah satu incaran remaja putri dalam berpenampilan sehari - harinya. Penggunaan high heels yang berlebihan sangatlah tidak baik untuk tubuh. Oleh karena itu, dibuatlah perancangan iklan layanan masyarakat untuk mengurangi penggunaan *high heels* sebagai salah satu media untuk menyampaikan bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan.

Kata kunci: iklan layanan masyarakat, bahaya *high heels*, remaja putri

Abstract

Outlook is first priority for teenager, especially girl. They love to put make up and be the centered of people around. In this case, high heel is one of most wanted item to have a best looking. But, the over-use of high heels is not good for body. Therefore, this Social Campaign will be a good media to deliver message that the over-use of high heels is dangerous.

Keywords: social campaign, dangers of high heels, girls

Pendahuluan

Indrustri *fashion* saat ini telah berkembang pesat di mana saat ini semua lapisan masyarakat setidaknya benar – benar mengikuti perkembangan jaman. Sehingga mereka berlomba – lomba untuk menjadi *trendsetter* dalam lingkungan mereka. Dilihat dari jenis kelaminnya, perkembangan dunia *fashion* ini lebih didominasi oleh kaum perempuan daripada laki – laki.

Dalam hal ini, perempuan khususnya remaja putri lebih sering membelanjakan uang mereka untuk memenuhi kebutuhan penampilan mereka (Sari, par. 1). Di mana, remaja putri lebih mudah untuk mengikuti arus perkembangan *fashion* saat ini sehingga dampaknya mereka mempunyai nilai konsumtif yang tinggi. Nilai konsumtif yang tinggi ini didukung oleh sifat remaja putri, di mana mereka senang membeli pernak – pernik yang sedang *booming* dan mengikuti gaya dari teman atau selebriti kesenangan mereka. Remaja putri juga senang apabila mereka dikatakan *up to date* dan dapat menarik perhatian orang – orang di sekelilingnya. Dalam hal ini dapat dilihat dengan jelas bahwa rata - rata remaja putri senang dengan hal – hal yang berbau *fashion*. Contohnya pakaian, tas, sepatu, aksesoris dan lain sebagainya. Dilihat bahwa dunia mode *fashion* sepatu begitu mengikuti perkembangan jaman. Di mana produsen membuat berbagai macam mode sepatu untuk ditawarkan pada masyarakat. Mode sepatu ini beraneka ragam dibedakan pada bentuk dari sepatu *heels* dan tinggi sepatu *heels*. Semua disediakan oleh produsen agar masyarakat khususnya perempuan dapat memilih sesuai selera mereka.

Namun, dengan perkembangan berbagai macam mode sepatu yang telah ada. Sebuah sepatu *heels* yang beraneka ragam bentuk dan tingginya ini, mempunyai dampak tersendiri pula apabila seseorang terlalu sering menggunakannya. Seorang dokter dari Rumah Sakit Keluarga Kelapa Gading mengatakan bahwa manusia harus selektif dalam memilih sepatu agar dapat membuat kaki nyaman dan sehat setiap hari (“Sepatu”, par. 2). Menggunakan *high heels* yang berlebihan dapat memberikan dampak tersendiri bagi pengguna kesehatan tubuh mereka. Di mana menurut Dr. Muhammad Imam, konsultan bedah dan pembuluh darah, sepatu *high heels* yang digunakan berlebihan dapat menimbulkan varises, kram kaki, gangguan pada mata kaki serta sakit punggung. Selain itu berpengaruh juga pada tulang belakang dan dapat menyebabkan radang pada tulang rawan (“Awasi”, par. 3).

Dijelaskan pula bahwa menggunakan *high heels* lebih dari dua jam dengan tinggi maksimal 5 cm dapat mengakibatkan tulang kaki menjadi lebih rawan dibandingkan dengan menggunakan sepatu *flat shoes*.

Ada banyak contoh kasus di sini, Jeany, 18 tahun pernah tiba - tiba terjatuh karena tidak bisa menyeimbangkan posisi badannya ketika menggunakan *high heels*. Sehingga, kakinya mengalami cedera keseleo pada pergelangan mata kaki dan sulit berjalan beberapa waktu lamanya (personal conversation, 2 Januari 2013). Lain halnya dengan Olivia, 18 tahun. Karena keseringannya menggunakan *high heels*, kakinya saat ini telah berverises. Hampir setiap harinya Olivia menggunakan *high heels* karena tubuhnya yang pendek dan mungil (personal conversation, 2 Januari 2013). Selain itu Sherly, 16 tahun yang juga sering menggunakan *high heels* ketika berpergian ke *mall* mengaku bahwa ketika menggunakan *high heels*, ia lebih mudah lelah dan tidak sanggup untuk berjalan terlalu lama. Namun ia tetap menggunakan *high heels* karena dengan menggunakan *high heels*, ia merasa benar – benar percaya diri (personal conversation, 3 Januari 2013).

Namun di sisi lain, *high heels* diakui kegunaannya oleh kaum perempuan khususnya remaja putri untuk mendukung penampilan mereka. Agar terlihat lebih *fashionable* dan lebih dewasa. Di mana ketika menggunakan *high heels*, seseorang akan merasa dirinya lebih berwibawa, modis, percaya diri dan lebih feminim. Sehingga sampai saat ini, kaum perempuan masih mengabaikan bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan ini. Perihal lainnya adalah perempuan lebih mengutamakan penampilan daripada kesehatannya. Sehingga ketika perempuan telah mengetahui dampak dari seringnya menggunakan *high heels*, mereka akan tetap menggunakan *high heels* setidaknya dalam aktifitas kesehariannya. Bahaya penggunaan *high heels* ini lebih baik diatasi dengan pencegahan sejak dini pada remaja putri, agar mereka mempunyai gambaran secara langsung tentang bahaya penggunaan *high heels*. Dan dalam adanya perancangan iklan layanan masyarakat ini, diharapkan target *audience* serta kaum perempuan mengerti dan lebih memahami bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan jika dilakukan terus menerus.

Metode Perancangan

Data yang digunakan untuk menyusun Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Mengurangi Penggunaan *High Heels* Pada Remaja Putri ini berasal dari sumber data primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data dari pihak yang langsung bersangkutan ataupun dari wawancara terhadap koresponden. Sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari sumber data yang telah dipublikasikan ke umum seperti buku atau dokumen.

Proses pengumpulan data ini dilakukan dengan beberapa metode di antaranya :

a. Kepustakaan

Mengkaji informasi melalui media cetak seperti koran, majalah, buku, jurnal. Di mana akan dicari juga buku – buku yang mendukung perancangan ini.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati mode sepatu *high heels* yang digemari remaja di Surabaya saat ini, serta pendapat masyarakat sendiri tentang *high heels*. Selain itu dilakukan juga pengamatan perilaku remaja saat ini mengenai bagaimana cara remaja berpenampilan ketika mereka berada dalam lingkungan orang – orang di sekitarnya.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan memberi pertanyaan kepada target *audience* mengenai seberapa sering mereka menggunakan *high heels* serta seberapa jauh mereka mengerti dan memahami betul tentang bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan.

d. Internet

Menambah data-data pendukung yang tidak didapat dari buku dan informasi yang diteliti berupa artikel maupun komentar-komentar orang dalam forum web tertentu.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah kualitatif, dimana data yang telah didapat dengan wawancara, observasi kepubstakaan serta internet akan dianalisis serta disimpulkan kemudian dijadikan sumber untuk perancangan iklan layanan masyarakat ini.

Dalam metode ini, peneliti akan menggunakan kata tanya mengapa, alasan apa dan bagaimana terjadinya. Selain itu akan digunakan pula faktor penghambat dan pendukung dalam penelitian ini. Sehingga dapat memudahkan untuk menganalisis data dari perancangan ini. Dan dilanjutkan dengan pencarian akar masalah menggunakan diagram *fishbone*.

Dari analisis data yang telah ada didapatkan faktor penghambat dan pendukung. Faktor penghambat dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini :

1. Remaja pada dasarnya senang diperhatikan oleh orang – orang di sekelilingnya, sehingga remaja benar – benar memperhatikan cara berpenampilan mereka.
2. Adanya berbagai macam jenis *high heels* yang disesuaikan dengan selera remaja putri, sehingga remaja putri dituntut untuk mengikuti model *high heels* yang saat ini sedang *in*.
3. Remaja tidak terlalu peduli dengan bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan. Di mana, remaja lebih mementingkan penampilan mereka agar terlihat menarik di depan umum. Selain itu, bahaya penggunaan *high heels* sendiri pun masih kurang diberitakan pada masyarakat.

4. *High heels* melekat pada *image* perempuan, sehingga agak sulit memberikan gambaran bahaya *high heels*.

5. Penggunaan *high heels* merupakan sebuah budaya modern yang diikuti oleh banyak kaum.

Faktor pendukung dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini :

1. Dampak penggunaan *high heels* yang berlebihan dalam jangka pendek adalah pengguna *high heels* akan mudah merasa lelah. Sehingga terkadang remaja tidak menggunakan *high heels*.

2. Adanya beberapa penelitian yang memberikan gambaran tentangnya bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan, sehingga memudahkan untuk memperoleh data dari dampak penggunaan *high heels* ini.

Kesimpulan yang didapat dari hasil analisis data yang telah dilakukan adalah sebagai berikut. Kurangnya pemberitahuan bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan, menjadikan masyarakat tidak begitu menganggap penting seringnya menggunakan *high heels*. Selain itu bahaya *high heels* yang diketahui oleh masyarakat sebagian besar hanyalah bahaya dalam jangka pendek, yaitu munculnya varises. Namun penggunaan *high heels* dalam jangka panjang masih belum diketahui dengan baik oleh masyarakat. Sehingga mereka tetap menggunakan *high heels* tanpa adanya batasan.

Sampai saat ini, masyarakat tetap mementingkan penampilan mereka daripada harus mengurangi nilai *plus* pada penampilannya. Khususnya pada remaja, yang gemar – gemarnya berdandan setiap kali mereka bepergian. Sebab dari data yang telah didapat masyarakat, khususnya remaja lebih mementingkan penampilan mereka. Yang sesuai dengan yang dikatakan oleh Rosandi, bahwa remaja putri mempunyai perilaku konsumtif yang tinggi dibandingkan dengan pria (dalam Wagner, 2009). Perilaku konsumtif ini adalah remaja putri yang membelanjakan uang mereka untuk membeli peralatan yang menunjang penampilan mereka. Penampilan mereka didasari oleh sikap mengikuti *lifestyle* hidup yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Hal ini bertujuan agar dapat menonjol dari kumpulan mereka sendiri sehingga dapat menarik perhatian orang lain di sekitarnya.

Penggunaan *high heels* sendiri sebagian besar dirasakan oleh pengguna *high heels* dapat memberikan rasa percaya diri. Rasa percaya diri ini didapat dari bentuk tubuh yang lebih bagus dan terlihat seksi, selain itu tubuh akan ditunjang untuk menjadi tegak.

High heels dikhususkan untuk perempuan karena perempuan cenderung dengan tinggi badan yang pendek, sehingga untuk menunjang penampilan mereka agar terlihat lebih jenjang mereka menggunakan *high heels*. *High heels* selama ini dilihat dalam pasarannya memiliki harga yang relatif

mahal dan mewah. Menggunakan *high heels* juga memberikan rasa percaya diri sendiri kepada perempuan karena tanpa disadari dapat menunjukkan bahwa mereka dapat membeli barang yang mahal. Sehingga mereka dapat dikatakan pada kalangan orang atas yang mampu membeli barang tersier untuk kebutuhan mereka.

Pembahasan

Konsep Perancangan

Iklan layanan masyarakat ini dimulai dengan adanya permasalahan yang muncul pada masyarakat. Di mana, masyarakat masih acuh tak acuh dengan adanya bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan khususnya kaum perempuan. Kemudian data – data didapatkan dengan observasi, wawancara, metode kepustakaan serta dari internet. Data yang sudah terkumpul akan dianalisis dan disimpulkan untuk dijadikan sumber dari perancangan. Perancangan iklan layanan masyarakat ini sebisa mungkin menyampaikan pesan dan tujuan bahwa penggunaan *high heels* yang berlebihan sangatlah tidak baik.

Tetapi bukan berarti melarang perempuan untuk menggunakan *high heels*. Iklan masyarakat ini menjabarkan tentang dampak penggunaan *high heels* yang berlebihan. Iklan layanan masyarakat ini juga ingin memberikan sebuah gambaran bahwa perempuan boleh mementingkan penampilan mereka, namun mereka juga harus cerdas dalam memilih barang yang menunjang penampilan mereka. Apakah aman untuk kesehatan mereka atau malah berbahaya. Sehingga di sini, perempuan lebih diarahkan untuk dapat mengambil keputusan yang memperhatikan kesehatan mereka pula.

Dalam pemecahan masalah dalam iklan layanan masyarakat ini, dilakukan riset terhadap target *audience*. Di mana, telah ditemukan *insight* dari target *audience* yang mempengaruhi permasalahan di atas. *Insight* terdiri dari dua macam yaitu *insight* umum dan *insight* khusus. *Insight* umum merupakan hal – hal umum yang dianggap oleh remaja putri kebiasaannya sehari – hari. Yang umum telah dilakukannya dan para remaja putri lainnya. Contoh : suka menghabiskan waktu di mall, suka *shopping*, bergosip, dan lain sebagainya. Sedangkan *insight* khusus adalah pendapat remaja putri tentang *high heels* sendiri.

Dari kedua *insight* tersebut akan dipilih salah satu *insight* yang benar – benar mengena dan akan digabungkan dengan pesan moral yang ingin disampaikan dalam iklan layanan masyarakat ini. Dan didapat sebuah preposisi sebagai pesan yang ingin disampaikan dalam iklan layanan masyarakat ini.

Insight umum yaitu :

- Suka nongkrong atau menghabiskan waktu luang di mall
- Suka belanja (*shopping*, online shop)
- Suka menggosip karena remaja putri cenderung cerewet dan suka bercerita
- Suka masak/membuat kue
- Suka narsis foto - foto
- Suka update status dan agak sedikit alay untuk mendapatkan perhatian
- Mau tampil menarik dan modis
- Suka membaca novel, komik, majalah
- Suka membeli pernak – pernik untuk menambah koleksi mereka
- Suka berangan – angan atau bermimpi

Insight khusus yaitu :

- Lebih PD karena dapat menjadi lebih tinggi dan *sexy*
- Lebih modis dan mengikuti trend
- Suka mengikuti tren mode selebriti
- Ikut – ikutan teman dengan menggunakan *high heels*
- Ingin diakui oleh teman – temannya
- Dapat perhatian dari pria
- Ingin terlihat lebih dewasa dan sudah besar
- Suka dengan model – model *high heels* yang ada (koleksi)

Selain adanya *insight*, juga didapatkan pesan moral dalam iklan masyarakat ini yang terbagi menjadi dalam dua macam yaitu jangka pendek dan jangka panjang.

Pesan moral jangka pendek adalah sebagai berikut :

- munculnya varises pada kaki
- tidak dapat berjalan terlalu lama
- perubahan cara berjalan ketika sudah seharian menggunakan *high heels*
- dapat terjadinya keseleo hingga kaki bengkak
- nyeri berkepanjangan pada ujung jari kaki
- mudah lelah dan nyeri pada pergelangan kaki dan sekitarnya.

Pesan moral jangka panjang adalah sebagai berikut :

- nyeri pada punggung (*low back pain*) yang dapat berkelanjutan pada leher dan kepala
- radang pada sendi tulang rawan yang dirasakan nyeri pada persendian tulang
- terjadinya kontraksi pada otot betis
- pengapuran pada tumit.

Dari *insight* dan pesan moral di atas, didapatkan pula preposisi dalam iklan layanan masyarakat ini yaitu :

- Percaya diri sekejap dengan *high heels*.
- Kesempurnaan penggunaan *high heels* juga mempunyai dampak tersendiri (tak ada gading yang tak retak).
- Remaja putri tidak melihat bahaya *high heels* pada jangka panjangnya, hanya melihat kecantikan sesaatnya.
- Pikirkan anganmu pikirkan tulangmu.
- Berpenampilan seperti selebriti akan merusak tulangmu.

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dalam iklan layanan masyarakat ini dalam jangka pendek adalah untuk menyampaikan bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat memahami dengan baik bahaya penggunaan *high heels* tersebut. Sedangkan dalam jangka panjang adalah dapat memberikan pencegahan sejak dini agar remaja putri di kedepannya tidak terlalu bergantung untuk menggunakan *high heels*. Berhasil tidaknya pesan yang disampaikan pada perancangan iklan layanan masyarakat ini, kembali lagi pada bagaimana masyarakat mengartikan pesan dari iklan layanan masyarakat ini.

Strategi Kreatif

Dalam merancang iklan layanan masyarakat ini digunakan pesan komunikasi. Di mana pesan komunikasi ini merupakan apa yang ingin disampaikan dalam iklan layanan masyarakat ini, yang didasarkan pada big idea. *Big idea* iklan layanan masyarakat ini adalah *blink heels blank bone*. *Blink heels* di sini diartikan dengan sisi positif dari *high heels* yang lebih terlihat *fashionable* ketika menggunakan *high heels*. Sedangkan *blank bone* sendiri adalah sisi negatif ketika seseorang sering menggunakan *high heels*. Di mana ketika perempuan sering menggunakan *high heels*, pada jangka waktu yang panjang berpengaruh pada kekuatan dan bentuk tulang kakinya.

Target Audience

a. Demografis

- Usia : 15 – 18 tahun
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Pendidikan : SMA – mahasiswi semester awal
- Pekerjaan : Pelajar
- Strata : Menengah ke atas

b. Geografis

- Kota : Surabaya
- Provinsi : Jawa Timur
- Negara : Indonesia

c. Psikografis

Memiliki emosi yang menggebu-gebu, mudah terpengaruh, tidak memiliki pendirian, mengikuti trend, teman adalah prioritas, terkadang memiliki sifat pemberontak, senang akan gaya *fashion* yang sedang trend, ingin terlihat menonjol dalam golongan mereka, dapat menarik perhatian

d. Behaviour

Tertarik dengan gambar ilustrasi, sering bepergian dengan teman, melakukan hal – hal yang ekstrim, ingin dikatakan sudah besar dan bukan anak – anak lagi, senang berbandan, dikatakan *up to date* dan tidak kampungan

Pemilihan Media

Media yang dipilih dalam iklan layanan masyarakat ini adalah media yang benar – benar dekat dengan target audience sehingga media yang digunakan dapat dikatakan efektif dan tepat untuk target *audience*.

Media yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat ini adalah:

- Fashion show

Menggunakan acara *reality show* dengan sistem *fashion show* dapat menarik perhatian target *audience* yang berada dalam *mall* tersebut. Karena pada umumnya, masyarakat khususnya target *audience* senang akan adanya *fashion show* yang menampilkan *fashion* yang saat ini sedang trend dalam kalangan. Penggunaan media *fashion show* ini, diyakinkan dapat menarik perhatian masyarakat dan dapat menjadi berita hangat. Sehingga dengan sendirinya iklan layanan masyarakat ini dapat diingat oleh target *audience*. Pelaksanaan *fashion show* ini berada di *mall* – *mall* yang relatif dikunjungi oleh para remaja, seperti Tunjungan Plaza, Galaxy Mall, Ciputra World, Surabaya Town Square.

- Video fashion show (feedback)

Penggunaan video *fashion show* ini untuk meliputi *feedback* dari target audience ketika target *audience* melihat *reality show* tersebut. Dan dapat melihat reaksi langsung dari target *audience* ketika melihat *fashion show* dari iklan layanan masyarakat ini.

- Brosur

Media brosur digunakan untuk menyampaikan pesan dari iklan layanan masyarakat. Sehingga target *audience* dapat mengerti pesan yang ingin disampaikan dalam iklan layanan masyarakat ini. Brosur akan diedarkan sejalan dengan pelaksanaan *show* tersebut, sehingga target audience dapat lebih mengerti pesan yang ada dalam iklan layanan masyarakat ini.

- Social network (facebook, instagram)

Penggunaan media *social network* dikarenakan saat ini para remaja telah terbuai oleh dunia *gadget*, sehingga tanpa disadari keseharian mereka ditemani dan dihabiskan dengan *gadget* yang mereka miliki. Di mana dunia *gadget* sangat berhubungan erat dengan *social network* untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Dalam *social network* ini, mereka mempunyai kebiasaan untuk mem-*publish* hal – hal yang dianggap unik dan menarik perhatian, meng-*update* berita terbaru dan lain sebagainya.

Penggunaan *facebook* dan *instagram* dipilih karena target *audience* rata – rata senang untuk meng-*upload* foto dalam keseharian mereka. Sehingga penggunaan *facebook* dan *instagram* ini, diperkirakan dapat berdampak pada target *audience*.

- Ambient media sepatu clay

Media sepatu *clay* ini dibuat unik agar dapat menarik perhatian target *audience*. Sehingga pesan dalam iklan layanan masyarakat ini dapat diingat dengan sendirinya oleh target *audience*. Penempatan sepatu *clay* ini akan diletakkan pada salon di Surabaya yang

relatif dikunjungi oleh remaja putri untuk mempercantik penampilan mereka. Seperti Shinjuku Hairmake yang berpusat di Klampis Jaya Square.

- Ambient media *shopping bag*

Pemilihan media *shopping bag* ini dikarenakan adanya hobby dari target yaitu senang berbelanja. Di mana ketika berbelanja, maka akan ditemani pula dengan *shopping bag* yang beraneka ragam bentuknya. Ambient media ini juga diperkirakan dapat menarik perhatian target *audience* dan dapat membuat penasaran target *audience* ketika melihat bentuknya yang unik. Penggunaan media *shopping bag* ini didukung pula kerjasama dengan toko sepatu serta salon. Toko sepatu yang diperkirakan dapat ikut membantu adalah toko sepatu Charlie yang berada di Pasar Atom Mall.

- *Box* sepatu

Media *box* sepatu di sini memiliki fungsi yang sama yaitu untuk meletakkan sepatu. Namun ketika penutup *box* sepatu dibuka maka akan muncul pesan dari iklan layanan masyarakat ini. Media *box* sepatu akan digunakan pula sebagai media pendukung pada *shopping bag*.

- Manekin di mall

Penggunaan manekin untuk menarik perhatian target *audience* ketika mereka berjalan – jalan di mall. Di mana manekin terlihat cantik dan menawan, namun di sini manekin akan dibuat dengan gaya yang unik. Yang menjelaskan akibat pemakaian *high heels* yang terlalu berlebihan.

- Print ad

Print ad digunakan untuk menjelaskan secara visual pesan yang ingin disampaikan dalam iklan layanan masyarakat ini. Print ad akan diletakkan di tempat peletakkan sepatu *clay*, sebagai media pendukung dari sepatu *clay* tersebut.

- Kaos *T-shirt*

Penggunaan kaos *T-Shirt* sebagai media pendukung dari acara *fashion show*, sehingga target *audience* dapat mengenal tim dari iklan layanan masyarakat ini. Selain itu dapat memudahkan penyampaian pesan ke target *audience*.

- Hanger sepatu

Penggunaan media hanger sepatu sebagai media pendukung lainnya selain *shopping bag* dan *box* sepatu. Di mana hanger untuk sepatu didesain dengan cantik namun terdapat pula pesan dari iklan layanan masyarakat ini. Penggunaan hanger dilakukan sehubungan dengan gemarnya remaja putri untuk *shopping* di mall. Di mana mereka akan berkeliling keluar masuk toko melihat barang apa yang mereka sukai. Sedangkan hanger sepatu sebagai sarana untuk men-*display* contoh sepatu.

- *Sticker*

Penggunaan media sticker digunakan sebagai ambient media pada kumpulan foto – foto remaja putri bersama teman – temannya. Di mana, akan diletakkan pada majalah dinding sekolah SMA dan dapat menarik perhatian anak SMA.

Tujuan Media

Media dalam iklan layanan masyarakat ini dibuat dengan tujuan dapat menyampaikan pesan kepada masyarakat agar dapat mengetahui dengan baik bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan. Selain itu dapat menjadi sebuah pencegahan sejak dini agar remaja perempuan di kemudiannya tidak tergantung pada penggunaan *high heels*. Media yang digunakan juga ditujukan agar target *audience* mendapat *feedback* untuk diri mereka sendiri.

Program Media

Tabel 1. Program media

No.	Media	Mei 2013				Juni 2013				Juli 2013				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	<i>Fashion show</i>			v										
2.	Video <i>fashion show</i>				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
3.	Brosur				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
4.	<i>Social network</i>	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
5.	Ambient sepatu			v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
6.	Ambient <i>bag</i>				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
7.	<i>Box</i> sepatu				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
8.	Manekin di mall				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
9.	Print ad	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
10.	Kaos <i>T-shirt</i>			v										
11.	Hanger baju			v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
12.	Ambient sticker				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v

Strategi Penyampaian Pesan

Pesan dalam iklan layanan masyarakat ini disampaikan dengan secara spontan dan menggambarkan bahaya menggunakan *high heels* yang terlalu sering dalam jangka pendek. Seperti mudahnya keseleo ketika kita menggunakan *high heels*.

Bentuk Pesan

Pesan dalam iklan layanan masyarakat ini akan disampaikan dalam pesan verbal dan pesan visual yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Pesan akan disampaikan secara bertahap dan berulang – ulang yaitu seberapa sering target menggunakan *high heels*. Di mana akan mempengaruhi pola pikir target dan dapat mengingatkan target akan bahaya menggunakan *high heels* terlalu sering atau yang berlebihan.

Art Directing

Pesan komunikasi ini disampaikan dalam bentuk verbal dan visual. Strategi visual pada perancangan

iklan layanan masyarakat ini akan menggunakan teknik foto langsung terhadap model yang dapat menarik perhatian target serta menggunakan teknik *digital imaging* agar dapat menggambarkan secara jelas maksud dari iklan layanan masyarakat ini. Dalam iklan layanan masyarakat ini ada beberapa hal yang penting, yaitu :

1. penggunaan model yang sesuai dengan karakteristik yang diinginkan
2. teknik pengambilan gambar serta editing yang dapat menyampaikan pesan dengan jelas
3. penggunaan ilustrasi yang dapat menarik perhatian target
4. pemilihan *typeface* yang dapat mencerminkan isi pesan

Copywriting

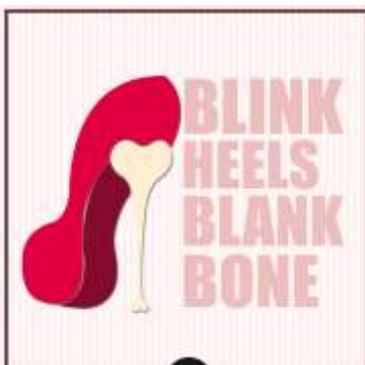
Pesan verbal yang akan digunakan mempunyai keseragaman dan maksud yang sama satu dengan yang lain. Di mana pada intinya menjelaskan seberapa sering target menggunakan *high heels* maka seberapa sering pula bahaya dari menggunakan *high heels* berlebihan akan terjadi. Pesan yang digunakan menggunakan bahasa yang *fun* dan mengajak para target agar lebih memperhatikan tentang kesehatan mereka daripada penampilan mereka.

Final

Gambar 1. Logo



Gambar 2. Brosur dan merchandise



Gambar 3. Ambient sepatu clay



Gambar 4. Ambient media shopping bag





Gambar 5. Ambient media box sepatu



Gambar 7. Manekin



Gambar 6. Kaos T-Shirt



Gambar 8. Print Ad



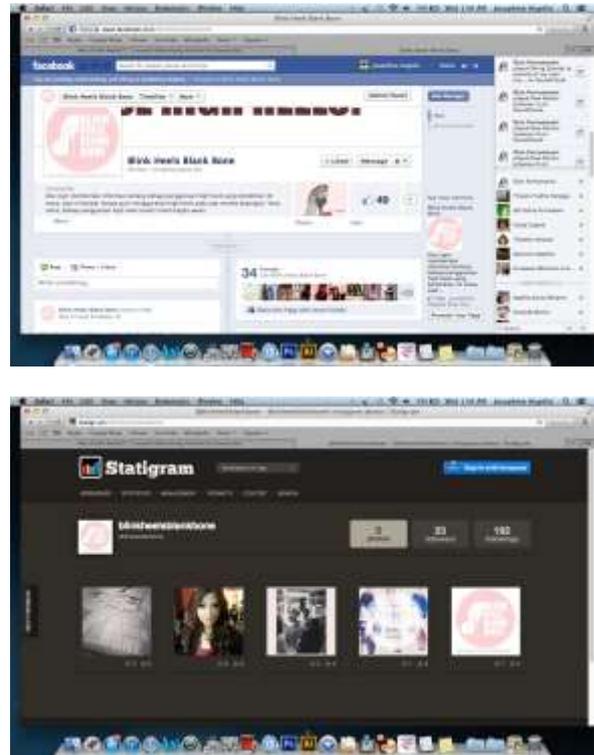
Gambar 9. Hanger sepatu



Gambar 10. Sticker



Gambar 11. Social network



Kesimpulan

Menggunakan *high heels* memang menjadi kegemaran setiap perempuan. Karena dengan menggunakan *high heels*, mereka akan lebih merasa percaya diri dan merasa bahwa diri mereka lebih cantik. Selain itu dengan menggunakan *high heels*, perempuan menjadi memperbaiki postur tubuh mereka yang pendek. *High heels* memang sesekali baik untuk tubuh, namun apabila digunakan secara berlebihan maka akan berdampak di kemudian harinya.

Dewasa ini, penggunaan *high heels* yang berlebihan juga diikuti oleh para remaja putri. Dimana diketahui pula bahwa remaja putri lebih termakan oleh dunia *fashion*. Sehingga mereka berlomba – lomba untuk mengikuti trend yang saat ini sedang *booming*. Remaja putri juga tidak kalah sering menggunakan *high heels* ketika mereka berpergian. Selain itu, penggunaan *high heels* pada remaja putri juga dipacu pada tinggi *high heels* dan model *high heels* yang beraneka ragam.

Semakin tinggi *high heels* maka semakin tinggi pula keinginan remaja putri untuk memiliki dan menggunakan *high heels* tersebut. Namun, bahaya dari penggunaan *high heels* yang berlebihan tersebut masih belum diketahui dengan baik oleh remaja putri. Dalam iklan layanan masyarakat ini akan disampaikan bahwa menggunakan *high heels* dilihat pada sisi

positifnya saja, namun ada sisi negatif ketika seseorang sering menggunakan *high heels*. Sehingga iklan layanan masyarakat ini mengingatkan kepada remaja putri bahwa sepiantasnya tidak bergantung pada penggunaan *high heels*.

Cara penyampaian yang akan digunakan dalam iklan layanan masyarakat ini adalah dengan mendekati kebiasaan – kebiasaan para target *audience* ketika mereka beraktifitas. Sehingga media yang digunakan dapat dimanfaatkan dengan baik. Iklan ini disampaikan secara spontan dan menggambarkan bahaya penggunaan *high heels* dalam jangka pendek. Seperti mudahnya keseleo apabila menggunakan *high heels* atau dapat menimbulkan munculnya varises pada kaki. Dengan perancangan iklan layanan masyarakat ini, setidaknya remaja dapat mengetahui lebih dalam bahaya penggunaan *high heels* yang berlebihan. Dan dapat memikirkan baik buruknya untuk kesehatan mereka.

Iklan layanan masyarakat ini dapat dikembangkan lagi secara luas untuk dewasa putri. Karena pada dewasa putri, penggunaan *high heels* telah banyak digunakan pada waktu bekerja (wanita karier). Penggunaan *high heels* sendiri pun pada wanita karier lebih diwajibkan untuk menjada performa mereka di hadapan klien, sehingga perlu diingatkan bahaya penggunaan *high heels* sendiri pada wanita karier.

Daftar Pustaka

- “5 Fakta Buruk Tentang High Heels”. *Kabar Jakarta*. 2012. 21 Januari 2012.
<<http://kabarjakarta.com/5-fakta-buruk-tentang-high-heels.html>>
- Agustya, R.A. Innu Virgiani. “Perkembangan Remaja “. *Psikologikita*. Juni 2012. 14 Februari 2013.
<<http://www.psikologikita.com/perkembangan-remaja>>
- “Agar High Heels Tak Menyebabkan Nyeri Punggung”. *Female Kompas*. 2012. 7 Oktober 2012. 13 Februari 2013.
<<http://female.kompas.com/read/2012/10/07/16381262/Agar.High.Heels.Tak.Menyebabkan.Nyeri.Punggung>>
- “Alasan Sepatu Hak Tinggi Menambah Kesan Seksi Pada Perempuan”. *Berita Satu*. 2013. 3 Januari 2013. 6 Maret 2013.
<<http://www.beritasatu.com/fashion/90410-alasan-sepatu-hak-tinggi-menambah-kesan-seksi-pada-perempuan.html>>
- “Bahaya Menggunakan High Heels”. *Kompas*. 2009. 5 Maret 2009.
<<http://female.kompas.com/read/2009/03/05/15244582/bahaya.menggunakan.high.heels>>
- Grafis, Glosari. 2008.
<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab4/2008-2-00098-DS_bab4.pdf>
- Hideo, Marco. *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat dengan Tema Satu Orang Menanam Satu Pohon*. Periklanan. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Hotpascaman S. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Konformitas Pada Remaja*. 2009.
- Kartono, Kartini. *Psikologi Wanita*. Bandung: Penerbit Alumni, 1997.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2007.
- “Kenali 14 Dampak Kesehatan Pemakaian Sepatu High Heels”. 2012. 10 Oktober 2012.
<<http://childrenfootclinic.wordpress.com/2012/10/10/kenali-14-dampak-kesehatan-pemakaian-sepatu-high-heels/>>
- “Kesehatan :7 Bahaya Kesehatan Memakai Sepatu High Heels”. *Gaya Muda*. 2012. 22 Juni 2012.
<<http://gayamuda.com/bahaya-kesehatan-memakai-sepatu-high-heels.html>>
- “Macam-Macam Model High Heels”. 2011. 30 September 2011.
<<http://anaarisanti.blogspot.com/2011/09/macam-macam-model-high-heels.html>>
- “Mampu Kurangi Nyeri Lutut”. *Koran Jakarta*. 2012. 24 Januari 2012. 6 Maret 2013.
<<http://koran-jakarta.com/index.php/detail/view01/81681>>
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Nurhayati, Evi. *Peran Peer Group Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Remaja*. Skripsi. Fakultas Ushuluddin Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta, 2008.
- “Osteoarthritis, Apa itu?”. *Kompas*. 2009. 28 Februari 2009. 8 Maret 2013.
<<http://kesehatan.kompas.com/read/2009/02/28/15281644/Osteoarthritis..Apa.Itu..>>
- Pattis, S. William. *Karier Bisnis dalam Periklanan*. Semarang: Effhar&Dahara Prize, 1993.
- “Paradigma High Heels, Berbahaya Namun Disukai Wanita”. *Harmony Kesehatan*. 2012. 13 Desember 2012. 6 Maret 2013.
<<http://www.i2harmony.info/bahaya-menggunakan-high-heels.html>>
- “Pengertian Kampanye”. 2 Maret 2012. <<http://all-about-theory.blogspot.com/2010/03/pengertian-kampanye.html>>
- Perkembangan Psikologis Remaja. *Belajar Psikologi*. 2011. 28 November 2011.
<<http://belajarpsikologi.com/perkembangan-psikologis-remaja/#ixzz1kS0y1twg>>
- Perkembangan Psikologi Remaja. *Renaissance*. 2008. 23 April 2008.
<<http://kristiono.wordpress.com/2008/04/23/perkembangan-psikologi-remaja/>>
- Rosandi, Andika Filona. *Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya. Jakarta, 2004.

- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Santrock, John W. *Life-Span Development Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta: Erlangga, 1995.
- Sari, Tiurma Yustiti. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri*. Oktober 2009.
<http://www.researchgate.net/profile/Tiurma_Yustisi_Sari/>
- “Sepatu High Heels Berbahaya Untuk Kaki.”
Okezone. 13 Juni 2008
<<http://lifestyle.okezone.com/read/2008/06/13/29/118352/sepatu-high-heels-berbahaya-untuk-kaki>>
- Setiawan, Ehta. *Kamus Besar Bahasa Indonesia online*. 2012. KBBI online. 13 Februari 2013. <<http://www.kbbi.web.id/>>.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong imbas pesan Iklan Televisi*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Suryabrata, Sunardi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998)
- “Tips Dalam Menggunakan High Heels”. Carapedia.
<http://carapedia.com/tips_menggunakan_sepatu_hak_tinggi_info3459.html>
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2010.
- “Varises”. <<http://varises.org/>>
- Weston, Carol. *Pribadi dan Rahasia Tanya Jawab khusus untuk Cewek*. Batam: Karisma Publishing Group, 2006.
- Widyatama, Rendra. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia, 2005.
- Yusuf, Fitria dan Alexandra Dewi. *Little Pink Book*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.