

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MENGENAI KEKERASAN DALAM RUMAH TANGGA YANG MENDUKUNG PROGRAM CCCM SURABAYA

Theng Albert Yuwono¹, Aristarchus Pranayama K², Margana³

1,2. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

3. Program Studi Pendidikan Seni Rupa, FKIP UNS,
Jl. Ir. Sutami 36 A, Surakarta
Email: qianhua90@gmail.com

Abstrak

Perancangan Kampanye Iklan Layanan Masyarakat Tentang Kekerasan Dalam Rumah Tangga Mendukung Program CCCM Surabaya

Dalam berkeluarga, perbedaan pendapat maupun pola pikir pasti terjadi. Namun hal yang penting adalah bagaimana menyelesaikan permasalahan tersebut dengan baik-baik. Di Surabaya, kekerasan dalam rumah tangga termasuk kasus kekerasan yang tinggi. Namun banyak dari korban kekerasan tersebut tidak mengetahui apa yang harus dilakukan, untuk menghadapi kekerasan dalam rumah tangga. Di sini iklan layanan masyarakat berperan menjembatani antara korban kekerasan dengan *Crisis Center* Cahaya Mentari sebagai bentuk penanganan permasalahan kekerasan.

Kata Kunci : kekerasan dalam rumah tangga, *crisis center*, iklan layanan masyarakat.

Abstract

Public Service Advertisement about Supporting CCCM Program about Domestic Violence

In the life of family, any difference in opinion and perception often happened. But the most important thing is how to settle the problem in a well manner. In Surabaya, domestic violence is one of the highest victims of violence. But, many victim don't know very well how to manage domestic violence well. In this case, public service advertisement has a role as a bridge between the victim and Crisis Center Cahaya Mentari as a family violence problem solver.

Keywords: *domestic violence, crisis center, public service advertisement.*

Pendahuluan

Indonesia adalah negara demokrasi, dimana sistem demokrasi menggunakan mekanisme kedaulatan rakyat sebagai hal terutama dalam politik negara. Indonesia menjalankan prinsip trias politika dalam menjalankan demokrasi dengan membagi 3 kekuasaan politik negara yaitu eksekutif, yudikatif dan legislatif. Di mana ketiga jenis lembaga negara ini bertindak saling mengawasi dan mengontrol kebijakan yang dikeluarkan negara. Eksekutif memiliki kekuasaan administratif yakni melaksanakan undang-undang dan menyelenggarakan administrasi negara. Legislatif menentukan kebijakan dan membuat undang-undang. Sedangkan Yudikatif menangani segala persoalan yang berhubungan dengan hukum. Ketiga lembaga

ini adalah sebagai wujud pencapaian demokrasi dimana demokrasi mengutamakan kepentingan rakyat.

Namun banyak sekali permasalahan, dari segala aspek seperti ekonomi, sosial, budaya, politik, hukum, keamanan dihadapi oleh pemerintah. Oleh karena itu pemerintah pun dibantu oleh organisasi independen yang dibuat oleh rakyat yakni Lembaga Swadaya Masyarakat (disingkat LSM). LSM adalah organisasi yang didirikan secara perorangan maupun sekelompok yang bertujuan memberikan pelayanan kepada masyarakat, tanpa mengharapkan keuntungan di dalamnya. LSM berperan membantu pemerintah mengatasi permasalahan yang terjadi di dalam masyarakat dengan pendekatan secara profesional maupun kekeluargaan, namun organisasi ini bukanlah bagian dari pemerintah. Pemerintah umumnya

menjadi partner dari LSM dalam tujuan pelayanan terhadap masyarakat. Sifat dari LSM adalah bukan dari bagian pemerintah, maupun negara, dalam melakukan kegiatan bertujuan untuk pelayanan terhadap masyarakat dan tidak mencari laba. Lembaga swadaya masyarakat secara hukum dapat didirikan menjadi dua macam yakni Organisasi Massa atau dikenal ormas dan Badan Hukum yang dikenal sebagai yayasan.

Yayasan Crisis Center Cahaya Mentari adalah yayasan berlandaskan badan hukum dimana merupakan LSM yang melayani masyarakat di daerah Surabaya yang berfokus dalam menghadapi permasalahan sosial dan pendampingan hukum dalam pelayanan terhadap masyarakat.

Pembentukan yayasan Crisis Center Cahaya Mentari atau disingkat CCCM bermula dari maraknya kasus kekerasan yang terjadi di wilayah dampingan Wahana Visi Indonesia wilayah pengembangan Kota Surabaya (kelurahan Banyu Urip dan Putat Jaya). Maka pada tanggal 25 September 2006 berdirilah Crisis Center Cahaya Mentari yang berbasis masyarakat mendampingi anak dan orang dewasa yang mengalami kekerasan. Crisis Center Cahaya Mentari adalah suatu yayasan bertujuan mawadahi masyarakat yang mendengar, melihat, mengalami dan merasakan kekerasan bisa mendapatkan perlindungan dan pendampingan yang profesional. Keanggotaan CCCM dominan terdiri dari ibu-ibu rumah tangga biasa yang telah didampingi oleh Wahana Visi Indonesia untuk menjadi agen perubahan di masyarakat. CCCM bekerjasama dengan *stakeholder* perlindungan anak seperti pemerintah, LSM, APH, ToMas, ToGa dan sebagainya dalam mendampingi permasalahan yang terjadi. Visi dari CCCM sebagai yayasan yang melayani masyarakat adalah "Keluarga damai, lingkungan aman, tersenyumlah anakku", dan misi CCCM sebagai berikut mewujudkan kemandirian masyarakat untuk mengurangi kekerasan melalui penanganan dan pendampingan yang terpadu, melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui pendampingan dan pembekalan supaya hidup mandiri Permasalahan masyarakat yang ditangani CCCM sangatlah banyak seperti berikut AKS (Anak Kekerasan Seksual), AKE (Anak Kekerasan Ekonomi), penyekapan, AKD (Anak Kekerasan Domestik), AKH (Anak Konflik Hukum), pendidikan, penelantaran, *trafficking*, KMP (Kekerasan Masa Pacaran), HIV dan AIDS, jeratan rentenir, dan KDRT.

Kekerasan dalam rumah tangga merupakan kasus yang sering terjadi di Surabaya, dimana korban kekerasan umumnya adalah wanita dan anak-anak sebagai pihak yang menderita. Kekerasan yang mereka derita akan menjadi trauma yang mempengaruhi kehidupan mereka, mengubah perilaku maupun kebiasaan yang akhirnya ditakutkan menjadi trauma yang lebih buruk akibatnya di kemudian hari, sehingga untuk mencegah terjadinya trauma yang

semakin memburuk, korban harus mendapatkan pendampingan dan pengarahan baik secara hukum maupun edukasi. Masyarakat harus mengerti, menyadari bagaimana kekerasan muncul dan ditanggapi secara tepat dengan pendampingan dan penanganan yang benar, dimana mereka sadar akan hak-hak mereka yang sebenarnya dilindungi oleh hukum seperti pada UUD 1945 pasal 28(i) ayat pertama yang secara jelas berisi sebagai berikut "Hak untuk hidup, hak untuk tidak disiksa, hak kemerdekaan pikiran dan hati nurani, hak beragama, hak untuk tidak diperbudak, hak untuk diakui secara pribadi di hadapan hukum, dan hak untuk tidak dituntut atas dasar hukum yang berlaku surut adalah hak asasi manusia yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun"

Melihat tujuan program dari CCCM, hal tersebut menarik untuk diangkat sebagai tugas akhir dengan judul perancangan iklan layanan masyarakat mengenai kekerasan dalam rumah tangga yang mendukung program CCCM Surabaya. Iklan layanan masyarakat berfokus terhadap program CCCM yang mampu menjembatani masyarakat dalam menyadari program dan permasalahan yang ada dan terjadi secara nyata di sekitar masyarakat sendiri.

Iklan layanan masyarakat adalah iklan dengan berbagai media yang ada dimana iklan yang ada bertujuan memberikan informasi kepada masyarakat yang bersifat sukarela dan merupakan kepentingan umum.

Metode Penelitian

Dalam tugas akhir Perancangan iklan layanan masyarakat mengenai kekerasan dalam rumah tangga yang mendukung program CCCM Surabaya ini peneliti menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut :

Metode Pengumpulan Data

Dari konsep pengumpulan data penulis menggunakan sumber primer yaitu data langsung didapat dari objek yang diteliti oleh penulis, selain itu juga menggunakan metode sumber sekunder yaitu data yang didapat dari buku, internet dan informasi lainnya. Proses pengumpulan data ini menggunakan beberapa metode diantaranya

Data Primer

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dimana data didapat dari tanya jawab kepada narasumber yang terkait. Pengumpulan data menggunakan wawancara guna pendekatan data secara akurat dengan keadaan nyata, dimana informasi yang ada merupakan informasi yang bersifat terbaru, dan memiliki pengaruh penting dalam pembuatan perancangan. Narasumber dibatasi dalam lingkup pertama instansi terkait, warga lokal sekitar, anggota CCCM, korban yang ingin disiarkan, warga dengan aspek yang berhubungan dengan CCCM.

b. Observasi

Observasi adalah penelitian baik di teori maupun lapangan meneliti kesesuaian yang ada.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara meneliti data hasil wawancara dan mengambil foto-foto yang diperlukan.

Data Sekunder

a. Media cetak

Media cetak berupa data-data referensi, buku, jurnal, majalah, dan dokumen-dokumen terkait. Di mana data-data tulis maupun cetak yang ada memiliki keterkaitan secara dekat dengan tujuan perancangan.

b. Internet

Internet sebagai data sekunder dimana media penyebaran informasi di dunia maya yang perlu dipilah secara hati-hati dalam pemilihan artikel yang ada sehingga tidak menimbulkan kesalahan dalam perancangan buku (informasi dari internet perlu ditindak lanjuti dengan penerapannya di dunia nyata).

Metode Analisis Data

Metode analisa data menggunakan deskriptif kualitatif sebagai pendalaman mapun pendekatan permasalahan dengan menggunakan data-data deskriptif baik berupa kata-kata tertulis atau lisan dari objek yang diamati.

Konsep Perancangan

Desain perancangan mengambil tema kekerasan dalam rumah tangga atau dikenal sebagai KDRT dengan dirancang menjadi iklan layanan masyarakat yang menjadi solusi akan pemecahan masalah yang ada dimana di dalamnya tersirat pesan yang ingin disampaikan di dalam iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat menggunakan media yang disesuaikan dengan target dari iklan layanan masyarakat yang dirancang.

Pembahasan

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari pembuatan iklan layanan masyarakat ini adalah korban berani menghadapi kekerasan yang dialami, lebih baik lagi dengan masukan dari *crisis center*, karena mereka telah berpengalaman menghadapi permasalahan yang ada.

Strategi Kreatif

Agar tujuan kreatif dapat tercapai dengan baik, maka strategi kreatif diperlukan untuk menjawab permasalahan yang ada melalui solusi dan ide yang ada.

Dari hasil wawancara dengan para ahli dapat diketahui, bahwa kekerasan dalam rumah tangga memiliki permasalahan yakni banyak korban kekerasan tidak berani melaporkan tindak kekerasan yang dideritanya kepada pihak-pihak yang terkait, dikarenakan rasa takut baik dari diri sendiri maupun

pengaruh luar. Rasa takut menghadapi semua kemungkinan buruk yang terjadi mengakibatkan korban cenderung bungkam dengan harapan kondisi akan segera membaik. Padahal kekerasan adalah hal yang salah.

Mengenalkan kepada korban mengenai pesan informasi dari media ILM yang ada, sebagai langkah awal dari strategi kreatif. Mempersuasi korban untuk bertindak lebih sigap menghadapi kekerasan yang diterimanya dengan langkah yang paling mudah.

Topik dan Tema (Pokok Bahasan)

Tema yang diangkat di dalam iklan layanan masyarakat yang akan dirancang adalah “*Family*” dengan pendekatan *emotionally* dimana menunjukkan suatu dampak dari kekerasan dalam rumah tangga. Dimana korban melalui iklan layanan masyarakat ini sadar akan kehidupan keluarga yang tidak harmonis. Korban kekerasan dalam rumah tangga harus berani melangkah menghadapi kekerasan yang terjadi dalam kehidupannya. Dalam hal ini, Crisis Center Cahaya Mentari siap membantu korban yang meminta pertolongan.

Karakteristik Target Perancangan

Target perancangan yang diperhatikan

Target Primer

Ibu-ibu rumah tangga

a. Demografis

- Usia : 17 – 55 tahun
- Gender : Wanita
- Pekerjaan
- Strata Sosial : menengah ke bawah
- Agama : tidak bersyarat
- Warga Negara : Indonesia
- Pendidikan : tidak bersyarat

b. Geografis : Surabaya, Jawa Timur

c. Psikografis : tertekan, emosi tidak stabil, takut.

d. Behavioural : memikirkan keluarga, mengalami KDRT

Konsep

Berdasarkan tema utama dari perancangan ini, yaitu *family*, maka penyajian pesan akan dilakukan melalui media-media yang diletakkan pada tempatnya. Media yang ada meliputi poster, brosur, *direct mail*, radio, video, baju, topi, *pin*, stiker, *facebook*, surat kabar, dan mobil. Dengan penempatan strategi media masing-masing, namun konsep yang ada masih berdasarkan ide *family* dimana dampak dari kekerasan dalam rumah tangga. Dimana korban melalui iklan layanan masyarakat ini sadar akan kehidupan keluarga yang tidak harmonis. Korban kekerasan dalam rumah tangga harus berani melangkah menghadapi kekerasan yang terjadi dalam kehidupannya. Dalam hal ini, Crisis Center Cahaya Mentari siap membantu korban yang meminta pertolongan. Hal-hal mengenai KDRT dibahas dalam

media secara lebih terperinci di dalam video, radio, dan brosur.

Jenis Media yang Akan Dirancang

Poster

Format dari poster adalah A3, bahan berasal dari *glossy paper*. Teknik visualisasi menggunakan hubungan antara *digital art* dengan ilustrasi. Tipografi utama menggunakan *sans serif* dan *serif*.



Gambar1. Desain Poster

Brosur

Bahan kertas berasal dari BC. Teknik visualisasi sama dengan poster menggunakan hubungan antara *digital art* dengan ilustrasi. Namun dalam brosur lebih dipentingkan mengenai isi dan informasi secara terpadu yang disampaikan.

Tone warna menggunakan warna dengan kesan hangat yakni coklat.



Gambar 2. Desain Brosur

Baju

Penggunaan ilustrasi pada baju berisi akan slogan dan logo dari ILM .



Gambar 3. Desain Baju

Direct Mail

sebagai perkiraan direct mail yang dibuat. Karena fungsinya sebagai undangan, maka kejelasan informasi dan acara haruslah jelas. Konteks penggambaran dan warna mengikuti poster, dengan penggunaan warna coklat sebagai warna yang hangat, dan ilustrasi maupun *digital art* dalam penggambaran. Teknik visualisasi menggunakan hubungan antara digital art dengan ilustrasi.



Gambar 4. Desain Direct Mail

Stiker

Stiker berukuran mini memanjang ukuran diameter 8 cm. *Tone* warna menggunakan warna yang mudah dilihat seperti warna-warna kontras seperti warna putih sebagai tepian dan coklat sebagai warna dalam. Penggunaan tipografi huruf *sans-serif* dan *serif* dalam penggunaan karya dimana terdapat kesan lembut di dalamnya.



Gambar 5. Sticker

Mobil keliling

Penggunaan mobil seperti van, grandmax dengan ijin penempelan media stiker ke mobil guna menyebarkan informasi di sekitar crisis center. Dan mobil digunakan seperti media konsultasi secara singkat baik berupa pengarahannya maupun konsultasi singkat



Gambar 6. Desain Mobil

Surat Kabar Radar Surabaya

Format dari surat kabar adalah milimeter kolom (mmk) dimana penggunaan iklan layanan masyarakat sebanyak 3 kolom dengan panjang 150 mm.. Teknik visualisasi menggunakan hubungan antara *digital art* dengan ilustrasi. Lalu hal yang diutamakan pentingnya informasi dalam Koran secara tepat dibaca. *Tone* warna menggunakan warna dengan kesan hangat yakni coklat, penggunaan tipografi *sans serif* atau *serif* dalam penggunaan karya dimana terdapat kesan lembut di dalamnya.



Gambar 7. Desain Surat Kabar

Radio Talkshow

Program pengenalan mengenai kekerasan dalam rumah tangga kepada masyarakat Surabaya secara luas. Penggunaan media radio berupa *talkshow* dengan pihak CCCM, yang telah berpengalaman selama kurang lebih enam setengah tahun dalam bidang kesosialan. Secara teknis pembuatan berada di rumah dari narasumber, Dengan mendatangkan dua narasumber yang aktif dalam permasalahan yang terkait. Isinya sebagai berikut:

Sesi Pembuka

1. Salam Pembuka
2. Menjelaskan nama ILM dan slogan “ Kekerasan Nang Suroboyo Ga Osom Rek”
3. Memperkenalkan narasumber yakni Ibu Mariani dan Ibu Monica
4. Profil singkat mengenai ibu Mariani dan ibu Monica

Sesi Isi

1. Bertanya kepada narasumber mengenai apa itu kekerasan dalam rumah tangga.
2. Jenis-jenis kekerasan dalam rumah tangga
3. Perkara/ penyebab timbulnya KDRT
4. Mengenai korban KDRT ? Fenomena Gunung Es
5. Pengalaman khusus dalam pendampingan.
6. Kisah Korban KDRT setelah pendampingan.
7. Apa bantuan dari CCCM, terhadap korban KDRT.

Sesi Penutup

Kesimpulan
Salam Penutup

Facebook

Penggunaan desain *cover* dan *timeline* diatur dengan kreatifitas yang ada. Isi *facebook* berupa fakta yang ada di lapangan, mengenai apa itu KDRT, dan usaha-usaha pencegahan KDRT.



Gambar 8. Desain Page Facebook

Video

Program pengenalan mengenai kekesaran dalam rumah tangga kepada masyarakat Surabaya melalui media dunia maya yakni internet. Pembuatan dilaksanakan bersamaan saat *talkshow*.



Gambar 9. Desain Video

Topi

Dengan memasukkan logo dari iklan layanan masyarakat, berfungsi sebagai media pendukung.



Gambar 10. Desain Topi

Pin

Pin berisi mengenai slogan dan logo di dalamnya, berfungsi sebagai media pendukung.



Gambar 11. Desain Pin

Kesimpulan

Penulis merancang suatu Iklan Layanan Masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran korban dari menunjukkan keadaan *family* akibat kekerasan dalam rumah tangga, dimana target dalam perancangan ini adalah korban kekerasan dengan melihat cerminan kehidupan dari korban kekerasan dalam rumah tangga, untuk memancing kesadaran dari korban dan bertindak melangkah menghadapi kekerasan dengan menghubungi CCCM sebagai langkah menghadapi kekerasan yang ada.

Pendekatan yang akan dilakukan pun sebagian besar menggunakan media yang lekat dengan korban dan mudah digunakan oleh CCCM seperti radio, *facebook*, video, stiker, poster, *direct mail*, brosur, kaos, topi, surat kabar, mobil dan pin baik secara aktif maupun pasif ikut serta mengajak korban menghadapi kekerasan dalam rumah tangga.

Ucapan Terima Kasih

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat dan kasihNya yang diberikan kepada penulis.
2. Bapak Aristarchus Pranayama K.,BA,MA, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan pengarahan selama mengerjakan tugas akhir.
3. Ibu Ani Wijayanti Suhartono, S.Sn., selaku Ketua Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.
4. Drs. Margana, M.Sn selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan pengarahan selama mengerjakan tugas akhir.
5. Drs. Bing Bedjo Tanudjaja, M.Si selaku ketua tim penguji.
6. Ibu Maria Nala Damayanti, S.Sn., selaku tim penguji.
7. Ibu Mariani selaku ketua dari Crisis Center Cahaya Mentari yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Keluarga tercinta yang telah mendukung secara moral, dan mental
9. Teman-teman Desain Komunikasi Visual, teman-teman lain dan pihak-pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan, semangat serta bantuan yang telah diberikan.

Daftar Pustaka

- "CCCM New(powerpoint)". *Crisis Center Cahaya Mentari*. 2011. 10 Februari 2013.
- "Definisi organisasi dan metode,(serta menurut para ahli)". Risdiani, Novi. 27 Maret 2012. 17 Februari 2013.
<<http://www.nrisdiani.blogspot.com/2012/03/01/definisi-organisasi-dan-metode-serta.html>>
- "Demokrasi di Indonesia dan Sejarahanya". *Koran Demokrasi Indonesia*. 2012. 17 Februari 2013.
<<http://www.demokrasiindonesia.wordpress.com/2012/>>
- "Iklan Layanan Masyarakat". *Jaringan Radio Komunitas Indonesia*. 20 Maret 2013.
<<http://web.jrkijatim.com/?p=267>>
- Katjansungkana, Soka Handinah. *Perempuan dan Kekerasan*. Jakarta: Konsorsium Swara Perempuan, 2005.
- "Perkembangan Grafik Desain Indonesia". *Felicia*. 21 Maret 2013.
- Republik Indonesia. *Undang - Undang Dasar 1945*.
- Sayekti, Pranti. "Teori Iklan Layanan Masyarakat ". 2012. 17 Februari 2013.
<<http://www.prantisayekti.files.wordpress.com/2012/10/teori-ilm1.pptx>>
- "Setia Dampingi Korban Kekerasan". *Prajayanti, Anggraenny*. 2011. 17 Februari 2013.
<<http://www.centroone.com/female/2011/12/Ir/setia-dampingi-korban-kekerasan/printpage>>
- Sunarto. *TELEVISI,KEKERASAN DAN PEREMPUAN*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2009.
- "Syarat-syarat Iklan,Tujuan Membuat Iklan,Manfaat Pasang Iklan Online". Sadewaa,Pungky. 2012. 17 Februari 2013.
<<http://agustinpungky.blogspot.com/2010/10/syarat-syarat-iklantujuan-membuat.html>>
- Venny, Andrianna. *Memahami Kekerasan terhadap Perempuan*. Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan,2003.

Wells, William D.; Moriarty, Sandra; Burnett, John.
Advertising Principles and Practice. New
Jersey: Prentice Hall, Inc., 2006

Widyatama, Rendra. *Pengantar Periklanan*.
Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2007.