PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "HENTIKAN PERDAGANGAN PEREMPUAN DAN ANAK INDONESIA"

KARYA DESAIN

Dody Oktavian

TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2005

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "HENTIKAN PERDAGANGAN PEREMPUAN DAN ANAK INDONESIA"

KARYA DESAIN

Dody Oktavian
NIM 991 1100 023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2005

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Tugas Akhir Disain berjudul:
Perancangan Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia", diajukan oleh Dody Oktavian, NIM 991 1100 023, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 9 Desember 2005 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua/ Anggota/ Pembimbing I

Endro Tri Susanto, S.Sn.
NIP. 132087541

Anggota/Pembimbing II

Hesti Rahayu, S.Sn.
NIP. 132206674

Anggota/ Cognate

Drs. Wibowo, M.Sn.
NIP. 131661172

Anggota/ Ketua Program Studi
Disain Komunikasi Visual

Drs. Lasiman, M. Sn.
NIP 131773135

Anggota/ Ketua Jurusan Disain

Drs. Ant. Hendro Purwoko.
NIP 131284654

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Drs. Sukarman
NIP 130521245

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Dipersembahkan untuk Eyang, Papa dan Mama

tercinta

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya kepada Allah, Tuhan semesta alam. Dengan mengucap syukur kepada Allah, akhirnya tugas akhir karya disain ini bisa diselesaikan dengan baik. Selama proses penyusunan tugas akhir, tak terhingga dukungan yang telah penulis terima dari semua pihak yang begitu peduli, baik dari keluarga, sahabat, dan para staf pengajar Program Studi Disain Komunikasi Visual. Semoga langkah ini bisa menjadi pijakan berarti untuk bekal perjalanan berikutnya.

Ide pemilihan karya sastra ini tak lepas dari keinginan pribadi penulis untuk membuat sebuah *social campaign* yang diharapkan dapat menjadi sebuah sumbangan kecil penulis bagi kehidupan yang lebih baik di kemudian hari. Penulis patut berterima kasih kepada Bapak Sumbo Tinarbuko atas masukan *issue* trafiking (perdagangan manusia) untuk dijadikan tema tugas akhir penulis. Atas dukungan berbagai pihak, penulis akhirnya memutuskan mengangkat tema anti trafiking sebagai tema perancangan komunikasi mengingat permasalahan trafiking (terutama pada perempuan dan anak di Indonesia) sudah sangat membahayakan dan dipandang *urgent* untuk segera diantisipasi dan dicarikan solusinya.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga pada semua pihak yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin menyebut nama-nama sebagai berikut :

1. Bapak Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

2. Bapak Drs. Hendro Purwoko, selaku Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Bapak Drs. Lasiman, M.Sn., selaku Ketua Program Diskomvis Institut Seni Indonesia Yogyakarta
4. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn., selaku Dosen Wali
5. Bapak Endro Tri Sutanto, S.Sn., selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih atas bimbingannya selama ini.
6. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn., selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas segala masukannya yang bermanfaat.
7. Segenap Dosen di Prgram Studi Diskomvis ISI Jogja, yang telah membukakan begitu banyak kemungkinan untuk mempelajari berbagai ilmu yang bermanfaat.
8. Guru-guru menggambar Dody dari TK hingga kuliah.
9. Yayasan Jurnal Perempuan dan *Terre des Hommes* Foundation Netherland, terima kasih atas dukungan dan data-data yang telah diberikan.
10. Eyang Sofiah Abdul Fatah, Papa, dan Mama tercinta, yang selalu mendukung dan memahami Dody dengan caranya masing-masing. Karya ini adalah sebentuk kecil persembahan Dody untuk mereka.
11. Bapak Ibu Wirosaban, yang senantiasa merengkuh Dody dengan cara yang hangat.
12. Mas Agus, Mbak Ema, adikku tercinta Defri dan Heru, serta Aufa kecilku, terima kasih dukungannya selama ini.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

13. Mareta Ayuningtyas, staf ahli yang selalu kusayang
14. Bapak Gandhi Suryoto, CD Dentsu Indonesia. Dengan kearifan dan ketegasan seorang guru telah membimbing Dody hingga hal-hal yang kecil.
15. Bapak Subiakto Priosudarsono, Presdir Hotline Advertising. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan kepada Dody untuk berkarya di Hotline.
16. Bapak Djito Kasilo, CD TCP/TBWA Jakarta (terima kasih atas bimbingannya yang sangat bermanfaat), Mas Glenn Marsalim (terima kasih *support*-nya selama ini), serta Mas Ung, CD Ad Quantum Jakarta (terima kasih atas bimbingan dan kehangatan keluarga yang Dody rasakan selama ini).
17. Mbak Riris Tamba, Business Director 6 Hotline Advertising (terima kasih atas kesempatan yang diberikan), Mas Dedy Vansophiy, ACD Hotline (suhu yang rendah hati dan Dody banggakan), Kak Icung, ACD Hotline (pembimbing Dody di BT 6 yang super funky), Mbak Rima ACD Hotline (ibu Dody di BT 6), Mas Henki, Senior AD Hotline (senior Dody yang baik hati)
18. Suhu-suhuku tercinta dan tak terlupakan di Petakumpet, Koh Arief Budiman, Pak Itok, Pak Bagoes, Pak Yudhi, Mas Eri, Jeng Cret, Pak Rizal, Pak Eko, DJ Riri, dan teman-teman suka dan duka selama di Gedongkiwo 1001.
19. Teman-teman tercinta di Business Team 6: Sion, Mas Gun, Helmy, Vicy, Vera, Budi, Yoli, Uda Wandi, Baim, Myrna, Ani, Riana, dan Ricky.
20. Keluarga Besar Gedongkiwo 718: Pak Catur (terima kasih atas ketulusannya), Agung, Mbak Sri, Bapak dan Ibu Warso.
21. Teman-teman Qiu-Qiu dan Komplikasi Angkatan '99 Diskomvis ISI Jogja

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

22. Team Teles Klebes Film yang Dody banggakan: Hoho, Desi, Hanung, Marjan, Danan, Badari & keluarga, Bapak & Ibunya Hoho, serta Simbah.
23. Teman-teman KKN Teluk Penyu Cilacap
24. Kadek dan semua sahabat di Kotakotak, yang selalu hangat menyambut kedatangan Dody yang sering merepotkan.
25. Hodo dan Ocin, Mas Kelik Wana Tirta, dan Ibu-Ibu *talent* Imogiri. Terima kasih atas bantuan tulus yang diberikan pada Dody.
26. Singgih, Diskomvis ISI 2003. Terima kasih atas *support web*-nya. Juga Atma serta Agung Double Click: suwun, Dab!
27. Ex Pejuang Petakumpet yang Dody banggakan: Arient, Wowok, Andot, Greg, Nyoman Darya, Uli, Lia, Ronny, Dedi, Fajar dan Andi Suryadi.

Dengan segala hormat, jika ada nama yang tidak tersebut, itu semata kendala keterbatasan halaman atau kealpaan Dody. Selebihnya, tiada kata yang dapat diucapkan selain ungkapan terima kasih dan pengharagaan yang tinggi atas semua dukungan yang telah diberikan. Kiranya apa yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Masukan, kritik, dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Dody Oktavian

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

ABSTRAKSI

Masalah perdagangan perempuan dan anak atau yang dikenal dengan istilah trafiking di Indonesia, hingga tahun 2005 masih belum menemui titik terang. Ini disebabkan karena beberapa hal: pertama, karena tidak ada perangkat hukum yang jelas serta sanksi yang tegas bagi pelaku. Kedua, pemerintah negara yang bersangkutan kurang serius menanganinya. Ketiga, penyebaran informasi tentang bahaya trafiking kurang tersosialisasi secara luas dan merata hingga ke pelosok-pelosok daerah yang penduduknya berpotensi menjadi korban trafiking.

Kampanye "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia" dilakukan untuk meningkatkan kepedulian dan kewaspadaan publik (*public awereness*) akan bahaya trafiking pada perempuan dan anak di Indonesia. Disamping untuk membangkitkan kesadaran bersama dalam menanggulangi trafiking, kampanye ini juga dimaksudkan untuk mensosialisasikan pencegahan terjadinya praktek trafiking di kemudian hari.

Perancangan Komunikasi Visual Kampanye "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia" diwujudkan melalui media utama dan media pendukung, yang mana semua media tersebut saling mendukung (sinergis) dan terintegrasi dalam satu kesatuan konsep yang jelas, matang, dan terarah. Strategi media diarahkan pada penyampaian pesan secara komprehensif, tepat sasaran, dan berkesinambungan selama rentang waktu 1 kwartal (Januari 2006 – April 2006).

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Konsep kreatif yang diterapkan dalam kampanye ini bersifat informatif, persuasif, sekaligus emosional sehingga diharapkan dapat menghujam emosi khalayak dan dapat menggerakkan hati dan sikap khalayak untuk menolak dengan keras kejahatan trafiking di Indonesia. Kampanye "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia" terdiri dari dua versi yaitu versi trafiking anak (bayi dalam kiso) dan versi trafiking perempuan (perempuan dalam kandang). Pesan visual bersifat simbolis, mudah dipahami, dan mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi psikologi khalayak sasaran. Visual kedua versi tersebut merupakan bentuk simbolisasi dari praktek kejahatan trafiking di Indonesia. Hidup anak-anak maupun perempuan tidak dihargai. Mereka sebatas dianggap sebagai binatang dan komoditas yang dapat menghasilkan keuntungan berupa materi. Atas dasar pemikiran tersebut maka ide dasar kampanye "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia" ini mempergunakan simbolisasi "hewan yang diperdagangkan". Pesan verbal juga disampaikan secara simbolis dengan tujuan untuk memberikan efek emosi bagi khalayak dalam memahami isi pesan yang sebenarnya. Teks-teks mempergunakan gaya informatif persuasif. Gaya bahasa dibuat dengan pendekatan emosional. Warna-warna yang dipilih untuk diterapkan adalah warna-warna yang terkesan suram, muram, dan ironis. *Lay out* dibuat semenarik mungkin tanpa meninggalkan kaidah-kaidah tata desain yang baik. Rancangan iklan ditampilkan secara artistik, efisien, dan komunikatif untuk menghindari distorsi penerimaan pesan oleh khalayak sasaran.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

DAFTAR ISI

	Halaman
Judul	i
Pengesahan	ii
Persembahan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstraksi	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Perancangan	1
B. Rumusan Masalah Perancangan	7
C. Tujuan Perancangan	7
D. Lingkup Perancangan	8
E. Metode Perancangan	8
F. Sistematika Perancangan	10
G. Kerangka Dasar Perancangan	12
BAB II. IDENTIFIKASI	13
A. Identifikasi Data	13
1. Pengertian Perdagangan Manusia	13
2. Kondisi Umum Perdagangan Manusia di Indonesia	18

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

3. Modus Operandi..... 22
4. Tujuan Perdagangan..... 25
5. Daerah Asal..... 31
6. Daerah Transit..... 32
7. Daerah Tujuan..... 33
8. Kendala-kendala dalam Memerangi Perdagangan Manusia..... 36
9. Berbagai Upaya Memerangi Perdagangan Manusia (Perempuan dan Anak)..... 39
B. Analisis Data..... 49
C. Kesimpulan..... 50
BAB III. KONSEP DESAIN..... 52
A. Sintesis..... 52
B. Perencanaan Media..... 57
C. Perencanaan Kreatif..... 103
BAB IV. PERANCANGAN..... 153
A. *Lay Out* Kasar..... 157
B. *Lay Out* Komprehensif..... 217
C. Desain Final..... 262

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

BAB V. PENUTUP 299

A. Kesimpulan 299

B. Saran 300

DAFTAR PUSTAKA 302

LAMPIRAN

1. Lampiran 1: Lembar Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir Karya Desain
2. Lampiran 2: Daftar Radio Mitra Jurnal Perempuan
3. Lampiran 3: Naskah Iklan Radio Versi Anak
4. Lampiran 4: Naskah Iklan Radio Versi Perempuan
5. Lampiran 5: Dokumentasi Katalog Pameran Tugas Akhir
6. Lampiran 6: Dokumentasi Poster Pameran Tugas Akhir
7. Lampiran 7: Dokumentasi Suasana Pameran Tugas Akhir
8. Lampiran 8: Refensi Iklan Trafiking Luar Negeri

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1	*Media Plan* Kampanye "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia".....	94

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Perancangan

Perempuan dan anak adalah ciptaan Tuhan Yang Maha Kuasa yang perlu dilindungi harga diri dan martabatnya serta dijamin hak hidupnya untuk tumbuh dan berkembang sesuai dengan fitrah dan kodratnya. Karena itu segala bentuk perlakuan yang mengganggu dan merusak hak-hak dasarnya dalam berbagai bentuk pemanfaatan dan eksploitasi yang tidak berperikemanusiaan, harus segera dihentikan tanpa kecuali.[1] Dalam kenyataannya masih ada sekelompok orang yang dengan teganya telah memperlakukan perempuan dan anak untuk kepentingan bisnis, yakni melalui bentuk perdagangan manusia atau trafiking[2]. Trafiking terhadap perempuan dan anak merupakan pelanggaran berat terhadap hak asasi manusia. Korban diperlakukan seperti binatang dan barang dagangan yang dibeli, dijual, dipindahkan, dan dijual kembali serta dirampas hak asasinya bahkan berisiko pada kematian. Gejala ini berkembang dan berubah dalam bentuk kompleksitasnya namun tetap merupakan perbudakan dan perhambaan. Selama ini trafiking hanya dianggap terbatas pada bentuk prostitusi, padahal dalam kenyataannya mencakup banyak bentuk dari kerja paksa.

---

[1] www.menegpp.go.id

[2] pemakaian istilah trafiking diambil dari bahasa Inggris: *trafficking*, www.dwp.or.id

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Kriminalisasi perdagangan manusia sendiri bukanlah masalah yang baru, tetapi praktek seperti ini sudah ada sejak ribuan tahun yang lalu. Fenomena *trafficking in women* telah terdeteksi meskipun isu yang dikembangkan adalah lebih pada moral daripada sebuah kegiatan eksploitatif. Hal ini dapat dipahami karena *trafficking women* sangat terkait dengan prostitusi yang dalam masyarakat patriarkis justru meletakkan korban, yaitu perempuan, pada posisi terdakwa. Salah satu tulisan paling awal tentang kehadiran *trafficking in women* adalah karya Justinian, Kaisar Romawi yang memerintah dari tahun 527-565M, yaitu:[3]

> *"Kita telah mempelajari bahwa keuntungan yang mereka peroleh dari prostitusi tidaklah cukup sehingga mereka berkelana mengelilingi daratan Eropa dan mengambil keuntungan dari perempuan-perempuan muda miskin dan tidak berpengalaman setelah merayu mereka dengan pakaian-pakaian dan barang-barang mahal lainnya. Mereka kemudian menyekap perempuan-perempuan itu dalam rumah-rumah dengan menipu mereka untuk menandatangani kontrak dan memaksa mereka untuk terus bekerja dalam rumah bordil selama mucikari menghendakinya."*

Dalam tulisannya ini, Justinian juga secara detil menggambarkan bagaimana pelaku *(traffickers)* bekerja lewat lilitan hutang, pengambilalihan upah, dan minimnya jam istirahat, tidur, dan makan yang diberikan kepada para korban.

Pengiriman Tenaga Kerja Indonesia (TKI) ke luar negeri memang, dirasa sangat rentan dengan perdagangan manusia. Saat ini Indonesia merupakan salah satu negara pengirim buruh migran di kawasan Asia baik karena jumlah buruhnya yang besar, upahnya yang rendah, serta berbagai persoalan sosial politik didalamnya.

---

[3] Sietske Atlink, Stolen Lives, *Trading Women Into Sex and Slavery*, Harrington Park Press, New York, 1995, hal. 8

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Menurut data Depnaker, TKI merupakan fenomena yang baru muncul pada paruh ke dua dekade 1970-an, sementara sejarah migrasi internasional buruh asal Indonesia (khususnya) dari Pulau Jawa dapat ditelusuri jauh ke belakang sejak zaman perbudakan, penjajahan Belanda, dan pendudukan Jepang. Sejarahwan Anthoni Reid menyebutkan bahwa Jawa adalah pengekspor budak terbesar untuk Malaysia dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja di kota-kota perdagangan Malaya.[4]

Sebuah laporan tahunan Departemen Luar Negeri Amerika Serikat kepada Kongres periode April 2001-Maret 2002, menyebutkan Indonesia termasuk dalam kelompok negara-negara *Tier*-3 (Tingkatan-tingkatan Sistem) bersama dengan 18 negara lain: Burma, Kamboja, Afganistan, Iran, Bosnia, Russia, Qatar, Lebanon, Turki, Saudi Arabia, dan United Arab Emirates. Negara yang masuk kategori *Tier*-3 ini dianggap tidak sepenuhnya memenuhi standar minimum dan tidak melakukan upaya yang signifikan untuk melakukan hal itu. Posisi *Tier*-3 Indonesia dideskripsikan dalam *Trafficking in Person Report, 2002* sebagai berikut:[5]

> *"Indonesia adalah sumber korban perdagangan manusia khususnya para perempuan muda dan gadis. Negara tujuan perdagangan manusia meliputi:*
> *Hongkong, Singapura, Taiwan, Malaysia, Brunei, Negara-negara Teluk Persi, Australia, Korea Selatan, dan Jepang.*
> *Perdagangan manusia juga terjadi di dalam wilayah Indonesia. Korban perdagangan manusia pada umumnya dieksploitasi untuk pekerja paksa atau pekerja seks.*

---

[4] *HAM Dalam Politik Praktik*, Berdasarkan Buku Anthoni Reid: Asia Tenggara Dalam Kurun Niaga 1450-1680, 1992

[5] US Departement of Justice (2002), *Trafficking in Persons Report*, US Departement of Justice, Washington, June 2002

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Pemerintah Indonesia tidak sepenuhnya memenuhi standar minimum untuk mengeliminasi perdagangan manusia dan tidak melaksanakan usaha-usaha yang cukup berarti. Indonesia belum mempunyai undang-undang yang memerangi segala bentuk perdagangan manusia. Undang-undang yang telah dipergunakan untuk dasar menghukum pelaku perdagangan manusia, tetapi hukuman maksimalnya jauh lebih kecil daripada hukuman untuk pelaku perkosaan.

Hakim-hakim jarang menjatuhkan hukuman maksimum dalam kasus-kasus perdagangan manusia. Unit-unit khusus kepolisian daerah telah menangani kasus-kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak, termasuk perdagangan manusia. Indonesia telah meningkatkan perhatiannya pada masalah ini juga penyelundupan orang asing selama periode waktu setahun terakhir, tetapi tindakan Pemerintah untuk memerangi masalah perdagangan manusia ini terhambat oleh keterbatasan anggaran dan perbatasan antar negara yang porous (mudah diterobos), sementara korupsi meluas di antara pejabat-pejabat lokal.

Sebagai upaya untuk meningkatkan perhatian regional terhadap perdagangan manusia dan kejahatan transnasional, pemerintah bersama dengan Australia menyelenggarakan konferensi regional bulan Februari 2002 yang untuk pertama kalinya mengundang 52 menteri dari negara sumber, transit, dan tujuan. Perlindungan kepada WNA korban perdagangan manusia dinilai minim, yang dalam hal ini mereka tidak ditahan atau secara otomatis dideportasi dan dimungkinkan untuk mencari suaka politik atau status sebagai pengungsi.

Shelter-shelter pemerintah dan layanan untuk korban perdagangan manusia baik WNI maupun WNA masih terbatas. Pemerintah tidak mensponsori secara langsung upaya-upaya pencegahan, seperti program pendidikan anti-perdagangan manusia, tetapi bekerjasama dengan LSM dan organisasi internasional menyediakan layanan dasar kepada perempuan dan anak yang beresiko. Walaupun pemerintah menghadapi berbagai kendala sumber daya, pemerintah telah menaikkan alokasi anggaran nasional untuk memerangi perdagangan manusia tersebut."
(US Dept of State, Trafficking in Person Report, 2002).

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Faktor obyektif yang melatarbelakangi pengangkatan tema perancangan Iklan Layanan Masyarakat "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia" adalah fenomena perdagangan manusia di Indonesia yang mirip fenomena gunung es. Sulit sekali memperkirakan secara pasti angka kasus perdagangan manusia yang pernah terjadi. Penanganan perdagangan manusia di Indonesia pun masih belum terkoordinasi karena berkaitan dengan permasalahan beberapa departemen terkait.

Krisis multidimensi beberapa tahun ini merupakan faktor meningkatnya perdagangan manusia. Krisis tersebut berdampak pada angka pengangguran terutama di pedesaan. Sejak meletusnya tragedi Mei 1998, banyak pabrik-pabrik dan toko-toko tutup karena kondisi ekonomi dan politik yang tidak kondusif. Masyarakat semakin ragu terhadap kemampuan pemerintah dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan akhirnya jalan pintas untuk mencoba peluang tertuju pada pekerjaan di luar negeri, dengan segala resikonya.

Dari beberapa fakta yang ditemukan bahwa perdagangan manusia di Indonesia tidak terbatas pada golongan usia ataupun jenis kelamin tertentu saja. Pada umumnya korban perdagangan manusia adalah manusia sejak ia masih berada dalam kandungan, anak-anak tanpa batasan usia, baik perempuan maupun laki-laki. Pada kenyataannya data laki-laki dewasa korban perdagangan manusia ini tidak sebanyak data perempuan dan anak-anak korban perdagangan manusia.[6]

---

[6] Prof. Dr. Harkristuti Harkrisnowo, *"Laporan Perdagangan Manusia di Indonesia"*, Sentra HAM UI, Draf Februari 2002

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Maraknya kasus perdagangan manusia di Indonesia, menimbulkan keprihatinan tersendiri. Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan pada era pemerintahan Presiden Megawati Soekarno Putri, Sri Redjeki SH, merasa cemas dengan banyaknya kasus perdagangan perempuan dan anak yang ada. Tahun 2000 saja, menurutnya, telah mencapai 7000 kasus.[7] Kerja keras Kepolisian Negara Negara Republik Indonesia dinilai belum mencukupi standar (terutama) pemerintah Amerika Serikat dalam memerangi perdagangan manusia. Penilaian ini merupakan sebuah kritik yang konstruktif bahwa masih banyak hal yang perlu dilakukan. Memang sangat menyedihkan mengetahui manusia Indonesia diperlakukan seperti binatang dan barang yang dapat diperjualbelikan, yang dalam prakteknya mengabaikan nilai-nilai kemanusiaan.[8]

Perdagangan perempuan dan anak Indonesia telah meluas dan menyebar di seluruh pelosok tanah air. Perdagangan perempuan dan anak adalah sebuah kasus yang sifatnya sepertit gunung es. Jumlah yang terungkap jauh lebih sedikit dibandingkan dengan praktek yang sebenarnyanya. Kejahatan-kejahatan yang tidak terungkap biasa disebut *dark number*. Peran media massa masih belum memberikan perhatian penuh terhadap berita dan informasi yang utuh dan lengkap tentang dampak trafiking dan belum memberikan kontribusi yang optimal pula dalam upaya

---

[7] Pikiran Rakyat, 27 Agustus 2002, *Masya Allah, Nasib Tragis Wanita Indonesia di Negeri Jiran, Kegadisannya Dijual Hanya 700 Ringgit*

[8] Kombes (Pol.) Tri Priyo (Ka Unit III/Dit. Kamtrannas Bareskrim Polri), *Melawan Perdagangan Perempuan dan Anak, Butuh Kemauan Semua Pihak*, Jurnal Perempuan edisi 29, 2005, hal. 65

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

pencegahan maupun penghapusannya. Bahkan tidak sedikit sering kali media massa justru menyampaikan pemberitaan yang kurang mendidik dan bersifat pornografi yang mendorong menguatnya kegiatan trafiking dan kejahatan susila lainnya.

B. Rumusan Masalah Perancangan

Bagaimana menciptakan bentuk Perancangan Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat dalam upaya menghentikan praktek "Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia" melalui pesan yang komunikatif yang dapat menciptakan kesadaran seluruh lapisan masyarakat –terutama masyarakat yang berpotensi menjadi korban trafiking– akan keberadaan praktek kejahatan perdagangan perempuan dan anak di Indonesia dan mencegah terjadinya praktek kejahatan tersebut di kemudian hari.

C. Tujuan Perancangan

a. Menetapkan konsep perancangan yang terstruktur secara jelas sehingga nantinya diharapkan dapat memperoleh desain Perancangan Iklan Layanan Masyarakat "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia" yang komunikatif sehingga khalayak dapat menangkap dan menerima pesan yang disampaikan.

b. Sosialisasi dan proses penyadaran pada masyarakat umum dalam upaya memberi perhatian khusus terhadap dampak perdagangan perempuan dan anak yang menimbulkan trauma psikis.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

c. Memberi pemahaman pada masyarakat untuk mencegah praktek-praktek kejahatan perdagangan perempuan dan anak.

D. Lingkup Perancangan

1. Lingkup Perancangan dibatasi pada aspek periklanan (*advertising*). Bentuknya berupa paket terpadu yang mendukung kampanye sosial ini.
2. Mengingat kasus perdagangan perempuan dan anak Indonesia merupakan masalah nasional, jangkauan wilayah kampanye ini secara umum adalah berskala nasional dan secara khusus adalah kantong-kantong wilayah dengan penduduk yang potensial menjadi korban trafiking.
3. Media yang digunakan untuk mendukung kampanye sosial ini adalah media utama (iklan TV, iklan surat kabar, iklan radio, poster) dan media pendukung (*web site*, *leaflet*, spanduk, kartu pos, *t-shirt*, pin, stiker).

E. Metodologi Perancangan

Proses desain atau perancangan dapat diartikan sebagai "penuangan ide" gagasan konsep perancangan ke dalam wujud yang komunikatif terhadap kebutuhan tertentu serta datang kepadanya atas dasar perintah dari pihak tertentu atau atas inisiatif perancang itu sendiri.[9] Pembahasan metode perancangan ini secara garis

---

[9] M. Umar Hadi, *Metodologi Dalam Desain*, Ceramah Ilmiah Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta, 1994, hal. 1

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

besar akan memaparkan tentang bagaimana cara mengelola permasalahan desain berdasarkan proses perancangan yang sistematis.

Metodologi Perancangan dalam Proyek Tugas Akhir ini secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Metode Pengumpulan Data

   Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah melalui data pustaka, internet, media cetak, dan wawancara.

2. Metode Analisis Data

   Metode Analisis Data dilakukan dengan melakukan identifikasi data, kemudian dilakukan analisis terhadap data yang terkumpul sehingga mencapai penetapan-penetapan yang berguna sebagai pedoman dan bahan untuk menyusun suatu program kampanye komunikasi anti trafiking.

3. Metode Konsep Perancangan

   Metode Konsep Perancangan dilakukan melalui beberapa tahapan konsep, yang meliputi:

   a. Perencanaan Media

      1. Tujuan Media
      2. Strategi Media
      3. Program Media
      4. Biaya Media

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

b. Perencanaan Kreatif

1. Tujuan Kreatif

2. Strategi Kreatif

3. Program Kreatif

4. Biaya Kreatif

c. Metode Visualisasi Desain

1. Rough *Lay Out*

berisi pembuatan *Lay Out* kasar

2. Komprehensif

berisi pembuatan *Lay Out* lengkap

3. Final Desain

berisi eksekusi desain

F. Sistematika Perancangan

Sistematika perancangan Iklan Layanan Masyarakat "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia" adalah:

1. Bagian pertama adalah pendahuluan, yaitu berupa uraian yang terdiri dari lima sub bagian yaitu latar belakang permasalahan, rumusan masalah yang diangkat, tujuan perancangan, lingkup perancangan, dan metode perancangan.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

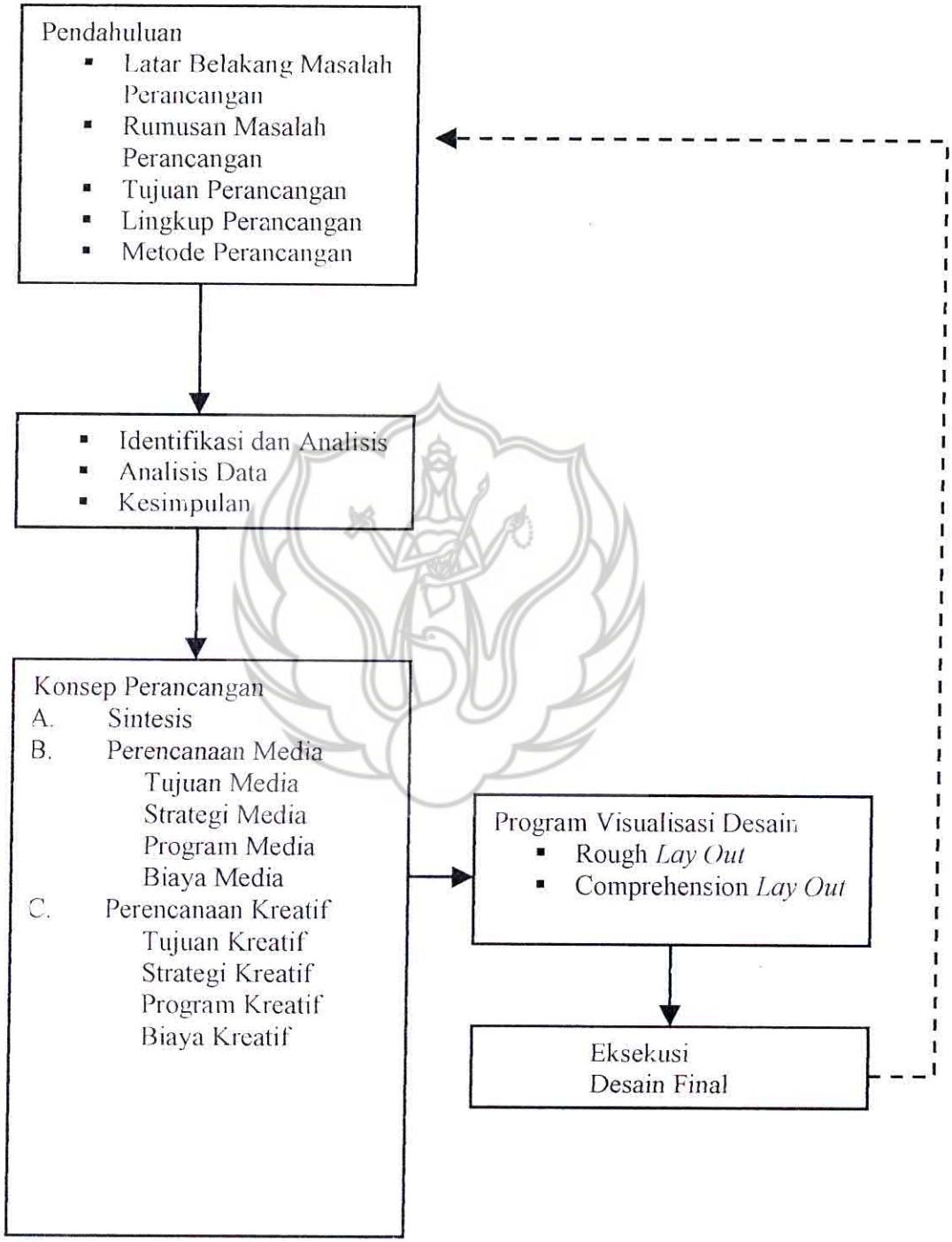
2. Bagian kedua yaitu berupa identifikasi permasalahan yang diangkat. Terdiri dari tiga sub bagian lagi yaitu identifikasi data, analisis data, dan kesimpulan.

3. Bagian ketiga adalah konsep perancangan, yaitu merupakan dasar pemikiran dan perancangan desain komunikasi visual. Bagian ini terdiri dari empat sub bagian yaitu sintesis, perencanaan media, perencanaan kreatif, dan perencanaan tata desain.

4. Bagian terakhir yaitu perancangan yang didalamnya berisi *lay out* perancangan dan final desain sebagai eksekusi dari hasil perancangan promosi non komersial kampanye iklan layanan masyarakat "Hentikan Perdagangan Perempuan dan Anak Indonesia".

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

G. Kerangka Dasar Perancangan



UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta