

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL  
SEBAGAI KAMPANYE KESADARAN 5R  
UNTUK SISWA KELAS XI ANIMASI DAN DKV  
SMK PUSAT KEUNGGULAN  
DI YOGYAKARTA**



**TESIS  
PENCIPTAAN SENI**  
untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister  
dalam bidang seni, minat utama desain komunikasi visual

**Nina Tri Daniati  
2021305411**

**PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2023**

**TESIS  
PENCIPTAAN SENI**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI KAMPANYE  
KESADARAN 5R UNTUK SISWA KELAS XI ANIMASI DAN DKV  
SMK PUSAT KEUNGGULAN DI YOGYAKARTA**


Oleh:  
**Nina Tri Daniati**  
**2021305411**

Telah dipertahankan pada tanggal **9 Januari 2023**  
Di hadapan Dewan Penguji yang terdiri atas:

Pembimbing Utama

Penguji Ahli

  
**Dr. Isd. Sumbo Tinarbuko, M.Sn**  
NIP. 19660404 199203 1002

  
**Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn**  
NIP.19630211 199903 1001

Ketua Penguji

  
**Octavianus Cahyono Privanto, Ph.D**  
NIP. 19701017 200501 1001

Yogyakarta, ... **27 JAN 2023** ...  
Direktur Program Pascasarjana ISI Yogyakarta



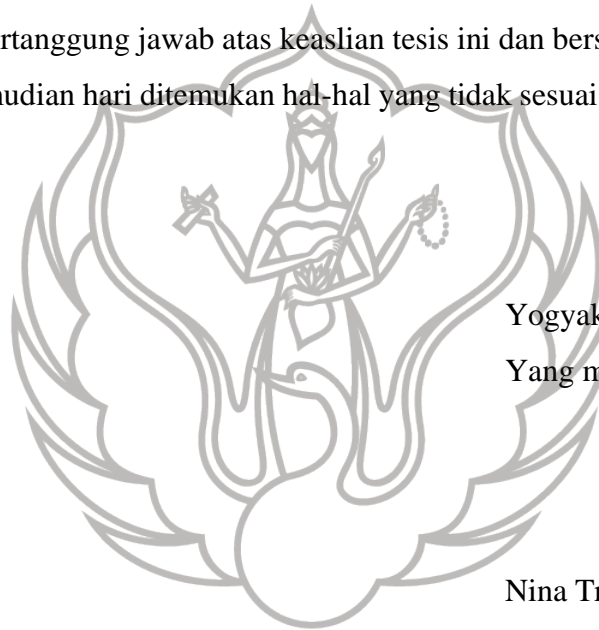
**Dr. Fortunata Tyasrinestu, S.S., M.Si**  
NIP. 19721023 200212 2001

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa karya ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi manapun dan belum pernah dipublikasikan dalam bentuk apapun.

Tulisan ini merupakan hasil penelitian yang didukung berbagai referensi yang disebutkan dalam karya tulis ini. Sepengetahuan saya belum pernah ditulis dan dipublikasikan kecuali yang secara tertulis diacu dan disebutkan dalam kepustakaan.

Saya bertanggung jawab atas keaslian tesis ini dan bersedia menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.



Yogyakarta, 18 Januari 2023

Yang membuat pernyataan

Nina Tri Daniati

2021305411

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI KAMPANYE  
KESADARAN 5R UNTUK SISWA KELAS XI ANIMASI DAN DKV SMK PUSAT  
KEUNGGULAN DI YOGYAKARTA**

Tesis  
Program Pascasarjana  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2023  
Oleh: Nina Tri Daniati

**ABSTRAK**

Strategi Penerapan Budaya Kerja Industri di Pendidikan Vokasi dengan Selamat dan Sehat dikenal dengan sikap kerja 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin), merupakan tahap untuk mengatur kondisi tempat kerja yang berdampak terhadap efektivitas kerja, efisiensi, produktivitas dan keselamatan kerja. Perancangan ini bertujuan menjadi pemecahan masalah komunikasi visual sebagai solusi untuk mendorong target audiens siswa SMK untuk memiliki kesadaran menerapkan sikap kerja 5R sehingga keterserapan lulusan SMK di dunia industri kreatif semakin meningkat. Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner kepada pihak industri, rendahnya keterserapan lulusan SMK di industri, disebabkan karena industri menuntut lulusan SMK memiliki budaya kerja yang baik, diantaranya: kedisiplinan, ketertiban, kebersihan, kerapian. Lulusan SMK kurang dapat mengikuti budaya kerja di industri dan kurang dapat menepati deadline pekerjaan.

Perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* (Brown, 2008) yang dipadukan dengan strategi penyampaian pesan dan pemilihan media (Kasilo, 2008). Metode perancangan tersebut terdiri dari lima tahapan besar yakni: 1) *Empathize* (Empati); 2) *Define* (Menetapkan); 3) *Ideate* (Ide); 4) *Prototype*; 5) *Test*. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen sekolah, membagikan kuesioner kepada pengelola industri dan target audiens. Upaya-upaya tersebut penulis lakukan untuk merumuskan masalah perancangan, menentukan target audiens, dan menyusun *consumer insight* melalui FGD (*Forum Group Discussion*).

Hasil dari perancangan adalah komunikasi visual untuk kampanye kesadaran berjudul “Perancangan Komunikasi Visual sebagai Kampanye Kesadaran 5R untuk Siswa Kelas XI Animasi dan DKV SMK Pusat Keunggulan di Yogyakarta” melalui media: *Motion Graphic*, *Instagram Story*, Spanduk, Poster, *Hanging Mobile*, *Ambient Media* dan *Apron Worker*. Melalui proses perancangan, penulis menemukan bahwa komunikasi visual untuk kampanye kesadaran dengan target audiens anak remaja madya harus bersifat persuasif, komunikatif, dan sinergis.

**Kata Kunci:** Budaya Kerja 5R, Kampanye Kesadaran, Komunikasi Visual.

**VISUAL COMMUNICATION DESIGN AS THE 5R AWARENESS CAMPAIGN  
FOR CLASS XI ANIMATION AND VISUAL COMMUNICATION DESIGN  
STUDENTS OF SMK CENTERS OF EXCELLENCE IN YOGYAKARTA**

*Thesis  
Postgraduate Program  
Indonesian Institute of the Arts Yogyakarta, 2023*

*By: Nina Tri Daniati*

**ABSTRACT**

*Strategy for Implementing Industrial Work Culture in Safe and Healthy Vocational Education, known as the 5R work attitude (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin), is a stage for regulating workplace conditions that impact work effectiveness, efficiency, productivity and work safety. This design aims to solve visual communication problems as a solution to encourage the target audience of SMK students to have an awareness of implementing the 5R work attitude so that the absorption of SMK graduates in the world of creative industries is increasing. Based on the results of data collection through questionnaires to the industry, the low absorption of SMK graduates in the industry is due to the fact that the industry demands that SMK graduates have a good work culture, including: discipline, order, cleanliness, neatness. SMK graduates are less able to follow the work culture in the industry and less able to meet work deadlines.*

*This design uses the Design Thinking method (Brown, 2008) combined with message delivery strategies and media selection (Kasilo, 2008). The design method consists of five major stages namely: 1) Empathize (Empathy); 2) Define; 3) Ideate (Idea); 4) Prototypes; 5) Tests. The data collection process was carried out through in-depth interviews with school management, distributing questionnaires to industry managers and the target audience. These efforts were made by the authors to formulate design problems, determine target audiences, and compile consumer insights through FGD (Forum Group Discussion).*

*The result of the design is visual communication for an awareness campaign entitled "Visual Communication Design for the 5R Awareness Campaign for Class XI Animation and DKV Students of SMK Centers of Excellence in Yogyakarta" through the media: Motion Graphic, Instagram Story, Banners, Posters, Hanging Mobile, Ambient Media and Apron Worker. Through the design process, the authors found that visual communication for awareness campaigns targeting middle adolescent must be persuasive, communicative, and synergistic.*

***Keywords: 5R Work Culture, Awareness Campaign, Visual Communication.***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan berkat dan rakhmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul *Perancangan Komunikasi Visual sebagai Kampanye Kesadaran 5R untuk Siswa Kelas XI Animasi dan DKV SMK Pusat Keunggulan di Yogyakarta*. Tesis ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar magister dalam bidang seni.

Penyusunan tesis ini dapat selesai karena bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dengan rasa hormat dan tulus kepada segenap pihak yang telah membantu, antara lain kepada

1. Ibu Dr. Fortunata Tyasrinestu, S.S.,M.Si, Direktur Program Pascasarjana ISI Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Suwarno Wisetrotomo, M.Hum., Ketua Program Studi Seni Program Magister, Pascasarjana ISI Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Isd. Sumbo Tinarbuko, M.Sn, Pembimbing Utama yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan tesis.
4. Bapak Octavianus Cahyono Priyanto, Ph.D, selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan.
5. Bapak Dr. Prayanto Widyono Harsanto, M.Sn, selaku Penguji Ahli yang telah memberikan masukan dan arahan.
6. Seluruh dosen Pascasarjana ISI Yogyakarta yang telah memberikan segala ilmu selama proses belajar mengajar saat sedang berlangsung dalam perkuliahan.
7. Bapak Sihono, S.Pd, selaku Kepala Sekolah SMK N 3 Kasihan yang telah berkenan memberikan ijin penelitian.
8. Bapak Yusuf Supriyanto, S.Pd selaku Kepala Sekolah SMK N 5 Yogyakarta yang telah berkenan memberikan ijin penelitian.
9. Bapak Rakhmat Supriyono, M.Sn, sebagai sumber data.
10. Bapak Susilo Dwi Murwanto, selaku Pimpinan Studio Funnymation sebagai sumber data.

11. Bapak Moh. Rif'an, selaku Pimpinan Studio Sweatbox Animation sebagai sumber data.
12. Bapak Hadi Sulisty, selaku Pimpinan PT Dagadu Yogyakarta sebagai sumber data.
13. Bapak Jakapriadi, selaku CV Hepta Halona sebagai sumber data.
14. Bapak Radetyo Sindhu Utomo, selaku Pimpinan PT. Petakumpet sebagai sumber data.
15. Orang tercinta yang selalu meluangkan waktu dan memberikan dorongan, serta memberikan semangat pada saat proses penulisan Tesis sedang berlangsung.
16. Sahabat yang selalu memberikan informasi terbaik serta memberikan pengarahan dalam penulisan Tesis, dan tak lupa juga selalu memberikan nasehat-nasehat kepada penulis, sehingga penulis terdorong untuk cepat menyelesaikan penulisan Tesis.
17. Teman-teman Pascasarjana ISI DKV 2020.
18. Pihak-pihak yang turut membantu dalam proses penulisan dan penyelesaian tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Demikian tesis ini disusun. Penulis menyadari dalam penyusunan tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian, penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat.

Yogyakarta, 18 Januari 2023

Penulis,

Nina Tri Daniati

NIM 2021305411

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan dan Manfaat .....	11
<b>BAB II KONSEP PERANCANGAN</b> .....	<b>12</b>
A. Kajian Sumber Perancangan .....	12
B. Landasan Perancangan .....	18
C. Konsep Perwujudan.....	25
1. Konsep Kreatif .....	26
2. Strategi Media Komunikasi Visual .....	31
<b>BAB III METODE PERANCANGAN</b> .....	<b>37</b>
A. <i>Empathize</i> (Empati).....	38
B. <i>Define</i> (Menetapkan).....	39
C. <i>Ideate</i> (Ide) .....	42
D. <i>Prototype</i> (Prototipe).....	55
E. <i>Test</i> (Tes).....	55



<b>BAB IV ULASAN PERANCANGAN KARYA.....</b>	<b>59</b>
A. Judul dan Tagline Kampanye Kesadaran 5R .....	59
B. Logo Kampanye Kesadaran 5R.....	59
C. Maskot Kampanye Kesadaran 5R .....	60
D. <i>Motion Graphic</i> .....	61
E. <i>Instagram Story</i> .....	62
F. Spanduk.....	64
G. Papan Slogan .....	65
H. Poster .....	68
I. <i>Hanging Mobile</i> .....	69
J. <i>Ambient Media</i> .....	71
K. <i>Apron Worker (Celemek Kerja)</i> .....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1. Hasil pengambilan data melalui Kuesioner untuk mengetahui Rutinitas <i>Target Audiens</i> .....	45
Tabel 3.2. <i>Point of Contact</i> .....	47



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Hasil Survei Lokasi Penelitian di SMK N 3 Kasihan .....	11
Gambar 2.2. Hasil Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Sosial untuk Mempengaruhi Kesadaran Anak Muda dalam Bertutur Kata Krama Jawa .....	12
Gambar 2.3. Hasil Pengembangan <i>Motion Graphic</i> "Akhlik" sebagai Media Edukasi Penyimpangan Perilaku Sosial Pada Remaja .....	13
Gambar 2.4. Hasil Perancangan Ambient sebagai Media Kampanye Keselamatan bagi Pengendara Sepeda Motor di Jakarta Timur .....	14
Gambar 2.5. Hasil Perancangan Kampanye Sosial Tertib dan Aman Berlalu Lintas .....	15
Gambar 2.6. Logo SMSR Jogja .....	21
Gambar 2.7. Rencana Ilustrasi Maskot .....	23
Gambar 2.8. Jenis Huruf Corporate Rounded .....	25
Gambar 2.9. Explorasi Tata Letak pada Media .....	26
Gambar 2.10. Rencana Penempatan Media <i>Motion Graphic</i> .....	27
Gambar 2.11. Rencana Penempatan Media <i>Instagram Story</i> .....	28
Gambar 2.12. Rencana Penempatan Media Papan Slogan .....	28
Gambar 2.13. Rencana Penempatan Media Poster .....	29
Gambar 2.14. Rencana Penempatan Media Spanduk .....	29
Gambar 2.15. Rencana Penempatan Media <i>Hanging Mobile</i> .....	30
Gambar 2.16. Rencana Penempatan <i>Horizontal Blind</i> dan Stiker Kaca <i>Sanblating</i> .....	30
Gambar 2.17. Rencana Penempatan Media pada Celemek Kerja ( <i>Apron Worker</i> ) .....	31
Gambar 3.1. Peta Pemikiran ( <i>Mind Mapping</i> ) .....	43
Gambar 3.2. Sket Logo 5R .....	50
Gambar 3.3. Studi Visual Burung Cendrawasih .....	50
Gambar 3.4. Sketsa Ilustrasi "Si Candra" .....	51

Gambar 3.5. Studi Warna Bulu Burung Cendrawasih .....	52
Gambar 3.6. Hasil Studi Warna Identitas Kampanye Kesadaran 5R.....	52
Gambar 3.7. <i>Script Motion Graphic</i> .....	53
Gambar 3.8. <i>Storyboard Motion Graphic</i> .....	54
Gambar 3.9. Sket <i>Instagram Story</i> .....	54
Gambar 3.10. Hasil Test Alternatif Desain <i>Instagram Story</i> 1 .....	56
Gambar 3.11. Hasil Test Alternatif Desain <i>Instagram Story</i> 2 .....	57
Gambar 3.12. Hasil Test Alternatif Desain <i>Instagram Story</i> 3 .....	57
Gambar 4.1. Logo Kampanye Kesadaran 5R.....	60
Gambar 4.2. Maskot Kampanye Kesadaran 5R .....	61
Gambar 4.3. Perancangan Motion Graphic.....	62
Gambar 4.4. Alternatif Desain <i>Instagram Story</i> .....	64
Gambar 4.5. Alternatif Desain Papan Slogan .....	65
Gambar 4.6. Alternatif Desain Poster .....	67
Gambar 4.7. Alternatif Desain Spanduk .....	69
Gambar 4.8. Alternatif Desain <i>Hanging Mobile</i> .....	70
Gambar 4.9. Alternatif Desain <i>Ambient Media</i> .....	72
Gambar 4.10. Alternatif Desain Apron .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
LAMPIRAN 1. Dokumentasi Wawancara dan FGD.....	84
LAMPIRAN 2. Kuesioner Penelitian .....	89



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Salah satu upaya peningkatan mutu SDM dilakukan melalui pemerataan layanan pendidikan yang berkualitas. Tenaga kerja berkualitas akan terlahir dari sistem pendidikan yang juga berkualitas, yang mampu mengimplementasikan ilmu dengan keterampilan yang dibutuhkan dunia usaha maupun dunia industri (DU/DI). Untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja tersebut, pemerintah melaksanakan program pendidikan keahlian dan keterampilan melalui Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). SMK memiliki peran strategis dalam menghasilkan tenaga kerja menengah yang terampil. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya peningkatan mutu SMK melalui berbagai kebijakan, diantaranya melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 165/ M/ 2021 tentang Program Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan. SMK Pusat Keunggulan (SMK PK) merupakan program pengembangan SMK dengan kompetensi keahlian tertentu dalam peningkatan kualitas dan kinerja, yang diperkuat melalui kemitraan dan penyelarasan dengan dunia usaha, dunia industri, dunia kerja, yang akhirnya menjadi SMK rujukan yang dapat berfungsi sebagai sekolah penggerak dan pusat peningkatan kualitas dan kinerja SMK lainnya. SMK PK adalah SMK yang mampu menghasilkan lulusan yang kompeten pada kompetensi keahlian tertentu dan terserap di dunia usaha, dunia industri, dan dunia kerja serta dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi, melalui program penyelarasan pendidikan vokasi secara sistematis dan menyeluruh dengan dunia usaha, dunia industri, dan dunia kerja.

Salah satu SMK yang mendapat bantuan dana SMK PK adalah SMK Bidang Keahlian Seni dan Industri Kreatif. Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendorong kesejahteraan dalam perekonomian. Howkins (2001) berpendapat bahwa Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, film, fashion, seni pertunjukkan, musik, penerbitan, riset dan

pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, permainan video, televisi dan radio. Richard (2002), berpendapat bahwa kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama dan industri abad ke-21 akan bergantung pada produksi pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi. Pada tahun 2019 Direktorat Pembinaan SMK mencatat bahwa lulusan SMK Bidang keahlian Seni dan Industri Kreatif merupakan lulusan SMK dengan tingkat keterserapan di dunia kerja yang paling tinggi (90,92%). Hal tersebut didukung oleh data yang penulis dapatkan dari Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), Animasi dan Desain Komunikasi Visual (DKV) menjadi salah satu subsektor industri kreatif yang efektif dalam menyerap pekerja. Subsektor Animasi dan DKV memperkerjakan 29.651 pekerja selama 2020. Pertumbuhan subsektor Animasi dan DKV dalam menyerap tenaga kerja bisa jadi dikarenakan respon makin banyak pemanfaatan teknologi digital dan sosial media selama masa pandemi, sehingga kebutuhan tenaga kerja di bidang animasi dan komunikasi visual semakin meningkat. Animasi dan DKV memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Bahkan, subsektor ini turut serta mengembangkan subsektor ekonomi kreatif lainnya sebagai media periklanan, seperti kuliner, fashion, kriya, televisi, penerbitan, arsitektur, desain produk, musik, hingga. Animasi dan DKV juga memiliki peranan besar dalam membantu mempromosikan program-program pemerintah. Selama pandemi COVID-19 contohnya, komunikasi visual banyak dijadikan media untuk menyampaikan informasi terkait protokol kesehatan pada masyarakat.

Sesuai Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Vokasi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Nomor 29/D/O/2022 tentang Penetapan Sekolah Menengah Kejuruan Pelaksana Program Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan Tahun 2022 Skema Lanjutan Tahap 2, SMK Bidang Keahlian Seni dan Industri Kreatif dengan Program Keahlian Animasi dan DKV di Daerah Istimewa Yogyakarta (Yogyakarta) yang mendapatkan dana bantuan SMK PK diantaranya adalah Program Keahlian Animasi SMK N 3 Kasihan dan Program Keahlian DKV SMK N 5 Yogyakarta. Pada Workshop Magang Guru SMK PK yang diselenggarakan tanggal 14 September 2021 di SMK Negeri 3 Kasihan dalam

rangka peningkatan Sumber Daya Manusia bagi sekolah yang ditetapkan sebagai salah satu Pelaksana Program SMK PK, Bapak Deddy Syamsudin (Deputi Pendidikan AINAKI (Asosiasi Industri Animasi Indonesia), desainer dan animator iklan komersial televisi serta pengajar *School of Design BINUS University*) selaku Narasumber pada kegiatan tersebut mengungkapkan bahwa, saat ini industri kreatif bidang animasi dan desain masih kesulitan dalam mendapatkan tenaga kerja lulusan SMK. Kesulitan tersebut bukan disebabkan oleh *skill* lulusan SMK yang kurang kompeten. Namun disebabkan oleh masalah budaya kerja, diantaranya: kedisiplinan, ketertiban, kebersihan, kerapian. Terlebih lagi terdapat dampak negatif dari masa pasca pandemi sekarang ini, dimana pergerakan ekonomi nasional sangat lesu, tidak banyak industri kreatif yang dapat bertahan dalam situasi saat ini. Hal ini menjadikan industri kreatif bidang animasi dan desain semakin selektif dalam memilih tenaga kerjanya, sehingga persaingan tenaga kerja yang semakin ketat. Bertolak dari pernyataan Bapak Deddy Syamsudin tersebut, penulis ingin menggali lebih jauh mengenai permasalahan yang terjadi terkait kendala kesulitan industri dalam mendapatkan tenaga lulusan SMK.

Penulis menggali informasi dengan berkunjung ke SMK PK Program Keahlian Animasi dan DKV di Yogyakarta. Berdasarkan data yang penulis dapatkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada responden pihak manajemen sekolah SMK N 3 Kasihan yang diwakili oleh Bapak Gunawan pada tanggal 27 Juli 2022 pukul 09.30 WIB, tahun 2020 dari total 114 siswa yang terserap di dunia kerja sebanyak 23% atau sebanyak 26 siswa, sisanya melanjutkan studi, wirausaha dan masa tunggu. Ditemukan kasus siswa yang tidak dilanjutkan kontrak kerjanya sebanyak 6 siswa. Pada tahun 2021 dari total 110 siswa yang terserap di dunia kerja sebanyak 26% atau sebanyak 29 siswa, sisanya melanjutkan studi, wirausaha dan masa tunggu. Ditemukan kasus siswa yang tidak dilanjutkan kontrak kerjanya sebanyak 11 siswa. Sedangkan berdasarkan data yang penulis dapatkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada responden pihak manajemen sekolah SMK N 5 Yogyakarta, Ibu Nur Indah pada tanggal 28 Juli 2022 pukul 09.00 WIB, tahun 2020 dari total 293 siswa yang terserap di dunia kerja sebanyak 23% atau sebanyak 68 siswa, sisanya melanjutkan



studi, wirausaha dan masa tunggu. Ditemukan kasus siswa yang tidak dilanjutkan kontrak kerjanya sebanyak 6 siswa. Pada tahun 2021 dari total 293 siswa yang terserap di dunia kerja sebanyak 0,1% atau sebanyak 29 siswa, sisanya melanjutkan studi, wirausaha dan masa tunggu. Ditemukan kasus siswa yang tidak dilanjutkan kontrak kerjanya sebanyak 11 siswa.

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan dari data hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada responden industri pengguna siswa dan lulusan SMK PK Program Keahlian Animasi dan DKV di Yogyakarta dengan sampel sejumlah 5 industri, yaitu: Bapak Susilo Dwi Murwanto dari Studio Funnymation pada tanggal 18 Juli 2022 pukul 15.15 WIB dan Bapak Rif'an dari Studio Sweatbox Animation pada tanggal 29 Juli 2022 pukul 13.00 WIB, Bapak Hadi Sulistyono dari PT Dagadu Yogyakarta pada tanggal 29 Juli 2022 pukul 13.00 WIB, bapak Jakapriadi dari CV Hepta Halona pada 29 Juli 2022 pukul 13.00 WIB, Bapak Radetyo Sindhu Utomo dari PT. Petakumpet Yogyakarta pada 29 Juli 2022 pukul 13.00 WIB, baik siswa Praktek Kerja Lapangan atau lulusan yang bekerja secara profesional, rendahnya tenaga kerja lulusan SMK yang terserap di dunia industri dan atau tidak diperpanjang kontrak kerjanya, disebabkan karena industri lebih banyak menuntut lulusan SMK memiliki budaya kerja yang baik. Siswa/lulusan SMK cenderung kurang dapat mengikuti budaya kerja di industri dan kurang dapat menepati *deadline* pekerjaan. Peterson (2002) mengungkapkan bahwa Industri beranggapan *hardskill setara* lulusan SMK bisa dilatih oleh industri sendiri, namun untuk budaya kerja dibutuhkan banyak usaha karena berkaitan dengan karakter masing-masing individu.

Dalam budaya kerja industri yang diterapkan di SMK sesuai anjuran Direktorat Sekolah Menengah Kejuruan, yang ditulis oleh Ismara, dkk (2020) dalam bukunya Strategi Penerapan Budaya Kerja Industri di Pendidikan Vokasi dengan Selamat dan Sehat, dikenal sikap kerja 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Jahja (2009) bahwa salah satu cara menciptakan suasana kerja yang nyaman adalah perusahaan menerapkan sikap kerja 5R. 5R sendiri yaitu program yang diadaptasi dari program 5S (*Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke*) dari Jepang. Program 5S ini sudah dikembangkan di

Jepang dan negara-negara lainnya. Program ini cukup sederhana, yaitu menata dan membersihkan tempat kerja seperti yang diterapkan di Jepang. Pengertian 5R adalah budaya bagaimana seseorang mengatur atau memperlakukan tempat kerjanya dengan baik dan benar. Jika tempat kerjanya, rapi, tertib dan bersih tentunya kondisi kerja akan menjadi lebih produktif. Osada (2011) menyatakan bahwa sikap kerja 5R merupakan tahap untuk mengatur kondisi tempat kerja yang berdampak terhadap efektivitas kerja, efisiensi, produktivitas dan keselamatan kerja. Program 5R diharapkan pemborosan yang ada dapat diminimalkan sehingga terjadi peningkatan produktivitas dan efektivitas dari perusahaan.

Pemahaman tentang sikap kerja 5R ini perlu ditanamkan kepada siswa kelas XI SMK. Hal tersebut dikarenakan pada saat kelas XI, siswa akan lebih banyak menghabiskan waktu belajar mereka untuk praktek di Bengkel Jurusan dan di Laboratorium Komputer. Selain itu siswa kelas XI juga dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja dengan menjalani Praktek Kerja Lapangan yang akan dilaksanakan pada kelas XII. Berdasarkan data yang penulis dapatkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap responden siswa SMK PK Program Keahlian Animasi dan DKV di Yogyakarta dengan sampel sejumlah 60 orang, sebanyak 60% siswa SMK telah mengetahui apa itu 5R, akan tetapi yang melaksanakan sikap kerja 5R sekitar 30%. Tidak sedikit pula yang tidak peduli tentang apa itu 5R. Hal tersebut dikarenakan siswa SMK belum menyadari akan pentingnya memiliki sikap kerja 5R sebagai budaya kerja individu mereka. Beberapa contoh kendala yang sering dihadapi oleh para siswa pada saat praktek di bengkel jurusan apabila tidak menerapkan budaya 5R diantaranya, meja kerja dan peralatan kotor pada saat akan digunakan, peralatan tidak tertata dengan rapi dan rawan rusak mengingat peralatan di jurusan Animasi dan DKV kebanyakan barang elektronik yang mudah rusak, sehingga membutuhkan waktu, usaha dan biaya yang lebih banyak dalam merawatnya, dan efek terburuknya adalah peralatan akan lebih mudah rusak sehingga terjadi pemborosan. Sedangkan contoh kendala yang sering terjadi pada saat praktik di lab komputer adalah tidak menyimpan file secara progresif, penyimpanan file/ folder pada drive komputer yang kurang tertata akan berefek pada file yang mudah hilang atau rusak, jarang melakukan backup file, lupa

dalam memberi nama file. Tentunya di setiap perusahaan mengharapkan sebuah kondisi yang bersih dan rapi, setiap karyawan memiliki konsistensi yang tinggi terhadap kedisiplinan diri. Tujuannya untuk membantu perusahaan mencapai tingkat efisiensi serta produktivitas yang tinggi dalam perusahaan tersebut, akan tetapi untuk mencapai kondisi tersebut bukan hal yang mudah untuk dilakukan. Penyesuaian diri siswa akan budaya kerja industri tidak luput dari budaya kerja yang dikenalkan dari lingkungan sekolahnya. Oleh sebab itu salah satu upaya untuk meningkatkan kesiapan bekerja di industri perlu dilakukan pembiasaan sikap kerja 5R di sekolah. Budaya kerja yang dituangkan dalam bentuk penerapan 5R dalam lingkungan sekolah tentunya menjadi point utama dalam tata tertib yang menjadi perhatian agar terlaksana dengan baik, salah satunya dalam lingkup bengkel praktek saat siswa tengah bekerja, agar nantinya siswa dapat mengubah perilaku atau kebiasaan sesuai dengan budaya-budaya yang ada di industri sehingga tidak canggung lagi untuk memasuki dunia kerja atau dunia industri dan dapat meningkatkan kedisiplinan nanti pada saat bekerja di dunia industri atau tempat kerja.

Banyaknya kasus pelanggaran tata tertib oleh siswa SMK mendorong penulis untuk mengkaji permasalahan tersebut melalui teori perkembangan usia anak. Siswa kelas XI SMK berada pada rentang usia 16-17 tahun. Sarwono (2002) berpendapat bahwa anak pada rentang usia 15-17 tahun merupakan masa remaja madya (*middle adolescent*). Hurlock dalam Bakar (2011) menyatakan bahwa usia remaja merupakan usia yang bermasalah, dimana masa remaja adalah masa peralihan dari kanak-kanak menuju dewasa, sehingga kurang memiliki pengalaman dalam menyelesaikan setiap permasalahannya. Selain itu Hurlock (1999) juga berpendapat bahwa pada usia ini, anak menuntut kebebasan, merasa mandiri, sehingga mereka ingin menyelesaikan masalahnya sendiri dan menolak bantuan orang tua dan guru. Havighurst dalam Sarwono (2000) berpendapat bahwa usia remaja memiliki beberapa tugas perkembangan, salah satunya adalah melepaskan diri dari ketergantungan pada orang tua dan orang dewasa lainnya. Anak pada masa remaja madya tidak menyukai bahkan cenderung menolak nasihat yang berlebihan. Oleh sebab itu pemberian apresiasi atas usaha yang dilakukan, mendukung untuk

berkreasi dan produktif merupakan kunci dalam mendidik anak pada usia ini, karena pada usia ini anak membutuhkan pengakuan dan masih dalam tahap pencarian jati diri yang mandiri dari pengaruh orang tua dan guru. Melihat dari perkembangan karakteristik anak usia remaja madya tersebut di atas, dapat diketahui bahwa dibutuhkan cara khusus yang bersifat persuasif dengan pemberian apresiasi serta mendukung untuk berkreasi dan lebih produktif untuk meningkatkan kesadaran siswa kelas XI SMK terhadap 5R secara terus-menerus yang tidak disampaikan secara langsung oleh guru untuk menghindari penolakan siswa. Salah satunya dapat disampaikan melalui Media Komunikasi Visual yang ditempatkan di lokasi-lokasi yang strategis agar dapat dilihat dan diakses secara konsisten dan berulang-ulang oleh siswa kelas XI SMK yang dalam hal ini sebagai target audiens. Melalui media komunikasi visual diharapkan pesan yang akan disampaikan akan lebih diingat, hemat waktu dan tenaga.

Berdasarkan hasil survey lokasi di SMK PK Program Keahlian Animasi dan DKV di Yogyakarta pada tanggal 26 dan 28 Juli 2022, belum ditemukan Media Komunikasi Visual yang khusus ditujukan untuk meningkatkan kesadaran siswa tentang pentingnya 5R. Oleh sebab itu salah satu upaya yang akan dilakukan penulis adalah melakukan perancangan komunikasi visual sebagai kampanye kesadaran 5R untuk siswa kelas XI SMK. Adapun tujuan dan manfaat dari perancangan ini adalah merancang komunikasi visual untuk meningkatkan kesadaran siswa kelas XI SMK terhadap pentingnya sikap kerja 5R. Perancangan ini menggunakan perancangan berbasis riset. Proses riset yang dilakukan menggunakan Penelitian Deskriptif Kualitatif seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017) Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D. Pada perancangan ini nantinya akan menggunakan Metode *Design Thinking* Tim Brown untuk menentukan Media Komunikasi Visual yang tepat. Perancangan dengan Metode *Design Thinking* Tim Brown dilakukan melalui beberapa proses yaitu: *Empathize* (Empati), *Define* (Menetapkan), *Ideate* (Ide), *Prototype*, dan *Test*.

Dalam melakukan proses *Empathize*, proses riset dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen sekolah, Siswa Kelas XI, dan

pihak dunia industri pengguna tenaga kerja lulusan SMK. Penulis memperkuat data verbal dan visual yang telah penulis dapatkan dengan menggunakan beberapa teori utama dan teori pendukung. Teori utama yang digunakan diantaranya: teori desain komunikasi visual, teori kampanye kesadaran, teori tata letak, dan teori budaya kerja. Penulis menggunakan teori desain komunikasi visual yang menjelaskan hubungan desain komunikasi visual dan kampanye kesadaran dari “*Handbook of Visual Communication*” milik Dake (2004) yang dikutip dalam bukunya “*Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*” karya Smith (2005), teori kampanye kesadaran dari “*Problems and Challenges in Social Marketing*” milik Bloom dan Novelli (1981) yang dikutip dalam jurnal yang berjudul “*Consumer Perception and Attitude towards the Visual Elements in Social Campaign Advertisement*” karya Sharma (2012), pendapat dari Hakim (2005) dalam bukunya “*Lantaran Tapi Relevan*” dan Tinarbuko (2007) dalam artikelnya “*Desain Sosial dan Upaya Pelestarian Lingkungan Hidup*” digunakan oleh penulis sebagai acuan dalam membuat iklan dan kampanye kesadaran yang baik. Selain itu penulis juga menggunakan Teori Komunikasi dari Lasswell (1948) dalam jurnalnya “*The Structure and Function of Communication in Society*” yang dikutip oleh Effendy (2005) dalam bukunya “*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*”, menyatakan bahwa cara terbaik untuk melakukan proses komunikasi adalah dengan menjawab 5W+1H kepada target audiens yang dituju. Penulis menggunakan Teori Tata Letak dari Jefkins (1997) yang ditulis dalam bukunya yang berjudul “*Periklanan*”. Sebagai landasan teori 5R, penulis menggunakan Konsep 5S dari Osada (2011) yang ditulis dalam bukunya “*Sikap Kerja 5S*”.

Selanjutnya dilakukan proses *Define* untuk menganalisis data penelitian yang ada dan menemukan rumusan masalah dari perancangan yang dilakukan dengan merumuskan permasalahan dalam 5W+1H. Proses berikutnya adalah *Ideate* untuk menemukan konsep media yang akan dibuat dengan membuat peta pemikiran (*mind mapping*). Dalam strategi penyampaian pesan dan pemilihan media yang sesuai dengan target audiens, penulis menggunakan beberapa teori pendukung, yakni Teori Tugas Perkembangan Psikososial Remaja dari Havighurst (1967) yang

dikutip Sarwono (2000) dalam bukunya “Pengantar Umum Psikologi” dan Teori Psikologi Perkembangan milik Hurlock (1999) dalam bukunya “Psikologi Perkembangan”. Teori Psikologi Desain dari Piliang (2008) dalam bukunya “Medan Kreatifitas” penulis gunakan untuk mengamati kesatuan yang utuh pada semiotika, warna, tipografi, komposisi, dan layout. Selain itu penulis menggunakan teori dari Kasilo (2008) dalam bukunya “Komunikasi Cinta”, yang terdiri dari langkah-langkah: *Consumers Insight, Forum Group Discussion, Storyline, Tone and Manner dan Consumers Journey, dan Point Of Contact*. Sedangkan untuk teori media penulis menggunakan teori dari Smith dan Zook (2016) dalam bukunya “*Marketing Communications: Offline and Online Integration, Engagement and Analytics*”. Setelah itu, proses yang harus dilakukan adalah membuat *Prototype* sebelum media masuk ke proses produksi. Setelah proses produksi, hal terakhir yang harus dilakukan adalah *Test* dengan menguji coba pada target audiens dan menyelenggarakan pameran hasil karya untuk mendapatkan umpan balik langsung dari penonton.

Penulis melakukan penelusuran berbagai jurnal perancangan dan thesis terdahulu sebagai bahan acuan yang terkait dengan kumpulan teori dan referensi hasil karya perancangan, agar perancangan yang dibuat oleh penulis semakin kokoh dan memiliki nilai kebaruan. Melalui penelusuran tersebut dapat diketahui bahwa belum pernah ada perancangan Media Komunikasi Visual yang khusus ditujukan untuk kampanye kesadaran tentang 5R. Dengan demikian Perancangan Komunikasi Visual sebagai Kampanye Kesadaran 5R untuk Siswa Kelas XI Animasi dan DKV SMK PK di Yogyakarta yang dilakukan penulis memiliki nilai kebaruan bagi ilmu Desain Komunikasi Visual.

Banyaknya pelanggaran tata tertib sekolah oleh siswa SMK mengakibatkan guru terkendala dalam memberikan teguran secara rutin dan terus-menerus kepada siswa untuk mengingatkan penerapan sikap kerja 5R. Berdasarkan hasil pengkajian teori perkembangan anak dan remaja yang dilakukan oleh penulis, terdapat relevansi antara usia siswa kelas XI yang berada pada klasifikasi remaja madya dengan banyaknya pelanggaran yang dilakukan, karena remaja merupakan usia

yang penuh gejolak belum berpengalaman dalam memecahkan masalah. Anak usia remaja madya juga cenderung tidak menyukai nasihat yang berlebihan. Oleh karena itu, teguran langsung dari guru yang dilakukan berulang kali dinilai dapat menimbulkan penolakan. Solusi yang dapat ditawarkan adalah dengan mengapresiasi serta membantu siswa agar lebih kreatif dan produktif untuk meningkatkan kesadaran siswa kelas XI SMK terhadap 5R secara berkesinambungan melalui Media Komunikasi Visual. Solusi tersebut dapat dijadikan pertimbangan oleh penulis dalam memberikan rekomendasi terkait permasalahan sikap kerja siswa SMK yang dalam hal ini merupakan strategi untuk meningkatkan keterserapan lulusan SMK di dunia industri kreatif.

Melalui perancangan ini, penulis memberikan sumbangan bagi pengembangan disiplin Ilmu Desain Komunikasi Visual dan dapat menjadi sumber referensi bagi perancangan berikutnya. Selain itu perancangan ini menjadi salah satu konten kreatif yang berfungsi sebagai pemecahan masalah komunikasi visual sebagai solusi untuk mendorong target audiens siswa SMK untuk memiliki kesadaran menerapkan sikap kerja 5R sehingga keterserapan lulusan SMK di dunia industri kreatif semakin meningkat, serta dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada Direktorat Sekolah Menengah Kejuruan untuk menyusun kebijakan dalam mengembangkan pendidikan di SMK.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang komunikasi visual kampanye kesadaran 5R untuk siswa kelas XI Animasi dan DKV SMK PK di Yogyakarta?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

Berdasarkan rumusan ide perancangan, maka tujuan perancangan ini adalah merancang komunikasi visual kampanye kesadaran 5R untuk siswa kelas XI Animasi dan DKV SMK PK di Yogyakarta.

Manfaat teoretis dari perancangan ini adalah memberikan pemikiran bagi pengembangan teori pada ilmu Desain Komunikasi Visual.

Manfaat praktis dari perancangan ini adalah :

1. Bagi komunitas, perancangan ini diharapkan mampu mendorong target audiens siswa kelas XI Animasi dan DKV SMK PK di Yogyakarta khususnya, dan seluruh siswa SMK di Yogyakarta pada umumnya untuk memiliki kesadaran menerapkan 5R sebagai budaya kerja individu, agar siswa dapat mengubah perilaku atau kebiasaan sesuai dengan budaya yang ada di industri sehingga terjadi peningkatan produktivitas dan efektivitas di dunia industri atau tempat kerja siswa tersebut nantinya.
2. Bagi pemerintah Indonesia, perancangan ini memberikan masukan kepada Direktorat Sekolah Menengah Kejuruan untuk menyusun kebijakan dalam mengembangkan pendidikan di SMK untuk mencetak lulusan yang unggul, profesional serta memiliki karakter budaya kerja sesuai standar industri.
3. Bagi akademisi, sebagai sumber referensi bagi perancangan-perancangan lain agar perancangan ini terus mengalami penyempurnaan.
4. Bagi Media, perancangan ini diharapkan dapat menjadi salah satu konten kreatif yang bermanfaat untuk membentuk Sumber Daya Manusia (SDM) unggul yang memiliki budaya kerja sesuai standar industri.
5. Bagi Industri kreatif, menyerap sumber daya manusia yang unggul SMK yang mencetak tenaga kerja di bidang industri kreatif untuk menerapkan 5R agar dapat berkontribusi dalam menggerakkan perekonomian nasional.