

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Tesis dengan judul “Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Program Sekolah Ramah Anak” ini ditujukan sebagai upaya memecahkan permasalahan di SMPN 4 Tulungagung yang merupakan salah satu sekolah pelaksana program sekolah ramah anak. Permasalahan tersebut berupa kurangnya kesadaran berpartisipasi dan berperan aktif dalam lingkungan sekolah ramah anak. Tesis ini dirancang menggunakan metode *design thinking* Ambrose dan Harris (2010) sebagai wadah besar dalam proses kreatif perancangan iklan layanan masyarakat. Guna memperkuat hasil perancangan, tesis ini didukung beberapa teori penunjang. Teori perkembangan anak Hurlock (1898) digunakan untuk membantu mengidentifikasi karakteristik target audien. Teori desain karakter *the silver way* Stephen Silver (2017) digunakan untuk membantu dalam proses desain karakter yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat. Teori kampanye komunikasi Rice & Atkin (2013) dan teori McGuire’s *Clasic Input-output frameworks for constructing persuasive message* (1985) digunakan untuk membantu merancang pesan persuasif yang digunakan sebagai kampanye dalam iklan layanan masyarakat. Teori prinsip desain layout Lisa Graham (2005) digunakan untuk membantu dalam proses desain iklan layanan masyarakat sehingga pesan dapat ditangkap oleh audien dengan baik. Teori Nirmana Sanyoto (2009) digunakan untuk membantu dalam membuat konsep makna dalam desain.

Metode *design thinking* Ambrose dan Harris (2010) memiliki 7 tahapan, yaitu *define, research, ideate, prototype, select, implement, dan learn*. Tahap *define* merupakan proses identifikasi masalah, pada tahap ini penulis melakukan wawancara di lokasi SMPN 4 Tulungagung guna mengidentifikasi permasalahan. Tahap *research* merupakan tahap pencarian data lanjutan dan menyeluruh terkait permasalahan yang telah diidentifikasi, pada tahap ini penulis melakukan riset data literatur buku, jurnal, maupun digital. Tahap *ideate* merupakan proses ideasi terkait solusi yang dapat digunakan, pada tahap ini penulis membuat konsep karya perancangan yang akan digunakan sebagai solusi permasalahan. Tahap *prototype* merupakan tahap perwujudan konsep perancangan, pada tahap ini penulis melakukan perancangan purwarupa karya. Pada tahap *prototype* inilah teori-teori pendukung digunakan.

Tahap *select* merupakan pemilihan karya perancangan dari sekian alternatif *prototype* yang dinilai paling cocok untuk memecahkan permasalahan. Tahap *implement* merupakan proses penyebaran karya pada target, pada tahap ini penulis melakukan penyajian karya dan pengujian produk dengan menunjukkan produk secara langsung maupun melalui media digital pada sampel target audien. Tahap *learn* merupakan proses pengamatan dan pengumpulan *feedback* dari target audien untuk mengetahui efektifitas dan kualitas iklan layanan masyarakat yang telah dirancang. Melalui proses *Learn* dan pengumpulan *feedback*, penulis mengetahui berbagai respon dan pendapat dari responden terkait penilaian terhadap iklan layanan masyarakat pada perancangan ini. Resapon-respon tersebut secara umum dapat diketahui bahwa rata-rata 85-95% menyatakan desain iklan

menarik dari segi warna, *text*, tampilan, dan pemilihan desain karakter. Kemudian diketahui rata-rata 85-98% menyatakan iklan layanan masyarakat ini memiliki kualitas baik terkait kejelasan *text*, suara, bahasa yang digunakan, dan pesan yang disampaikan. Pada proses *learn* juga diketahui rata-rata 90% responden menyatakan lebih termotivasi untuk ikut berpartisipasi dalam SRA.

Demikian proses keseluruhan perancangan iklan layanan masyarakat pada tesis ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan perancangan. Berdasarkan temuan hasil respon dalam tahap *learn* secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa perancangan iklan layanan menggunakan metode *design thinking* Ambrose dan Harris (2010) dikombinasikan dengan teori-teori pendukung yang telah penulis sebutkan dapat dinyatakan baik untuk digunakan dalam upaya menjawab dan memberikan solusi masalah perancangan, yaitu dapat digunakan dalam upaya meningkatkan kesadaran audien berpartisipasi dalam SRA.

Melalui proses perancangan penulis menemukan bahwa perancangan iklan layanan masyarakat yang mengusung pesan persuasi memiliki tantangan yang cukup tinggi. Banyak sekali metode dan teori serta cabang ilmu yang dapat mempengaruhi kualitas hasil perancangan. Tergantung konsep, target audien, dan pesan yang ingin disampaikan, rasanya satu atau dua teori saja tidak cukup, sehingga wawasan lintas ilmu yang luas diperlukan. Sejauh ini penulis mengetahui beberapa cabang ilmu yang dapat mempengaruhi hasil perancangan iklan layanan masyarakat. Pertama ilmu desain, dalam desain sendiri memiliki banyak cabang keilmuan, diantaranya desain grafis, desain layout, dan teori warna. Kedua ilmu sosial dan psikologi, ilmu yang berkaitan dengan target

audien. Ketiga ilmu linguistik, ilmu yang berkaitan dengan bahasa dan penyampaian pesan. Keempat ilmu teknologi, ilmu yang mencakup pengetahuan tentang komputerisasi, digitalisasi, dan teknologi terbaru lainnya yang berkaitan dengan komunikasi. Kelima ilmu periklanan, ilmu yang berkaitan dengan tata cara beriklan.

Target pada perancangan ini ialah anak SMP yang berada pada usia labil, tidak semua anak bersikap dan merespon dengan baik. Bahkan umumnya susah diarahkan dan tidak peduli. Menghadapi kondisi tersebut penulis berusaha menggunakan beberapa strategi. Pertama, mengkonversi pesan yang kompleks menjadi pesan yang singkat, padat, dan informatif. Singkat dan padat ditujukan agar terlihat simpel dan mudah dipahami. Informatif ditujukan agar informasi dapat diterima dengan jelas dan memberi pengetahuan atau manfaat. Kedua, menyampaikan pesan dengan bahasa yang menarik. Di sinilah *tagline* dan jargon berperan, dengan menggunakan artikulasi kata yang familiar dan unik dapat menambah daya tarik audien. Ketiga, menyampaikan pesan dengan media yang familiar dengan target audien dan menggunakan lokasi penempatan iklan dengan tepat. Meskipun iklan layanan masyarakat dalam perancangan ini dinilai sudah baik, namun dalam praktiknya belum dapat memberikan kesadaran penuh hingga adanya perubahan perilaku secara instan. Penyebaran iklan layanan masyarakat perlu dilakukan secara berulang dan ditingkatkan hingga pesan kampanye kesadaran berpartisipasi dalam SRA dapat terserap sepenuhnya.

B. Saran

Berdasarkan pengetahuan yang diperoleh selama proses perancangan, pada kesempatan ini penulis menyampaikan saran untuk pembaca, perancang, dan pengembang iklan layanan masyarakat berikutnya. Adapun saran yang dapat penulis berikan ialah terkait penggalian informasi dan pentingnya memahami atau menguasai banyak cabang keilmuan. Penggalian informasi terkait target audien hendaknya dilakukan secara mendalam dan menyeluruh, sehingga dengan informasi tersebut dapat lebih memahami karakteristik target. Pemahaman karakteristik target dapat meningkatkan efektifitas pemilihan penyampaian pesan dan pemilihan media komunikasi. Pemahaman atau penguasaan cabang ilmu terkait iklan layanan masyarakat dan topik yang diangkat hendaknya ditingkatkan agar dapat meningkatkan efektifitas dan kualitas hasil perancangan. Demikian saran yang penulis berikan, semoga perancangan topik serupa dapat ditingkatkan pada perancangan berikutnya.

DAFTAR RUJUKAN

BUKU

- Ajhuri, K F. 2019. *Psikologi Perkembangan Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka
- Ambrose, G & Harris, P. 2010. *Basics Design-Design Thinking*. Switzerland: AVA Publishing SA.
- Atkin, C K & Rice, R E. 2013. *Public Communication Campaigns fourth edition*. United States: SAGE Publications
- Dewi, V. Kesuma, dkk. 2021. *Pendidikan Ramah Anak*. Surabaya: Cipta Media Nusantara
- Graham, L. 2005. *Basics of Design: Layout and Typography for Beginners, Second Edition*. New York: Delmar Cengage Learning
- Hurlock, E B. 1898. *Child Development Fifth Edition*. New York: McGraw-Hill
- Hurlock, E B. 1980. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan*. Jakarta: Erlangga
- Hanington, B. & Martin, B. 2012. *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problem, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. United States: Rockport Publishers
- Kementrian PPPA RI. 2021. *Pedoman Satuan Pendidikan Ramah Anak*. Jakarta: Kemdikbud
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Pinkleton, B E & Austin, E W. 2015. *Strategic Public Relations Management Planning and Managing Effective Communication Programs Third Edition*. New York: Routledge
- Rosalin, Lenny N., dkk. 2020. *Pedoman Sekolah Ramah Anak*. Jakarta: Kementrian PPPA RI
- Sanyoto, S.E. 2009. *NIRMANA, Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: JALASUTRA
- Sides, Charles H. 1999. *How to Write & Present Technical Information*. Phoenix: The Oryx Press

Silver, Stephen. 2017. *The Silver Way. Techniques, Tips, and Tutorials for Effective Character Design*. Design Studio Press

Tillman, Bryan. 2011. *Creative Character Design*. Waltham: Focal Press

ARTIKEL JURNAL

Hermawan, N. F. (2016). Bahasa Dalam Iklan Layanan Masyarakat. *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 3(1), 71 - 83. Retrieved from <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/wasathiya/article/view/2008>

Halim, A. B. R. H. M. B. T. (2021). Komik Strip Tentang Cara Menjaga Kesehatan Mata di Masa Pembelajaran Daring Bagi Pelajar Usia 9-16 Tahun. *Artika, Vol 5 No 2 (2021): November 2021*, 109–123. <http://ejournal.ikado.ac.id/index.php/artika/article/view/438/185>

Listya, E. N. R. A. (2019). Infografis Dampak Fisik dan Psikologis Pernikahan Dini bagi Remaja Perempuan. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya, Vol 1, No 03 (2019): Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 191–204. <http://jim.unindra.ac.id/index.php/vhdkv/article/view/34/44>

Minawati, J. R. A. E. B. R. (2023). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Mengurangi Kecanduan Game Pada Pelajar SMP. *SPACEPRO: Product Design Jurnal, Volume 1 Nomor 1, Mei 2023*, 33–44. <https://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/SPDJ/article/view/3762/1413>

Muqoddas, A. T. M. A. (2021). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Mengenal Dan Menjaga Kesehatan Mental Remaja Di Kota Semarang. *CITRAKARA, Vol 3, No 1 (2021): April 2021*, 1–17. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/citrakara/article/view/5097/2433>

WEBSITE

Bardy, M. 2000. *The three P's of Children's Rights: Provision, Protection and Participation*. Diakses 11 Februari 2024, dari <https://cyc-net.org/cyc-online/cycol-0500-threepes.html>

Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan. 2023. *Database Peraturan Perundang-undangan Indonesia*. Diakses 9 Januari 2024, dari <https://peraturan.go.id/>

- Friedmann, L & Covell, K. 2012. *What are children's rights?*. Diakses 11 Februari 2024, dari <http://childrensrightseducation.com/childrens-rights.html>
- HUMANIUM. 2010. *Geneva Declaration of the Rights of the Child, 1924*. Diakses 13 Februari 2024, dari <https://www.humanium.org/en/geneva-declaration/>
- Indraswari, D.L. 2023. *Mengejar Target Indonesia Layak Anak 2030*. Diakses 2 Februari 2024, dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/07/20/mengejar-target-indonesia-layak-anak-2030>
- Kementerian PPN/Bappenas. 2024. *Indonesia Emas 2045, Rancangan Akhir RPJPN 2025-2045*. Diakses 2 Februari 2024, dari <https://indonesia2045.go.id/>
- KPAI. 2023. *Data Kasus Perlindungan Anak dari Pengaduan ke KPAI Tahun 2023*. Diakses 14 Februari 2024, dari <https://bankdata.kpai.go.id/tabulasi-data/data-kasus-perlindungan-anak-dari-pengaduan-ke-kpai-tahun-2023>
- Limanseto, H. 2023. *Wujudkan Visi "Indonesia Emas 2045", Pemerintah Luncurkan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2025-2045*. Diakses 2 Februari 2024, dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/5196/wujudkan-visi-indonesia-emas-2045-pemerintah-luncurkan-rencana-pembangunan-jangka-panjang-nasional-rpjpn-2025-2045>
- Makarim, F.Z. 2023. *Mengenal Sikap Empati: Ciri, Manfaat, dan Contohnya*. Diakses 2 juni 2024, dari <https://www.halodoc.com/artikel/mengenal-sikap-empati-ciri-manfaat-dan-contohnya>
- OHCHR. 1989. *Convention on the Rights of the Child*. Diakses 12 Februari 2024, dari <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child>
- Scottish Out of School Care Network. 2023. *UNCRC*. Diakses 11 Februari 2024, dari <https://soscn.org/UNCRC>
- UNICEF Thailand. 2019. *What Is The Convention On The Rights Of The Child? Child Rights We Should All Know*. Diakses 11 Februari 2024, dari <https://www.unicef.org/thailand/what-is-crc>
- United Nations. 2021. *UN Charter*. Diakses 12 Februari 2024, dari <https://www.un.org/en/about-us/un-charter>
- UNGENEVA. 2021. *The League of Nations*. Diakses 13 Februari 2024, dari <https://www.ungeneva.org/en/about/league-of-nations/overview>

UNGENEVA. 2021. *UN Archives Geneva*. Diakses 13 Februari 2024, dari <https://archives.ungeneva.org/>

YOUTUBE

Sekolah Ramah Anak Official (2023, 30 Desember). *Sosialisasi Standardisasi SRA tahun 2023* [Video]. YouTube, https://www.youtube.com/watch?v=EK_F58OcohE

Sekolah Ramah Anak Official (2024, 9 April). *Visi Indonesia Emas 2045* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=PX2BHNylSkE>

WAWANCARA

Ibu Hardiana. 2023. *Hasil Wawancara Pribadi*: 14 maret 2023, melalui tatap muka

Ibu Khusna. 2023. *Hasil Wawancara Pribadi*: 20 maret 2023, melalui tatap muka

Ibu Naning. 2023. *Hasil Wawancara Pribadi*: 20 maret 2023, melalui tatap muka

Bapak Sutoyo. 2023. *Hasil Wawancara Pribadi*: 14 maret 2023, melalui tatap muka

