

**PERANCANGAN IKLAN SOSIAL MEDIA TELEVISI
SOSIALISASI PENANGANAN DAN PENCEGAHAN
PERDAGANGAN PEREMPUAN DAN ANAK**



KARYA DESAIN

**Disusun oleh :
ARIF NOVIANTO**

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERANCANGAN IKLAN SOSIAL MEDIA TELEVISI
SOSIALISASI PENANGANAN DAN PENCEGAHAN
PERDAGANGAN PEREMPUAN DAN ANAK**



KARYA DESAIN

**Disusun oleh :
ARIF NOVIANTO
NIM : 001 1162 023**

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERANCANGAN IKLAN SOSIAL MEDIA TELEVISI
SOSIALISASI PENANGANAN DAN PENCEGAHAN
PERDAGANGAN PEREMPUAN DAN ANAK**



KARYA DESAIN

**Disusun oleh :
ARIF NOVIANTO
NIM : 001 1162 023**

Tugas Akhir ini diajukan kepada
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
dalam bidang desain komunikasi visual
2006

Tugas Akhir Desain Berjudul :

Perancangan Iklan Sosial Media Televisi Sosialisasi Penanganan dan Pencegahan Perdagangan Perempuan Dan Anak diajukan oleh Arif Novianto, NIM 001 1162 023 / DK, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui tim Pembina tugas akhir pada tanggal 4 Maret 2006

Ketua / Pembimbing I



Drs. Lasiman, M. Sn
NIP 131 773135

Anggota / Pembimbing II



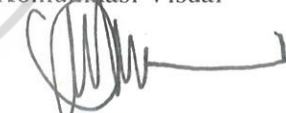
Drs. Prayanto Widyo Harsanto
NIP 132 230 373

Anggota / Cognate



Endro Tri Susanto, S.Sn
NIP 132 087 541

Anggota / Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



Drs. Lasiman, M. Sn
NIP 131773 135

Anggota / Ketua Jurusan Desain



Drs. Ant. Hendro Purwoko
NIP 131 284 654



Drs. Sukarman
NIP 130 521 245

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas kesempatan yang diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan karya tugas akhir **Perancangan Iklan Sosial Media Televisi Sosialisasi Penanganan dan Pencegahan Perdagangan Perempuan dan Anak.**

Tugas akhir ini merupakan pertanggung jawaban dan bukti serta hasil dari seluruh mata kuliah yang telah ditempuh selama mengenyam pendidikan di program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta dari tahun 2000 hingga 2006.

Tugas akhir ini juga merupakan salah satu syarat dalam pemenuhan tugas perkuliahan untuk mencapai gelar kesarjanaan dalam program bidang studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Akhir kata, semoga penulisan tugas akhir ini sedikit banyak dapat memberikan manfaat bagi yang membutuhkannya. Disisi lain penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun penulisan ini masih banyak kekurangan, sehingga segala kritik dan saran akan sangat membantu untuk kemajuan pada masa yang akan datang.

Yogyakarta, 9 Januari 2006

Penyusun

Arif Novianto

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses pembuatan tugas akhir ini tentu saja saya telah mendapat banyak dukungan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak dari awal hingga akhir, yang mana oleh karena itu perkenankan saya untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan hidayah-Nya.
- Bapak, Ibu, dan kakak-kakak saya atas doa-doa dan segala pengorbanannya.
- Bapak Drs. Lasiman, M.Sn. Pembimbing I tugas akhir Program Studi Desain komikasi Visual, terima kasih telah dengan sabar memberi pengarahan dan bimbingannya sampai terselesaikanya tugas akhir ini.
- Bapak Drs Prayanto Widy Harsanto sebagai dosen pengganti Pembimbing II tugas akhir.
- Bapak Endro Tri Susanto, S.Sn sebagai cognate yang sudah membantu dalam merevisi penulisan tugas akhir ini.
- AJKH buat Riri atas doa, dukungan, dan semangatnya yang tidak henti-henti diberikan kepada saya.
- AJKH buat wahyu yang sudah membantu saya dalam segala hal.
- AJKH buat Budi, Ommand, Teguh dan lainnya atas dukungan dan bantuannya.

- Anak-anak Fakultas Seni Media Rekam jurusan Televisi dan fotografi: Bowo, Wawan, Wicak, Havid, Ade, badrus yang sudah Bantu produksi.
- Anak-anak Fakultas Seni Pertunjukan jurusan teater: Fiona, Ninis, Intan, Simbok, sudah mau menjadi bintang iklan saya. Ackting kalian bagus.
- Ndika yang sudah membantu mengedit sampai terselesaikannya karya ini.
- Rekan-rekan kepompong 2000 semua
- AJKH buat semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu disini
- Terima kasih banyak buat semua orang-orang yang sudah mau membantu saya, maaf saya tisak bisa menyebutkan namanya satu persatu disini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SUB JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A Latar Belakang Masalah.....	3
B Rumusan Masalah	5
C Tujuan Perancangan	5
D Batasan Masalah.....	6
E Metode Perancangan	6
F Sekema Perancangan.....	8
 BAB II IDENTIFIKASI.....	 9
A. Identifikasi Data	9
1. Pengertian.....	10
2. Kelompok Rentan.....	16
3. Modus-modus.....	17

4. Faktor Penyebab	18
5. Pelaku (trafficker)	19
6. Pengguna	22
7. kasus	23
8. Vonis hukuman	25
9. Perlindungan Korban.....	27
10. Aksesibilitas layanan.....	27
11. Data Klien	35
a. Nama Klien.....	35
b. Lokasi	35
c. Sejarah Lembaga	35
d. Tujuan.....	36
e. Visi	36
f. Misi	36
B. Analisis Data.....	44
1. What	44
2. Why	45
3. Who	45
4. Where	46
5. When	46
6. How	46
C. Kesimpulan Analisis.....	47

BAB III KONSEP PERACANGAN	49
A. Sintesis	49
1. Tujuan Komunikasi	49
2. Strategi komunikasi.....	49
B Konsep Media	50
1. Tujuan media.....	50
2. Strategi Media	51
a. Khalayak Sasaran	51
b. Pemilihan media.....	52
c. Program Media.....	57
d. Biaya Media	59
C. Perencanaan Kreatif.....	65
1. Tujuan Kreatif	65
2. Strategi Kreatif	65
a. Isi Pesan.....	66
b. Bentuk Pesan.....	66
c. Penyajian	67
3. Program Kreatif.....	68
a. Tema pokok	68
b. Pendukung tema	68
1) Ilustrasi Visual	68
2) Audio.....	68
3) Copy Writing	69

4) Tipografi	70
c. Program Serial Iklan.....	71
1) Seri Pertama	71
2) Seri Kedua.....	73
4. Biaya Kreatif	75
BAB IV PERANCANGAN.....	77
A. Pra Produksi	77
1. Sinopsis	77
2. Naskah Iklan.....	77
3. Story Board	78
4. Teknik Produksi	79
a. Live Action.....	79
b. Audio.....	79
B. Produksi.....	80
1. Syuting	80
2. Perekaman Suara	81
3. Pengaturan Pencahayaan	81
C. Pasca Produksi.....	82
1. Editing	82

BAB V PENUTUP	115
A. Kesimpulan.....	115
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	119



DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	22
Tabel 2.....	26
Tabel 3.....	28
Tabel 4.....	43
Program Media.....	57



DAFTAR BAGAN

Skematika Perancangan.....	7
----------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

Daftar Gambar 1	41
Daftar Gambar 2	42
Daftar Gambar 3	56



BAB I

PENDAHULUAN

Perbudakan atau penghambaan pernah ada dalam sejarah Bangsa Indonesia. Pada jaman raja-raja Jawa dahulu, perempuan merupakan bagian pelengkap dari sistem pemerintahan feodal. Pada masa itu, konsep kekuasaan seorang raja digambarkan sebagai yang agung dan mulia. Raja mempunyai kekuasaan penuh, antara lain tercermin dari banyaknya selir yang dimilikinya. Beberapa orang dari selir tersebut adalah putri bangsawan yang diserahkan kepada raja sebagai tanda kesetiaan, sebagian lagi persembahan dari kerajaan lain, tetapi ada juga yang berasal dari lingkungan kelas bawah yang di-“jual” atau diserahkan oleh keluarganya dengan maksud agar keluarga tersebut mempunyai keterkaitan langsung dengan keluarga istana. Sistem feodal ini belum menunjukkan keberadaan suatu industri seks tetapi telah membentuk landasan dengan meletakkan perempuan sebagai barang dagangan untuk memenuhi nafsu lelaki dan untuk menunjukkan adanya kekuasaan dan kemakmuran.

Pada masa penjajahan Belanda, industri seks menjadi lebih terorganisir dan berkembang pesat yaitu untuk memenuhi kebutuhan pemuasan seks masyarakat Eropa seperti serdadu, pedagang dan para utusan yang pada umumnya adalah bujangan. Pada masa pendudukan Jepang (1941-1945), komersialisasi seks terus berkembang. Selain memaksa perempuan pribumi dan perempuan Belanda menjadi pelacur, Jepang juga membawa banyak perempuan ke Jawa dari

Singapura, Malaysia dan Hong Kong untuk melayani para perwira tinggi Jepang (Hull, Sulistyaningsih dan Jones 1997).

Dalam era kemerdekaan terlebih di era reformasi yang sangat menghargai Hak Asasi Manusia, masalah perbudakan atau penghambaan tidak ditolerir lebih jauh keberadaannya. Secara hukum Bangsa Indonesia menyatakan bahwa perbudakan atau penghambaan merupakan kejahatan terhadap kemerdekaan orang yang diancam dengan pidana penjara lima sampai dengan lima belas tahun (Pasal 324-337 KUHP). Namun kemajuan teknologi informasi, komunikasi dan transportasi yang meng-akselerasi terjadinya globalisasi, juga dimanfaatkan oleh hamba kejahatan untuk menyelubungi perbudakan dan penghambaan itu ke dalam bentuknya yang baru yaitu: perdagangan orang (*trafficking in persons*), yang beroperasi secara tertutup dan bergerak di luar hukum. Pelaku perdagangan orang (*trafficker*) - yang dengan cepat berkembang menjadi sindikasi lintas batas negara - dengan sangat halus menjerat mangsanya, tetapi dengan sangat kejam mengeksploitasinya dengan berbagai cara sehingga korban menjadi tidak berdaya untuk membebaskan diri.¹

Maraknya isu perdagangan perempuan dan anak dewasa ini diawali dengan semakin meningkatnya migrasi tenaga kerja baik antar daerah, wilayah maupun negara yang memasuki sektor informal maupun pekerja rumahan. Sektor ini sebagian besar terdiri dari perempuan dan anak yang berumur dibawah 18 tahun. Berbagai penyebab yang mendorong mereka masuk ke sektor ini diantaranya yang dominan adalah faktor kemiskinan. Ketidaktersedianya lapangan

¹ Dr. Alwi Shihab, *Makalah Seminar Kesejahteraan Rakyat*. Jakarta, 30 Maret 2005, hal 45 - 48.

pekerjaan, perubahan orientasi pembangunan dari pertanian ke industri serta krisis ekonomi yang tidak berkesudahan.

A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan perempuan dan anak adalah praktik yang sudah sering kali terjadi, tetapi korbannya sering kali tidak menyadari dirinya telah diperdagangkan. Hal ini karena biasanya yang melakukan adalah orang-orang yang dekat dengan diri korban, ditambah dengan nilai-nilai sosial di masyarakat yang memandang perempuan dan anak sebagai pihak yang harus mengabdikan dan berkorban.

Persoalan perdagangan manusia sudah menjadi masalah serius. Selain masalah kemanusiaan, perdagangan manusia yang biasanya terjadi dari negara kurang kaya ke negara yang lebih kaya juga akan menimbulkan persoalan sosial di negara-negara tujuan sehingga untuk mereka persoalannya adalah mengeliminir atau bahkan mencegah munculnya masalah sosial di negara mereka.

Pada tingkat individu korban perdagangan, masalahnya bisa menyangkut masa depan bahkan hidup-mati individu bersangkutan. Perdagangan perempuan biasanya akan diikuti dengan kekerasan terhadap perempuan dan anak yang menjadi korban. Gaji yang tidak dibayar, larangan untuk bergaul dengan dunia di luar tempat kerjanya, bentakan, makian, sampai pemukulan secara fisik yang bisa menimbulkan cacatan fisik atau bahkan kematian, adalah kekerasan yang akan diterima perempuan dan anak korban

perdagangan.

Perdagangan perempuan untuk tujuan eksploitasi seksual juga akan menyebabkan individu mengalami trauma psikologis, bahkan bila ia akhirnya berhasil keluar dari dunia prostitusi. Perasaan kotor, tak berguna, akan membuat perempuan merasa inferior sehingga ia dengan mudah dieksploitasi.

Data yang dikumpulkan lembaga nonpemerintah seperti Koalisi Perempuan dan kasus yang diungkap media massa sudah begitu nyata, sayangnya pemerintah tidak punya kebijakan menyeluruh dan tegas untuk menangani perdagangan manusia.

Perspektif umum dari pemerintah tentang perdagangan perempuan hanyalah menyangkut prostitusi dan umumnya yang disalahkan pun pihak perempuan dengan kata-kata "kenapa mau?".

Bila Indonesia lambat bertindak, maka komunitas internasional yang akan mengambil alih penanganan perdagangan manusia ini melalui sanksi-sanksi yang dikaitkan dengan bantuan internasional. Amerika, misalnya, telah mengaitkan bantuan luar negerinya dengan penanganan perdagangan manusia. Bila ini benar-benar terjadi, bisa jadi akan memperkuat hegemoni negara-negara kaya terhadap negara kurang berkembang seperti Indonesia dalam segala aspek kehidupan.²

² http://www.kompas.com/news/perdagangan_perempuan_dan_anak_nyata_tapi_tidak_ditangani_serius, 2005, page 3.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana membuat sebuah perancangan komunikasi visual untuk kampanye iklan layanan masyarakat tentang perdagangan manusia terutama terhadap perempuan dan anak, Yang diaplikasikan dalam bentuk audio visual iklan televisi digunakan sebagai upaya penyadaran dan pencegahan terhadap kasus-kasus perdagangan perempuan dan anak kepada masyarakat Indonesia.

C. Tujuan Perancangan

- a. Sosialisasi kepada masyarakat dengan memberikan informasi mengenai modus-modus penipuan penyebab terjadinya perdagangan perempuan dan anak .
- b. Merancang sebuah media iklan televisi berupa iklan layanan masyarakat yang dapat mensosialisasikan pesan penting informasi mengenai modus-modus penipuan penyebab terjadinya perdagangan perempuan dan anak .
- c. Untuk membuat sebuah perancangan komunikasi yang secara sistematis dapat mencapai inti dari rumusan permasalahan diatas yaitu perdagangan perempuan dan anak sehingga mampu membuat sebuah *action* pada target audience. Dalam konteks ini *action* tersebut adalah sebuah penyadaran dan tindakan pencegahan terhadap kasus yang diangkat yaitu perdagangan perempuan dan anak.

D. Batasan Masalah

Perancang komunikasi visual ini nantinya hanya akan terfokus pada tema perdagangan perempuan dan anak yang akan dibuat dalam bentuk tayangan iklan layanan masyarakat untuk media televisi dalam format audio visual.

E. Metode Perancangan

1. Data-data yang diperlukan dalam perancangan ini antara lain data primer dengan survey di beberapa tempat. Selain itu diperlukan juga data skunder dengan mengumpulkan dari surat kabar dan internet.
2. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain dengan wawancara langsung kepada nara sumber dan mengakses dari internet.
3. Dari data – data yang didapat, dilakukan metode analisis 5W 1H sehingga menghasilkan beberapa kesimpulan mengenai factor penghambat dan factor pendukung. Dan dari beberapa kesimpulan dilakukan sintesis sehingga menghasilkan konsep perancangan.
4. Tahap perancangan merupakan kelanjutan dalam proses perencanaan kreatif menjadi desain jadi. Perancangan iklan televisi kali ini terbagi dalam tahapan sebagai berikut :

a. Pra Produksi

1. Synopsis

2. Naskah

3. Story Board

4. Teknik Produksi

a) Live action

b) Audio

c) Copy writing

b. Produksi

1. Syuting

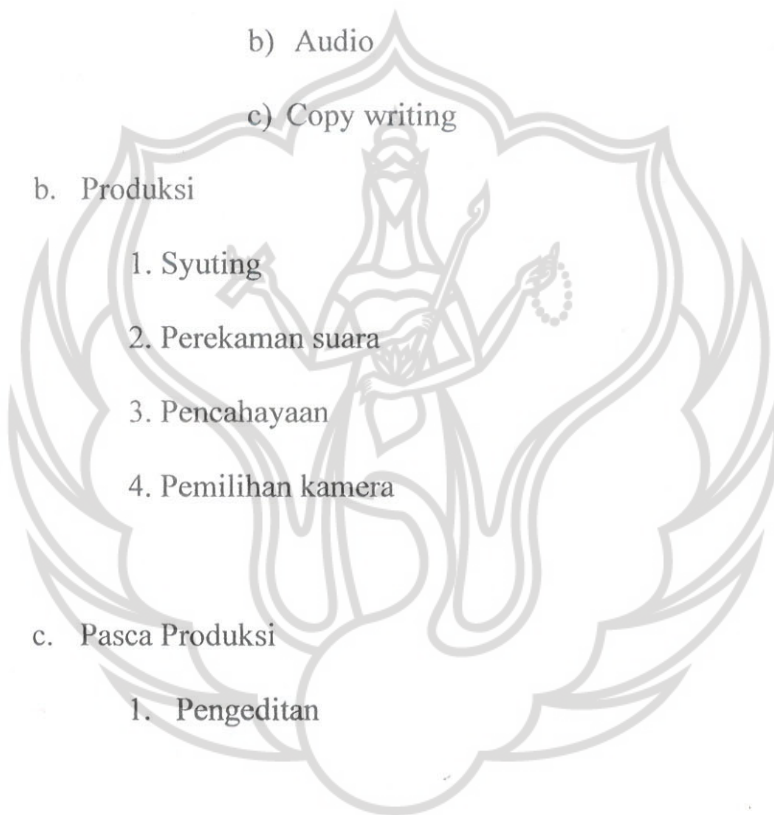
2. Perekaman suara

3. Pencahayaan

4. Pemilihan kamera

c. Pasca Produksi

1. Pengeditan



F. Sekema Perancangan

Secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :

