

POSTER SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL LAYANAN MASYARAKAT PEDULI DEMI MASA DEPAN ANAK NEGERI

oleh R. Kuncoro WD

Fakultas Bahasa dan Seni, UNY

Abstract

TV programs that show violence, crime, and sexual exploitation through films or news are broadcast almost any time, unconsciously resulting in developing violence and degrading moral values among children. Parents' tendency to work overtime and to let TV accompany their children causes some negative effects because in any case the parents' existence is a vital factor of children's development. A serious attempt needs to be made to anticipate the bad condition.

One of the ways is through social campaigns with posters. The choice of poster as a medium of conveying messages to the society to be aware of TV programs for the sake of the young generation's future is based on some factors. First, posters can reach all social levels. Second, posters can be produced with relatively low cost. Next, they can be distributed evenly. Besides, posters can be read several times for a long period. With full-color illustration and communicative messages, they can be very eye-catching. The purpose of using the posters is to invite the society members, especially parents, to accompany their children when watching TV in order to avoid its negative effects.

Key words: television, sexual exploitation, violence, and poster

A. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan teknologi maka informasi pun berkembang sedemikian pesat, salah satu dari perkembangan teknologi tersebut adalah media citraan yaitu televisi.

Masyarakat Indonesia kini lebih suka mencermati tayangan-tayangan berita maupun informasi lain melalui program-program yang disajikan oleh stasiun TV swasta yang tumbuh subur di Indonesia, kini terhitung lebih dari 15 stasiun televisi swasta maupun TVRI stasiun Nasional dan Regional menjejali ruang *channel* di pesawat televisi kita, belum lagi dengan adanya TV kabel yang mana dengan biaya langganan relatif murah dapat menangkap *channel* seluruh jaringan TV Internasional selama 24 jam, bayangkan dengan perbedaan waktu menyebabkan tayangan film dewasa tengah malam di Amerika dapat ditangkap pada waktu pagi dan siang hari

Poster sebagai Media Kampanye Sosial Layanan Masyarakat ... (R. Kuncoro WD)

di Indonesia. Tentunya tayangan-tayangan film-film kategori pornografi tersebut tanpa sensor. Tayangan kekerasan, kriminal dan eksploitasi seksual baik lewat film maupun berita tidak pandang waktu di mana anak-anak juga menontonnya, sehingga tanpa disadari budaya kekerasan dan pelanggaran norma-norma susila sudah meracuni jiwa anak-anak yang seharusnya masih polos tanpa polusi akan hal-hal tersebut.

- 1) Mengenai hal tersebut di atas, yang menjadi pertanyaan besar adalah bagaimana nantinya masa depan anak-anak sebagai generasi mendatang?
- 2) Kemudian bagaimana cara menanggulangi dampak negatif tayangan televisi terhadap anak-anak?

B. Tayangan Televisi dan Anak-anak

Menonton TV bukanlah hal yang jelek bagi anak-anak. Asalkan pandai memilih acara yang sesuai dengan usia dan kebutuhannya, serta terampil dalam mencerna apa yang ditangkap dari sajian di layar kaca, TV sebenarnya bisa menyumbang berbagai hal yang positif untuk pertumbuhan anak. Persoalannya sekarang, bagaimanakah caranya agar anak-anak kita berkemampuan seperti itu? Bagaimana supaya mereka bisa memilih dan menentukan acara TV yang baik dan tidak baik bagi mereka? Untuk itu mereka perlu dibantu.

Seperti juga dalam hal-hal lain, anak-anak membutuhkan bimbingan dan pedoman. Para orangtua atau orang dewasa lain dalam keluarga seyogianya menyediakan diri untuk keperluan tersebut.

Kita semua tahu bahwa masa kanak-kanak merupakan periode khusus yang menentukan tahap perkembangan selanjutnya. Segala sesuatu yang diketahui, diperoleh, dan dialami pada masa tersebut ikut mempengaruhi perkembangan diri si anak. Besarnya rasa ingin tahu pada diri anak membuat segala isi informasi yang serasi dengan keinginan-keinginan tadi akan dilahap begitu saja bulat-bulat, tanpa banyak pikir.

Tentunya kita sependapat bahwa masukan yang mereka dapatkan di masa pertumbuhan itu hendaklah bersifat membangun bukan yang mencemarkan atau pun meracuni jiwa mereka. Namun, TV pada hakikatnya 'merampas' waktu anak-anak. Padahal, tidak semua sajian TV baik ditonton. Anak-anak terlalu cepat dikenai budaya orang dewasa.

Kecenderungan orangtua yang sibuk bekerja dan menjadikan TV sebagai penjaga mereka agar tenang, menimbulkan efek yang merugikan karena kehadiran orangtua merupakan faktor yang vital bagi perkembangan anak.

Hal ini berarti fungsi media sebagai salah satu agen sosialisasi akan semakin berpengaruh dalam kehidupan anak, sementara peran agen-agen sosialisasi yang lain mengalami pergeseran. Masyarakat sekitar atau pun tetangga berkurang fungsinya dalam mengendalikan perilaku anggota masyarakat karena tatanan hidup yang bertambah individualistis. Gaya hidup kota menyebabkan orang menjadi kurang peduli satu sama lain karena khawatir dicap mencampuri urusan orang lain.

Dampak yang mungkin timbul bagi anak-anak dengan adanya TV diantaranya sebagai berikut:

- 1) **Sikap Ingin mendapatkan atau mencapai sesuatu selekas mungkin (*instantly*).** Di layar TV, segala sesuatu berlangsung cepat. Gaya TV memang mengharuskan kecepatan itu. Segalanya serba seketika. Hitungan yang berlaku dalam penayangan TV adalah detik. Jadi, semua tampak cepat.
- 2) **Kurang menghargai proses.** Sebagai lanjutan dari ingin cepat mencapai sesuatu, anak-anak menjadi kurang menghargai, bahkan di sana sini ingin mengabaikan "kalau bisa" bahwa segala sesuatu ada jalannya. Ada awal, ada proses, baru kemudian ada hasil. Akibat kurang menghargai proses ini, timbul kecenderungan ingin mendapatkan sesuatu lewat jalan pintas.
- 3) **Kurang dapat membedakan khayalan dengan kenyataan.** Dengan kemampuan berpikir yang masih amat sederhana, dapat dimaklumi jika anak-anak cenderung menganggap apa saja yang tampil di layar televisi adalah suatu hal yang nyata.

1. Dampak Tayangan Televisi Terhadap Anak-anak

Perilaku peniruan perbuatan kekerasan, pornografi dan lain-lain sudah sejak lama menjadi keprihatinan, bahkan kekhawatiran ini dapat dikatakan yang paling menonjol di kalangan para pendidik, psikolog, dan pemimpin agama, dengan melahap secara rutin aneka bentuk kekerasan, pornografi yang tampil dalam berbagai format acara TV, terutama film, anak-anak memang mempunyai kemungkinan besar untuk melahap hal-hal tersebut dan akan menirunya dalam keseharian mereka.

a. Dampak Tayangan Televisi bagi Pendidikan

- 1) **Menyita waktu.** Banyaknya waktu yang dihabiskan anak untuk menonton televisi, berarti pengurangan terhadap waktu yang seyogianya diperuntukkan bagi aktivitas lain. Anak-anak yang asyik menonton televisi berlama-lama, akan berkurang waktunya untuk bermain dengan sesamanya, mengerjakan tugas rumah, membantu orangtua, dan sebagainya.
- 2) **Mengurangi perhatian dan minat pelajaran.** Dengan sendirinya keasyikan pada televisi akan berpengaruh pada minat dan perhatian anak pada pelajarannya di sekolah. Pengaruh itu antara lain dapat mengganggu konsentrasi.
- 3) **Menyaingi minat membaca dan terhadap media lain.** Baik secara fisik (kelelahan mata) maupun mental (tuntutan untuk memproses informasi), keasyikan kepada televisi berpengaruh terhadap minat membaca.

b. Dampak Tayangan Televisi bagi Agama dan Sosial

- 1) **Mengaburkan nilai-nilai agama dan sosial dalam hal respek, kesopanan, susila.** Karena banyak sajian televisi berasal dari negara yang menganut nilai-nilai dan norma yang berbeda dengan kita, isi yang ditayangkan sering kali tidak cocok atau bahkan bertentangan dengan yang berlaku di tengah kita.
- 2) **Mengorbankan semangat keduniaan.** Sudah menjadi sifat televisi sebagai suatu medium, menuntut penampilan tokoh dan watak yang umumnya mencerminkan hal-hal yang menjadi obsesi pemirsa yang indah rupawan, ganteng, bahagia, dan sebagainya. Perangkat dan aksesoris lain yang ditampilkanpun, terutama untuk sajian berbentuk iklan, umumnya mencerminkan kesempatan duniawi.

c. Dampak Tayangan Televisi bagi Budaya

- 1) **Mendorong kekaguman yang berlebih** pada kebudayaan Barat, karena yang menjadi sumber utama isi siaran televisi adalah program yang dihasilkan di negara-negara Barat, tidak heran jika timbul kekaguman kepada apa saja yang tampil di layar kaca, meskipun tidak semua yang disajikan itu hal yang buruk, perlu upaya untuk mencegah kekaguman yang bersifat **membabi buta**.

- 2) **Mengurangi perhatian terhadap identitas Nasional.** Konsekuensi dari hal di atas tadi, membuat minat dan perhatian, bahkan lebih penting lagi penghargaan atau apresiasi terhadap warisan budaya sendiri, atau sesuatu yang menjadi jati diri bangsa, menjadi berkurang.

d. Identifikasi Masalah

Soal anak dan televisi telah berkembang menjadi suatu isu yang cukup kompleks dan sudah berlangsung selama puluhan tahun. Semula pokok pangkalnya adalah sebagian dari para orangtua dan kalangan pendidik yang memperhatikan mengenai hal ini merasa prihatin akan kemungkinan dampak yang tidak diharapkan, akibat anak-anak asyik menonton TV. Masalahnya menjadi kompleks karena ternyata hal ini bukan sekadar menyangkut anak dan TV, melainkan juga berbagai faktor yang ada di sekitarnya.

Namun demikian, TV dengan potensi positif dan kemungkinan pengaruh negatifnya harus diakui merupakan sebuah realitas sosial yang telah melembaga dalam kehidupan masyarakat masa kini. Fenomena ini tak dapat diabaikan begitu saja, juga tidak sepenuhnya dapat dihindari.

Masalah dampak negatif tayangan televisi bagi anak-anak ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- 1) **Kurangnya perhatian dan pendampingan orang tua** terhadap kebiasaan menonton televisi pada anak, sehingga anak hanya langsung menyerap apa saja informasi atau acara yang ditayangkan televisi.
- 2) **Bergesernya agen-agen sosialisasi** yaitu masyarakat sekitar atau pun tetangga yang dahulunya ikut berfungsi dalam mengendalikan perilaku anggota masyarakat karena tatanan hidup yang bertambah individualistis.
- 3) **Kurangnya kesadaran sosial para pengusaha pertelevisian** yang hanya berkepentingan agar siarannya bisa menarik, memikat, dan ... laris di kalangan pemasang iklan tanpa memperhatikan jam tayang yang biasanya dilihat oleh anak-anak.
- 4) **Kurangnya kesadaran praktisi periklanan atau biro iklan** yang seharusnya menyisipkan informasi atau pesan moral terhadap anak-anak pada setiap karya desain iklan televisi.
- 5) **Belum banyaknya anggota masyarakat yang sadar**, bahwa anak-anak adalah masa depan negeri ini yang mulai terkikis masalah nuraninya karena

tayangan media televisi yang mempertunjukkan kekerasan, pornografi, seksualitas, gaya hidup instan dan lain sebagainya.

e. Analisa Kelompok Sasaran

Kelompok sasaran Kampanye Sosial Pendidikan Seni sebagai Penyelamat Masa Depan Anak Negeri ini adalah:

- 1) Seluruh warga negara Indonesia pada umumnya dan khususnya lingkungan masyarakat serta keluarga dimana anak-anak tersebut tinggal.
- 2) Tingkat sosial ekonomi atas, menengah dan bawah
- 3) Dewasa, 17 – 60 tahun
- 4) Jenis kelamin laki-laki dan perempuan
- 5) Berdomisili di seluruh wilayah Indonesia.

C. Poster sebagai Media Penyampai Pesan

Poster termasuk kedalam media iklan *below-the-line* atau disebut iklan lini bawah yaitu media-media yang tidak memberi komisi dan pembayaran sepenuhnya berdasarkan biaya-biaya operasi plus sekian persen keuntungan. Ukuran media poster sangat bervariasi, mulai dari ukuran uang kertas yang kecil sampai yang sangat besar seperti yang sering kita temui di tanah kosong atau papan buletin yang banyak dipasang di pusat-pusat perbelanjaan.

Karakteristik media ini dapat dirangkum sebagai berikut:

- 1) **Ukuran dan dominasi.** Karena ukurannya yang pada umumnya cukup besar, maka poster mendominasi pemandangan dan mudah menarik perhatian.
- 2) **Warna.** Kebanyakan poster dihiasi dengan aneka warna, dengan gambar-gambar dan pemandangan yang realistis sehingga memudahkan pemirsa untuk mengingat produk yang diwakilinya.
- 3) **Pesan-pesan singkat.** Karena dimaksudkan untuk menarik perhatian orang-orang yang sedang bergerak, dan poster mungkin saja hanya dilihat dari kejauhan, maka kalimat atau pesan-pesan tertulis, biasanya terbatas pada slogan singkat atau sekedar satu nama yang sengaja dicetak dengan huruf yang besar-besar dan mencolok.
- 4) **Zoning.** Kampanye iklan secara umum dapat diorganisir dalam suatu daerah atau kota tertentu. Tetapi sebuah kampanye yang berskala nasional dapat dirancang secara lebih rinci jika pengiklannya menggunakan poster.

Pemasangan poster dalam jumlah minimum bisa diatur di setiap kota untuk menjamin kesempatan penyisipan yang maksimum dari pemirsa. Penempatan poster secara strategis dapat menciptakan suatu kampanye iklan yang sangat ekonomis. Dalam perencanaan kampanye yang memakai aneka rupa media (*multimedia planning*), wilayah siaran televisi regional biasanya digunakan sebagai basis pemilahan masing-masing media iklan.

- 5) **Efek mencolok.** Mungkin karakteristik poster yang paling penting adalah kemampuannya dalam menciptakan kesan atau ingatan pemirsa melalui penebalan, warna, ukuran dan pengulangan.

Untuk itu dipilihnya Poster sebagai media penyampaian pesan Kampanye Sosial Layanan Masyarakat Peduli Tayangan Televisi Demi Masa Depan Anak Negeri dirasa sangat tepat, karena poster dapat menjangkau semua lapisan masyarakat, dan penontonnya tidak terbagi bagi seperti masyarakat media yang lain. Poster sangat efektif, khususnya untuk menjangkau kalangan muda dan usia dewasa.

D. Desain Poster sebagai Media Kampanye

Kampanye Sosial Layanan Masyarakat Peduli Tayangan Televisi Demi Masa Depan Anak Negeri ini bertujuan untuk :

- 1) Memberikan kesadaran kepada masyarakat terutama keluarga yang mempunyai anak di bawah usia remaja untuk mewaspadaai dampak negatif tayangan media televisi terhadap moral dan perilaku mereka.
- 2) Menghimbau kepada pengusaha siaran televisi swasta untuk menseleksi program acara televisinya yang bernuansa kekerasan dan eksploitasi seks yang ditayangkan pada jam-jam tayang dimana orang tua belum berada dirumah/masih bekerja atau sebaiknya ditayangkan lewat pukul 20.00 malam.
- 3) Menghimbau kepada pemerintah dan pengusaha televisi swasta untuk membuat acara televisi untuk anak-anak dan remaja yang berisi tentang himbauan moral tanpa meninggalkan unsur hiburan.
- 4) Mengajak masyarakat untuk aktif sebagai badan sensor yang mewaspadaai tayangan acara televisi yang bernuansa kekerasan, eksploitasi seks, atau budaya barat yang tidak sesuai dengan budaya kita yang dapat ditonton oleh anak-anak dan remaja pada jam-jam tayang siang/sore hari.

- 5) Menumbuh kembangkan cinta akan kesenian dan budaya nasional kepada anak-anak dan remaja seperti: musik, seni rupa, tari dan seni tradisional melalui tayangan pada media TV.

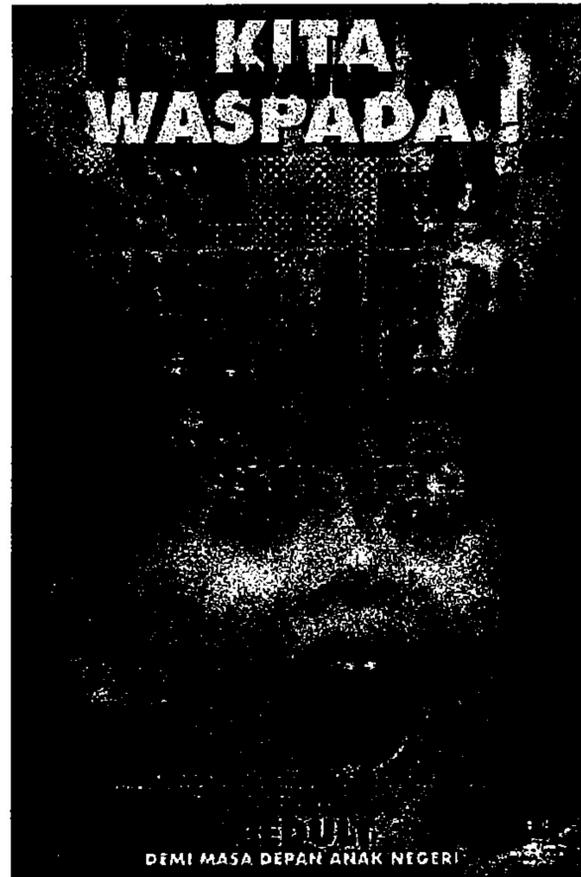
E. Tema Kampanye

Kampanye Sosial Layanan Masyarakat Peduli Tayangan Media Televisi Demi Masa Depan Anak Negeri mempunyai tema: Dengan Peran Aktif Keluarga dan Masyarakat terhadap Dampak Negatif Tayangan Media Televisi Kita Selamatkan Generasi Mendatang.

F. Penutup

Berdasarkan data-data yang didapat dari berbagai sumber yaitu dalam lingkungan keluarga, tetangga maupun masyarakat luas, dapat disimpulkan sementara memang terjadi pergeseran tata nilai dalam masyarakat yaitu kurang pedulinya masyarakat akan dampak negatif tayangan televisi terhadap perkembangan psikologis anak, mereka beralasan bahwa tidak ada waktu lagi untuk mendampingi anak-anak untuk menonton televisi padahal tayangan dan acara televisi sekarang tidak mempedulikan waktu tayang dimana seharusnya tayangan untuk orang dewasa dapat ditonton oleh anak-anak. Dengan adanya kondisi di atas, maka perancangan desain poster kampanye sosial layanan masyarakat peduli tayangan media televisi demi masa depan anak negeri ini mencoba untuk menggugah kesadaran masyarakat akan pentingnya kepedulian terhadap dampak buruk tayangan media TV bagi anak-anak.

Lampiran : Desain poster iklan layanan masyarakat



a. Desain Poster 1

Headline :

KITA WAJIB WASPADA

Sub Headline :

Peduli Demi Masa Depan Anak Negeri

Body Copy :

Tayangan Kekerasan, Eksploitasi Seksual, Horor, Budaya, Konsumtif, tanpa kenal waktu terus mengalir meracuni mata dan benak anak-anak kita lewat media televisi... Akan dibawa kemanakah generasi kita mendatang ?

Kita Wajib Waspada !

Ilustrasi :

Wajah Ceria Seorang Anak, tayangan televisi yang distililir seakan-akan masuk ke dalam mata anak tersebut.

Typografi :

Futura Extra Bold dan Arial Bold

Poster sebagai Media Kampanye Sosial Layanan Masyarakat ... (R. Kuncoro WD)



b. Desain Poster 2

Headline :

DIPILAH UNTUK DIPILIH TAYANGAN TELEVISI UNTUK MEREKA

Sub Headline :

Peduli Demi Masa Depan Anak Negeri

Body Copy :

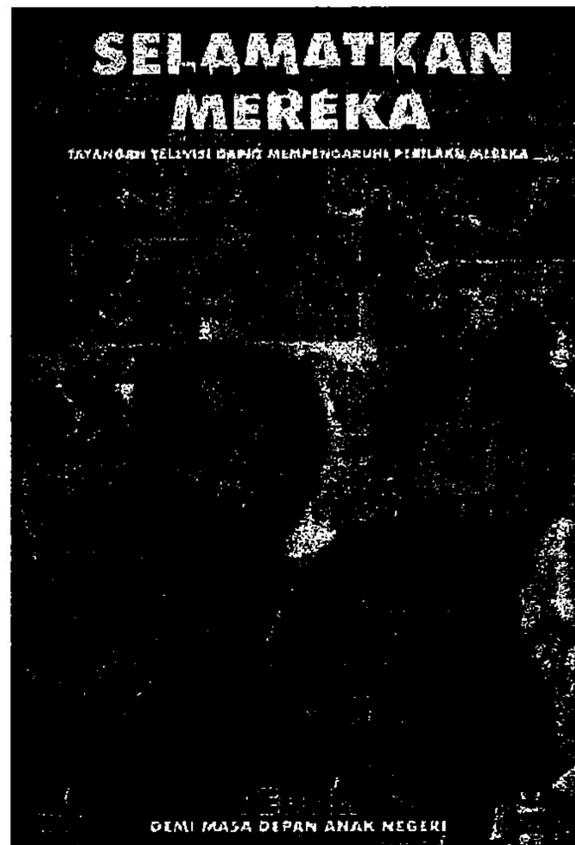
Tayangan Kekerasan, Eksploitasi Seksual, Horor, Budaya, Konsumtif, tanpa kenal waktu terus mengalir meracuni mata dan benak anak-anak kita lewat media televisi... Kita wajib memilah untuk memilih tayangan televisi untuk mereka.

Ilustrasi :

Wajah Polos Seorang Anak dengan background tayangan televisi yang menampilkan adegan seks, horor, kekerasan, budaya konsumtif dan lain sebagainya.

Typografi :

Futura Extra Bold dan Arial Bold



c. Desain Poster 3

Headline :

SELAMATKAN MASA DEPAN MEREKA

TAYANGAN TELEVISI DAPAT MEMPENGARUHI PERILAKU MEREKA

Sub Headline :

Peduli Demi Masa Depan Anak Negeri

Body Copy : -

Ilustrasi :

Eks presi Ceria 4 orang Anak dengan background tayangan televisi yang menampilkan adegan seks, horor, kekerasan, budaya konsumtif dan lain-lain.

Typografi :

Futura Extra Bold dan Arial Bold



d. Desain Poster 4

Headline :

MENCEGAH PENGARUH NEGATIF TIDAK CUKUP HANYA MENUTUP MATA MEREKA

Sub Headline :

Peduli Demi Masa Depan Anak Negeri

Body Copy :

Dengan pendampingan orang tua, maka anak diajarkan untuk memilah dan memilih tayangan televisi yang sesuai dengan usia mereka. Mulailah sejak dini kita ajarkan mereka untuk dapat menyaring dampak buruk tayangan media televisi bagi diri mereka sendiri.

Ilustrasi :

Wajah ceria seorang anak perempuan yang ditutup matanya tetapi tetap saja dapat melihat serta background televisi-televisi dengan tayangan yang menampilkan adegan seks, horor, kekerasan, budaya konsumtif dan lain-lain.

Typografi :

Futura Extra Bold dan Arial Bold

Daftar Pustaka

Alan Touraine, *Two Interpretations of Social Change*, University of California Press, 1992.

David Michel Levin, *The Opening of Vision*, Routledge, 1988.

Guy Debord, *Society of the Spectacle*, Rebel Press, 1983.

Jean Bandrillard, *In the Shadow of The Silent Majority, or The End of Social*, New York Semiotext, 1983.

Suara Merdeka, *Survei Tontonan dan Masyarakat*, Agustus, 2002