

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAMPAK *DIOTTONG* BAGI MASYARAKAT MANDAR

Al Idham Abdul Rifai, Agussalim Djirong, Baso Indra Wijaya Aziz

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

idhamdkv@gmail.com

agussalim_djirong@yahoo.co.id

baso.indra.wa@unm.ac.id

ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan untuk membuat sebuah media iklan layanan masyarakat yang informatif serta edukatif mengenai apa itu *diottong*, penyebab, serta dampak yang ditimbulkan. Kumpulan data dalam perancangan ini berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Konsep desain dalam perancangan adalah “masa depanku berharga”. Hasil perancangan iklan layanan masyarakat dampak *diottong* bagi masyarakat Mandar yaitu berupa video animasi berdurasi 4.08 menit yang memiliki nilai edukatif dan informatif untuk anak remaja laki-laki dan perempuan usia 10-19 tahun menurut WHO yang berisi tentang penjelasan *diottong*, penyebabnya, serta dampak yang ditimbulkan. Selain media utama, hasil dari perancangan ini juga menggunakan media pendukung yaitu baju kaos dan menggunakan media promosi seperti *x-banner*, poster, dan gantungan kunci.

Kata kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Pergaulan Bebas, *Diotong*, Remaja.

ABSTRACT

This design aims to create an informative and educative public service advertisement media about diottong, its causes, and impact. Collection of data in this design in the form of interview, observation, and documentation. Design concept in design is “my future precious”. The result of designing a public service advertisement for the impact of diottong, for the Mandar people is an animated video with a duration 4.08 minutes which has educative and informative value for teenage boys and girls aged 10-19 years according to who contains and explanation of diottong, its causes, and the impacts. In addition to the main media, the result of this design also use supporting media namely t-shirt and use promotional media such as x-banner, poster, and key chain.

Keywords: Public Service Advertisement, Promiscuity, Diottong, teenager.

1. PENDAHULUAN

Indonesia sejak dulu terkenal sebagai negara yang kaya akan budayanya. Seperti yang tertera pada undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 32 ayat (1) yang menyatakan bahwa: “Negara memajukan kebudayaan Indonesia di tengah peradaban dunia dengan menjamin kebebasan masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan nilai-nilai budayanya”. Selain itu, Indonesia juga dikenal dengan keberagaman suku yang mendiami daerah-daerah tertentu yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Dari banyaknya suku tersebut, maka budaya-budaya yang ada di setiap suku tentu berbeda pula. Bentuk keberagaman budaya di Indonesia dapat kita lihat pada jenis-jenis kesenian daerah, rumah adat, dan tradisi. Beberapa suku di Indonesia khususnya pulau Sulawesi yang masih sangat kental dalam hal tradisi, adat istiadat yang merupakan bagian dari budaya Indonesia adalah suku Bugis, suku Toraja, dan suku Mandar.

Beberapa tradisi dan budaya yang masih dan terus dilaksanakan oleh Suku Mandar di antaranya adalah *sayyang pattu'du'*. Tradisi *Sayyang Pattudu* atau dikenal dengan istilah “kuda menari” adalah tradisi syukuran terhadap anak-anak yang berhasil mengkhatamkan Al-Qur'an sebanyak 30 juz. Syukuran itu dilakukan dalam bentuk arakan keliling kampung dengan menggunakan seekor kuda yang menari di bawah lantunan irama para pengiring dengan menggunakan alat musik rebana. Tradisi ini selain dipakai dalam rangka khataman Al-Qur'an, juga bisa dijumpai pada acara “*tokaweng*” (pernikahan).

Manusia memang mengalami perkembangan dalam hidupnya, salah satu tahap perkembangan yang membutuhkan usaha lebih karena untuk menyesuaikan diri terhadap pola-pola kehidupan baru adalah pada tahapan dewasa awal yang dimulai pada usia 18 sampai 40 tahun. Pada masa ini individu diharapkan memiliki peranan yang baru, Hurlock (1991) dalam Sabriani (2017). Setiap

tugas perkembangan hendaknya terpenuhi termasuk tugas perkembangan pada tahap usia dewasa awal, Afni & Indrijani (2011) dalam Sabriani (2017).

Terjadinya *diottong* ini karena perempuan merasa dirugikan dan harus menanggung malu dengan hamilnya diluar nikah, dengan begitu langkah yang di ambil untuk menyelamatkan harga diri sang perempuan adalah dengan *diottong* atau *ma'ottong tommoane* yang dikenal di kalangan suku mandar.

Dari kejadian ini, bukan hanya akan membuat orang yang melakukan *diottong* ini yang akan menanggung malu namun para orang tua mereka yang akan lebih malu. Mereka yang melakukan *diottong* ini akan menjadi buah bibir para tetangga dan orang banyak.

Maka dari itu perlu ada sebuah media yang mewadahi dan dapat menjadi pelajaran dan renungan bagi para remaja bahwa hal seperti *diottong* ini memberikan dampak buruk bagi diri sendiri dan orang tua. Terkhusus bagi orang tua agar lebih perhatian terhadap anaknya, tidak membiarkan anaknya

bergaul secara bebas agar terhindar dari hal-hal yang tidak di inginkan apalagi pada saat usia mereka mulai menginjak usia remaja. Media tersebut berupa iklan layanan masyarakat yang akan mengenalkan kepada masyarakat khususnya anak remaja mengenai dampak *diottong* atau *ma'ottong tommoane* dan agar sekiranya dapat menghindari penyebab terjadinya *diottong*.

2. METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan data yang akan dilakukan, yaitu:

2.1 Wawancara

Teknik pengumpulan data ini merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang kita inginkan dari narasumber dengan cara melakukan bincang-bincang kepada narasumber dan mengajukan beberapa pertanyaan seputar penelitian yang akan kita lakukan. Dalam teknik ini sebisa mungkin kita menggali informasi sebanyak-banyaknya hingga data yang kita butuhkan dirasa telah cukup.

2.2 Observasi

Observasi atau juga biasa juga disebut dengan pengamatan merupakan aktifitas terhadap sebuah proses dengan maksud ingin mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Jadi observasi ini sangat penting dilakukan karena kita akan mendapatkan informasi yang sebenarnya tentang bagaimana fenomena masyarakat tentang *Diotong* ini bisa terjadi.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kamera digital sebagai alat untuk memotret narasumber yang mengalami kejadian *diotong* pada saat melakukan wawancara untuk mencari informasi seputar kejadian *diotong*. Alat perekam audio juga digunakan untuk merekam data yang bersifat uraian dari hasil wawancara terhadap tokoh-tokoh penting yang dijadikan narasumber dalam penelitian.

Dalam proses perancangan Iklan Layanan Masyarakat *Diotong* ini, analisis data yang digunakan berupa metode analisis deskriptif-kualitatif yang sering digunakan

dalam riset perancangan yaitu menggunakan metode analisis SWOT singkatan dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treat*) Maksud dari analisis ini bertujuan untuk mengetahui kelebihan dari konsep cerita perancangan iklan layanan masyarakat *Diotong* ini, untuk digunakan sebagai kekuatan atau ciri khas dari perancangan iklan layanan masyarakat ini. Selain itu akan di analisis pula kekurangan dari perancangan ini, hal ini untuk membenahi segala kelemahan yang ada pada perancangan ini, selain itu dengan menganalisis segala kelemahan dalam perancangan ini juga dapat meminimalisir segala masalah selama proses perancangan berlangsung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perancangan iklan layanan masyarakat dampak *diotong* bagi masyarakat Mandar di implementasikan ke dalam bentuk media berbasis video sebagai media utama dan adapun media pendukung yang dihasilnya yaitu *t-shirt* serta

poster, *x-banner* dan gantungan kunci sebagai media promosi.

3.1 Konsep Desain

Berdasarkan analisis data yang telah di uraikan sebelumnya, maka konsep desain yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah “Masa Depan ku Berharga”. Pemilihan konsep desain ini atas dasar analisis mengenai *diottong* atau *maottong tommuane* dimana peristiwa *diottong* merupakan sebuah fenomena masyarakat di daerah Polewali Mandar yang terjadi akibat pergaulan bebas.

Dalam sebuah perancangan, menentukan konsep dalam menyampaikan pesan merupakan salah satu hal yang penting. Dengan adanya konsep yang jelas, pesan yang disampaikan akan mudah di pahami oleh target audiens sehingga konsep bisa dikatakan sebagai salah satu kunci keberhasilan dalam menyampaikan pesan.

3.2 Target Audiens

Ada beberapa hal yang menjadi penyebab terjadinya peristiwa *diottong*, diantaranya

pergaulan bebas, tidak adanya restu dari orang tua serta kurangnya peran dan perhatian orang tua dalam memperhatikan perkembangan anak di usia remaja. Namun, agar pesan dari perancangan iklan layanan masyarakat ini dapat tersampaikan dengan baik maka target audiens yang akan di tuju secara spesifik adalah remaja karena yang paling berperan penting dalam kejadian ini adalah remaja.

3.3 Sumber Inspirasi

Diottong atau biasa dikenal di kalangan suku Mandar dengan istilah *maottong tommuane* merupakan sebuah peristiwa atau suatu fenomena masyarakat yang sering terjadi di daerah Polewali Mandar khususnya yang bersuku Mandar.

Ketika sepasang kekasih melakukan hubungan secara bebas hingga menyebabkan perempuan tersebut hamil diluar nikah, maka perempuan tersebut pergi ke rumah pak imam yang biasa menikahkan orang-orang yang ingin menikah kemudian memberitahukan bahwa dia ingin dinikahkan. Lalu pak imam

ini lantas memberitahukan kepada pihak keluarga laki-laki bahwa di rumahnya ada perempuan yang ingin dinikahkan dengan anaknya. Perempuan tersebut tidak akan pulang dari rumah pak imam sebelum mereka dinikahkan. Kejadian seperti inilah yang dinamakan *diootong* atau *maotong tommuane*.

Dampak dari kejadian *diootong* ini adalah mereka akan putus sekolah serta akan menghadapi kehidupan menjadi seorang ibu/ayah di usia yang masih sangat muda.

Dilihat dari dampak yang ditimbulkan kejadian *diootong* ini, timbul keresahan yang di rasakan oleh penulis sehingga peristiwa ini dijadikan sebagai sumber inspirasi dalam perancangan iklan layanan masyarakat dampak *diootong* bagi masyarakat mandar.

3.4 Tipografi

Pada perancangan media utama, font yang digunakan akan memiliki kesan tegas secara psikologi karena pesan yang disampaikan berisi himbauan kebaikan sehingga font yang

memiliki kesan tegas akan mewakili isi pesan tersebut.

Pada judul video ilustrasi menggunakan logo jenis *logotype* bertuliskan “diootong”, pada bagian subtitle akan menggunakan font “League Gothic”, dan di dalam video animasi akan muncul tulisan menggunakan font “Baloo Da” yang fungsinya untuk memperjelas apa yang disampaikan oleh narator.

3.4.1 Logo Judul



3.4.2 Baloo Da

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l
m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / ; @ # % & * ()

3.4.3 League Gothic/Subtitle

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d
e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / ; @ # % & * ()

3.5 Warna

Penggunaan warna pada sebuah perancangan menjadi daya tarik tersendiri. Warna dapat

mewakilkkan sebuah perasaan, memberikan informasi terkait suatu karya serta memiliki makna dan psikologi yang terkandung di setiap warna. Pemilihan warna akan di sesuaikan dengan konsep desain dan target audiens. Adapaun warna yang akan digunakan pada perancangan tersebut sebagai berikut:



Gambar 1. Pallet Warna

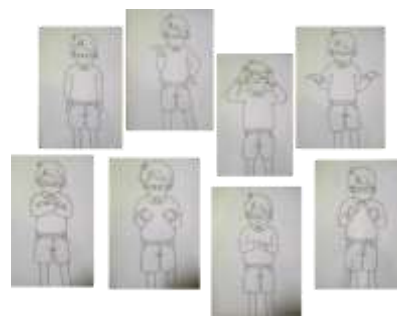
3.6 Sketsa Ide

Proses perancangan suatu karya dimulai dari sketsa yang dibuat berdasarkan hasil pemikiran. Semua ide yang ada dalam pikiran kita tuangkan dalam sebuah sketsa dan dijadikan sebagai dasar dalam perancangan. Sketsa ide yang telah dibuat sebagai berikut:



3.7 Eksplorasi Ide

Pada bagian ini kita akan mulai mengembangkan cerita yang telah kita sketsa sebelumnya kemudian memilih sketsa yang cocok sebagai hasil akhir eksplorasi ide.



Gambar 3. Karakter Narator (Sumber: Gambar Pribadi)

3.7.1 Sketsa Ilustrasi Materi Inti

Scene memperlihatkan proses pernikahan yang berlangsung dengan suasana yang cukup menegangkan. Tampak kedua mempelai duduk didepan pak imam sementara masing-masing orang tua mereka berada disamping mereka.



Gambar 4. Sketsa akad nikah

3.7.2 Sketsa Media Pendukung

Media pendukung yang pertama yaitu baju kaos yang kita pakai sehari-hari. Pemilihan baju kaos sebagai media pendukung karena baju kaos merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat saat ini dan baju kaos juga merupakan pakaian yang sering dipakai oleh anak remaja.



Gambar 5. Baju Kaos
(Sumber: Gambar Pribadi)

3.7.3 Sketsa Media Promosi

Salah satu cara untuk menyampaikan informasi mengenai dampak *diootong* serta penyebabnya yaitu dengan menggunakan poster sebagai media promosinya.



Gambar 6. Sketsa Poster

3.8 Implementasi Digital

Dalam tahapan ini, hasil gambar sketsa yang telah kita buat sebelumnya kemudian kita jadikan sebagai gambar digital untuk diolah kedalam sebuah video animasi perancangan iklan layanan masyarakat dampak *diootong* bagi masyarakat Mandar.

3.8.1 Narator



Gambar 7. Digitalisasi Narator
(Sumber: Gambar Pribadi)

3.8.2 Implementasi Digital Materi Inti

Ilustrasi ini menjelaskan salah satu adegan dalam perancangan ini yaitu pernikahan yang terjadi karena peristiwa *diottong*.



Gambar 8. Ilustrasi Pernikahan
(Sumber: Gambar Pribadi)

3.8.3 Implementasi Digital Media Pendukung

Media pendukung digunakan sekaligus sebagai iklan dalam menginformasikan apa yang disampaikan di video animasi pada media utama kita.



Gambar 9. Baju Kaos
(Sumber: Gambar Pribadi)

3.8.4 Implementasi Digital Media Promosi

Poster digunakan sebagai media promosi untuk menyampaikan tentang tentang apa itu *diottong*, penyebab, serta dampaknya.



Gambar 10. Poster
(Sumber: Gambar Pribadi)

3.9 Hasil Perancangan

3.9.1 Media Utama

Media utama pada perancangan iklan layanan masyarakat dampak *diottong* bagi masyarakat Mandar ini adalah sebuah iklan audio visual dengan format file “.MP4” dalam bentuk animasi yang memadukan antara animasi 2D dan animasi infografis (*motion graphic*). Iklan ini berdurasi 4.08 menit dengan ukuran atau resolusi yaitu HD (1280 x 720 px) dan 300 dpi.





Gambar 11. *Scene* Pembuka
(Sumber: Gambar Pribadi)

3.9.2 Media Pendukung

Salah satu media yang digunakan sebagai media pendukung yaitu *t-shirt* atau baju kaos karena barang tersebut merupakan salah satu kebutuhan yang penting.



Gambar 12. Baju Kaos
(Sumber: Gambar Pribadi)

3.9.3 Media Promosi

Media promosi yang penulis gunakan dalam perancangan ini yaitu menggunakan media cetak berupa *x-banner*, poster, dan gantungan kunci. *x-banner* dan poster sendiri merupakan media cetak yang sering

dipakai oleh orang-orang untuk melakukan promosi-promosi sedangkan gantungan kunci adalah salah satu aksesoris yang sering kita temui di sekitar kita.



Gambar 13. Media Promosi
(Sumber: Gambar Pribadi)

4. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Setelah melakukan perancangan iklan layanan masyarakat dampak *diototong* bagi masyarakat Mandar dan menghasilkan suatu rancangan akhir

mengenai *diot tong* berbasis video ilustrasi, maka diperoleh sebuah kesimpulan bahwa Iklan layanan masyarakat ini dirancang dengan tujuan agar terciptanya sebuah media yang informatif serta edukatif mengenai apa itu *diot tong*. Hasil rancangan tersebut menjelaskan secara ringkas tentang *diot tong* yang terjadi di Polewali Mandar khususnya suku Mandar.

4.2 Saran

Agar iklan layanan masyarakat ini lebih baik kedepannya, adapun saran-saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan setelah melakukan perancangan ini Diharapkan semakin banyak iklan layanan masyarakat yang bermunculan dengan tema yang serupa agar generasi penerus memiliki masa depan yang lebih baik. Penelitian dan perancangan ini serta penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengurangi kasus *diot tong* yang terjadi di tengah masyarakat Polewali Mandar khususnya yang bersuku Mandar. Dalam penggunaannya, diharapkan iklan ini dapat digunakan sebagai salah satu alternatif untuk

mengajarkan anaknya mengenai edukasi “stop pergaulan bebas” agar anaknya terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan sehingga anak memiliki pribadi yang baik.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, N.N.R., Rante, H., Setiawardhana. (2011). *Implementasi efek footprints pada pembuatan iklan layanan masyarakat pencegahan aids*. Surabaya. Institute teknologi sepuluh November.
- Diputra, R. (2016, Februari 18). Diakses pada 19 November 2018, dari okenews: <https://news.okezone.com/read/2016/02/18/340/1315004/mengenal-5-tradisi-unik-suku-mandar-di-sulawesi-barat>.
- Hurlock, E.B. (1992). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. bandung: Remaja Rosdakarya.
- Setiawan, B., & Alfitransyah. (2014). *Rancang bangun pembuatan animasi iklan layanan masyarakat “masa depan tanpa narkoba”*. Palembang: STMIK GI MDP.