

## Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Pembuatan Media Tanam Dengan Memanfaatkan Barang-Barang Bekas

Zaza Aulyna, Aurin Mahana

**Abstract.** *Public service advertisement is an extension or socialization made to provide information or education to the public about something that is beneficial to the community, both financially and non-financially. Planting media is a container or place to grow plants, both flowers, fruits and vegetables. Used goods are items that are no longer used, such as drink bottles, broken buckets and others, used goods are often considered as household waste that will be just thrown away. This public service advertisement is designed to educate the public to be able or willing to manage household waste produced into new goods that have artistic value and selling value.*

**Keywords:** *PSA, Society, Used Goods*

**Abstrak.** Iklan layanan masyarakat merupakan sebuah penyuluhan atau sosialisasi yang dibuat untuk memberikan informasi atau edukasi kepada masyarakat akan suatu hal yang bermanfaat bagi masyarakat, baik secara finansial maupun non finansial. Media tanam merupakan wadah atau tempat untuk menanam tumbuhan baik bunga, buah-buahan maupun sayuran. Barang bekas merupakan barang-barang yang sudah tidak terpakai lagi seperti botol minuman, ember pecah dan lainnya, barang bekas sering sekali di anggap sebagai limbah rumah tangga yang akan dibuang begitu saja. Iklan layanan masyarakat ini dirancang untuk mengedukasi masyarakat untuk mampu atau mau mengelola limbah rumah tangga yang dihasilkan menjadi barang baru yang memiliki nilai seni dan nilai jual.

**Kata Kunci:** *ILM, Masyarakat, Barang Bekas*

### 1. PENDAHULUAN

Barang bekas atau barang yang sudah tidak terpakai lagi seringkali banyak dijumpai baik dari individu, dalam rumah tangga, hingga ke tingkat yang lebih tinggi lagi, misalnya seperti sekolah, kampus maupun kantor / perusahaan. Semua barang yang sudah tidak layak pakai tersebut terkadang hanya menumpuk saja dan seringkali hanya dibuang ataupun dibakar.

Padahal barang bekas tersebut dapat dimanfaatkan menjadi barang yang bernilai jual dan didaur ulang kembali menjadi barang yang lebih bermanfaat. Pemanfaatan barang bekas untuk didaur ulang merupakan langkah yang sangat tepat dilakukan untuk menjaga lingkungan, karena dengan memanfaatkan barang-barang tersebut dapat mengurangi pencemaran lingkungan.

Konsep pengelolaan sampah *reduce, reuse, recycle* (3R) sudah bukan hal baru lagi bagi masyarakat, namun pada kenyataannya penerapan konsep 3R ini masih jauh dari yang diharapkan. Penerapan konsep 3R dalam menangani sampah di lingkungan masyarakat saat ini masih belum dilaksanakan secara maksimal, padahal konsep ini sangat cocok untuk diterapkan di negara berkembang yang memiliki keterbatasan teknologi, sehingga harus memberdayakan masyarakatnya sendiri selaku pihak yang menghasilkan sampah tersebut (Widiarti, 2012).

Daur ulang adalah pengolahan kembali barang-barang bekas yang sudah tidak berguna lagi menjadi barang-barang yang dapat digunakan kembali. Pada umumnya, setiap barang yang dihasilkan dari proses daur ulang mempunyai fungsi 2 yang berbeda dari barang asalnya, sebelum menjadi sampah, dengan kata lain terjadi perubahan fungsi. Proses daur ulang yang dilakukan, untuk menghasilkan barang-barang baru atau hasil daur ulang, disesuaikan dengan kebutuhan, proses daur ulang juga harus membutuhkan kreativitas yang tinggi, baik dari segi seni maupun manfaatnya.

### **Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah pada kegiatan ini adalah:

- a. Bagaimana memanfaatkan barang bekas sebagai media tanam di lahan sempit?
- b. Barang bekas apa saja yang dapat digunakan menjadi media tanam?
- c. Mengapa harus memanfaatkan barang bekas sebagai media tanam di lahan sempit?
- d. Dampak apa yang dapat dirasakan oleh masyarakat dengan adanya kegiatan ini?

### **Tujuan**

Adapun tujuan dari kegiatan kepada masyarakat ini adalah:

- a. Memotivasi masyarakat dalam pemanfaatan barang bekas sebagai media tanam di lahan sempit.
- b. Mengetahui barang bekas apa saja yang dapat digunakan menjadi media tanam. Mengolah barang bekas agar dapat dimanfaatkan menjadi barang yang bernilai jual dan menjadi barang yang lebih bermanfaat serta mengurangi dampak sampah produksi masyarakat.

### **Manfaat**

- a. Dapat membuat media tanam sendiri dirumah dengan barang bekas yang ada
- b. Membantu menghidupkan bumi kembali karna memanfaatkan limbah sampah bekas menjadi media tanam
- c. Lebih menghemat biaya untuk membeli media tanam baru.

## **LANDASAN TEORI**

### **Kampanye Sosial**

Kampanye sosial adalah usaha untuk mengenalkan calon pemimpin kepada masyarakat agar para masyarakat dapat dengan mudah memilih pemimpin yang sesuai dengan kriteria mereka. Kampanye dalam tindakannya juga mengkomunikasikan secara terencana agar masyarakat akan mendukung seseorang atau suatu kelompok yang sudah terorganisir dalam kurun waktu tertentu.

Kampanye dalam pelaksanaannya dilaksanakan melalui beberapa unsur, antara lain;

1. Kampanye adalah menciptakan efek atau dampak yang dapat memicu masyarakat untuk turut serta dalam kegiatan yang sedang dikumandangkan.
2. Kampanye adalah menjadikan masyarakat sebagai suatu sasaran dari pelaksanaan kampanye tersebut.
3. Kampanye adalah kampanye itu dilakukan dalam kurun waktu tertetu. Kampanye tidak tidak seterusnya dilakukan. Hanya diadakan pada saat terjadi pemilu di masyarakat. Kampanye tidak terjadi secara begitu saja. Diperlukan organisasi yang terorganisir untuk membentuk suatu kegiatan kampanye. Kampanye tidak dapat dilakukan hanya dengan tindakan yang ala kadarnya saja.

Berdasarkan pengertian kampanye social diatas penulis menyimpulkan bahwa kampanye social merupakan kegiatan yang dilaksanakan di lingkungan masyarakat yang bertujuan untuk mengajak masyarakat melakukan suatu kegiatan / usaha dalam tujuan atau tema tertentu.

## **Fungsi Kampanye Sosial**

Kampanye dalam pelaksanaannya memiliki beberapa fungsi. Fungsi yang dijalankan oleh kampanye sosial ini antara lain adalah sebagai berikut;

- Kampanye tersebut sebagai pusat informasi untuk mengubah jalannya pola pikir masyarakat
- Kampanye sebagai bentuk suatu usaha menciptakan tujuan untuk mengubah pandangan masyarakat.
- Kampanye adalah untuk mengembangkan masyarakat agar dapat berpikir kritis kedepannya
- Kampanye adalah untuk membangun citra positif dari pemimpin yang hendak berorasi di depan masyarakat.

## **Tujuan Kampanye Sosial**

### **a. Ajakan**

Tujuan dari kampanye adalah untuk mengajak masyarakat untuk memberikan suara terhadap calon pemimpin yang sedang dikenalkan terhadap masyarakat banyak. Sejatinya kampanye berisi ajakan untuk menghasur masyarakat agar mendapatkan suara terbanyak.

### **b. Anjuran**

Kampanye juga berisi tentang anjuran. Anjuran yang digunakan dalam kampanye biasanya penganjuran yang baik seperti seorang atlet menganjurkan makan makanan yang bergizi kepada masyarakat agar senantiasa hidup sehat.

### **c. Sosialisasi**

Bentuk sosialisasi memiliki tujuan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat tentang pentingnya melakukan sesuatu. Sebagai contoh pemberian sosialisasi pada masyarakat agar senantiasa membuang sampah pada tempatnya supaya tercipta lingkungan yang bersih dan sehat.

## **Jenis Kampanye**

Kampanye berdasarkan pelaksanaannya mempunyai beberapa jenis yang tertera dalam pelaksanaannya. Beberapa jenis kampanye telah membingungkan orang awam dalam membedakannya. Berikut adalah jenis-jenis kampanye:

### **1. Berdasarkan Orientasinya**

Jikalau dilihat berdasarkan pada tujuannya, kampanye sosial ini memiliki jenis sebagai berikut;

#### **a. Kampanye Produk Orientasi**

Kampanye jenis ini memiliki tujuan untuk memasarkan produk dagangannya agar dibeli oleh masyarakat banyak. Dengan mengenalkan produk maka masyarakat akan paham dan akan membeli produk tersebut.

#### **b. Kampanye Orientasi Kandidat Calon Pemimpin**

Kampanye tersebut memiliki orientasi pada mengenalkan kandidat calon pemimpin kepada masyarakat luas dengan tujuan menanamkan ide-ide dan gagasan kepada khalayak supaya mendapatkan suara terbanyak dalam pemilihan pemimpin.

### **2. Berdasarkan Isinya**

Sedangkan dilihat dari isinya, maka kampanye sosial memiliki beragam bentuknya. Antara lain;

#### **a. Kampanye Hitam**

Kampanye hitam adalah kampanye yang tidak memiliki izin atau diragukan legalitasnya.

### **b. Kampanye Negatif**

Kampanye negatif adalah ajakan berbuat kerusuhan yang sikapnya radikalisme terhadap penolakan kebijakan pemerintah.

### **c. Kampanye Positif**

Kampanye positif adalah kampanye yang bertujuan mengajak masyarakat untuk tujuan yang lebih baik. Dengan adanya kampanye positif maka diharapkan mengajak masyarakat untuk mempunyai perilaku yang lebih baik dari sebelumnya.

## **Poster**

Poster atau plakat adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar atau kecil. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin.

### **Ciri – Ciri Poster**

Seperti media penyampaian informasi lainnya, poster juga memiliki ciri-ciri khusus. Ciri ciri poster, antara lain:

1. Langsung menarik perhatian ketika terlihat orang.
2. Menggunakan bahasa yang padat, singkat, jelas dan mudah dipahami.
3. Mengandung kalimat-kalimat persuasif atau bersifat ajakan.
4. Menggunakan gambar/sketsa/lukisan dan perpaduan warna
5. Dapat meninggalkan kesan, meski dibaca sambil berlalu.
6. Isi tidak bertele-tele.
7. Dipasang pada permukaan yang rata dan di lokasi yang strategis atau di tempat umum.
8. Terdiri dari huruf, angka, simbol, gambar atau perkombinasiannya.
9. Didesain di atas sebuah kertas atau kain.

### **Fungsi Poster**

1. Fungsi poster adalah untuk menyampaikan informasi.
2. Fungsi poster adalah media promosi barang ataupun jasa.
3. Sarana bagi para desainer grafis untuk berkeaktivitas.

### **Tujuan Poster**

1. Masyarakat menjadi tahu tentang kegiatan atau acara yang akan dilaksanakan.
2. Menjadikan produk atau jasa kita dikenal dan digunakan oleh masyarakat.
3. Mengingatkan masyarakat tentang hal yang seharusnya dilakukan.
4. Mengingatkan masyarakat agar menghindari hal-hal yang merugikan diri sendiri dan orang lain.

### **Jenis – Jenis Poster**

#### **1. Jenis Poster Berdasarkan Isi**

- a. Poster niaga, yaitu poster yang dibuat dengan tujuan untuk menawarkan barang dan/atau jasa.
- b. Poster layanan masyarakat adalah poster yang memuat informasi untuk mengedukasi masyarakat secara umum tentang suatu hal.
- c. Poster kegiatan, merupakan media untuk memberitahukan tentang suatu kegiatan yang akan diselenggarakan.
- d. Poster pendidikan, yakni poster yang memiliki tujuan untuk mendidik masyarakat. Biasanya berhubungan dengan dunia pendidikan dan dipasang di sekolah-sekolah.

#### **2. Jenis Poster Berdasarkan Tujuan**

- a. Poster kampanye adalah jenis poster yang digunakan untuk menarik simpati masyarakat terhadap partai politik serta calon yang akan maju dalam pemilihan umum.
- b. Poster 'cheesecake' adalah sebutan untuk poster yang digunakan untuk menarik perhatian dan minat publik.
- c. Poster film yaitu poster yang dibuat khusus untuk mempromosikan suatu film yang akan atau sedang tayang di bioskop.
- d. Poster buku dan/atau komik memiliki pengertian yang sama dengan poster film. Kesamaan tersebut yaitu untuk mempopulerkan suatu buku atau komik yang dijual di toko buku.
- e. Poster propaganda yaitu poster yang berisikan kalimat yang bertentangan dengan pemerintahan berwenang.
- f. Poster 'dicari' (dalam Bahasa Inggris poster 'wanted') merupakan jenis poster memuat informasi penjahat yang sedang menjadi buronan, orang hilang, atau bahkan mengenai lapangan pekerjaan.
- g. Poster riset yaitu poster yang bertujuan untuk menginformasikan mengenai sebuah kegiatan riset.
- h. Poster afirmasi adalah poster yang bertujuan untuk memberikan motivasi kepada pembaca.

Poster komersial memiliki pengertian yang sama dengan poster niaga, yaitu untuk mempromosikan suatu produk agar makin dikenal masyarakat dan meningkatkan angka penjualan.

### **Manajemen Warna**

Manajemen Warna Menurut Nugroho (2015), Manajemen warna adalah proses mengatur bagaimana warna diterjemahkan dari salah satu peralatan dalam proses pencetakan. Manajemen warna diperlukan untuk menjamin reproduksi warna yang akurat dan dapat diprediksi karena setiap perangkat merespon atau menghasilkan warna yang berbeda. Menurut Sanyoto (2005:9), warna secara fisik adalah sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Terdapat tiga elemen yang penting dari pengertian warna. Unsur tersebut ialah benda, mata dan unsur cahaya. Berdasarkan pengertian warna tersebut, penulis menyimpulkan bahwa, warna adalah unsur keindahan dalam seni yang dipancarkan melalui cahaya dan melalui pengalaman psikologis dengan indra penglihatan.

### **Tipografi**

Menurut Sihombing (2001:58), tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif. Menurut Sudiana (2001:2), tipografi dapat memiliki arti luas, yang meliputi penataan dan pola halaman, atau cetakan atau dalam arti yang lebih sempit hanya mencakup pemilihan, pengaturan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan pengaturan jalur pengaturan huruf (set), tidak termasuk ilustrasi dan elemen lainnya, bukan surat di halaman dicetak.

Menurut Kusrianto (2010:1), Tipografi adalah ilmu atau skill yang berkaitan dengan profesi penata aksara di percetakan maupun senimanseniman yang bekerja di perusahaan pembuat aksara. Secara umum Tipografi adalah ilmu yang berkaitan dengan aksara cetak. Berdasarkan pengertian tipografi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa, Tipografi adalah penataan dan pola etakan dalam pengaturan jalur pengaturan huruf.

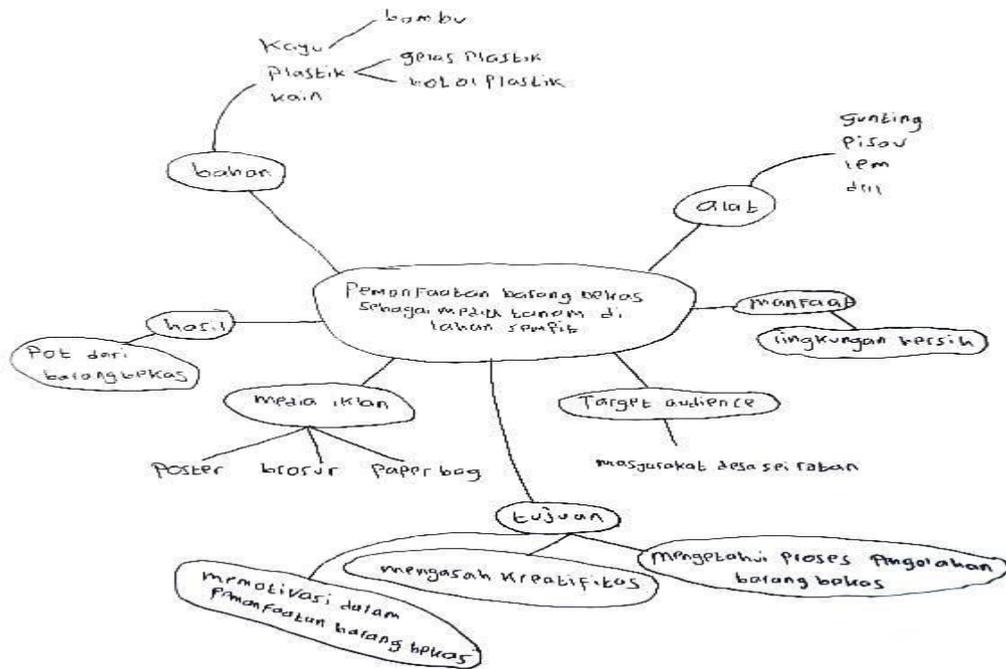
### **Data Verbal**

Berdasarkan hasil penelusuran penulis mengenai Pemanfaatan Barang Bekas Menjadi Media tanam Di Lahan Sempit pada lingkungan masyarakat, masih kurangnya perhatian

masyarakat tentang keperluan terhadap lingkungan serta limbah yang ada pada lingkungan sekitar. Dalam contoh kecil adalah lebih memilih penggunaan media tanam dari bahan baru yang sulit untuk diuraikan oleh tanah dari pada mendaur ulang limbah yang ada di lingkungan sekitarnya. Sehingga menimbulkan dampak pencemaran bagi lingkungan semakin bertambah.

**Brainstorming**

Berikut merupakan Brainstorming dari Pemanfaatan Barang Bekas Sebagai Media Tanam Di Lahan Sempit :

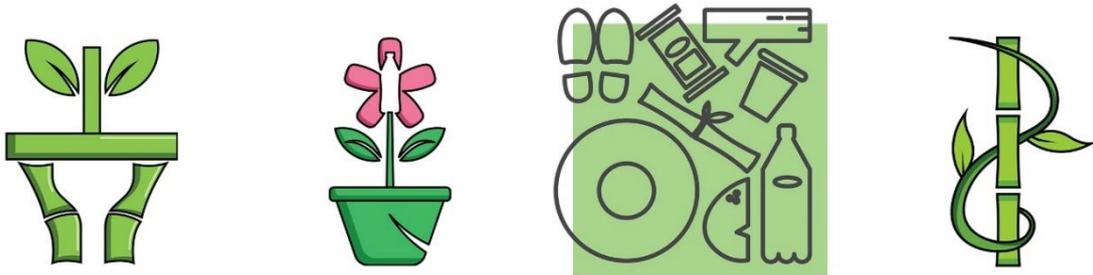


**Dokumentasi Proses Pelaksanaan**



## Proses Perancangan Karya

### Desain Logo



Gambar IV.1.1 : Alternatif Desain Logo Kampanye Sosial

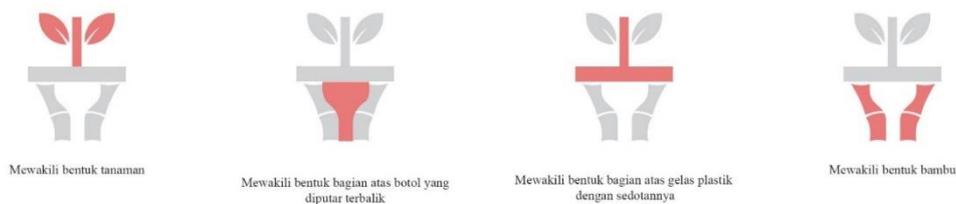
### Desain Logo Yang Terpilih



Gambar IV.1.2 : Desain Logo Terpilih

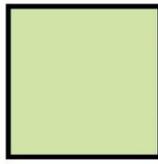
### Konsep Kreatif

Logo kampanye sosial yang akan ditampilkan adalah untuk mewakili identitas dari kampanye sosial yang akan diluncurkan. Bentuk logo yang digunakan dalam kampanye sosial ini terdiri dari gabungan beberapa barang bekas yang kita temui menjadi bentuk pot bunga. Logo ini memiliki warna dasar hijau yang bermakna kesegaran, ramah lingkungan dan pertumbuhan.

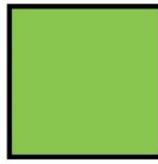


Gambar IV.1.3 : Makna Logo Kampanye Sosial

### Warna



C : 20  
M : 0  
Y : 44  
K : 0



C : 51  
M : 0  
Y : 92  
K : 0



C : 71  
M : 31  
Y : 100  
K : 16



C : 0  
M : 0  
Y : 0  
K : 0

Gambar IV.1.4 : Kombinasi Warna Yang Digunakan

## Desain Poster



## Konsep Kreatif

Perancangan poster ini dimaksudkan agar para masyarakat khususnya audiens agar target audiens mengetahui tentang tempat dan waktu kampanye sosial yang akan diadakan serta mengetahui tujuan dan manfaat dari kampanye sosial tersebut. Menggunakan warna dasar hijau seperti warna dasar yang ada pada desain logo. Poster ini akan disebarakan di pinggir-pinggir jalan, di titik-titik strategis di desa Sei Rotan.

## Typeface

Pada perancangan poster kampanye sosial ini menggunakan 2 jenis font dengan nama DK Woolwich sebagai font utama, dan Arial sebagai body text.

1. DK Woolwich

Font ini digunakan sebagai headline dalam desain poster. Memiliki kesan ceria dan ramah. Sangat cocok untuk menggambarkan kampanye sosial yg diadakan.



Gambar IV.2.4.1 : Font DK Woolwich

2. Arial

Font ini merupakan jenis dari font sans serif. Bersifat tegas dan formal, namun tetap mudah dibaca. Font ini digunakan sebagai body text dalam desain poster.



Gambar IV.2.4.2 : Font Arial

**Desain Brosur**



**Desain Paper Bag**



Gambar IV.4.2 : Desain Paper Bag

## 2. KESIMPULAN DAN SARAN

Iklan layanan masyarakat merupakan sebuah penyuluhan atau pengarahan yang dirancang untuk dapat mengedukasi masyarakat terhadap suatu hal, baik program pemerintah maupun program sebuah lembaga, bila pada iklan komersial sasarannya ialah mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk yang mereka iklankan untuk menaikkan jumlah pembelian pada produk yang diiklankan sedangkan iklan layanan masyarakat tujuan utamanya ialah mengedukasi masyarakat akan suatu hal, seperti program pemerintah, dan yang lainnya

### Ucapan Terima Kasih

Dalam penelitian ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Potensi Utama dan LPPM Universitas Potensi Utama dalam kelancaran penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana NPL, dkk. Perancangan Kampanye Sosial tentang Pemahaman Eksistensi dan Esensi Keragaman Lintas Etnis di Semarang di <https://media.neliti.com/media/publications/81469-ID-perancangan-kampanye-sosial-tentang-pema.pdf> (akses 11 Juli 2021)
- DosenSosiologi.Com. 2018. Pengertian Kampanye Sosial, Fungsi, Tujuan, Jenis, dan Medianya di <https://dosenSosiologi.com/pengertian-kampanye-sosial/> (akses 11 Juli 2021)
- Nugroho FT. 2021. Pengertian Poster, Ciri-Ciri, Tujuan, Fungsi, dan Jenis-jenisnya yang Perlu Diketahui di <https://m.bola.com/ragam/read/4475602/pengertian-poster-ciri-ciri-tujuan-fungsi-dan-jenis-jenisnya-yang-perlu-diketahui> (akses 11 Juli 2021)
- Anggraini V. 2020. Brosur: Pengertian, Ciri, Fungsi, Tujuan dan Contoh di <https://dosenpintar.com/brosur/> (akses 12 Juli 2021)
- Kusrianto, Andi, 2013, Pengantar Tipografi, Jakarta: Elex Media Komputido
- Sihombing, Danton, 2001, Tipografi dalam Desain Grafis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Nugroho, S, 2015, Manajemen Warna dan Desain, Yogyakarta: Andi