

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SOSIALISASI PROGRAM KEJAR PAKET C UNTUK ANAK PUTUS SEKOLAH DI KOTA SEMARANG

Noor rohman, A14.2009.00562

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

E-mail : noorrohman61@yahoo.co.id

ABSTRAK

Kota Semarang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah yang berkembang dengan pesat menjadi daerah perindustrian, karena itu di kota Semarang terdapat banyak kantor-kantor dan menjadi pusat perdagangan. Sebagai kota industri, Semarang masih banyak anak putus sekolah pada tahun 2013 yaitu SD sekitar 10% anak putus sekolah, SMP 25% anak putus sekolah dan SMA 65% anak putus sekolah. Dari data anak putus sekolah di kota Semarang tersebut dapat diketahui bahwa tingkat putus sekolah setara SMA paling tinggi, untuk mengatasi masalah tersebut maka program kejar paket yang akan dilaksanakan untuk peserta didik adalah kejar paket C. Program kejar paket C setara SMA adalah program pendidikan lanjutan dari kejar paket B yang setara SMP. Anak putus sekolah di Semarang masih belum ada minat untuk mengikuti program paket C karena belum adanya sosialisasi dari pihak pemerintah. Sosialisasi menggunakan Iklan layanan Masyarakat ini membantu masyarakat mengetahui tentang kejar paket C dan juga bisa menerapkan. Hasil dari perancangan ILM ini berupa poster, iklan billboard, spanduk, kaos, kalender, Leaflet, sticker, kartu nama, Topi, Pin, Tas, blocknote menggunakan tema “mengajak anak putus sekolah mengikuti kejar paket C”. Hasil desain menggunakan ilustrasi ajakan kepada masyarakat tentang kejar paket C.

Kata kunci : Bahan Bakar Minyak, subsidi, Radio Frequency Identification, Surat Ijin Mengemudi.

1. PENDAHULUAN

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara (Sisdiknas, 2003, hal. 1). Pendidikan merupakan komponen pokok untuk dapat untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa untuk itu pemerintah menyelenggarakan sistem pengajaran dan sekolah agar tercapai kondisi masyarakat yang baik tanpa dibina oleh tenaga manusia yang cerdas (Hasbullah, 2005).

Di Indonesia masih banyak anak yang tidak melanjutkan pendidikan atau putus sekolah. Anak putus sekolah disebabkan oleh faktor ekonomi, faktor kerja usia dini untuk mendukung keluarga, pernikahan di usia dini dan faktor kurangnya minat belajar anak. Hal ini terjadi pula karena semakin mahal biaya pendidikan formal saat ini, oleh sebab itu banyak masyarakat yang tidak mampu melanjutkan pendidikan dan lebih memilih bekerja. Untuk mengatasi anak putus sekolah di Indonesia, maka pemerintah membuat program kesetaraan atau kejar paket.

Program kesetaraan adalah pendidikan nonformal dengan standar kompetensi lulusan yang sama dengan sekolah formal, tetapi konten, konteks, metodologi dan pendekatan untuk mencapai standar kompetensi tersebut lebih memberikan konsep-konsep terapan, tematik, induktif yang terkait dengan permasalahan lingkungan dan melatih kehidupan berorientasi kerja atau berusaha mandiri. Tujuan diselenggarakannya program kejar paket adalah memberikan kesempatan belajar yang seluas-luasnya bagi masyarakat putus sekolah untuk mengikuti dan bergerak mengikuti kejar paket C sehingga memiliki kemampuan dan ketrampilan. Program kejar paket ini meliputi program Paket A setara SD, Paket B setara

SMP, dan Paket C setara SMA. Program ini ditujukan bagi peserta didik yang berasal dari masyarakat yang kurang mampu, tidak sekolah, putus sekolah dan putus lanjut, serta usia produktif yang ingin meningkatkan pengetahuan dan kecakapan hidup. Program ini juga melayani warga masyarakat lain yang memerlukan layanan khusus dalam memenuhi kebutuhan belajarnya sebagai dampak dari perubahan peningkatan taraf hidup, ilmu pengetahuan dan teknologi. Program kejar paket ini berlaku di negara Indonesia untuk mengatasi anak putus sekolah termasuk anak putus sekolah di kota Semarang.

Kota Semarang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah yang berkembang dengan pesat menjadi daerah perindustrian, karena itu di kota Semarang terdapat banyak kantor-kantor dan menjadi pusat perdagangan. Sebagai kota industri, Semarang masih banyak anak putus sekolah pada tahun 2013 yaitu SD sekitar 10% anak putus sekolah, SMP 25% anak putus sekolah dan SMA 65% anak putus sekolah (Dinas Pendidikan kota Semarang, 2014).

Pemerintah kota Semarang sudah menginformasikan tentang program kejar paket C kepada masyarakat tetapi keberhasilan untuk mengajak anak putus sekolah mengikuti kejar paket C karena Informasi memerlukan strategi komunikasi yang tepat, salah satu strategi tersebut berupa kampanye sosialisasi Iklan. Sosialisasi Iklan yang dimaksud menggunakan Iklan Layanan Masyarakat merupakan sarana untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Media sosialisasi iklan layanan masyarakat ini bertujuan mengajak masyarakat.

Dari data anak putus sekolah di kota Semarang tersebut dapat diketahui bahwa tingkat putus sekolah SD 10% bisa mengikuti kejar paket A, putus sekolah SMP 25% bisa mengikuti kejar paket B dan Putus sekolah SMA 65% bisa mengikuti kejar paket C. Dari data anak putus sekolah prosentase SMA paling tinggi, untuk mengatasi masalah tersebut maka program kejar paket yang akan dilaksanakan untuk peserta didik adalah kejar paket C. Program kejar paket C setara SMA adalah program pendidikan lanjutan dari kejar paket B yang setara SMP. Sedangkan pengertian Program Paket C dalam buku terbitan Direktorat Kesetaraan Program Paket C adalah program pendidikan menengah pada jalur nonformal setara SMA/MA bagi siapapun yang terkendala ke pendidikan formal atau berminat dan memilih pendidikan kesetaraan untuk ketuntasan pendidikan menengah (Depdiknas, sekolah non formal, 2007, hal. 5).

Di Semarang banyak anak putus sekolah terutama pada tingkat setara SMA maka anak putus sekolah setara SMA tersebut bisa mengikuti Program paket C atau sekolah kesetaraan di Semarang dan Kejar paket C sudah siap kerja. Melalui iklan layanan masyarakat yang berupa sosialisasi kejar paket C diharapkan mampu meningkatkan minat belajar anak putus sekolah di kota Semarang tentang upaya mengurangi anak putus sekolah dan sesuai dengan program pemerintah wajib belajar 12 tahun.

Melihat latar belakang tersebut, maka permasalahan yang diangkat sebagai tema dari penelitian ini adalah “Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Sosialisasi Paket C untuk Meningkatkan Minat Belajar bagi anak Putus Sekolah di Kota Semarang”.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metodologi Perancangan

Metode yang akan digunakan dalam perancangan iklan layanan masyarakat untuk mensosialisasikan program kejar paket C ini meliputi :

2.1.1. Data Yang diperlukan

a. Data Verbal

1. Data tentang pendidikan.
2. Data tentang anak putus sekolah di kota Semarang.
3. Data tentang kejar paket C di kota Semarang.
4. Data tentang Dinas Pendidikan di Kota Semarang.

b. Data Visual

1. Foto-foto yang berkaitan dengan proses belajar kejar paket C di kota Semarang.
2. Logo Dinas Pendidikan Kota Semarang.
3. Foto anak putus sekolah.

2.2. Metode Pengumpulan Data

2.2.1 Data Primer

Pengertian data Primer adalah data yang di ambil dari subjek peneliti. Metode pengumpul data yang di ambil menggunakan metode Observasi, wawancara dan dokumentasi (Sekaran, 2006).

2.2.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkan (Sekaran, 2006).

Adapun penjelasan mengenai metode pengumpulan data adalah sebagai berikut :

a) Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara maupun angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi dan kondisi).

Dalam hal ini observasi yang dilakukan kepada pihak terkait, yaitu kepada anak putus sekolah di kota Semarang, sejauh mana minat anak putus sekolah untuk melanjutkan pendidikan melalui kejar paket C.

b) Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung kepada subjek yang mewakili Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Guru didik kejar paket C di kota Semarang serta wawancara dari peserta didik kejar paket C.

c) Literatur

Literatur adalah bahan atau sumber ilmiah yang biasa digunakan untuk membuat suatu karya tulis. Dalam hal ini literatur yang digunakan adalah berkaitan dengan iklan layanan masyarakat baik media cetak maupun jurnal.

d) Dokumentasi

Data yang didapat baik dari pihak klien Dinas Pendidikan Kota Semarang maupun data dari lapangan seluruhnya akan didokumentasikan, hal ini guna menudukung keakuratan data yang didapat.

2.3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk mendapatkan data konteks dan data klien dilakukan melalui metode framing, serta untuk menganalisa data target audience menggunakan metode segmentasi audience. Dengan pemilihan metode analisa tersebut maka akan diciptakan suatu konsep perancangan ILM yang efektif dalam mensosialisasikan program kejar paket C sebagai upaya mengurangi anak putus sekolah di kota Semarang sesuai program pemerintah wajib belajar 12 tahun.

Secara umum analisis framing adalah cara untuk menggambarkan proses penyeleksian dan pemfokusan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media. Analisis framing juga disebut konsep bingkai yaitu perspektif yang digunakan untuk melakukan pengamatan, analisis, dan interpretasi pesan media, terutama pesan faktual (berita).

Analisis framing berguna untuk meneliti cara-cara individu dalam kehidupan dan

memungkinkan orang mengidentifikasi serta memahami peristiwa aktivitas kehidupan yang sedang berjalan (Eriyanto, 2002).

3. HASIL

Identifikasi permasalahan menggunakan analisa framing

Realita	Ideal	Penyebab	Statement
Masih banyak anak yang tidak melanjutkan pendidikan SMA	Sesuai aturan, penduduk indonesia berhak mengenyai pendidikan sampai SMA	Biaya sekolah yang mahal dan faktor ekonomi menjadi kendala anak putus sekolah	Kenalilah diri sendiri dan pendidikan di indonesia
Program kejar paket C sudah terlaksana tetapi informasi kepada masyarakat masih kurang	Masyarakat mendapatkan informasi dan mampu menangkap maksud dari program paket C.	Belum ada sosialisasi tentang program kejar paket C	Masyarakat tidak hanya mengetahui tetapi juga bisa menerapkan apa yang diikuti
Bagi anak putus sekolah belum sepenuhnya mengikuti kejar paket C	Kejar Paket C dimaksudkan bagi anak yang kurang mampu atau putus sekolah	Minat anak untuk mengikuti kejar paket belum terbentuk	Sosialisasi kejar paket belum di ketahui masyarakatnya khususnya anak putus sekolah

Dari analisis framing tersebut bahwa faktor ekonomi menjadi kendala masyarakat untuk menempuh pendidikan SMA di kota Semarang sehingga banyak anak putus sekolah. Maka pemerintah membuat program paket C untuk masyarakat yang putus sekolah.

4. KESIMPULAN

Iklan layanan masyarakat sosialisasi Program Kejar Paket C ini merupakan suatu pemikiran yang dituangkan dalam bentuk verbal dan visual yang menjadi sebuah karya desain yang sesuai dengan pemecahan permasalahan yang ada dan sesuai target sasaran. Dengan adanya ILM ini merupakan suatu bentuk upaya mengurangi jumlah anak putus sekolah agar mendapatkan pendidikan dan ketrampilan sehingga menjadi anak yang berkualitas dalam bidang pekerjaan. Menginformasikan dan mengajak kepada khalayak sasaran yaitu masyarakat Kota Semarang yang putus sekolah agar mengikuti program kejar Paket C. Media ILM Sosialisasi yang digunakan adalah poster, iklan billboard, spanduk, kaos, kalender, Leafleat, sticker, kartu nama, Topi, Pin, Tas. Menggunakan konsep penggabungan ilustrasi dan fiktif dengan visualisasi yang sesuai dengan permasalahan yang ada sehingga tampak persuasif dan komunikatif.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Ahmad Tono. (1978). *Metode Pengajaran*. Jakarta: Sinar Baru.

Belly, Ellya. (2006). *Pengaruh motivasi terhadap minat Mahasiswa Akuntansi*. Padang: Simposium Nasional Akuntansi 9.

- Bob, Anwar, Anik. (1983). *Pedoman Pelaksanaan Menuju Pra Seleksi Murni*. Bandung: Ganesa Exact.
- Bovee. (1986). *contemporary advertising*. richard D irwin.
- Cangara, Hafidz. (2005). *Pengantar ilmu Komunikasi*. jakarta: PT Rajagrafindo persada.
- Deddy, Mulyana. (2004). *Pengantar ilmu komunikasi*. jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Depdiknas, D. P. (2006). *Acuan Proses Pelaksanaan dan Pembelanjaan Pendidikan Kesetaraan Program Paket A, Paket B, Paket C* . Jakarta.
- Depdiknas, D. P. (2007). *Acuan Rekrutmen Peserta Didik dan tutor Pendidikan Kesetaraan*. Jakarta.
- Djayadisastro, Yusuf. (1998). *Pikologi Perkembangan (Development psyhology)*. Bandung: BPGT.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Ilmu, Teori Filsafat Komunikasi*. Bandung: rosdakarya.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: Lkis.
- Good, C. V. (1977). *Dasar Konsep Pendidikan Moral*. ALFABETA.
- Hasbullah. (2005). *Dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: PT RajaGrasindo Persada.
- Hendi Hendratman. (2008). *Computer graphics Design* . Bandung: Informatika.
- Mondry. (2008). *Pemahaman TeoriJurnalistik*. Bogor: ghalia indonesia.
- Nuh, M. (2012). *Wajib belajar 12 tahun*. Jakarta: KOMPAS.COM.
- Nuradi. (1996). *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Oemar Hamalik. (1983). *Metode Belajar dan Kesulitan Belajar*. Bandung: Tarsito.
- Prov.DKI, S. P. (2006). *Petunjuk Pelaksanaan Program Pendidikan Kesetaraan*. Jakarta.
- Pujiyanto Drs., M. (2001). *Perpetif Iklan Layanan Masyarakat*. Malang.
- Sachari, A. (1994). *Desain Gaya dan Realitas*. Jakarta: CV Rajawali.
- Reformasi pendidikan Kesetaraan*. (2007). Jakarta: Direktorat Pendidikan Kesetaraan Depdiknas.
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. (2006). *Metode Perancangan Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: dimensi Press.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.
- Semarang, D. P. (2014). *Data Anak Putus Sekolah di Semarang*. Semarang: Dinas Pendidikan Kota Semarang.
- Sigit Santoso. (2002). *Advertising Guide Book*. PT. Gramedia Pustaka Umum.

Sisdiknas, U. (2003). *Dasar Konsep Pendidikan Moral*. Jakarta: Alfabeta.

Sukardi. (1987). *Bimbingan dan penyuluhan*. Surabaya: Usaha Nasional.

Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Adi.

Tams Djayakusumah. (1982). *Pengertian Periklanan*. Bandung: CV Armico.

Whitener, M. K. (1996). *Departemen Pendidikan*. Amerika Serikat.

Widyatama, Rendra. (2006). *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: media Pressindo.

2. Narasumber

Dinas Pendidikan kota semarang. (2014). *program paket C*. Semarang.

3. Internet

Depdiknas, D. P. (2007). *sekolah non formal*.

disdik.semarangkota.go.id. (2014). *Kejar paket*. semarang.

Depdiknas, D. P. (2007). *sekolah non formal*.

disdik.semarangkota.go.id. (2014). *Kejar paket*. Semarang (6 maret 2014)

Undang-undang Sisdiknas No. 20 pasal 1 ayat 1. (2003).

Y, Adhyzalkandar. (n.d.). *SHVOONG.com*