

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL “KEBERSIHAN ADALAH SEBAGIAN DARI IMAN” UNTUK ANAK-ANAK DI KECAMATAN PANONGAN

Brian Alvin Hananto^{1,*}, Felicia Kristella², Glory Josephine Immanuela³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

*brian.hananto@uph.edu

ABSTRAK. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan tim penulis di kelurahan Mekar Bakti, kecamatan Panongan, penulis menemukan bahwa warga setempat merupakan warga-warga yang religius dan juga aktif dalam kegiatan-kegiatan keagamaan yang ada. Dengan menggunakan metodologi *participatory design* dan juga *design as generator*, tim penulis mempelajari lebih lanjut mengenai situasi tersebut dan menemukan bahwa hal tersebut dapat menjadi sebuah keunikan tersendiri dalam mengkomunikasikan pesan kebersihan dan kesehatan di Panongan. Hal ini kemudian dikembangkan menjadi salah satu alternatif dari solusi-solusi yang dikembangkan tim penulis untuk Panongan. Melalui proses perancangan *design thinking*, tim penulis menghasilkan empat varian poster dengan pesan ‘kebersihan adalah sebagian dari iman’. Desain yang menggunakan model tingkatan kognisi AIDA sebagai struktur desain ini melibatkan warga Panongan untuk berpartisipasi dalam proses perancangan tersebut. Mulai dari proses penentuan solusi desain, menjadi subyek dari poster, menentukan pesan poster dan juga memberikan *feedback* desain, banyak tahapan-tahapan desain yang dilakukan oleh tim penulis bersama dengan warga Panongan. Dari evaluasi yang dilakukan, didapatkan bahwa terdapat peningkatan dari jumlah anak-anak yang mengetahui pesan dari poster tersebut. Pemahaman praktis dan aplikatif dari pesan-pesan kebersihan yang disampaikan media komunikasi itu juga dipahami oleh anak-anak. Dengan demikian, tulisan ini berharap dapat menjadi sebuah referensi atau studi kasus dari proses perancangan media komunikasi secara partisipatoris.

Kata kunci: *Participatory Design*, Media Komunikasi, Komunikasi Kebersihan, Kebersihan dan Iman, Panongan

ABSTRACT. In a community service activity that was conducted by the authors in Mekar Bakti, Panongan, the authors found out that most of the people were religious people. The people were active in religious activities in the village and they heed the teachings of the Al-Qur'an and the spiritual teachers of the village. With the Participatory Design and Design As Generator methodology, the authors found out more about the situation and felt that the condition was unique and has the potential to communicate health messages in Panongan. This approach later became one of the solutions that the authors developed for Panongan. Through the Design Thinking design process, the authors designed four poster variants that communicate the message that 'cleanliness is a part of faith itself'. The design used the AIDA cognitive levels as a design structure invites the people of Panongan to participate in the design. The people help decide the output of the design and give various feedbacks along the process, the children became models for the poster designs, and the spiritual teachers help to form the message used in the posters. From the pretest & post-test evaluation, it can be seen that the numbers of the children that know the message of 'cleanliness is a part of faith itself' has risen significantly. Their understanding and application on how the message can be implemented in their daily lives are also shown in the group interview. That being said, this paper hopes to show how Participatory Design can be implemented in a communication media design process.

Keywords: *Participatory Design, Communication Media, Health Communication, Health and Faith, Panongan*

PENDAHULUAN

Isu kesehatan adalah sebuah isu yang terus menerus menjadi fokus pembahasan banyak pihak di Indonesia. Terdapat banyak hal-hal yang membuat isu tersebut menjadi isu yang tidak mudah untuk diselesaikan, seperti masalah pengetahuan masyarakat, fasilitas,

sumber daya masyarakat dan juga sumber daya manusia ahli yang ada (Sari, 2019). Informasi mengenai kesehatan sendiri merupakan sebuah informasi yang tidak sulit untuk didapatkan dan dipelajari. Namun, pada masyarakat di daerah ataupun tempat-tempat terisolasi, terkadang informasi mengenai kesehatan sendiri menjadi

hal yang sulit didapatkan (Sustarina, 2013). Selain dikarenakan adanya ketidaktertarikan masyarakat terhadap informasi terkait kesehatan, terkadang keberadaan informasi kesehatan sendiri sulit diakses dan tidak menarik bagi masyarakat (Prasanti, 2017). Bagi penulis, hal ini menjadi sebuah isu yang menarik perhatian tim penulis sebagai desainer komunikasi visual.

Salah satu bentuk prakti dari komunikasi adalah komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan adalah sebuah bentuk aplikatif dari strategi komunikasi untuk melakukan komunikasi dalam lingkup kesehatan (“What is Health Communications?,” 2019). Hal ini dapat berujung pada sebuah perubahan sikap dalam menanggapi kesehatan bagi seorang individu, seperti peningkatan pemahaman dan pengetahuan akan kesehatan, sampai ke penumbuhan sikap dan kebiasaan sehat.

Dalam perkuliahan Desain untuk Lingkungan dan Desain untuk Masyarakat yang dilakukan oleh program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Pelita Harapan (DKV UPH), dilakukan sebuah kegiatan bina desa di kelurahan Mekar Bakti, kecamatan Panongan, Tangerang. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut, tim penulis melakukan fokus kegiatan terhadap isu kesehatan umum yang dilakukan di Panongan. Dalam kegiatan *group interview* yang dilakukan pada *preliminary research*, tim penulis menemukan salah satu ciri khas tersendiri dari warga Panongan, yakni agamawi. Warga Panongan memiliki tendensi yang tinggi untuk ikut pada kegiatan-kegiatan keagamaan, dan cenderung memiliki keterbukaan terhadap hal-hal yang religius.



Gambar 1. Group Interview dengan Ibu-ibu di Panongan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Sikap ini juga banyak ditemukan pada anak-anak di sekitar Panongan, yang memiliki tingkat kehadiran yang tinggi pada kegiatan-kegiatan pengajian. Selain itu, anak-anak di

Panongan juga memiliki kecenderungan untuk mereferensikan ajaran-ajaran agama dalam kegiatan mereka sehari-hari. Bagi penulis, hal ini menjadi sebuah potensi pendekatan yang baik. Ketika dalam *group interview* didapati bahwa ada pendapat-pendapat bahwa “kebersihan adalah sebagian dari iman”; maka tim penulis mempersiapkan pendekatan solusi berdasarkan pemahaman tersebut. Pendekatan alternatif yang dilakukan oleh tim penulis adalah pendekatan pembelajaran yang menkaitkan nilai-nilai kebersihan dengan nilai-nilai keagamaan. Dengan menanamkan bahwa kebersihan dan kesehatan adalah bagian dari ibadah, diharapkan anak-anak dapat memahami dan memulai kebiasaan untuk hidup bersih dan sehat seperti kebiasaan ibadah mereka.

Ide-ide tersebut kemudian ditelusuri lebih lanjut dalam studi lebih lanjut dan juga proses penggagasan ide yang dilakukan dengan pendekatan *participatory design*. Salah satu obyek desain yang ditentukan berdasarkan metodologi desain ini adalah perancangan sebuah poster yang sifatnya mengajak anak-anak untuk mulai melihat kebersihan dan kesehatan sebagai sebuah bagian tidak terpisahkan dalam ibadah mereka.



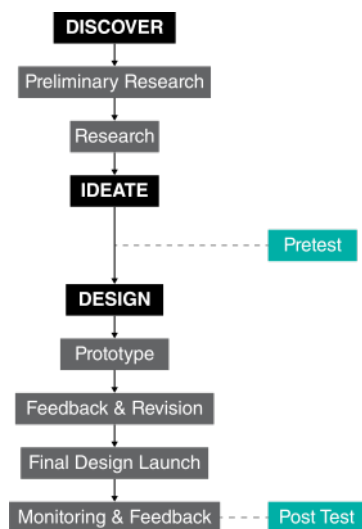
Gambar 2. Observasi Pengajian Anak-anak di Panongan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Tulisan ini mencoba untuk memaparkan proses perancangan alternatif solusi desain ini. Sistematika tulisan ini dimulai dengan memaparkan isu secara umum terlebih dahulu, yang kemudian dilanjutkan dengan penjelasan metodologi perancangan yang dilakukan, hasil perancangan dan *pretest & post test*, dan ditutup dengan kesimpulan yang sifatnya umum dan aplikatif.

METODOLOGI

Metodologi perancangan dan penelitian yang diadopsi dalam proses perancangan ini adalah metodologi *participatory design* (Spinuzzi, 2005). Untuk tahapan riset-riset atau *predesign*,

digunakan pendekatan *design as generator* guna mengidentifikasi dengan jelas pokok permasalahan dan mendapatkan hipotesa dan pendekatan solusi untuk perancangan yang akan dilakukan (Katoppo, 2018). Tahapan perancangan yang dilakukan oleh tim penulis dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Tahapan Perancangan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Tahap pertama adalah tahap *discover*, dimana tim penulis mempelajari Panongan dan juga para *stakeholder* yang ada di Panongan. Dalam tahap *discover*, tim penulis juga mengidentifikasi hal-hal yang berhubungan dengan isu kesehatan umum. Pada tahap inilah tim penulis melihat sebuah potensi solusi yang baru, yakni melalui komunikasi “kebersihan adalah sebagian dari iman”. *Output* atau hasil dalam tahapan ini adalah rumusan masalah dan juga hipotesa solusi desain.

Tahap *ideate* adalah tahapan kedua dimana tim penulis mengejar hipotesa penulis dengan mengadakan studi lebih lanjut. Bentuk studi yang dilakukan pada tahapan ini adalah observasi responden, wawancara pada ahli dan juga studi pembandingan terhadap media-media dan solusi-solusi serupa. Pada tahap ini juga dilakukan *pretest* untuk mengklarifikasi rumusan masalah serta mendapatkan data awal untuk nanti proses *post test* dan evaluasi.



Gambar 4. Pretest dengan anak-anak Panongan.
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019)

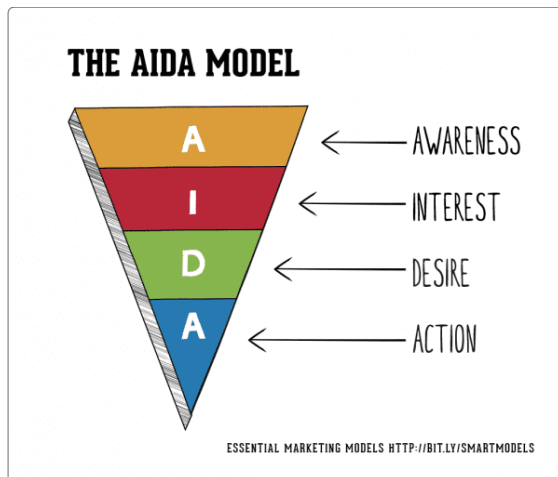
Tahap terakhir adalah tahap desain atau perancangan, dimana tim penulis membuat *sample* dan protipe desain yang kemudian diujicobakan guna mendapatkan masukan dan *feedback* sebelum akhirnya di finalisasi dan juga digunakan langsung di Panongan. Setelah desain final digunakan, dilakukan *post test* untuk melihat respon dari desain yang dihasilkan.

Dalam perancangan ini, instrumen pencarian data yang paling banyak digunakan adalah *group interview*. Metode ini digunakan karena metode ini dirasa cocok dan lebih baik dibandingkan *interview* biasa ataupun kuisisioner, dimana keduanya meminta jawaban personal yang terkadang tidak diisi dengan baik. Selain itu, *group interview* juga mampu menkatalis jawaban dari responden-responden, baik jawaban yang serupa ataupun jawaban yang berbeda, karena bentuk dari *group interview* lebih kasual daripada *focus group discussion*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Desain

Untuk perancangan media poster yang akan dilakukan, tim penulis menggunakan model AIDA guna memetakan kognisi responden dan menentukan komponen desain yang digunakan untuk merangsang respon dari para responden. Model AIDA sendiri merupakan sebuah model tingkatan kognisi seseorang (Hanlon, 2013). Nama AIDA merupakan singkatan dari tahapan-tahapan tersebut, dimana A adalah *awareness*, I adalah *interest*, D adalah *desire*, dan A terakhir adalah *action*. Model ini berbicara bahwa seseorang perlu melewati tahapan-tahapan tersebut sebelum mengambil sebuah keputusan (*action*).



Gambar 5. Tingkatan Kognisi Individu berdasarkan Model AIDA
(Sumber: Annmarie Hanton, 2013)

Untuk dapat memutuskan sesuatu, seseorang perlu menyadari (*aware*) adanya isu dan juga pilihan-pilihan tersebut. Setelah itu, barulah seseorang muncul minat (*interest*) untuk mempelajari dan memahami pilihan yang ada lebih lanjut. Setelah mempelajari dan mengerti, barulah muncul keinginan (*desire*) untuk mengambil sebuah sikap. Fase terakhir adalah ketika orang tersebut akhirnya mengambil pilihan tersebut (*action*). Tahapan-tahapan inilah yang digunakan dan menjadi basis dalam perancangan poster komunikasi visual kepada anak-anak di Panongan.



Gambar 6. Empat Poster Hasil Desain
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Untuk mendapatkan perhatian dari anak-anak dan warga setempat akan media komunikasi

ini, tim penulis menggunakan elemen foto secara dominan dalam poster tersebut. Subyek foto yang dipilih adalah anak-anak Panongan yang tengah mengikuti pengajian. Hal ini dilakukan guna memberikan gambaran secara instan mengenai lingkup dari poster tersebut. Pemilihan foto anak-anak dari Panongan sendiri juga menimbulkan kesan yang lebih intim dan personal bagi warga, karena solusi desain ini memang dibuat untuk merespon isu yang ada di Panongan.

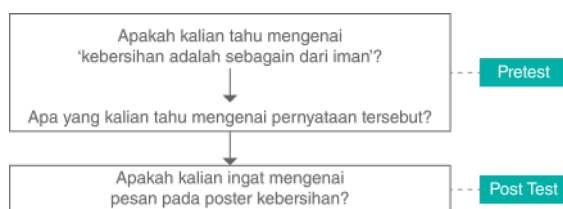
Elemen selanjutnya yang terlihat dominan adalah *headline* poster yang menuliskan informasi mengenai kebersihan, kesehatan dan juga keimanan. *Headline* yang didapat merupakan teks yang sudah diklarifikasi dan didiskusikan dengan warga setempat. *Headline* dalam poster digunakan untuk menimbulkan rasa ingin tahu lebih lanjut mengenai apa pesan dari poster tersebut; karena tulisan yang tertera dalam *headline* dan juga foto yang digunakan tidak langsung tampak koheren. Hal ini adalah hal yang disengaja dan digunakan untuk menimbulkan rasa pertanyaan dan ingin tahu lebih lanjut.

Jawaban dari keingintahuan pembaca akhirnya dijawab dengan adanya *information text* yang berisikan kutipan dari Al-Qur'an dan juga pernyataan dari Haji-haji di Panongan yang dikenal anak-anak. *Information text* ini dicantumkan untuk memberikan informasi sekaligus ajakan kepada para pembaca, mengingat ajakan-ajakan tersebut merupakan ajakan yang memiliki landasan spiritual (ajaran dari Al-Qur'an dan juga ucapan guru agama).

Setelah melewati tahapan-tahapan tersebut, para pembaca diharapkan memiliki pemahaman baru dalam melihat isu kebersihan dan juga kesehatan, dan dapat memiliki perubahan atau transformasi dalam bersikap (*action*).

Hasil Evaluasi

Proses *pretest* dan *post test* dilakukan dengan jarak satu bulan, yaitu pada bulan Maret 2019 dan juga bulan April 2019. Untuk responden dari proses evaluasi ini adalah sepuluh anak yang mengikuti pengajian anak. Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, metode *pretest* dan *post test* adalah *group interview*.



Gambar 7. Bagan Pertanyaan Pretest & Post Test
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Pada *pretest*, seluruh responden mengungkapkan bahwa mereka tahu atau pernah dengar pandangan bahwa “kebersihan adalah sebagian dari iman”, namun hanya satu anak saja (10%) yang mengetahui arti dari pernyataan tersebut. Pada tahap *post test*, 7 dari anak-anak tersebut mengetahui arti dari pernyataan tersebut. 4 anak mengungkapkan mereka tahu (dan ingat) bahwa bersih itu sehat, dan 5 anak mengatakan bahwa mereka tahu (dan ingat) bahwa kebersihan itu menyerukan keimanan.



Gambar 8. Anak-anak dengan Poster Hasil Perancangan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

KESIMPULAN & SARAN

Berdasarkan hasil yang didapat dari pretest dan post test, penulis menyimpulkan bahwa media komunikasi yang dirancang sangat efektif untuk menginformasikan kepada anak-anak mengenai pesan kebersihan. Anak-anak menjadi tahu dan juga ingat akan ajaran-ajaran kebersihan yang memang merupakan “sebagian dari iman” itu sendiri.

Penulis melihat bahwa kegiatan dan juga proses perancangan ini adalah sebuah kegiatan yang sangat menarik. Hal ini dikarenakan potensi solusi ini sendiri didapatkan dalam proses *group interview* dengan para Ibu-ibu di Panongan. Berdasarkan ide itu, tim penulis mengadakan studi lebih lanjut dan juga *group interview* dengan anak-anak yang menjadi responden atau sasaran komunikasi alternatif ini. Desain sendiri dirancang dengan metodologi *participatory design* yang melibatkan warga

dalam pembuatan desain: anak-anak dijadikan subjek dalam foto dan poster, haji di Panongan menjadi penyedia *content* sekaligus *copywriter* untuk poster. Hasil akhir dari media komunikasi yang dihasilkanpun memiliki respon yang baik dari warga setempat dan juga terbukti mampu menginformasikan pesan-pesan dengan baik. Hal ini menjadi sebuah studi kasus dari bagaimana proses desain partisipatoris mampu menghasilkan desain yang lebih kontekstual dan relevan. Penulis menghimbau dalam kegiatan-kegiatan yang serupa untuk mencoba menggunakan metodologi *participatory design*.

Penulis juga memberikan saran sebagai desainer untuk membuka diri terhadap kemungkinan-kemungkinan atau alternatif-alternatif lain dalam proses desain. Seperti proses perancangan media komunikasi di Panongan ini, karena tim penulis terbuka atas opsi-opsi lain, maka tim penulis dapat menghasilkan desain yang relevan dan juga efektif.

Berbicara mengenai desain yang efektif, penulis rasa sebuah komunikasi yang efektif adalah sebuah komunikasi yang tepat sasaran. Hal itu mungkin berarti perlunya sebuah komunikasi (atau media komunikasi) yang spesifik atau ‘khusus’; namun jika hal itu memang diperlukan untuk mencapai tujuan komunikasi, maka hal itu patut dicoba.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanlon, A. (2013). **The AIDA Model**. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.smartinsights.com/traffic-building-strategy/offer-and-message-development/aida-model/>
- Katoppo, M. L. (2018). ‘**Desain Sebagai Generator: Bagaimana Desain Menjadi Terang Bagi Semua Orang.**’ In Seminar Nasional Desain Sosial. Tangerang: Fakultas Desain Universitas Pelita Harapan.
- Prasanti, D. (2017). **Potret Media Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat Urban di Era Digital**. IPTEK-KOM, 19(2), 149–162.
- Sari, S. P. (2019). Masalah Kesehatan Masyarakat, Jokowi: Itu Tanggung Jawab Bersama. Retrieved May 28, 2019, from <https://www.inews.id/lifestyle/health/masalah-kesehatan-masyarakat-jokowi-itu-tanggung-jawab-bersama/459081>
- Spinuzzi, C. (2005). **The Methodology of Participatory Design**. Technical Communication, 52(2), 163–174.

Sustarina, Y. (2013). **Pentingnya Informasi Kesehatan**. Retrieved June 2, 2019, from <http://aceh.tribunnews.com/2013/12/02/pentingnya-informasi-kesehatan?page=2>

What is Health Communications? (2019). Retrieved June 2, 2019, from <https://www.cdc.gov/healthcommunication/healthbasics/WhatIsHC.html>