

## Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Radiasi Saat Tidur

Ika Novita Sari<sup>1</sup>, Siti Ashlihatul Hasanah<sup>2</sup>, Siti Nur Halimah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik,  
Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

Jl. Ngelom Megare 30, Taman, Sepanjang, Sidoarjo

[1ikanovitasari@student.umaha.ac.id](mailto:ikanovitasari@student.umaha.ac.id), [2sitiashlihatulhasanah@student.umaha.ac.id](mailto:sitiashlihatulhasanah@student.umaha.ac.id),

[3sitinurhalimah@student.umaha.ac.id](mailto:sitinurhalimah@student.umaha.ac.id)

### Abstrak

*Smartphone merupakan sebuah teknologi yang saat ini menjadi kebutuhan primer. Pekerjaan yang ada akan menjadi lebih ringan dengan adanya smartphone tersebut. Selain manfaatnya yang dapat membantu meringankan pekerjaan manusia, smartphone juga ada dampak negatif yaitu bahayanya radiasi yang ditimbulkan. Banyak dari kita yang meletakkan smartphone di samping kita saat tidur tanpa tahu bahayanya radiasi yang berasal dari smartphone. Iklan layanan masyarakat ini ditujukan untuk remaja sebagai pengguna smartphone yang paling banyak. Dengan menggunakan metode perancangan yang efektif, maka akan didapatkan hasil yang tepat.*

**Kata Kunci :** *Smartphone, Iklan Layanan Masyarakat, Perancangan, Radiasi*

### Abstract

*Smartphone is a technology that is currently a primary need. Existing work will be lighter with the smartphone. In addition to the benefits that can help alleviate human work, smartphones also have a negative impact, namely the dangers of radiation caused. Many of us who put smartphones next to us while sleeping without knowing the dangers of radiation coming from smartphones. This public service advertisement is aimed at teenagers as the most smartphone users. By using effective design methods, you will get the most exact results.*

**Keywords :** *Mobile, Public Service Advertisement, Planning, Radiation*

## 1. PENDAHULUAN

Pada zaman serba modern saat ini banyak sekali teknologi canggih yang dapat membantu kita dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah *smartphone* dan masih banyak lagi. Diciptakannya teknologi tersebut tentunya bertujuan untuk mempermudah kita dalam berkomunikasi, dan mempermudah segala pekerjaan kita. Sekarang ini hampir setiap orang mempunyai *smartphone*, dari berbagai kalangan mulai anak kecil, remaja sampai orang tua. Berbagai macam fungsi dan fitur-fitur baru yang

terus dikembangkan, kini smartphone merupakan suatu barang yang akan menemani kegiatan kita dari pagi hingga malam hari menjelang tidur.

Keberadaan smartphone selain dari manfaatnya ternyata juga terdapat beberapa dampak negatifnya, terutama bagi kesehatan kita. Disadari atau tidak, smartphone memancarkan radiasi bagi pengguna yang mana efeknya akan kita rasakan dalam jangka panjang. Mungkin saat ini kita belum merasakan efek radiasinya, tetapi bisa jadi akan kita rasakan dalam beberapa tahun ke depan. Kurangnya kesadaran dari masyarakat terutama para remaja akan hal inilah yang membuat resiko bahaya yang ditimbulkan radiasi smartphone tersebut semakin hari semakin besar seiring dengan terus meningkatnya jumlah para pengguna smartphone dari hari ke hari.

Smartphone memiliki radiasi yang bisa memicu pertumbuhan neoplasma, yang diakibatkan oleh regenerasi sel yang tidak berjalan semestinya. Berdasarkan pada pengamatan kasus yang sudah terjadi, tumor otak lebih sering dialami oleh seorang yang sering meletakkan smartphone di dekat kepala pada saat tidur. Ada baiknya mulai sekarang kita mulai mencoba menghilangkan kebiasaan tidur di dekat smarttrphone untuk menghindari dari kemungkinan terburuk. Oleh karena itu, melalui iklan layanan masyarakat yang hendak disampaikan ini diharapkan masyarakat mengetahui dan lebih waspada akan bahaya radiasi smartphone, terutama pada saat tidur.

## **2. METODE PERANCANGAN**

### *2.1 Metode Pengumpulan Data*

Dalam metode pengumpulan data, penulis menggunakan dua metode yaitu pengumpulan data primer yang didapat dari objek penelitian, dan pengumpulan data sekunder yang didapat dari buku, internet dan informasi lainnya.

#### *2.1.1 Data Primer*

##### a. Observasi

Observasi dilakukan pada sebuah desa di Sidoarjo tepatnya di Desa Banjar Pertanian. Observasi ini difokuskan pada remaja yang sering meletakkan smartphone di dekat mereka saat tidur.

##### b. Wawancara

Wawancara langsung kepada pakar teknologi tentang besar radiasi yang bisa dikeluarkan dari sebuah smartphone, wawancara kepada ahli kesehatan yang berada pada yayasan dan rumah sakit juga diperlukan untuk lebih mengetahui dampak yang bisa diakibatkan oleh radiasi.

#### *2.1.2 Data Sekunder*

##### a. Kepustakaan

Metode ini menggunakan kajian informasi-informasi dari media cetak layaknya surat kabar, majalah, buku, maupun jurnal yang membahas tentang radiasi smartphone dan hal-hal lainnya yang berkaitan.

b. Internet

Metode ini dilakukan dengan meneliti data-data mengenai bahaya radiasi smartphone yang beredar lewat jaringan internet.

2.1.3 Dokumentasi Data

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara memotret, mengamati, mencatat dan sejenisnya. Hasil dokumentasi data dapat berupa foto, gambar buku, dan arsip.

2.2 Metode Analisis Data

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis 5W+1H. Metode tersebut digunakan untuk dapat menggali selera yang diinginkan oleh masyarakat terhadap iklan layanan masyarakat tentang bahaya radiasi handphone saat tidur.

- a. *What* : Apa yang mendasari diperlukan adanya perancangan ini dibuat ?
- b. *Who* : Siapa target *audience* yang sesuai untuk perancangan ini ?
- c. *When* : Kapan efek radiasi smartphone muncul ?
- d. *Where* : Dimana permasalahan ini sering terjadi ?
- e. *Why* : Mengapa iklan layanan masyarakat ini dibuat untuk mengedukasi target *audience* ?
- f. *How* : Bagaimana cara mereka agar tidak terkena dampak buruk dari radiasi ?

2.3 Penelitian Relevan

Pada penelitian “Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Dampak *Negative* Penggunaan *Gadget* Secara Berlebihan Terhadap Tubuh” yang dilakukan oleh Kristoforus Yosef Donnyanggoro, Petrus Gogor Bangsa, dan Mendy Hosanna Malkisedek, penulis merancang sebuah iklan layanan masyarakat yang bertujuan untuk mengedukasi anak-anak yang berusia 15-18 tahun, agar tidak menggunakan *gadget* secara berlebihan. Sehingga diharapkan kedepannya anak-anak dapat mempersiapkan masa depannya dengan baik dan terbebas dari dampak penggunaan *gadget*. Penulis menggunakan media audio visual yang membutuhkan berbagai macam peralatan, kru, dan pemain yang cukup memadai agar mendapatkan hasil yang baik. Sehingga diperlukan sebuah perancangan yang benar-benar matang. Begitu juga dengan media promosi yang harus dikembangkan lagi dengan mengikuti kemajuan teknologi saat ini.

Pada penelitian “Perancangan Kampanye Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Radiasi Sinyal Handphone Pada Anak Remaja” yang dilakukan oleh Jaka Winata Prayogo, Prayanto Widyo, dan Adiel Yuwono, penulis merancang suatu kegiatan kampanye dari iklan layanan masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat luas, mulai dari menunjukkan bahaya yang ada, hingga memberi solusi terbaik untuk dapat mencegah bahaya tersebut tanpa harus berhenti secara total dalam menggunakan *handphone*. Pendekatan yang dilakukan sebagian besar menggunakan media yang lekat dengan keseharian anak-anak muda zaman sekarang,

seperti facebook, instagram, twitter. Kampanye dilakukan di sekolah dan universitas bersifat sukarela karena hanya mengajak foto bersama sebagai bentuk dukungan. Kemudian hasil foto akan *diupload* di media sosial dan ditempelkan pada sekolah dan universitas.

Pada penelitian “Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual” yang dilakukan oleh Ernawati, makna yang dimuat pada setiap karya desain visual yang disajikan adalah pesan yang disampaikan dalam bentuk tanda visual. Secara garis besar makna dari karya yang disajikan dapat dilihat dari dua aspek, yaitu tanda yang terlihat oleh panca indera berupa bentuk visual dan tanda untuk dikomunikasikan. Tanda visual dapat dilihat dari cara penggambarannya baik secara ikonis, indeksikal maupun simbolik. Sedangkan makna yang dikomunikasikan dapat dilihat dengan penafsiran berdasarkan konsep keilmuan yang dihubungkan dengan mitos ataupun budaya. Kajian semiotika sebagai metode dalam penelitian, khususnya dalam bidang desain komunikasi visual cukup relevan, karena ada kecenderungan untuk memandang visual sebagai wacana sosial.

## 2.4 Kajian Teori

### 2.4.1 Iklan

Kata iklan berasal dari bahasa Yunani yang artinya adalah upaya menggiring orang pada gagasan. Secara luas iklan adalah semua bentuk aktifitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang ataupun jasa secara nonpersonal melalui media yang dibayar oleh sponsor tertentu (Durianto dkk, 2003). Menurut S. William Pattis (1993), iklan adalah setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi dan mempromosikan produk dan jasa kepada seseorang atau pembeli yang potensial. Pengertian lainnya, periklanan adalah “*Any paid form of nonpersonal presentation and promotion of ideas, goods, or service by an identified sponsor*”. Periklanan merupakan komunikasi bukan pribadi, satu arah mengenai sebuah produk atau organisasi yang dibayar oleh seorang pemasar (Kotler & Armstrong, 2004).

#### a. Iklan Komersial

Iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa.

#### b. Iklan Strategis

Digunakan untuk membangun merek. Hal itu dilakukan dengan mengomunikasikan nilai merek dan manfaat produk. Perhatian utama dalam jangka panjang adalah memposisikan merek serta membangun pangsa pikiran dan pangsa pasar. Iklan ini mengundang konsumen untuk menikmati hubungan dengan merek serta meyakinkan bahwa merek ini ada bagi para pengguna.

#### c. Iklan Taktis

Iklan Ini dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan kontak dengan merek tertentu. Pada umumnya iklan ini memberikan penawaran khusus

jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respon pada hari yang sama (Madjadikara, 2004).

d. Iklan Korporat

Iklan yang bertujuan membangun citra suatu perusahaan yang pada akhirnya diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Iklan *corporate* sering kali berbicara dengan nilai-nilai warisan perusahaan, komitmen perusahaan kepada pengawasan mutu, peluncuran merek dagang atau logo perusahaan yang baru atau mengomunikasikan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

#### 2.4.2 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat merupakan bagian dari kampanye sosial *marketing* yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat (Madjadikara, 2004). Biasanya pesan iklan layanan masyarakat berupa ajakan, pernyataan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau merubah perilaku yang tidak baik supaya menjadi lebih baik, misalnya kebersihan lingkungan, *stop* narkoba, budayakan antri, dan sebagainya (Madjadikara, 2004). Pada awal perkembangannya iklan layanan masyarakat tidak terlalu terikat pada penataan yang ketat, perencanaan pesan yang rumit, pemilihan media yang sesuai, sampai pada penentuan target audiens maupun pemilihan tempat dan waktu yang benar-benar tepat (Liliwari, 1992). Namun seiring berkembangnya dunia periklanan dan semakin banyaknya perusahaan yang membuat iklan layanan masyarakat disertai dengan perubahan pradigma dalam menciptakan pesan-pesan sosial maka iklan layanan masyarakat juga harus dibuat secara profesional seperti iklan komersial (Roman, Mass & Nisenholtz, 2006)

#### 2.4.3 Gadget

Menurut Dowithgadget (2017), *gadget* adalah alat yang memiliki fungsi canggih, praktis, memiliki bentuk desain yang lebih mutakhir dibandingkan dengan teknologi sebelumnya. Seperti laptop yang berasal dari komputer desktop, *smartphone* yang berasal dari telepon genggam, dan sebagainya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan *gadget* merupakan teknologi yang diperbarukan agar memiliki fungsi yang jauh lebih efisien dari teknologi sebelumnya. Dampak buruk menggunakan *gadget* terlalu lama:

- a. Obesitas
- b. Mata menjadi kering
- c. Pendengaran terganggu
- d. Penurunan produksi sperma
- e. Kanker (leukemia, kanker kulit, thyroid, payudara, perut)
- f. Sakit pinggang
- g. Tennis *elbow*
- h. Gangguan kehamilan karena radiasi

- i. Terjadinya penggumpalan darah
  - j. Mudah lelah dan capek karena kurang bergerak
  - k. Serangan jantung
  - l. Mudah sakit kepala
  - m. *Carpal tunnel syndrome*
  - n. Diabetes
  - o. Kelainan postur tubuh
  - p. Spasme otot
  - q. *Musculoskeletal pain*
- (Soemargo, N., 2018)

Dampak buruk menggunakan *gadget* terlalu lama secara *psychology*:

- a. Sikap agresif pada anak-anak
  - b. Susah tidur pada anak-anak
  - c. Stress
  - d. Kurang peka terhadap lingkungan
  - e. Kemampuan berbahasa sesuai EYD berkurang
  - f. *Gadget* sebagai sasaran orang tua untuk menenangkan anaknya
  - g. Memakan makanan yang tidak sehat
- (Soemargo, N., 2018)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Tema

Tema pesan yang digunakan yaitu “Waspada Radiasi Handphone” dengan pendekatan emosional dimana menunjukkan suatu dampak kerugian dan bahaya tidak terlihat yang ada di sekitar kita, juga apa yang akan terjadi dari tindakan para remaja saat ini apabila tidak peduli akan efek negatif dari radiasi, serta tidak melakukan perubahan untuk mencegah dampak tersebut. Tampilan visual menggunakan bentuk-bentuk sederhana yang berhubungan dengan penggambaran bahaya radiasi dan tipografi pendukung yang berisi tulisan mengenai bahaya tersebut dan pencegahan yang perlu dilakukan.

#### 3.2 Konsep

Berdasarkan pada tema utama dari perancangan ini, maka penyajian pesan akan ditunjukkan melalui media poster, media tersebut digunakan untuk membangun *awareness* dengan menarik perhatian target audiens lewat desain poster yang sederhana dan menyajikan gambar tentang dampak radiasi handphone saat tidur. Sedangkan untuk media-media penunjang akan menggunakan tipografi untuk memberikan pesan dan informasi tentang penanganan bahaya secara langsung pada target audiens.

### 3.3 Media

Media yang akan digunakan dalam perancangan ini menggunakan media utama yaitu poster yang nantinya akan ditempelkan langsung pada sekolah dan universitas.

### 3.4 Langkah Kerja Desain



Gambar 1. Langkah Kerja Desain

#### a. Research

*Research* adalah hasil pengumpulan data yang akan membantu mendapatkan visual yang tepat untuk poster “Bahaya Radiasi Handphone saat Tidur”. Pemilihan tema di atas didasarkan pada beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Ditujukan untuk kampus umaha dimana tempat peneliti berkuliah.
- 2) Tujuan utama adalah bahayanya radiasi handphone saat tidur.

Setelah pengumpulan data terdapat kesimpulan menggunakan *headline* yang menarik untuk pemahaman kepada masyarakat yaitu “Tanpa Kau Sadari Radiasi Secara Perlahan lahan Membunuhmu”.

#### b. Sketsa

Sketsa adalah gambar kasar dari pengumpulan data yang akan dibuat visual.

#### c. Digitalisasi dan Cetak

Proses dari sketsa tadi akan didigitalkan menggunakan software Adobe Illustartor dan bisa dicetak sesuai kebutuhan.

### 3.5 Tipografi

Tipografi yang akan dipakai menggunakan font “Zombie Station” untuk memberikan kesan kuta, tegas, dan berbahaya yang memang ditujukan untuk mempertegas bahaya yang ditimbulkan oleh radiasi.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Gambar 2. Font Zombie Station

### 3.6 Tone Warna

Menggunakan warna yang gelap untuk *background*, dengan tujuan memberikan kesan suram sesuai efek negatif dari bahaya radiasi yang ditimbulkan oleh *handphone* saat tidur, dan warna yang kontras untuk fokus utama visual.

### 3.7 Layout

*Layout* akan dibuat sederhana, tidak *ribet*, namun menarik perhatian dengan memberikan *space-space* kosong agar tidak terjadi *crash* pada visual desain, dan pesan dari visual desain tersebut dapat tersampaikan dengan baik.

### 3.8 Visualisasi Karya

#### a. Spesifikasi Karya

- Ukuran : A3, 297 x 420 cm
- Bahan kertas : Artpaper 210 gr
- Teknik : Digital Drawing komputer *Graphic* menggunakan software Adobe Illustrator
- Output : Digital Print Outdoor

#### b. Sketsa

Sketsa dilakukan mulai dari pembuatan konsep mengatur tipografi, elemen desain apa yang akan dibuat, warna apa yang diinginkan ini nanti disketsa terlebih dahulu.



**Gambar 3.** Sketsa poster



**Gambar 4.** Sketsa Greyscale

c. Hasil akhir



**Gambar 5.** Poster ILM

#### **4. KESIMPULAN**

Kemajuan teknologi yang terus berkembang membuat masyarakat semakin tidak bisa lepas dari smartphone, hal ini tentunya membuat bahaya radiasi semakin marak dalam kehidupan masyarakat. Sebagian besar dari mereka kurang peduli akan hal tersebut. Penulis merancang iklan layanan masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat, mulai dari menunjukkan bahaya yang ada hingga memberi solusi untuk dapat mencegah bahaya tersebut tanpa harus berhenti total menggunakan smartphone. Tingginya kebutuhan akan smartphone tentunya semua orang sadar bahwa tidak mungkin untuk berhenti menggunakannya, akan tetapi banyak hal-hal sederhana yang bisa dilakukan untuk menghindari bahaya tersebut. Melalui iklan layanan masyarakat ini yang dirancang penulis diharapkan dapat diterima masyarakat dan menerapkannya dalam mengatasi dampak negatif dari radiasi.

#### **5. SARAN**

Bagi masyarakat umumnya terutama remaja diharapkan dapat lebih waspada akan bahaya radiasi smartphone, bahaya yang tidak tersebut dapat menjadi berbahaya bagi siapa saja. Kemajuan teknologi yang semakin maju ini seharusnya bukan hanya untuk dinikmati saja, akan tetapi juga diwaspadai. Bagi yang akan melakukan penelitian serupa diharapkan dapat mengatasi dan menjadikan target audiens sadar akan bahaya radiasi smartphone. Alangkah baiknya jika mengingatkan diri sendiri dan juga orang-orang di sekitar kita untuk menjaga kesehatan kita

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih banyak kepada orang tua yang memberikan dukungan dan dosen pembimbing serta teman –teman dari program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo yang telah membantu sehingga penulisan ini dapat selesai.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Agus, S Madjadikara. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: Gramedia Pustaka

Aitchison, Jim and May, Lwin. 2005. *Clueless nn Advertising*. Jakarta: Buana

Donnyanggoro, K Yosef, Bangsa, P Gogor dan Malkisedek, M Hosanna. *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Dampak Negative Penggunaan Gadget Secara Berlebihan Terhadap Tubuh*. Universitas Kristen Petra. Surabaya

Dowithgadget. 2017. *Pengertian Gadget, Apa Itu Gadget, Dan Arti Gadget*.  
<https://dowithgadget.com/pengertian-gadget/>, diakses pada tanggal 15 Januari 2020.

Durianto, dkk (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif : Strategi, Program Dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: Gramedia Pustaka

Ernawati. 2019. *Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual*. Art And Design Journal Vol. 2 No. 1. Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo.

Evan, O Rahadiyan, Wibowo dan Febriani, Rika. *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Terhadap Remaja Tentang Bahaya Sinyal Radiasi Smartphone Pada Saat Tidur*. Universitas Kristen Petra. Surabaya

Kotler, Philip dan Gary Amstronng. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya

Pattis, S William. 1993. *Karier Bisnis Dalam Periklanan*. Semarang: Prahara Prize.

Prayogo, J Winata, Widyo, Prayonto dan Yuwono, Adiel. *Perancangan Kampanye Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Radiasi Sinyal Handphone Pada Anak Remaja*. Universitas Kristen Petra. Surabaya.

Roman, Kerth, Jane Maas & Martin Nisenholtz. 2005. *How To Advertise, Membangun Merek dan Bisnis Dalam Dunia Pemasaran Baru*. Jakarta: Elex Media

Soemargo, N. 2018. *Wawancara*. Surabaya