

## Produksi Iklan Layanan Masyarakat dalam Menciptakan Citra Positif Panti Pelayanan Sosial Anak (PPSA) Worowiloso, Salatiga

Ruth Anggraeni Putri Lahade<sup>1</sup>, Sampoerno<sup>2</sup>, Ester Krisnawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia

Email: [anggraeni1205@gmail.com](mailto:anggraeni1205@gmail.com)

### Abstrak

Anak merupakan generasi penerus bangsa Indonesia. Kesejahteraan anak menjadi tolak ukur masa depan bangsa Indonesia. Agar tercipta masa depan yang baik, kebutuhan anak harus dijamin. Salah satu peran pemerintah dalam memenuhi kesejahteraan anak di Indonesia dengan menyediakan Panti Pelayanan Sosial Anak. Panti Pelayanan Sosial Anak (PPSA) Worowiloso Salatiga, merupakan salah satu UPT (Unit Pelaksanaan Teknis) dibawah Dinas Sosial Jawa Tengah yang bergerak untuk memberikan santunan, bimbingan dan rehabilitasi kepada anak terlantar agar mendapatkan kesejahteraan hidup. Namun demikian, program yang dilakukan PPSA Worowiloso Salatiga untuk memenuhi kebutuhan anak asuh belum dimengerti banyak masyarakat. Oleh sebab itu, penulis ingin membantu untuk membuat iklan layanan masyarakat berupa poster dan brosur untuk memperkenalkan program pelayanan PPSA Worowiloso Salatiga sehingga tercipta citra positif dan mendapat pengertian dari masyarakat terhadap PPSA Worowiloso Salatiga. Dari hasil penelitian dengan metode kaji tindak (*action reseach*) ini bahwa iklan layanan yang dibuat dapat menciptakan Citra positif PPSA Worowiloso, Salatiga.

**Kata Kunci:** Anak, PPSA Worowiloso, Komunikasi, Iklan Layanan Masyarakat.

### Abstract

*Children are the next generation of indonesia. children welfare is a benchmark for the future of indonesia. In order to create a promises future, children's need must be guaranteed. One of government program to meet the need of children welfare are provide a children's social service. Worowiloso children's social service is one of the technical implementation units under Central Java Social Service which is providing compensation, guidance, and rehabilitation to a neglacte child in order to get welfare. However, their program to help the children welfare has still not known widely by people. Therefore, the outhor wants to help Worowiloso Children's Social Service by making public service announcements in the form of poster and brochure to explain about their program in order to fulfill children welfare and create a positive image of Worowiloso Children's Social Service.*

**Keyword:** *Children, Worowiloso Children's Social Service, Communication, Public Service Announcement.*

### A. PENDAHULUAN

Menurut Depsos RI (Dinas Sosial, 2018), Panti Sosial Asuhan Anak adalah suatu lembaga usaha kesejahteraan sosial yang mempunyai tanggung jawab untuk memberikan pelayanan kesejahteraan sosial pada anak terlantar dengan melaksanakan penyantunan dan pengentasan anak terlantar, memberikan pelayanan pengganti orang tua/wali anak dalam memenuhi kebutuhan fisik, mental dan sosial kepada anak asuh sehingga memperoleh kesempatan yang luas, tepat dan memadai bagi pengembangan kepribadiannya sesuai dengan yang diharapkan sebagai bagian dari generasi penerus cita - cita bangsa dan sebagai insan yang akan turut serta aktif dalam bidang pembangunan nasional. Berdasarkan pengertian di atas dapat

diartikan panti asuhan merupakan rumah untuk memelihara dan membimbing anak terlantar agar nantinya dapat menjalankan fungsi sosial nya secara maksimal di tengah masyarakat.

Menurut Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS) tahun 2019 ada 4.800 panti asuhan/lembaga sosial di Indonesia. Jawa Tengah sebagai salah satu dari 33 provinsi di Indonesia, pada tahun 2021 memiliki jumlah panti asuhan sebanyak 607 (Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah, 2021), jumlah tersebut cukup besar bila dibandingkan dari jumlah total yaitu 4.800 panti asuhan. Dari beberapa kota dan kabupaten yang berada dibawah provinsi Jawa Tengah, Kota Salatiga menjadi satu-satunya kota yang memiliki jumlah panti asuhan milik pemerintah terbanyak sebanyak 2 panti asuhan.

Berdasarkan data dari Dataku Salatiga pada tahun 2022 terdapat 18 panti asuhan yaitu 2 panti asuhan milik pemerintah dan 16 panti asuhan swasta. Dibawah ini merupakan tabel jumlah penghuni dari masing-masing panti asuhan:

**Tabel 1. Banyaknya Panti Asuhan dan Penghuni menurut Jenis Kelamin**

NAMA PANTI ASUHAN	ALAMAT	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
Darul Ulya	Jl. Rm Syahid No. 5 Salatiga	9	7	16
Islahul Muna	Ds. Wiroyudan Rt2/Rw6 Salatiga	10	24	34
Islam Sudirman	Jl. Salatiga-Suruh Salatiga	20	21	41
Masithoh	Dayaan, Jl. Mayangsari Salatiga	22	29	51
Pondok Kasih Anugerah	Jl. Somba No. 40 Salatiga	11	10	21
Sion	Jl. Osamaliki Rt4/X Salatiga	12	10	22
Yatama	Jl. Yatama No. 77 Tingkir Salatiga	20	14	34
Salib Putih	Jl. Hasanudin Km.4 Salatiga	16	16	32
Bina Kasih (Panti Disabilitas)	Jl. Goa Permai No. 34 Salatiga	14	22	36
Terang Anak Bangsa	Kumpulrejo Argomulyo Salatiga	5	6	11
Muhammadiyah Abu Hurairah	Jl. Kauman No. 32 Salatiga & Jl. Kyai Ha	34	0	34
Puteri Aisyah	Jl. Imam Bonjol No. 45A Salatiga	8	24	32
Darul Hadlanah	Jl. Fatmawati Km.5 Salatiga	22	21	43
Imadudin	Dliko Indah Gg. 17 No.236 B Salatiga	17	6	23
Pak Yakobus	Jl. Janoko Dukuh	13	10	23
Cacat Asih Dana Duta	Jl. Argobogo No. 282 Salatiga	1	2	3
Woro Wiloso	Jl. Diponegoro 85 Salatiga	41	77	118
Wiloso Tomo	Jl. Yos Sudarso 20 Salatiga	11	11	22
Sumber Kasih (Panti Disabilitas)	Perum Karangalit Salatiga	12	17	29
Bhakti Luhur	Jl. Saparua Tegalrejo Salatiga	10	11	21
Fikri Al Hayat Indonesia	Perum Krajan	26	26	52
PA Yasaki	Jl.Poncorejo 87 M Gendongan Tingkir	18	17	35
Jumlah		352	381	733

Sumber: dataku.salatiga.go.id (2022)

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa panti asuhan Woro Wiloso memiliki jumlah penghuni paling banyak sebanyak 118 orang. Panti Pelayanan Sosial Anak (PPSA) Woro Wiloso atau sering disebut Panti Asuhan Woro Wiloso merupakan panti asuhan milik pemerintah dibawah Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah yang berada di Jl. Diponegoro No.85, Sidorejo Lor, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah. PPSA Woro Wiloso berdiri sejak tahun 1949 dengan nama Panti Pelayanan Sosial “Woro Wiloso” dan mengalami beberapa perubahan fungsi hingga akhirnya di tahun 2018 Woro Wiloso khusus menjadi PPSA (Panti Pelayanan Sosial Anak). PPSA Woro Wiloso berfokus pada penyantunan dan rehabilitasi PMKS (Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial) usia anak sekolah terlantar dengan harapan dapat mewujudkan kesejahteraan dan kemandirian anak setelah anak purna asuh dan kembali pada keluarga/ masyarakat, sehingga menjadi kontribusi dalam pembangunan kesejahteraan sosial khususnya penanganan permasalahan kesejahteraan sosial anak baik secara kualitas maupun kuantitas.

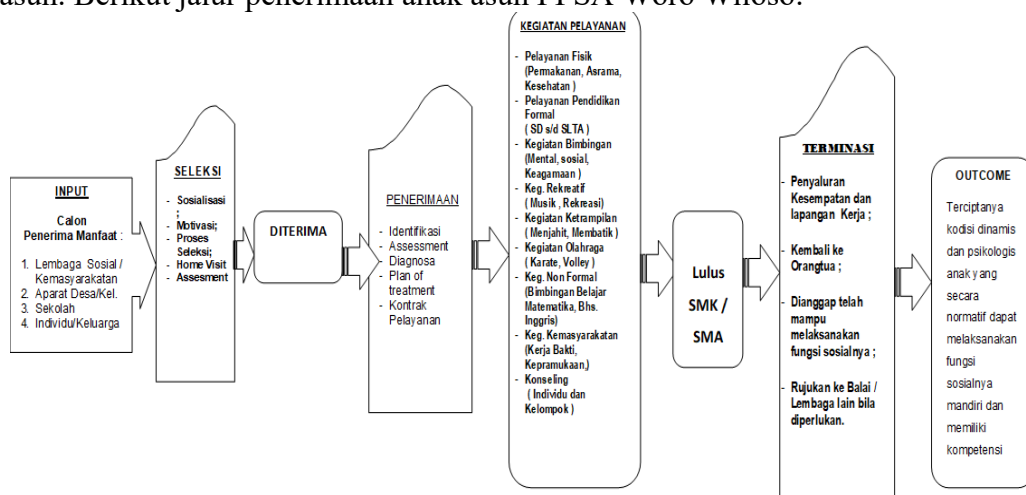
Menurut data dari Dataku Salatiga jumlah penghuni dari Panti Asuhan Woro Wiloso selama 5 tahun terakhir memiliki jumlah penghuni paling banyak dibandingkan 17 panti asuhan yang ada di salatiga, berikut tabel data penghuni PPSA Woro Wiloso:

**Tabel 2. Penghuni PPSA Woro Wiloso**

Tahun	Pria	Wanita	Jumlah
2017	41	69	<b>110</b>
2018	44	76	<b>120</b>
2019	40	90	<b>130</b>
2020	40	90	<b>130</b>
2021	44	86	<b>130</b>
2022	41	77	<b>118</b>

Sumber: dataku.go.id (2022)

Berdasarkan profil panti Woro Wiloso tahun 2021 cara panti asuhan Woro Wiloso menampung anak yatim melalui sosialisasi kepada RT/RW di Salatiga serta home visit ke calon anak asuh. Berikut jalur penerimaan anak asuh PPSA Woro Wiloso:

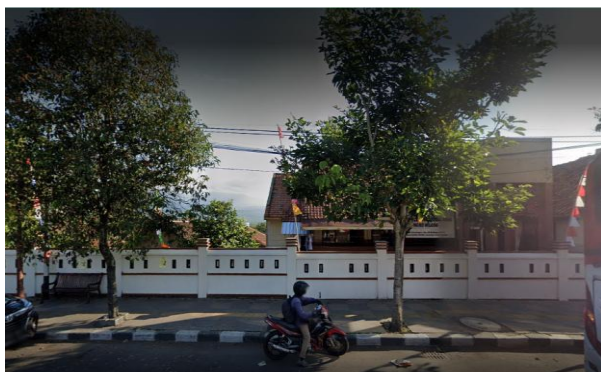


**Gambar 1. Alur Kegiatan Pelayanan Asuhan Anak Panti Pelayanan Sosial Anak “Woro Wiloso”**

Banyaknya jumlah anak asuh dan kegiatan yang diberikan oleh PPSA Woro Wiloso dalam memenuhi pelayanan, ternyata masih banyak masyarakat yang belum tahu PPSA Woro Wiloso. Menurut wawancara yang penulis lakukan kepada bapak Slamet umur 40 tahun yang tinggal dekat PPSA Woro Wiloso ternyata beliau tidak tahu jika di situ ada panti asuhan.

“Saya kurang tau mbak, kalau ternyata di depan situ ada panti asuhan karena tidak ada tanda nya soalnya kelihatan seperti rumah biasa dari jauh terlihat tembok nya saja” pernyataan bapak Slamet.

Hal ini dapat terlihat bahwa bangunan PPSA Woro Wiloso tidak ada Poster atau Spanduk, sehingga orang yang lewat tidak mengetahui adanya gedung panti. Seperti terlihat pada gambar 2 dan 3 di bawah ini:



**Gambar 2 Gedung PPSA Woro Wiloso Tampak dari Jalan Raya**

Dari gambar 2 di atas terlihat bahwa tulisan Panti Asuhan Woro Wiloso tidak terlihat dan tertutup oleh pagar tembok, sehingga wajar jika orang tidak tahu bahwa ada bangunan PPSA Woro Wiloso.



**Gambar 3 Gedung PPSA Woro Wiloso tampak dari Dalam**

Dari gambar 3 di atas terlihat bangunan gedung di dalam yang jauh dari jalan, dan tidak ada MMT atau papan nama dimana orang bisa mengetahui bahwa itu gedung PPSA Woro Wiloso.

Hasil wawancara dengan ibu Triningsih umur 70 tahun juga menyatakan bahwa beliau tahu adanya Panti Woro Wiloso namun tidak tahu kegiatan yang diberikan untuk anak asuhnya.

*“Saya tahu mbak ada panti Woro Wiloso soalnya udah ada dari dulu, saya dulu malah mau masuk ke panti itu tapi kata orang-orang jangan katanya bisa di culik jadi saya gak pergi kesana hidup di desa saja, eh ternyata malah ada pembimbingan seperti itu. Saya malah baru tahu setelah mbak nya cerita.”* Pernyataan ibu Triningsih.

Padahal kenyataan yang ada di PPSA Woro Wiloso ada banyak kegiatan yang dilakukan dengan anak asuhnya. Beberapa kegiatan-kegiatan yang dilakukan PPSA Woro Wiloso dalam membimbing anak asuh diluar kegiatan sekolah antara lain mengaji, bimbingan belajar, kegiatan las, olah raga (voli, karate, silat), pemeriksaan mingguan, dan kegiatan bank sampah. Berikut beberapa foto kegiatan:



Mengaji



Voli



Kegiatan Las



Silat

Bank Sampah

Bimbingan Belajar

#### Gambar 4 Foto Beberapa Kegiatan PPSA Woro Wiloso

Sumber: Data, Primer (2022)

Dari hasil wawancara yang dilakukan ternyata beberapa masyarakat tidak tahu mengenai PPSA Woro Wiloso karena kurangnya eksposur tentang kegiatan dan pelayanan yang telah dilakukan Woro Wiloso. Maka dari itu, pada penelitian ini penulis akan memproduksi iklan layanan masyarakat sebagai media untuk menyampaikan kegiatan serta informasi PPSA Woro Wiloso kepada masyarakat agar masyarakat paham tentang pelayanan serta citra yang sudah dibangun oleh PPSA Woro Wiloso dalam mensejahterakan PMKS khususnya anak terlantar usia sekolah.

## B. RANCANGAN KARYA

### 1. Tahap Pra Produksi

Menurut (Morissan 2015:309) tahap pra produksi adalah semua kegiatan mulai dari pembahasan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan pengambilan gambar (*shooting*). Pada tahap awal penulis mencari data yang nantinya menjadi pedoman dalam menentukan informasi, pesan, dan desain dalam poster dan brosur iklan layanan masyarakat PPSA Worowiloso. Pengambilan data dilakukan dengan melakukan riset *consumer journey*, *consumer insight* kepada tagret segmentasi iklan serta wawancara dengan pengurus PPSA Worowiloso.

#### a. Riset *Consumer Journey*

Pada tahap pengambilan data awal, metode yang dilakukan oleh penulis adalah dengan melakukan riset *consumer journey*. *Consumer journey* Menurut Kotler (Kotler Phillip et al., 2017) *consumer journey/costumer path* adalah salah satu cara sebuah perusahaan untuk mengetahui perjalanan *costumer* dalam mengenal dan memahami produk sehingga perusahaan dapat menentukan *touch point* yang tepat untuk menetapkan produknya. Berikut segmentasi target pembaca iklan layanan masyarakat PPSA Worowiloso Salatiga:

Target segmentasi:

- 1). Segmentasi geografi: berada di kota Salatiga dan sekitar Jawa Tengah.
- 2). Segmentasi Demografi: usia 20 tahun keatas dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, kelas ekonomi menengah kebawah/ miskin dan seorang janda/duda/anak yatim/piatu/ yatim piatu.
- 3). Segmentasi Psikografi: Ingin meningkatkan taraf kesejahteraan anak.

Dari kriteria target segmentasi diatas, penulis melakukan riset *consumer journey* terhadap 2 target segmentasi yang sesuai yaitu pak Trimmo dan mbak Yem. Berikut hasil *consumer journey* kedua target.

- 1). Nama: Pak Trimmo

Umur: 55

Pekerjaan: Karyawan pabrik

Alasan Pemilihan Sampel: Karena objek memiliki sosial ekonomi yang sesuai segmentasi.

**Consumer Journey Pak Trimo**

WAKTU			
Pagi	Siang	Sore	Malam
1. Bangun tidur 2. Cek HP 3. Duduk-duduk di kamar 4. Buka pintu kamar lalu keluar 5. Membereskan rumah 6. Mandi 7. Masak 8. Sarapan bersama anak 9. Siap-siap berangkat kerja 10. Berangkat ke pabrik	1. Makan siang diluar pabrik 2. Selama perjalanan dan di tempat makan (jika makan diluar kantor) melihat sekeliling. 3. Sampai di tempat makan (jika makan diluar pabrik) 1. Cari meja untuk makan 2. Memilih menu makanan 3. Melihat sekeliling tempat makan (poster, brosur dll yg ditempel di dinding) 4. Makan sambil ngbrol dengan teman 5. Merokok 6. Ngobrol lagi 7. Membayar di kasir 8. Keluar dari tempat makan.	1. Keluar pabrik 2. Pulang dengan mengendarai motor 3. Selama perjalanan sambil melihat suasana di jalan 4. Sampai di rumah 5. Mandi 6. Memberi makan ayam dan anjing 7. Menyambut anak pulang kerja	1. Nonton TV 2. Makan malam 3. Ngobrol dengan anak 4. Pergi keluar bertemu tetangga 5. Bersih-bersih 6. Tidur

*Point of touch:*

HP, baliho di jalanan dan poster dekat sekolah

2). Nama : Mbak Yem

Umur : 40 Tahun

Pekerjaan: ART

Alasan Pemilihan Sample: Karena objek memiliki umur dan sosial ekonomi yang sesuai.

**Consumer Journey Mbak Yem**

WAKTU			
Pagi	Siang	Sore	Malam
1. Bangun tidur 2. Lihat HP 3. Menyapu rumah 4. Masak untuk sarapan anak 5. Berangkat kerja	1. Pulang dari tempat kerja 2. Bersih – bersih rumah 3. Mencuci baju 4. Menjemput anak di sekolah jalan kaki 5. Jalan sambil melihat – lihat	1. Cek HP 2. Nonton TV 3. Setrika baju 4. Mandi 5. Menyambut suami pulang kerja 6. Membantu anak belajar	1. Nonton TV 2. Makan malam 3. Ngobrol dengan keluarga 4. Makan malam bersama keluarga 5. Mempersiapkan peralatan

## ARTIKEL

	<p>pemandangan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Ngobrol dengan ibu – ibu yang menjemput anaknya</li> <li>7. Pulang bersama anak</li> <li>8. Makan siang bersama anak dirumah</li> <li>9. Mencuci piring</li> </ol>		<p>sekolah anak</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. tidur</li> </ol>
--	---	--	--

*Point of touch:*

HP, baliho di jalanan dan poster dekat sekolah

### *Foto Point of Touch Consumer Journey*

**Tabel 3. Data Primer**

Foto	Keterangan	Foto	Keterangan
	Area jalan raya menuju tempat kerja		Toko dekat sekolah
	Salah satu poster yang banyak ditempel di pinggir jalan menuju sekolah anak		Salah satu baliho di depan warteg tempat makan

### **b. Riset Consumer Insight**

Menurut Laughlin dalam SriLiasta (SriLiasta Bangun, 2021) *consumer insight* adalah merupakan proses mencari tahu mengenai latar belakang, perilaku dan pemahaman yang belum

kelas dari seorang *costumer*, untuk menambah pengetahuan perusahaan/lembaga dalam menjual produk/gagasan. Dari riset *consumer journey* yang dilakukan dengan kedua target yaitu Pak Trimono dan Mbak Yem ditemukan latar belakang dan perilaku yang serupa setiap hari nya yaitu 1) Sering membuka HP, 2) Menghabiskan waktu lebih banyak di tempat kerja dan jalanan, 3) Tidak menghabiskan waktu/ uang untuk hal yang mewah (belanja, pergi ke mall, dll).

#### c. Wawancara Pengurus PPSA Worowiloso Salatiga

Penulis melakukan wawancara dan observasi di PPSA Worowiloso bersama Ibu Budi Astuti selaku kepala bidang tata usaha Worowiloso Salatiga. Dalam wawancara penulis bertanya seputar sejarah, kegiatan anak asuh, fasilitas yang diberikan serta hal – hal yang sering ditanya / dijelaskan pengurus panti asuhan ketika melakukan *home visit* atau seleksi anak asuh.

#### d. Desain Iklan layanan Masyarakat

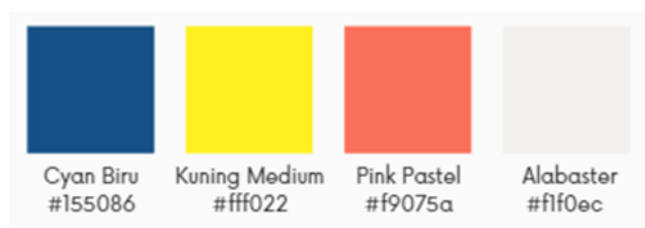
##### 1). Media Iklan Layanan Masyarakat (ILM) PPSA Worowiloso Salatiga

Media ILM yang akan dibuat adalah poster dan brosur. Poster Menurut Sri Wahyuni (Wahyuni Sri et al., 2015) poster adalah gambar pada selembar kertas berukuran besar yang digantung atau ditempel di dinding atau permukaan lain. Poster merupakan alat untuk mengiklankan sesuatu, sebagai alat propaganda, dan protes, serta maksud-maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan. Sedangkan brosur menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) media informasi yang ditulis pada suatu masalah, disusun secara sistematis atau dicetak, hanya terdiri dari beberapa halaman dan dilipat tanpa mengikat selebaran atau dicetak dengan informasi singkat. Pemilihan media poster dan brsour berdasarkan riset *consumer journey* dan insight yang menunjukkan *touch of point* media yang target segmentasi sering jumpai adalah poster, baliho dan HP.

##### 2). Konsep Iklan Layanan Masyarakat PPSA Worowiloso Salatiga

###### a). Warna

Di dalam ILM penulis menggunakan metode warna PMS (Pantone Matching System). Pantone Matching System adalah sistem yang paling banyak digunakan para design grafis karena memiliki lebih dari 100 macam warna dengan tiap warna memiliki kode masing - masing. Sehingga, mempermudah pencetakan untuk memiliki warna yang sama dengan desain asli. Terdapat 4 warna utama dalam ILM ini sebagai berikut:



Setiap warna memiliki karakter dan makna psikologis. Ke-empat warna utama yang digunakan dalam ILM memiliki makna psikologis tentang citra dan kesan PPSA Worowiloso. Makna psikologis dari warna kuning memiliki arti bahagia, kehangatan, optimis dan semangat. Makna psikologis dari warna biru memiliki arti profesional, kepercayaan dan kekuatan. Warna alabaster merupakan campuran warna abu – abu memiliki arti psikologis yaitu keseriusan dan tanggung jawab sedangkan warna pink memiliki arti psikologi kelemahan lembut dan peduli (Mankhe Frank H, 1966).

###### b). Tipografi

Dalam ILM ini, penulis menggunakan tipe tipografi yaitu Sans Serif. Sans Serif merupakan tipe tipografi yang tidak memiliki serif (kait/kaki) dan memiliki tebal yang sama. Pemilihan tipe font tersebut berdasarkan pertimbangan beberapa unsur yaitu *legibility* (kemudahan pembacaan), *readability* (kemampuan pembacaan), *visibility* (keterlihatan) serta *clarity* (kejelasan) tertentu (Supriyono Rakhmat, 2017). Pertimbangan diatas berdasarkan target pasar ILM yang merupakan masyarakat

ekonomi rendah sehingga target pasar tidak memikirkan unsur seni/ keindahan dari sebuah tulisan melainkan kejelasan dan bahasa yang mudah dipahami. Terdapat 2 macam jenis tipografi Sans Serif yang digunakan yaitu “Barlow” dan “Bebas Neaue”

c). Ilustrasi

Pengertian ilustrasi secara umum adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks sekaligus menciptakan daya tarik. Ilustrasi dapat berbentuk bidang (bulat, persegi, segitiga, dll), *texture*, *pattern*, *clip art*, *dingbat* (jenis font berupa gambar, ornamen dan simbol – simbol) dan foto. Foto dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti gambar, bayangan yang merupakan hasil pantulan cahaya. Pada ILM PPSA Worowiloso penulis menggunakan foto sebagai ilustrasi utama dan bentuk bidang (bulat, segitiga, kotak, dll) menjadi ilustrasi pendukung. Adapun tujuan penulis menambahkan ilustrasi pada ILM PPSA Worowiloso:

- [1]. Menangkap perhatian pembaca
- [2]. Memperjelas isi yang terkandung dalam teks
- [3]. Menunjukkan identitas perusahaan
- [4]. Menunjukkan produk yang ditawarkan
- [5]. Menciptakan kesan yang mendalam terhadap pengiklan



**Gambar 3. Foto ilustrasi ILM PPSA Worowiloso**

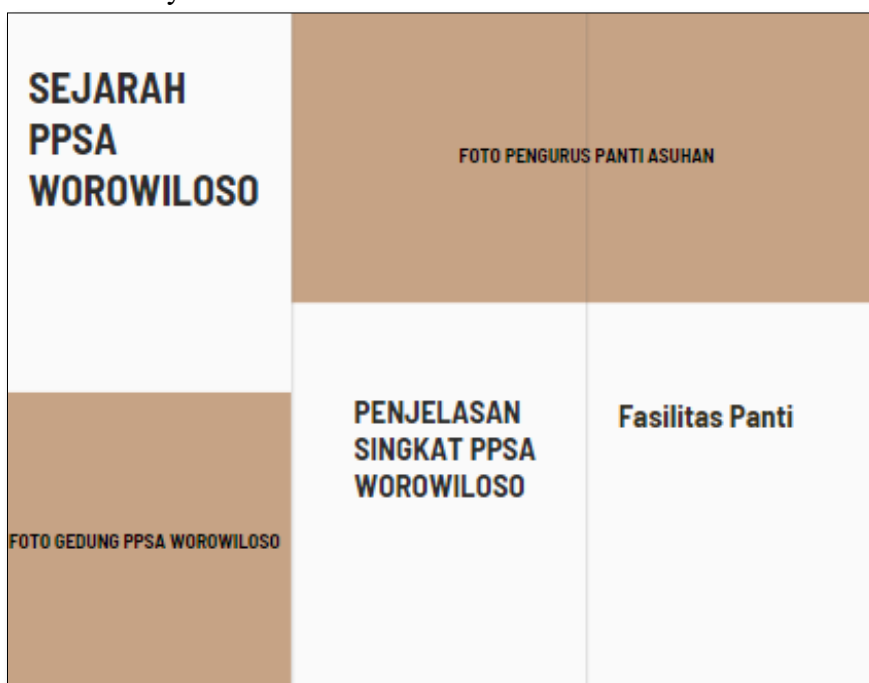
## d. Layout desain ILM PPSA Worowiloso

Layout adalah tata letak, susunan atau pengaturan elemen desain yang sengaja ditempatkan sesuai perencanaan desain sebelumnya (Rheny Silvy, 2022). Tujuan dari layout untuk mempermudah pembaca dalam menerima pesan yang ingin disampaikan dari sebuah desain. Dalam layout ILM ini terdiri dari komposisi warna, tipografi, dan ilustrasi (foto, garis dan bidang). Berikut layout ILM PPSA Worowiloso Salatiga:

- Layout poster ILM PPSA Worowiloso



- Layout brosur ILM PPSA Worowiloso





### 3). Peralatan Produksi

Pada tahapan produksi, penulis menggunakan 1 kamera fuji X-A5. Kamera ini memiliki resolusi kamera sebesar 24,5 MP dengan maksimal resolusi gambar 6000 x 4000 pixel dan mampu mengambil gambar dengan cepat dan fokus yang akurat. Penulis juga menggunakan aplikasi Adobe Photoshop 2018 dan Adobe Lightroom sebagai aplikasi editing foto dan desain iklan.

## 2. Tahap Produksi

Pada tahap produksi, penulis melakukan 3 kali pengambilan gambar yaitu pada tanggal 30 Januari, 1 Februari dan 3 Maret 2023 di PPSA Worowiloso Salatiga 1. Diponegoro No.85, Sidorejo Lor, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga. Penulis dibantu oleh Pengurus panti yaitu Ibu Budi dan Velia anak asuh panti sebagai foto model. Pengambilan foto dilakukan pagi hari setelah upacara dan iang hari setelah anak asuh pulang sekolah serta pengurus panti selesai bekerja di kantor.

Pada hari senin 30 Januari 2023, penulis mengambil foto seluruh pengurus panti menggunakan baju dinas sebagai foto di dalam brosur. Penulis mengambil foto di depan gedung kantor PPSA Worowiloso. Pada Proses ini, pemulis mengambil foto dengan angle *medium full shot* agar ekspresi dari pengurus panti asuhan terlihat lebih jelas dan menjadi fokus pada foto.



**Gambar 4. Foto pengurus PPSA Worowiloso**

Setelah pengambilan foto pengurus, penulis kembali lagi mengambil foto gedung di hari rabu 1 Februari 2023 di area PPSA Worowiloso Salatiga. Penulis mengambil beberapa foto gedung kantor, asrama dan lapangan panti asuhan. Pada pengambilan gambar ini, penulis menggunakan teknik *wide shot* agar keseluruhan gedung terlihat jelas.



**Gambar 5. Gedung PPSA Worowiloso Salatiga**

Selanjutnya pada hari jumat 3 Maret 2023, penulis kembali mengambil foto pengurus panti dan anak asuh bersama ibu Budi dan Velia. Pengambilan foto berada di lingkungan sekitar gedung PPSA Worowiloso. Penulis meminta Bu Budi dan Velia untuk melakukan interaksi seperti mengobrol, tertawa atau membaca buku selagi penulis mengambil foto. Hal ini dilakukan karena penulis menggunakan teknik foto *candid* yaitu pengambilan foto secara “diam-diam” seolah-olah target tidak sadar akan ada nya kamera sehingga, hasil gambar lebih natural dan interaktif (Aeni.S. 2022). Teknik ini dipakai untuk menggambarkan interaksi yang lebih natural antara pengurus dan anak asuh sehingga citra yang terbentuk lebih positif, natural dan tidak dibuat-buat.



**Gambar 6. Foto Pengurus Panti Dan Anak Asuh PPSA Worowiloso Salatiga**

### 3. Tahap Prasca Produksi

Pada tahap pasca produksi ini, penulis menggunakan *Adobe Lightroom* untuk mengedit foto-foto yang sudah diambil untuk pembuatan ILM PPSA Worowiloso Salatiga. Dalam proses editing foto, penulis menambah beberapa *effect* dan warna ke dalam gambar agar kualitas gambar menjadi lebih baik dan sesuai dengan desain yang telah disusun. Setelah semua foto di

edit, penulis melanjutkan proses editing dengan *Adobe Photoshop* untuk menambah tipografi, ilustrasi dan icon sesuai susunan layout yang dirancang.

Di dalam ILM ini, penulis menambahkan informasi seputar fasilitas, kegiatan anak asuh, persyaratan masuk dan kontak PPSA Worowiloso. Dalam poster ILM ini, penulis menambah informasi seputar fasilitas yang diberikan panti terhadap anak asuh yaitu 1) biaya sekolah 2) Pengasramaan, 3) Pembinaan spiritual dan bakat minat, 4) Pemenuhan sandang dan pangan, 5) Pelayanan kesehatan. Selain itu penulis menambahkan tagline, tagline menurut Eric Swartzm (Safitri, 2022) adalah susunan dari dua hingga tujuh kata yang disusun sedemikian rupa serta mengandung pesan dan filosofis tertentu dari brand. Tujuan penulis menambah tagline agar filosofi dan citra PPSA Worowiloso tertanam di benak calon pembaca, tagline ILM ini adalah “*Setiap Anak Berharga Bagi Kami*”. Penulis juga menambahkan kontak PPSA Worowiloso dalam desain poster ILM sebagai CTA (Call to Action) bagi pembaca agar berminat menghubungi/mencari tahu seputar PPSA Worowiloso.

Untuk desain brosur ILM ini, penulis menambahkan informasi seputar informasi fasilitas panti, kegiatan anak asuh, sejarah PPSA Worowiloso, dan kontak panti asuhan. Dalam desain brosur, elemen tipografi lebih banyak daripada elemen ilustrasi hal ini karena fungsi dari brosur untuk memberikan informasi lebih dalam seputar panti asuhan.

Setelah semua elemen dirancang, tahap terakhir penulis melakukan export desain untuk menggabungkan semua elemen menjadi satu agar lebih rapi, tertata dan akan terlihat hasil akhir desain ILM ini. Berikut hasil desain poster dan brosur ILM PPSA Worowiloso Salatiga:



**Gambar. 7 Desain Poster ILM PPSA Worowiloso Salatiga**

## Kegiatan anak asuh

- Sekolah**  
 Menjamin biaya sekolah anak asuh dari SD - SMA/SMK di sekolah yang di minati anak asuh.
- Pengembangan spiritual dan bakat minat**  
 Kegiatan ibadah, kerajinan sablon, tataboga, las, bank sampah diberikan oleh PPSA Worowiloso sebagai modal pendidikan iman dan keterampilan diluar sekolah.
- Olahraga bersama**  
 Olahraga rutin dilakukan setiap hari minggu yaitu senam bersama, olahraga voli, badminton, dan tenis meja.
- Cek kesehatan rutin**  
 Cek kesehatan rutin dilakukan setiap 1 kali seminggu oleh dokter puskesmas sekitar.

## Persyaratak Masuk Panti

**Persyaratan Teknis :**

- Calon Penerima Manfaat usia 6 - 18 tahun.
- Tidak ada yang mengurus atau terlantar secara ekonomi.
- Tidak ada dukungan pengasuhan dari keluarga, pengabaian dan/atau melepaskan tanggung jawab terhadap anak.
- Anak yang memerlukan perlindungan khusus (korban kekerasan, terlantar, pisah karena konflik sosial/ bencana alam)

**Persyaratan Administrasi :**

- Surat pengantar/ rekomendasi dari Dinas Sosial/ Intansi Sosial Kabupaten/ Kota apabila anak asuh tidak bersama orang tua.
- Surat keterangan tidak mampu dari kepala desa/ kelurahan dimana orang tua/wali bertempat tinggal.
- Foto copy KTP dari orang tua/ wali yang masih berlaku.
- Foto copy surat nikah orang tua kandung.
- Foto copy Kartu Keluarga (KK).
- Surat keterangan dari dokter kesehatan anak calon penerima manfaat.



## PPSA WOROWILOSO SALATIGA

Jl. Diponegoro No.85, Sidorejo Lor, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50714

@panti\_woro\_wiloso\_salatiga  
 (0298) 322920 / CP (Lia) : 0813 1281 4262  
 worowiloso@gmail.com

**Gambar 8. Tampak Luar Brosur ILM PPSA Worowiloso Salatiga**

## Tentang Kami

Panti Pelayanan Sosial Anak (PPSA) Worowiloso merupakan salah satu UPT (Unit Pelaksanaan Teknis) dari Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah yang bertugas untuk memberikan santunan, bimbingan dan hak perlindungan kepada anak asuh usia sekolah dengan status yatim, piatu, yatim piatu atau dari keluarga yang tidak mampu agar kelak memiliki kehidupan yang layak dan bermartabat serta berguna untuk nusa dan bangsa.



## Setiap anak berharga bagi kami

Di tahun 2023, PPSA Worowiloso Salatiga telah menampung sebanyak 118 anak asuh dari kapasitas 130 anak. Kriteria anak asuh yang kami tampung antara lain anak yatim, piatu, yatim piatu atau berasal dari keluarga dengan ekonomi rendah.



## Fasilitas Panti

- Asrama pria dan wanita
- 3 Aula/ruang serbaguna
- Lapangan olahraga
- Dapur dan ruang makan (anak asuh makan 2 kali/ hari + snack)
- uang saku tiap bulan
- Kamar mandi pria dan wanita
- Ruang UKS
- Mushola
- Tempat parkir
- Kantor petugas panti

**Gambar 9. Tampak dalam brosur ILM PPSA Worowiloso Salatiga**

#### 4. Uji Publik

Tahap uji publik, merupakan tahap akhir dari perancangan tugas akhir ini. Pada tahap ini penulis mengajukan pertanyaan kepada khalayak melalui *FGD (Forum Group Discussion)* untuk mengetahui kelayakan Iklan Layanan Masyarakat PPSA Worowiloso Salatiga yang berisi informasi dan citra PPSA Worowiloso dalam membantu kesejahteraan anak terlantar di Jawa Tengah. Uji Publik dilakukan tanggal 2 – 3 April 2023 dengan jumlah peserta 20 orang dengan latar belakang sesuai target segmentasi ILM ini.

Dari hasil uji publik ini, penulis mendapatkan hasil sebagian responden mengatakan sangat bagus dan bagus dari segi desain, warna, pesan dan informasi dari ILM PPSA Worowiloso. Maka, dapat disimpulkan penyajian dan pesan dari ILM PPSA Worowiloso Salatiga ini menarik dan mudah dimengerti oleh peserta.

#### C. KESIMPULAN

Pada proses penelitian, penulis melihat bahwa belum banyak pengetahuan dan informasi mengenai kegiatan/program yang telah dilakukan PPSA Worowiloso Salatiga dalam mensejahterakan anak terlantar kepada masyarakat umum. Kurangnya pengetahuan ini membuat kebanyakan masyarakat kurang percaya atau tidak melihat citra positif dari pelayanan panti asuhan PPSA Worowiloso dan pemerintahan. Dalam pembuatan ILM PPSA Worowiloso Salatiga ini, penulis memiliki tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak luas bahwa pemerintahan telah memiliki fasilitas pelayanan yang baik terhadap kesejahteraan anak dengan adanya PPSA Worowiloso Salatiga. Selain itu penulis juga memiliki tujuan agar masyarakat memiliki pandangan lebih positif terhadap lembaga sosial pemerintah yang sebetulnya telah melakukan banyak program peduli kesejahteraan anak.

Setelah melakukan pembuatan ILM ini, penulis melihat ada hal yang perlu ditingkatkan oleh PPSA Worowiloso Salatiga. Untuk panti asuhan akan lebih baik jika menambah plang di pinggir jalan untuk mempermudah masyarakat mencari tempat panti asuhan. Penulis juga menyarankan untuk lebih mengaktifkan lagi fitur sosial media seperti *Instagram* dan *Facebook* untuk media komunikasi kepada masyarakat mengenai kegiatan yang telah dilakukan dan promosi lembaga pelayanan sehingga awareness masyarakat akan lembaga panti asuhan lebih meluas dan meningkatkan kepercayaan masyarakat yang ingin menitipkan anaknya ke panti asuhan/ memberi rekomendasi kepada calon anak asuh.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, S. N. (2022). *Candid adalah Pengambilan Foto Secara Diam-diam, Ini Penjelasannya*. Diakses dari: <https://katadata.co.id/agung/berita/62c267f4872fd/candid-adalah-pengambilan-foto-secara-diam-diam-ini-penjasannya#:~:text=Dari%20penjelasan%20di%20atas%2C%20kita,sehingga%20hasilnya%20terlihat%20lebih%20natural>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2021). *Jumlah Panti Asuhan Menurut Pengelola dan Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah 2019-2021*. Diakses dari: <https://jateng.bps.go.id/indicator/27/568/1/jumlah-panti-asuhan-menurut-pengelola-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html>
- Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah. (2018). *Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA)*. Diakses dari: <https://dinsos.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/lembaga-kesejahteraan-sosial-anak-lksa-93#:~:text=Panti%20asuhan%20atau%20lembaga%20kesejahteraan,dan%20pengantasan%20anak%20terlantar%2C%20memberikan>
- KBBI. (2023). *Arti brosur*. Diakses dari: <https://kbbi.web.id/brosur>
- KBBI. (2023). *Arti kata Foto*. Diakses dari: <https://kbbi.web.id/foto>

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Mankhe, F. H. (1966). *Color Enviroment & Human Response*. Canada: John Wiley & Sons.
- Morissan. (2015). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Rheny, S. (2022). *Layout adalah: Pengertian, 5 elemen desain layout, manfaat, dan prinsip pembuatannya*. Diakses dari: <https://www.ekrut.com/media/layout-adalah>
- Safitri, R. R. (2022). *Apa Itu Tagline: Definisi, Contoh, Jenis, & Tips Membuatnya*. Diakses dari: <https://www.exabytes.co.id/blog/apa-itu-tagline/>
- Sriliasta, B. C. (2021). Consumer Insight untuk Pertumbuhan Usaha. *Jurnal Abdimas*, 8.
- Supriyono, R. (2017). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Wahyuni, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Madura: UTM Press.