

## DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA KAMPANYE SABER PUNGLI (SATUAN BERANTAS PUNGUTAN LIAR ) DI DENPASAR

Dwi Egi Sukmana , Ni Ketut Rini Astuti, Ni Ketut Pande Sarjani

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia  
Denpasar Alamat: Jln. Nusa Indah Denpasar 80235 Telp. (0361) 227316 Fax. (0361) 236100  
dwiegi61@gmail.com

### ABSTRAK

Pungutan liar atau pungli adalah pengenaan biaya di tempat yang tidak seharusnya biaya dikenakan atau dipungut. Kebanyakan pungli dipungut oleh pejabat atau aparat, walaupun pungli termasuk ilegal dan digolongkan sebagai KKN (korupsi, Kolusi, Nepotisme), tetapi kenyataannya hal ini jamak terjadi di Indonesia khususnya Bali dan lebih tepatnya di wilayah Denpasar. Sapu bersih (SABER) pungutan liar Propinsi Bali kini telah terbentuk. Tujuan dikampanyekannya SABER Pungli untuk menginformasikan kepada masyarakat bahwa pungli itu merupakan tindakan yang tidak baik. Metode pengumpulan data yang digunakan metode Observasi, wawancara, kepustakaan, dokumentasi, dan metode kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan konsep informatif dan gaya visual kartun dan juga fotografi. Setelah itu mempertimbangkan berbagai faktor, dilanjutkan dengan pra desain dimana pradesain itu dilakukan penentuan dari unsur- unsur visualnya seperti Ilustrasi, Teks, Tipografi, Warna, Layout. Kampanye SABER Pungli ini memerlukan beberapa media yang nantinya dapat membantu saat melakukan kampanye, diantaranya yaitu : Maskot, Poster, *Flyer*, Buku Note, Pulpen, *Tote Bag*, X - Banner, Mug, *T-Shirt* dan Katalog Karya. Setiap media memberikan informasi sesuai dengan fungsinya masing – masing, menarik, dan efektif digunakan sebagai sarana media kampanye Saber Pungli DiDenpasar . Perancangan media kampanye menggunakan tampilan ilustrasi dengan sederhana dan mudah dipahami , singkat, padat dan jelas. sehingga mewujudkan suatu media informatif, dan menarik bagi sasaran yang dituju, sesuai

**Kata Kunci :** Pungutan liar, kampanye, provinsi bali

### ABSTRACT

Illegal levies or levies are the imposition of fees in places where fees should not be charged or collected. Most levies are collected by officials or officials, although illegal payments are illegal and are classified as KKN (corruption, collusion, Nepotism), but in reality this is common in Indonesia, especially Bali and more precisely in Denpasar. Clean broom (SABER) Bali Province illegal fees have now been formed. The purpose of the campaign was SABER Pungli to inform the public that illegal payments were not good. Data collection methods used are observation, interview, literature, documentation, and qualitative and quantitative methods using the informative concept and cartoon visual style as well as photography. After that, consider various factors, followed by the pre-design where the pre-design is determined by the elements visuals like Illustration, Text, Typography, Color, Layout. SABER Campaign This extortion requires several media that can later help when conducting campaigns, including: Mascot, Poster, Flyer, Note Book, Fountain Pen, Tote Bag, X - Banner, Mug, T-Shirt and Catalog of Works. Each media provides information in accordance with their respective functions, interesting, and effective to be used as a media tool for the Saber Pungli DiDenpasar campaign. The design of the campaign media using the illustration display with simplicity and easy to understand, concise, solid and clear. So as to realize an informative media, and appealing to the intended target, according

**Keywords:** *Illegal charges, campaigns, Bali province*

## PENDAHULUAN

Pungutan liar atau pungli adalah pengenaan biaya di tempat yang tidak seharusnya biaya dikenakan atau dipungut. Maka tindakan pungutan tersebut dinamakan sebagai pungutan liar yang dimana pelaku pungli selalu diikuti dengan tindakan kekerasan atau ancaman kekerasan terhadap korban. Dapat dikatakan bahwa pungli adalah merupakan tindakan pemerasan sedangkan dalam hukum pemerasan merupakan tindak pidana, jika oknum-oknum kedapatan melakukan pungli akan dikenakan hukuman 6 Bulan penjara.

Namun pada tahun 2018 tim Saber Pungli sudah mendapatkan 20 kasus mengikuti dengan kasus-kasus lainnya, aduan dari masyarakat yaitu kasus Kipem yang ada di setiap adat desa pekraman. Aduan dari masyarakat mengatakan bahwa ada dilakukannya Pungli dengan mengambil uang kipem tidak sesuai dengan biaya kipem yang dibayarkan. Satuan berantas (SABER) pungutan liar Propinsi Bali kini telah terbentuk. Anda yang menemukan adanya indikasi pungli bisa melaporkannya ke Unit Pemberantasan Pungutan Liar.

Pentingnya mengkampanyekan SABER Pungli ini karena sangat mengawatirkan, karena dengan adanya pungutan liar ini bisa merugikan banyak masyarakat, karena bisa menjadi pengeluaran tambahan bagi korban pungli kemudian pungli juga dapat dinilai sebagai bentuk perilaku korupsi. Dampak yang paling mengawatirkan dari pungli adalah karena adanya pungutan liar yang bisa merugikan banyak masyarakat.

Salah satu ilmu Desain Komunikasi Visual memiliki peran mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti Tipografi, Ilustrasi, Warna, Garis, Layout, dan lain - lain, dengan bantuan teknologi. Dimana media promosi Desain Komunikasi Visual yang dibuat tentunya dengan berpegang pada unsur – unsur desain, prinsip – prinsip desain, dan kriteria – kriteria desain, sehingga akan terciptanya sebuah media kampanye yang informatif dan menarik.

## RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana merancang media kampanye SABER Pungli (Satuan Berantas

Pungutan Liar) di Denpasar ?

2. Media apa saja yang tepat untuk mengkampanyekan SABER Pungli (Satuan Berantas Pungutan Liar) di Denpasar ?

## TUJUAN PERANCANGAN

### 1. Tujuan khusus :

- a. Untuk mengetahui media komunikasi visual yang tepat untuk mengkampanyekan SABER Pungli di Denpasar
- b. Untuk mengetahui dan mampu merancang media kampanye SABER Pungli di Denpasar.

### 2. Tujuan Umum

- a. Untuk mengenalkan kepada masyarakat apa itu Pungli, apa dampaknya, dan juga apa hukumannya.
- b. Untuk dapat menyelesaikan makalah tugas akhir dalam program studi Desain Komunikasi Visual.

## METODE PENGUMPULAN DATA

1. Metode Observasi  
Observasi adalah menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. (Bungin, 2007 : 115).
2. Metode Wawancara  
Metode Wawancara adalah Pertemuan dua orang untuk bertukar informasi melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2013 : 231).
3. Metode Kepustakaan  
Metode yang dilakukan dengan cara mencari data literature yang berhubungan dengan kasus (Sarwono & Lubis, 2007 : 105).
4. Metode Dokumentasi  
Salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen - dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. (Herdiansyah, 2010 : 143).

## METODE ANALISIS DATA

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif yang didasarkan pada adanya hubungan semantis antar variable yang sedang diteliti. Tujuannya ialah agar peneliti mendapatkan makna hubungan variable – variable sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian.

Prinsip pokok teknik analisis kualitatif ialah mengolah dan menganalisis data – data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur, dan mempunyai makna. Prosedur analisis data kualitatif dibagi dalam 5 langkah, yaitu :

1. Mengorganisasi data yang dilakukan dengan membaca berulang kali sehingga peneliti dapat menemukan data yang sesuai dan membuang data yang tidak sesuai.
2. Membuat kategori, menentukan tema, dan pola, yaitu menentukan kategori yang merupakan proses yang cukup rumit karena peneliti harus mampu mengelompokkan data yang ada kedalam suatu kategori dengan tema masing – masing sehingga pola keteraturan data menjadi terlihat jelas.
3. Menguji hipotesis yang muncul dengan menggunakan data yang ada. Setelah proses pembuatan kategori selesai maka peneliti kemudian melakukan pengujian atas kemungkinan berkembangnya suatu hipotesis dan mengujinya dengan menggunakan data yang tersedia.
4. Mencari eksplanasi alternative data dimana peneliti memberikan keterangan yang masuk akal atas data yang ada. Peneliti harus mampu menerangkan data tersebut didasarkan pada hubungan logika atas makna yang terkandung dalam data tersebut.
5. Menulis laporan yang merupakan bagian analisis kualitatif yang tidak terpisahkan (Sarwono & Lubis, 2007 : 110 – 111)

## KONSEP PERANCANGAN

menerapkan konsep “Informatif” yang memiliki arti Segala sesuatu bersifat memberikan sebuah informasi atau juga menerangkan. Dengan memberikan sebuah informasi pada desain kampanye SABER Pungli ini kepada semua

kalangan dari anak-anak hingga orang tua dapat membantu mengenalkan bahwa perilaku pungli itu dapat dikenalkan dengan mudah, dan bisa menjadi lebih waspada dan tidak menjadi korban Pungli.

## STRATEGI MEDIA

Kampanye yang difokuskan adalah penyampaian informasi yang dikemas sesuai dengan konsep. Kampanye dilakukan untuk menyadarkan kepada masyarakat tentang pungutan liar itu tidak baik, dan apa saja hokum, langkah-langkah pungli.

### 1. KHALAYAK SASARAN

- a. Demografi  
Segmentasi Demografis, meliputi : jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, dan tingkat penghasilan (Sanyoto, 2006 : 67). Ditinjau dari faktor demografi, media kampanye yang dirancang disesuaikan dan diperuntukkan anak-anak 6-15 tahun, orang dewasa dan orang sebagai pendamping.
- b. Geografi  
Segmentasi Geografis, meliputi: Wilayah propinsi, kabupaten, kota, dengan sifatnya : urbanis / semi urbanis / rural (Sanyoto, 2006 : 67). Ditinjau dari faktor geografi, merupakan daerah yang akan dijadikan sebagai tempat penyampaian pesan kepada.
- c. Psikografi  
Segmentasi Psikografis, meliputi : kepribadian, gaya hidup, kesukaan, dan tingkat sosial (Sanyoto, 2006 : 67). Ditinjau dari faktor psikografi, berarti media kampanye yang dirancang dapat mempengaruhi anak-anak, orang dewasa, dan juga orang tua sebagai sasaran dari sisi psikologi.
- d. Behaviora  
Segmentasi Behavioris, meliputi : perilaku pembelian / penggunaan tentang : tingkat menggunakan, waktu menggunakan, dan status menggunakan (Sanyoto, 2006 : 67). Ditinjau dari faktor behaviora, yang

menyangkut dengan sikap dan kesukaan orang sebagai sasarannya, yaitu surprise / terkejut dengan give away / merchandise kampanye yang unik

## PEMILIHAN MEDIA

Pemilihan media Dibagi menjadi 2 yaitu, media utama dan juga media pendukung. Media utama yang dipilih, Maskot, *X-banner*, Poster, *T-shirt*, Mug Gelas. Untuk media pendukung yang dipilih Buku Note, Pulpen, *Flyer*, *Tote Bag*. Katalog karya.

## KONSEP KREATIF

Topik permasalahan dan khalayak sasaran dalam hal ini diketahui merupakan masyarakat yang memiliki peran banyak dalam hal ini khususnya di Denpasar. Maka dalam perancangan media komunikasi visual kampanye gerakan Saber Pungli menggunakan konsep “Informatif”. digunakannya konsep ini karena ingin memvisualkan sesuatu dengan memberikan informasi dengan jelas kepada masyarakat untuk tidak melakukan pungutan liar.

### 1. Tujuan Kreatif

Tujuannya di lakukan kampanye untuk menyadarkan masyarakat untuk tidak melakukan Pungli

### 2. Strategi Kreatif

#### a. Isi Pesan (*What to Say*)

Pesan yang akan disampaikan dalam setiap media pada khalayak sasaran tentunya harus informatif.

#### b. Bentuk Pesan (*How to Say*)

Bentuk pesan yang akan disampaikan merupakan pesan yang informatif. Dalam kampanye Saber Pungli menggunakan bahasa sehari-hari yang tidak terlalu formal namun pesan yang ingin disampaikan tetap bisa dipahami.

### 3. Program Kreatif

#### a. Tema Pesan

Tema pesan dalam laporan ini yaitu sebagai sarana kampanye Pungli di Denpasar. Dimana nantinya setelah media kampanye dapat dipublikasikan

dapat memberikan informasi dan himbauan tentang Pungli

### b. Strategi Penyajian Pesan

Strategi penyajian pesan yang digunakan adalah dengan tampilan visual (gambar) dan verbal (teks) yang dibuat untuk memberikan informasi.

### c. Pengarahan Pesan Visual

#### a) Moment Visual

Momen yang ingin diperlihatkan adalah dimana ada rasa emosional dan informatif disetiap desainnya.

#### b) Citra Visual

Menampilkan sebuah ilustrasi petugas yang sedang berbincang dan ada yg ini menyogok menunjukkan citra yang tidak baik

#### c) Tipe Huruf

Jenis huruf yang ditampilkan atau digunakan yaitu Lato Bold.

#### d) Tone Warna

Warna merupakan unsur penting dalam pembuatan desain. Warna yang dominan digunakan adalah warna kuning dan merah

#### e) Layout

Penyajian komposisi gambar dan teks disusun secara teratur agar rapi dan mudah dibaca.

#### f) Gaya Desain

Gaya dari desain yang dibuat adalah apa yang sedang berkembang saat ini, dimana semua elemennya menyesuaikan dengan perkembangan mulai dari ilustrasi, warna, layout.

#### g) Gaya Visual

Gaya visual yang digunakan adalah kartun dan fotografi. Menggunakan sebuah desain yang simple dan juga informatif untuk memudahkan informasi dan mudah di mengerti.

#### h) Model Ilustrasi

Model ilustrasi yang digunakan yaitu ilustrasi digital.

### d. Penulisan Naskah

a) Headline dalam penulisan naskah yaitu “AYO STOP PUNGLI”.

b) Sub headline yang terdapat pada naskah desain yaitu “ADA

**PUNGLI, LAPORKAN SEGERA”**

- c) Naskah dalam media ini adalah isi dari sub judul – sub judul yang tercantum. Naskah akan berisi isi dari pesan – pesan yang disampaikan.
- d) Tagline / slogan, yaitu “Ayo stop pungli.

**EKSEKUSI FINAL DESAIN**

**1. Maskot**



Gambar 1. Final desain mascot

**2. Poster**



Gambar 2. Final desain poster

**3. Flyer**



Gambar 3. Final desain flyer

**4. X-Banner**



Gambar 4. Final desain xbanner

### 5. T-Shirt



Gambar 5. Final desain T-shirt

### 7. Buku Note



Gambar 7. Final desain buku notes

### 6. Tote Bag



Gambar 6. Final desain Totebag

### 8. Pulpen



Gambar 8. Final desain pulpen

## 9. Mug



Gambar 9. Final desain Mug

## 10. Katalog Karya



Gambar 10. Final desain katalog karya

## PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Media sosialisasi yang dibuat adalah Maskot, Poster, *Flyer*, Buku Note, Pulpen, *Tote Bag*, X - Banner, Mug, *T-Shirt* dan Katalog Karya. Dimana setiap media memberikan informasi sesuai dengan fungsinya masing – masing, menarik, dan efektif digunakan sebagai sarana media kampanye Saber Pungli DiDenpasar .
2. Perancangan media kampanye menggunakan tampilan ilustrasi dengan sederhana dan mudah dipahami , singkat, padat dan jelas.sehingga mewujudkan suatu media informatif, dan menarik bagi

asaran yang dituju, sesuai dan dalam pembuatan media diperlukannya.

## DAFTAR RUJUKAN

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana

Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika

Sanyoto, Sadjiman.E. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press

Sarwono, Jonathan dan Lubis Hary. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi*

Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika