

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE ANTI-BULLYING DI KALANGAN PELAJAR SMA DI GRESIK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Ega Rahmana Putra¹, Nova Kristiana²

^{1,2}Program Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya

Email: ega.21019@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Bullying di lingkungan pelajar SMA menunjukkan betapa pentingnya tindakan pencegahan yang lebih nyata dan menyentuh langsung ke siswa. Perancangan ini bertujuan menciptakan media kampanye visual anti-*bullying* yang disampaikan melalui Instagram, media sosial yang dekat dengan keseharian remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, studi pustaka, serta metode analisis 5W1H untuk merumuskan strategi kampanye yang tepat sasaran. Hasilnya berupa konten *carousel*, poster digital. Desain kampanye mengedepankan visual yang sederhana, ajakan yang empatik, serta gaya komunikasi yang sesuai dengan karakter generasi muda. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penyampaian pesan melalui visual di media sosial efektif untuk menumbuhkan kesadaran, mendorong empati, serta menciptakan lingkungan sekolah yang lebih aman dan peduli terhadap sesama.

Kata kunci: kampanye; *bullying*; siswa; Instagram; visual

Abstract

Bullying among high school students highlights the urgent need for more tangible and emotionally engaging preventive actions. This project aims to create a visual anti-bullying campaign delivered through Instagram, a social media platform that closely aligns with teenagers' daily activities. The research applies a qualitative approach using observation, interviews, literature studies, and the 5W1H method to formulate a well-targeted campaign strategy. The outputs include carousel content, digital posters. The campaign design emphasizes simplicity, empathetic messages, and a communication style that resonates with the younger generation. The results indicate that delivering messages through visual content on social media is effective in raising awareness, encouraging empathy, and fostering a safer, more caring school environment.

Keywords: campaign; *bullying*; students; Instagram; visual

PENDAHULUAN

Permasalahan perundungan (*bullying*) di lingkungan sekolah menengah atas (SMA) masih menjadi isu yang sangat memprihatinkan, terutama karena dampaknya yang kompleks terhadap kondisi psikologis, sosial, dan akademik siswa. Tindakan ini sering muncul dalam bentuk agresi verbal, fisik, hingga penyingkiran sosial yang dilakukan secara berulang, sehingga dapat mengganggu rasa aman dan kenyamanan belajar peserta didik. Studi yang dilakukan oleh Idris (2024) menegaskan bahwa perilaku *bullying* yang terus berulang akan berdampak pada menurunnya prestasi dan kesehatan mental siswa. Syafitri dkk. (2024) juga mencatat bahwa dampak jangka panjang dari *bullying* mencakup gangguan emosional dan psikologis yang sulit dipulihkan tanpa intervensi yang tepat.

Secara psikologis, korban *bullying* cenderung mengalami tekanan mental baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam waktu dekat, mereka menunjukkan tanda-tanda stres, enggan bersekolah, bahkan menarik diri dari lingkungan sosial. Sementara dalam jangka panjang, korban cenderung mengalami kehilangan rasa

percaya diri, kesulitan beradaptasi, serta lebih rentan menunjukkan emosi negatif seperti mudah tersinggung dan tidak nyaman berada di ruang sosial. Fakta ini memperlihatkan bahwa *bullying* bukan sekadar gangguan perilaku biasa, melainkan sebuah ancaman serius terhadap tumbuh kembang remaja.

Tragedi yang terjadi di Gresik menjadi bukti nyata betapa serius dampak perundungan terhadap korban. Seorang siswa SMA dikabarkan mengakhiri hidupnya dengan cara tragis akibat tekanan psikologis dari perundungan yang dialaminya. Peristiwa ini tidak hanya menyentak perhatian masyarakat, tetapi juga menjadi refleksi tentang betapa lemahnya sistem pencegahan dan penanganan *bullying* di sekolah. Respons dari berbagai pihak, seperti DPRD Gresik dan kepolisian, menunjukkan adanya kesadaran kolektif bahwa tindakan preventif harus diperkuat, terutama melalui edukasi dan kampanye di media sosial sebagai medium yang paling dekat dengan remaja masa kini (detik.com, 2024).

Beberapa sekolah memang telah mencoba menerapkan program anti-*bullying*, namun efektivitasnya masih dipertanyakan. Tantangan seperti kurangnya sumber daya, resistensi internal sekolah, serta evaluasi yang belum optimal kerap kali menjadi hambatan utama. Keberhasilan program tentu tidak hanya bergantung pada kebijakan semata, tetapi juga partisipasi aktif dari semua elemen sekolah, termasuk siswa, guru, hingga orang tua. Dengan demikian, diperlukan pendekatan yang sistematis dan menyeluruh untuk menciptakan lingkungan sekolah yang benar-benar aman dan suportif.

SMA Semen Gresik, sebagai salah satu lembaga pendidikan di Kabupaten Gresik, menjadi fokus kajian dalam perancangan kampanye ini. Melalui pengamatan langsung, penulis mencoba melihat lebih dekat bagaimana dinamika perundungan terjadi, sejauh mana kesadaran pihak sekolah dalam merespons isu ini, serta bentuk strategi yang telah diupayakan. Selain untuk mengumpulkan data lapangan, observasi ini bertujuan sebagai pijakan awal dalam merancang media edukatif yang efektif dan sesuai dengan kondisi nyata.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital membawa dimensi baru dalam praktik perundungan—yakni *cyberbullying*. Akses yang mudah terhadap media sosial membuat praktik perundungan kini melampaui ruang fisik dan berpindah ke dunia maya. Maka dari itu, strategi pencegahan perlu mempertimbangkan karakteristik ruang digital tempat remaja banyak menghabiskan waktunya. Instagram menjadi salah satu media sosial dengan jumlah pengguna remaja yang tinggi, dan dapat dimanfaatkan sebagai saluran kampanye yang komunikatif dan interaktif.

Data dari *We Are Social dan Hootsuite* (2024) menunjukkan bahwa Instagram adalah platform kedua paling banyak digunakan di Indonesia, dengan mayoritas penggunanya berasal dari kelompok usia 13–24 tahun. Informasi ini diperkuat oleh laporan *NapoleonCat* dan *Katadata* (2024) yang menyebutkan bahwa Instagram memiliki lebih dari 90 juta pengguna aktif di Indonesia, dan tingkat engagement tertinggi berasal dari kategori konten edukatif dan sosial. Fakta-fakta ini menunjukkan potensi besar Instagram untuk dijadikan medium kampanye anti-*bullying* yang tepat sasaran, khususnya di kalangan pelajar SMA.

Dengan melihat kesenjangan antara program yang sudah ada dan efektivitasnya di lapangan, serta besarnya potensi media sosial dalam menyuarakan isu sosial, maka dirasa penting untuk merancang kampanye edukatif anti-*bullying* yang dikemas secara visual dan disebarluaskan melalui Instagram. Kampanye ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran, membangun empati, dan mendorong perubahan sikap siswa terhadap praktik

perundungan di sekolah. Selain itu, tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengkaji, merancang, dan mengevaluasi media komunikasi visual yang mampu menjawab permasalahan sosial dengan pendekatan desain yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda masa kini.

KERANGKA TEORETIS

Bullying

Bullying merupakan perilaku menyimpang yang umum terjadi di kalangan remaja, terutama pada rentang usia 12–18 tahun yang ditandai dengan kecenderungan egosentrisme tinggi (Budiman, 2021). Perundungan ini dapat terjadi secara verbal, fisik, sosial, maupun digital (*cyberbullying*), dan berdampak serius pada psikologis korban, seperti trauma dan ketidakberdayaan (Fitroh et al., 2023; Ambarini et al., 2024). Pencegahan dapat dimulai dari keluarga melalui komunikasi yang intens, serta di lingkungan sekolah dengan menciptakan suasana pertemanan yang positif dan edukasi digital yang bijak (Kemendikbud, 2020). Penanganan korban juga memerlukan pendekatan holistik, termasuk dukungan emosional, aktivitas positif, dan pelaporan. Dalam upaya meningkatkan kesadaran akan bahaya *bullying*, media sosial seperti Instagram dinilai efektif karena dekat dengan keseharian remaja. Platform ini mampu menyampaikan pesan kampanye melalui visual menarik seperti poster dan *carousel* yang komunikatif, sehingga menjadi strategi tepat dalam membangun lingkungan sekolah yang aman.

Instagram

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna menjalankan berbagai aktivitas sosial secara daring, seperti berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi konten dalam bentuk teks, gambar, maupun video (Wira Yudha Alam et al., 2023). Instagram sebagai salah satu media sosial berbasis visual yang populer di kalangan remaja, menyediakan fitur-fitur seperti *Feed*, *Reels*, dan *Stories* yang mendorong interaksi dan kreativitas (Putra, 2023). Dengan fitur-fitur tersebut, Instagram memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan sebagai media kampanye edukatif, termasuk dalam isu anti-*bullying*. Melalui pendekatan visual seperti poster dan *carousel*, kampanye dapat dirancang secara menarik, komunikatif, dan relevan dengan keseharian pelajar, sehingga mampu membangun kesadaran serta mendorong perubahan perilaku menuju lingkungan sekolah yang lebih aman dan inklusif.

Teori Desain

Teori desain merupakan landasan penting dalam perancangan grafis yang mengatur prinsip dan metode visual agar pesan dapat tersampaikan secara efektif. Elemen-elemen visual seperti bentuk, warna, garis, ukuran, arah, tekstur, ruang, dan nilai terang-gelap berperan dalam membentuk komunikasi visual yang jelas dan menarik (Sanyoto, 2010). Prinsip dasar desain seperti keseimbangan, kontras, kesatuan, proporsi, ritme, dan hierarki juga menjadi pedoman dalam menciptakan komposisi yang estetis dan fungsional (Harsari et al., 2024). Dalam konteks kampanye anti-*bullying* di Instagram, pemanfaatan prinsip dan elemen desain yang tepat sangat krusial untuk menciptakan visual yang komunikatif dan menarik perhatian. Melalui penerapan desain yang terstruktur, kampanye ini diharapkan mampu menyampaikan pesan secara persuasif kepada pelajar SMA serta meningkatkan kesadaran mereka terhadap bahaya *bullying*.

Layout

Layout merupakan aspek penting dalam desain grafis yang berfungsi untuk mengatur elemen visual

seperti teks, gambar, dan grafis agar tersaji secara terstruktur dan mudah dipahami. Menurut Anggarini (2015) dan Rustan (2017), *layout* yang efektif harus memperhatikan prinsip keseimbangan, keselarasan, kontras, serta alur informasi yang jelas. Elemen tak terlihat seperti margin dan grid membantu menjaga keteraturan dan konsistensi tata letak, sementara prinsip seperti titik fokus, hierarki visual, dan kesatuan berperan dalam menekankan informasi utama dan menciptakan kesan harmonis. Dalam kampanye anti-*bullying* di Instagram, *layout* yang dirancang dengan tepat dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan melalui desain poster dan *carousel* yang menarik, informatif, serta mudah dipahami oleh pelajar SMA sebagai target audiens.

Warna

Warna merupakan elemen penting dalam desain grafis yang terbentuk dari interaksi antara cahaya, objek, dan pengamat (Dameria, 2007). Dalam konteks visual, warna dibagi ke dalam tiga kategori utama melalui lingkaran warna: primer, sekunder, dan tertier. Warna tidak hanya berfungsi mempercantik tampilan, tetapi juga memiliki peran psikologis yang mampu memengaruhi emosi dan persepsi audiens. Dalam perancangan kampanye anti-*bullying* melalui Instagram, pemilihan warna yang tepat menjadi kunci dalam membangun identitas visual, menarik perhatian, serta menyampaikan pesan secara emosional. Warna cerah dapat menekankan nilai empati dan keberanian, sementara warna tegas memperkuat kesan urgensi isu *bullying*, sehingga desain yang dihasilkan menjadi lebih komunikatif dan persuasif bagi pelajar SMA.

Tipografi

Tipografi adalah seni dalam memilih dan mengatur huruf untuk menciptakan komunikasi visual yang jelas dan menarik (Budianto, 2016). Elemen-elemen utama seperti jenis huruf, ukuran, spasi, dan warna berperan penting dalam membentuk karakter desain serta meningkatkan keterbacaan. Prinsip tipografi seperti hierarki visual, kontras, dan keseimbangan mendukung penyampaian pesan secara efektif (Sihombing, 2001). Dalam kampanye anti-*bullying* di Instagram, tipografi berfungsi tidak hanya sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang mampu menarik perhatian, memperkuat pesan, dan mendorong respons emosional audiens, sehingga meningkatkan kesadaran terhadap isu *bullying*.

Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Syafitri et al. (2024) menunjukkan efektivitas kampanye anti-*bullying* melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter, dengan pendekatan interaktif berupa infografis, video singkat, kuis, polling, serta sesi tanya jawab. Sementara itu, Azzahra (2023) menekankan efektivitas video animasi pendek sebagai media edukatif yang menarik bagi remaja dalam memahami *cyberbullying*. Berbeda dari kedua penelitian tersebut, kampanye ini hanya menggunakan Instagram sebagai platform utama dan memfokuskan pada output berupa *carousel* dan poster. Pemilihan media ini didasarkan pada popularitas Instagram di kalangan remaja serta kemampuannya dalam mendukung konten visual interaktif dan informatif, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens secara lebih efektif.

METODE PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis perancangan media visual dengan tujuan untuk menghasilkan kampanye anti-*bullying* melalui media sosial yang efektif, khususnya Instagram. Lokasi pengambilan data dilakukan di SMA Semen Gresik yang beralamat di Jl. Veteran

No.150, Kb. Dalem, Sidokumpul, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61122. Sasaran dalam penelitian ini adalah para siswa SMA Semen Gresik sebagai target audiens utama, mengingat mereka berada dalam fase remaja yang rentan terhadap praktik perundungan baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi dan wawancara untuk memperoleh data primer. Observasi dilakukan dengan memperhatikan secara langsung interaksi sosial siswa di lingkungan sekolah serta kecenderungan mereka dalam menggunakan media sosial. Observasi ini bertujuan untuk memahami pola perilaku bullying yang terjadi di lapangan, mulai dari bentuk verbal, fisik, hingga *cyberbullying*, serta bagaimana siswa meresponsnya. Selain observasi, wawancara dilakukan dengan beberapa siswa dan guru untuk menggali lebih dalam pengalaman, persepsi, serta tanggapan mereka terhadap fenomena *bullying* dan upaya penanggulangannya. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka yang terdiri dari jurnal ilmiah, literatur relevan, sumber online, dan dokumentasi berupa arsip atau catatan sekolah yang mendukung penguatan teori dan konteks penelitian.

Teknik analisis data menggunakan pendekatan 5W1H (*What, Where, When, Why, Who, dan How*) sebagai dasar strategi pengembangan konten visual. Pendekatan ini membantu merumuskan apa isi konten kampanye, di mana kampanye akan disebar, kapan waktu yang efektif untuk publikasi, mengapa kampanye ini diperlukan, siapa targetnya, serta bagaimana strategi penyampaian yang tepat. Dari analisis tersebut, selanjutnya dilakukan proses perancangan visual yang dimulai dari penyusunan konsep berdasarkan hasil data, lalu dikembangkan menjadi bentuk visualisasi awal dalam format *thumbnail* dan *tight issue*. Setelah tahap visualisasi awal selesai, dilakukan validasi desain untuk mengumpulkan masukan dari pengguna atau pihak terkait. Hasil akhir kemudian disempurnakan dan difinalisasi menjadi desain kampanye dalam bentuk *carousel* dan poster digital yang siap diunggah di Instagram

HASIL DAN PEMBAHASAN

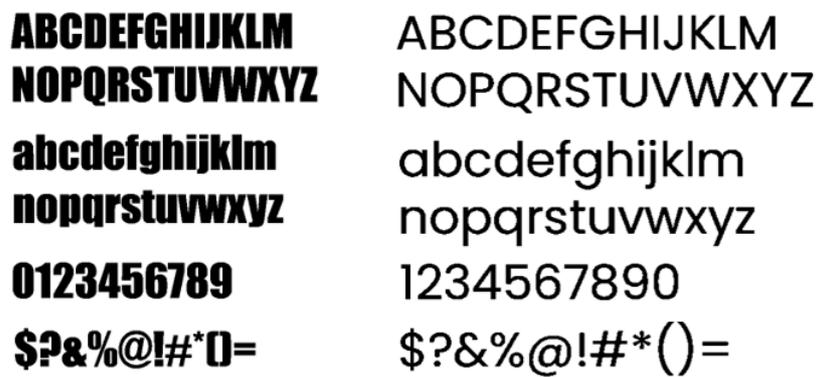
Hasil wawancara dan observasi di SMA Semen Gresik menunjukkan bahwa praktik *bullying* masih terjadi dalam bentuk verbal, fisik, maupun sosial. Faktor pemicunya meliputi tekanan pergaulan, perbedaan latar belakang, serta rendahnya kesadaran siswa terhadap dampak perundungan. Meskipun secara umum interaksi siswa tampak positif, perilaku bercanda yang merendahkan masih sering muncul dan berpotensi berkembang menjadi perundungan jika tidak segera ditangani.

Berdasarkan analisis 5W1H, perancangan media kampanye anti-*bullying* ini dirancang untuk menjawab kebutuhan komunikasi yang informatif dan relevan dengan karakter pelajar generasi Z. Kampanye difokuskan pada edukasi mengenai jenis-jenis *bullying*, dampaknya, serta cara pencegahan dan penanganannya. Media kampanye bertema *Stop Bullying* dikembangkan dalam bentuk poster dan *carousel* Instagram dengan pendekatan desain komunikatif. Menggunakan hierarki informasi yang jelas, ilustrasi kontekstual, serta warna-warna emosional seperti merah, biru, putih, dan kuning, konten kampanye tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menggugah empati dan mendorong aksi nyata. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Anggarini (2015) yang menekankan pentingnya kekuatan visual dalam menyentuh sisi emosional audiens, serta Rustan (2017) yang menekankan pentingnya struktur layout dalam mendukung efektivitas pesan visual.

Konsep visual kampanye *Stop Bullying* di SMA Semen Gresik dirancang dengan pendekatan *flat design* yang bersih dan sederhana, guna menyampaikan pesan secara cepat dan jelas di platform digital seperti Instagram. Ilustrasi bergaya minimalis dan karakter tanpa wajah dipilih agar bersifat universal dan mudah diterima semua siswa. Tipografi menggunakan kombinasi jenis font Impact untuk judul yang

tegas dan Poppins untuk informasi pendukung yang nyaman dibaca, sesuai dengan prinsip keterbacaan menurut Budianto (2016).

Warna dalam kampanye ini dipilih secara strategis untuk membangun kesan emosional dan komunikatif. Biru tua (#1D4863) menjadi warna utama yang merepresentasikan stabilitas dan kepercayaan, diperkuat oleh merah (#ED1F24) sebagai simbol urgensi dan peringatan terhadap *bullying*. Putih (#FFFFFF) menjaga keterbacaan dan memberi kesan netral, sementara kuning (#FBA919) digunakan untuk menyoroti elemen penting seperti CTA dengan nuansa optimis. Biru gelap (#02314B) berfungsi menambah kedalaman dan mendukung identitas sekolah. Pemilihan warna ini merujuk pada teori warna Damera (2007), sedangkan layout mengikuti prinsip Anggarini (2015) dan Rustan (2017) untuk menjaga keseimbangan dan efektivitas visual.



Gambar 1. Font Impact dan Poppins
(Sumber: Pinterest)



Gambar 2. Palet Warna
(Sumber: Dokumen Pribadi Penulis)

Media utama dalam perancangan ini adalah *carousel* Instagram dan poster yang berperan sebagai kanal penyampaian pesan edukatif anti-*bullying* kepada pelajar SMA.

a. *Carousel*

Pertama Konten *carousel* Instagram dirancang sebagai media interaktif edukatif yang terdiri dari tiga *feed*, masing-masing berisi empat *slide* (1080 x 1440 piksel). Setiap *feed* mengangkat tiga pilar

“Perancangan Media Kampanye Anti-Bullying di Kalangan Pelajar SMA Di Gresik Melalui Media Sosial Instagram”

utama: edukatif (jenis dan dampak *bullying*), ajakan (dukungan terhadap korban), dan aksi (langkah nyata melawan *bullying*). Dilengkapi dengan visual menarik dan CTA, konten dipublikasikan bertahap selama tiga minggu untuk meningkatkan keterlibatan dan efektivitas pesan pada pelajar SMA.



Gambar 3. Feed Instagram Carousel 1
(Sumber: Dokumen Pribadi Penulis)

Carousel 1 dirancang secara terstruktur untuk menyampaikan isu *bullying* di sekolah. *Slide* pertama memperkenalkan topik dengan simbol peringatan, diikuti edukasi jenis *bullying* pada *slide* kedua. *Slide* ketiga menyoroti dampaknya, sementara *slide* terakhir mengajak audiens untuk peduli dan bertindak. Desain memadukan warna kontras, tipografi jelas, dan ilustrasi pendukung agar pesan tersampaikan secara efektif dan menarik.



Gambar 4. Feed Instagram Carousel 2
(Sumber: Dokumen Pribadi Penulis)

Carousel 2 dalam perancangan media kampanye ini menyampaikan pesan ajakan yang kuat untuk melawan *bullying* melalui pendekatan visual yang konsisten dan komunikatif. *Slide* pertama menghadirkan seruan tegas agar siswa tidak tinggal diam, melainkan berani bersuara terhadap tindakan perundungan. *Slide* kedua menyampaikan informasi ringkas mengenai ciri-ciri korban *bullying*, dengan tujuan meningkatkan kepekaan audiens terhadap kondisi di sekitar mereka. *Slide* ketiga memperkuat solidaritas melalui kampanye #BeraniBicara, didukung oleh ilustrasi interaksi antarsiswa yang menggambarkan empati dan dukungan. Sementara itu, *slide* terakhir mengarahkan audiens pada aksi konkret, yaitu melapor ke guru BK apabila menemukan kasus *bullying*. Seluruh elemen visual—mulai dari warna tegas, tipografi sans-serif yang mencolok, hingga ilustrasi bergaya flat—didesain untuk mendukung keterbacaan dan memperkuat dampak pesan secara emosional dan informatif.



Gambar 5. Feed Instagram Carousel 3
(Sumber: Dokumen Pribadi Penulis)

Carousel 3 menekankan pentingnya membangun lingkungan sekolah yang aman dan suportif. Slide pertama menyoroti kenyamanan yang tercipta dari rasa aman di sekolah. Slide kedua memberikan dukungan moral bagi siswa yang bingung menghadapi *bullying*, diperkuat dengan ilustrasi bermakna. Slide ketiga mengajak untuk saling menghargai melalui pesan “Respect Teman” dan tagar #StopBullying, sedangkan slide terakhir memberikan informasi tentang pihak-pihak yang bisa diandalkan untuk meminta bantuan. Secara visual, desain ini mengedepankan nilai kepedulian, solidaritas, dan aksi nyata demi menciptakan ruang belajar yang bebas dari *bullying*.

b. Tampilan Keseluruhan



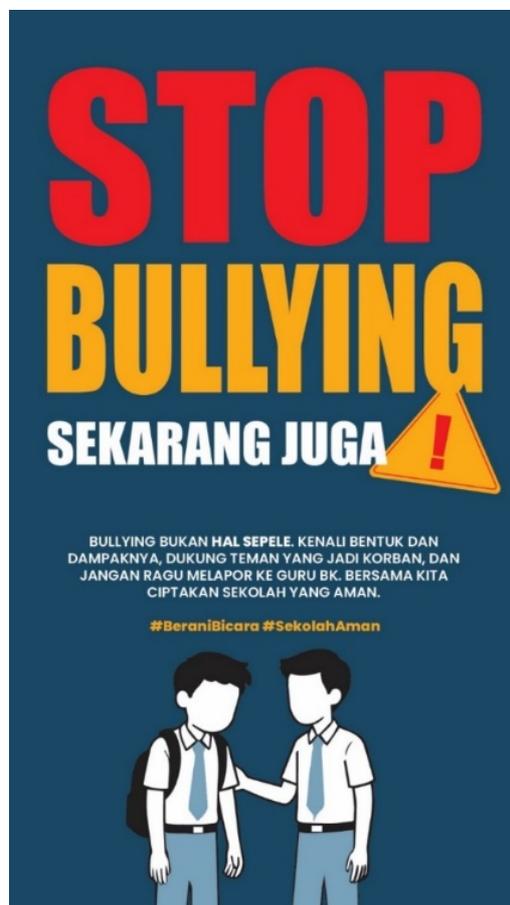
Gambar 6. Feed Instagram Carousel 3
(Sumber: Dokumen Pribadi Penulis)

Hasil karya *carousel feed* kampanye anti-bullying ini dirancang sebagai media edukatif visual yang menyasar pelajar SMA melalui Instagram. Desain mengintegrasikan prinsip desain komunikasi visual, dengan tipografi Impact untuk judul yang tegas dan Poppins untuk isi yang ramah dibaca (Budianto, 2016; Sihombing, 2001). Tata letak menerapkan grid system serta prinsip keseimbangan dan hierarki visual, sebagaimana disarankan oleh Anggarini (2015) dan Rustan (2017).

Palet warna digunakan secara strategis: biru tua (#1D4863) memberi kesan stabil, merah (#ED1F24) menandai urgensi, putih (#FFFFFF) menjaga keterbacaan, kuning (#FBA919) membawa nuansa optimis, dan biru gelap (#02314B) memperkuat ketegasan. Pemilihan ini sejalan dengan teori warna yang menekankan efek emosional warna terhadap persepsi audiens (Dameria, 2007).

Konten disusun berdasarkan pendekatan 5WIH, mencakup aspek edukatif, ajakan, dan aksi. Ilustrasi flat design tanpa detail wajah menciptakan inklusivitas dan kedekatan emosional. Dengan pendekatan visual yang sesuai karakter generasi Z, karya ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran serta mendorong aksi nyata dalam melawan *bullying* di lingkungan sekolah.

c. Poster Digital



Gambar 4. Poster Digital
(Sumber: Dokumen Pribadi Penulis)

Poster digital berjudul “*STOP BULLYING SEKARANG JUGA*” ini dirancang dengan pendekatan visual yang menekankan urgensi dan ajakan tindakan. Warna merah digunakan untuk kata “STOP”

untuk membangun kesan bahaya dan tegas, sementara kuning sebagai aksesoris peringatan mendukung perhatian visual, sesuai teori psikologi warna oleh Dameria (2007) yang menyatakan bahwa warna dapat membangkitkan reaksi emosional. Latar biru tua memberi nuansa stabil dan profesional, serta memperkuat kredibilitas pesan.

Dari segi tipografi, poster ini menggabungkan huruf Impact yang tebal dan kapital untuk judul, menciptakan penekanan kuat, serta huruf sans-serif yang lebih ringan di bagian isi untuk mempertahankan keterbacaan (Budianto, 2016; Sihombing, 2001). Penataan layout mengikuti prinsip hierarki visual dengan urutan informasi yang jelas—dimulai dari ajakan utama, penjelasan singkat, hingga ilustrasi yang memperkuat makna pesan. Sesuai panduan Anggarini (2015) dan Rustan (2017), elemen-elemen ini dirancang agar mudah dipahami oleh pelajar generasi Z, sekaligus menyentuh sisi emosional mereka untuk mendorong aksi.

Perancangan media kampanye ini berbeda dari penelitian sebelumnya, baik dari platform maupun bentuk output. Syafitri et al. (2024) menggunakan berbagai media sosial, sedangkan Azzahra (2023) mengandalkan video animasi. Dalam perancangan ini, fokus hanya pada Instagram karena popularitasnya di kalangan remaja dan kemampuannya mendukung format visual interaktif. Output yang dikembangkan berupa *carousel* dan poster digital. *carousel* menyajikan informasi secara bertahap dan interaktif, sementara poster digital bersifat ringkas dan mudah dibagikan. Pendekatan ini dinilai lebih tepat sasaran dan efektif untuk menjangkau pelajar SMA.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan rangkaian proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media kampanye anti-*bullying* untuk pelajar SMA di Gresik melalui platform Instagram dirancang sebagai respons terhadap rendahnya kesadaran akan isu *bullying* di lingkungan sekolah. Kampanye ini hadir sebagai upaya strategis dalam membentuk media komunikasi visual yang informatif, menarik, dan relevan dengan kebiasaan pelajar generasi Z. Melalui metode kualitatif berupa observasi dan wawancara, diperoleh pemahaman yang menjadi dasar dalam menyusun konsep visual yang komunikatif, baik dari segi isi maupun tampilan. Media utama yang dihasilkan berupa *carousel* Instagram dan poster digital didesain untuk menyampaikan informasi secara bertahap, emosional, dan mudah dipahami. Kampanye ini juga diperkuat dengan media pendukung seperti stiker, brosur, gantungan kunci, dan merchandise lainnya, yang memperluas jangkauan pesan. Secara keseluruhan, hasil perancangan ini diharapkan mampu membangun empati, meningkatkan partisipasi aktif siswa, serta menciptakan lingkungan sekolah yang lebih aman dan suportif.

Sebagai tindak lanjut dari hasil perancangan ini, sekolah diharapkan lebih proaktif dalam menciptakan ruang aman bagi siswa melalui kegiatan edukatif yang konsisten serta kolaborasi dengan pihak luar seperti konselor atau desainer. Siswa diharapkan tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan aktif dalam gerakan anti-*bullying* melalui tindakan sederhana seperti memberikan dukungan kepada teman dan melaporkan perilaku perundungan. Mahasiswa, khususnya di bidang desain dan komunikasi, dapat menjadikan isu *bullying* sebagai inspirasi dalam menciptakan karya visual yang berdampak sosial. Sementara itu, lembaga akademik didorong untuk membuka ruang kolaborasi dan mendukung riset yang berorientasi pada pemecahan isu-isu sosial nyata, agar pendidikan tidak hanya menjadi wadah pengembangan teori, tetapi juga sarana perubahan di masyarakat.

REFERENSI

- Ambarini, T. K., Marita, P. C., Farisandy, E. D., Yuniaty, S., Dewi, P. Y. T., Meilinawati, A., & Abdillah, A. A. (2024). *Mengenal Kondisi Mental dengan Risiko Gangguan Psikosis*. Airlangga University Press.
- Anggarini, A. (2015). *Desain Layout*. Bandung: Media Visual.
- Azzahra Pristiyani, S. (2023). *Perancangan Video Edukasi Cyberbullying Terhadap Remaja* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Budianto, E. (2016). *Dasar-Dasar Tipografi: Panduan Lengkap untuk Desainer Grafis*. Penerbit Andi.
- Dameria, A. (2007). *Color Basic: panduan dasar warna untuk desainer & industri grafika*. Jakarta: Link & Match Graphic.
- Detik.com. (2024, Februari 17). *Pelajar yang tabrakkan diri ke KA di Gresik diduga sering di-bully*. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-7746517/pelajar-yang-tabrakkan-diri-ke-ka-di-gresik-diduga-sering-di-bully>
- Harsari, R. N., Wahidiyat, M. P., Permanasari, D. E., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., Mustikadara, I. S., ... & Judijanto, L. (2024). *Dasar-dasar Desain Grafis: Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Idris, M. (2024). Upaya Menanggulangi Bullying di Kalangan Pelajar: Strategi Efektif untuk Menciptakan Lingkungan Sekolah Yang Aman dan Positif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 4(6).
- Katadata. (2024). *Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Capai 90 Juta Per Januari 2024*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Stop Perundungan*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Retrieved from <https://repositori.kemdikbud.go.id>
- NapoleonCat. (2024). *Instagram Users in Indonesia – January 2024*. Diakses dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01>
- Putra, B. P. (2023). *Instagram Post Design Guide Book*. Penerbit Ma Chung Pres.
- Rustan, S. (2017). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, S. E. (2010). *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Jalasutra.
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Syafitri, N., Hanafiah, W. O., Rahmatia, R., Baharudin, B., Maneba, S., Lestari, D., dan Saifullah, S. (2024). Kampanye Anti-Bullying di SMA: Pendekatan melalui Media Sosial. *Kamba Mpu: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 18-21.
- Wira Yudha Alam, D., Andi Pratama Pandian, Maharani Rosyelina Cindy, Erika Jihan Shalsa Billa, Muhammad Rizqi Firmansyah, & Dera Sofita Anggraini. (2023). *Sosial media dan strategi pemasaran*. (n.p.): Mega Press Nusantara.