

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SEBAGAI MEDIA EDUKASI *SECURE ATTACHMENT*

Pusbo Riandini¹, Gusnita Linda² dan Ratih Alifah Putri³

¹S1 Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom Purwokerto, Jl. DI Pandjaitan No. 128, Karangreja, Purwokerto Kidul, Kec. Purwokerto Sel, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53147

[¹riandinipus@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:riandinipus@student.telkomuniversity.ac.id)

Abstrak : Kelekatan (attachment) adalah hubungan dasar antara bayi dan pengasuh, yang memengaruhi perkembangan emosional anak. Individu dengan kelekatan aman cenderung nyaman dalam hubungan, sedangkan kelekatan tidak aman berkaitan dengan rendahnya harga diri. Penelitian ini bertujuan mengedukasi orang tua tentang pentingnya kelekatan dalam membentuk komunikasi sehat dengan anak melalui iklan layanan masyarakat. Dengan pendekatan kualitatif dan metode 5W+1H, data diperoleh dari wawancara dengan psikolog dan anak-anak yang mengalami hambatan komunikasi. Hasilnya menunjukkan bahwa masalah emosional orang tua dapat berdampak negatif pada psikologis anak, seperti kurangnya perhatian dan kesempatan berbicara. Penelitian ini menekankan pentingnya kesadaran orang tua akan peran komunikasi demi perkembangan karakter anak.

Kata kunci: Keluarga, Orang Tua, Anak, Kelekatan, Komunikasi

Abstract : Attachment is the basic relationship between infant and caregiver, which influences the child's emotional development. Individuals with secure attachments tend to be comfortable in relationships, while insecure attachments are associated with low self-esteem. This study aims to educate parents about the importance of attachment in forming healthy communication with children through public service announcements. With a qualitative approach and the 5W + 1H method, data were obtained from interviews with psychologists and children who experience communication barriers. The results show that parental emotional problems can have a negative impact on children's psychology, such as lack of attention and opportunities to talk. This study emphasizes the importance of parental awareness of the role of communication for the development of children's character.

Keywords: Family, Parents, Children, Attachment, Communication

PENDAHULUAN

Keluarga memegang peran utama dalam proses pengasuhan anak, karena lingkungan keluargalah tempat pertama di mana anak tumbuh dan memperoleh pendidikan. Tanggung jawab keluarga dalam membimbing dan merawat anak sangatlah penting—jika dilaksanakan dengan baik, hal ini akan mendukung pertumbuhan dan perkembangan anak secara optimal (Ulfah et al., 2021). Pada tahun 2022, data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa 16,7% perempuan mengambil alih peran kepala keluarga akibat perceraian, sedangkan 70,37% karena ditinggal pasangan meninggal dunia. Sementara itu, hanya 1,21% laki-laki menjadi kepala keluarga karena perceraian, dan 3,06% karena kematian pasangan (Dzhini & Widyastuti, 2019). Berdasarkan data yang dirilis oleh United Nations Children's Fund (UNICEF) pada tahun 2021, tercatat bahwa sebanyak 20,9% atau sekitar 2.999.577 anak di Indonesia tumbuh dan berkembang tanpa kehadiran figur ayah dalam kehidupan mereka (Diri et al., 2024). Data yang dipaparkan menunjukkan minimnya keterlibatan ayah dalam keluarga—a kondisi yang memprihatinkan namun masih kurang mendapat perhatian publik. Fenomena ini dikenal dengan istilah *fatherless*. *Fatherless* merujuk pada ketiadaan peran ayah dalam kehidupan anak, yang bisa terjadi akibat kematian, perceraian, atau konflik keluarga. Laporan *The State of The World's Fathers* menyebutkan bahwa Indonesia termasuk negara dengan tingkat rendah keterlibatan ayah dalam pengasuhan, salah satunya dipengaruhi oleh budaya patriarki (Hayatunnufus & Ratri, 2024). Dari data yang dipaparkan bisa dilihat bahwa terdapat kesenjangan peran orang tua yang berdampak pada tumbuh kembang karakter serta psikologis anak.

Dalam proses tumbuh kembang, anak-anak cenderung mengungkapkan kebutuhan mereka akan kasih sayang dari orang tua. Respon terhadap kebutuhan ini membentuk hubungan emosional yang erat, atau

kelekatan (*attachment*), antara anak dan orang tua (Jørgensen et al., 2024). Kelekatan (*attachment*) merupakan hubungan emosional awal yang terbentuk antara seorang bayi dan pengasuh utamanya, yang umumnya adalah orang tua (Wu, 2024). Interaksi antara orang tua dan anggota keluarga lainnya, khususnya anak, memiliki peranan krusial dalam mendukung tumbuh kembang serta kesejahteraan psikologis anak (Moradi et al., 2020). Seseorang yang memiliki kelekatan yang sehat (*secure attachment*) cenderung merasa aman dalam menjalin kedekatan emosional, mampu menghargai diri sendiri, bersikap terbuka terhadap orang lain, serta mudah memberikan kepercayaan dalam hubungan interpersonal (Fan, 2024). Individu dengan kelekatan yang tidak aman (*insecure attachment*) cenderung memiliki pandangan negatif terhadap diri sendiri, merasa tidak pantas untuk dicintai, serta kerap diliputi kekhawatiran akan ditinggalkan oleh orang-orang yang mereka anggap penting (Damariyanti, 2020). Sebuah jurnal penelitian berjudul “Komunikasi Ayah dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja *Fatherless*” mengungkapkan bahwa absennya sosok ayah dalam kehidupan anak berdampak signifikan terhadap kemampuan anak dalam menjalin komunikasi dengan anggota keluarga lainnya (Putri & Setiawan, n.d.). Guna menjembatani persoalan ini dan meningkatkan kesadaran orang tua akan pentingnya kebutuhan psikologis anak, diperlukan media edukatif yang mampu membantu mereka memahami kebutuhan anak secara lebih baik. Salah satu pendekatan yang efektif, mudah diakses, dan mampu menjelaskan pengaruh kelekatan terhadap komunikasi orang tua dan anak adalah melalui iklan layanan masyarakat.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) menjadi salah satu sarana komunikasi yang ampuh dalam menyampaikan pesan maupun edukasi, dengan sasaran utama membentuk kesadaran publik dan mendorong perubahan perilaku masyarakat (Dayana et al., 2024). Perancangan ini bertujuan untuk

memberikan pemahaman kepada orang tua mengenai pentingnya kelekatan, yang berperan dalam membentuk komunikasi efektif antara orang tua dan anak serta mendukung perkembangan karakter anak.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan tahapan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh dan mengevaluasi data dalam sebuah studi, dengan tujuan menjawab permasalahan yang ada atau membuktikan kebenaran suatu hipotesis (Dr. Drs. H. Rifa'i Abdubakar, 2021). Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif, yang dikenal fleksibel dan interpretatif. Metode ini berlandaskan filosofi postpositivistik dan memfokuskan pada penafsiran data lapangan (Sarosa, n.d.). Objek perancangan ini adalah *secure attachment* dan subjek perancangan ini adalah psikolog. Perancangan ini mengambil data dari 2 sumber yaitu data primer yang terdiri dari wawancara dan sumber data sekunder yang didapat dari buku, jurnal, artikel ilmiah dan lain-lain. Informan dari perancangan ini adalah psikolog dari Biro Psikolog Terapan Sakura Bu Kurniasih Dwi Purwanti, M.Psi atau yang akrab disapa Bu Unie. Metode analisis data yang dipakai pada perancangan ini adalah 5w+1H. Metode ini berfungsi untuk mengurai masalah secara menyeluruh sebagai dasar perbaikan dan pengendalian proses yang lebih efisien. Teknik 5W+1H digunakan dengan mengajukan pertanyaan inti seperti apa, di mana, mengapa, siapa, kapan, dan bagaimana (Tiara & Wiranda, 2024).

HASIL DAN DISKUSI

Konsep

Konsep iklan layanan masyarakat berjudul "Cermin" diangkat dari kisah nyata seorang narasumber, menggambarkan bagaimana kurangnya

kasih sayang dan komunikasi dari orang tua membentuk karakter anak sejak kecil. Iklan ini bertujuan mengedukasi orang tua tentang pentingnya perhatian dan interaksi emosional dalam proses tumbuh kembang anak. Fokus utama iklan adalah menunjukkan bagaimana perilaku orang tua direkam oleh anak dan tercermin kembali saat anak tumbuh dewasa. Dengan menampilkan perspektif anak, iklan ini diharapkan menjadi sarana introspeksi bagi orang tua terhadap pola asuh yang mereka terapkan.

Iklan layanan masyarakat berjudul “Cermin” mengusung konsep drama keluarga, berfokus pada pengembangan karakter dan dialog yang menggambarkan dinamika emosional. Ceritanya mengikuti perjalanan Ami, anak yang tumbuh dalam keluarga minim kasih sayang dan komunikasi. Karakter serta adegan diambil dari kisah nyata narasumber, menampilkan konflik antara Ami dan ibunya yang meluapkan amarah.

Visualnya menggunakan dua garis waktu: masa kecil Ami dengan nuansa jadul dan kusam, serta masa dewasanya dengan tampilan modern dan vibrant. Pengambilan gambar statis digunakan untuk mempertegas ekspresi emosional para tokoh. Secara keseluruhan, iklan ini menyuarakan isu kurangnya perhatian dan komunikasi dalam keluarga yang berdampak pada pembentukan karakter anak saat dewasa.

Naskah iklan ini menggunakan alur maju untuk menggambarkan perkembangan karakter Ami, seorang anak yang kurang mendapat perhatian dan kasih sayang dari orang tuanya. Cerita dimulai dari masa kecil Ami yang mengalami berbagai bentuk pengabaian, seperti ibu yang sibuk bermain ponsel saat dimintai bantuan, ayah yang menolak ajakan jalan-jalan, hingga perbandingan yang menyakitkan dengan sepupu. Pola perlakuan ini terus berulang hingga Ami dewasa. Konflik memuncak saat Ami hanya memberikan jawaban singkat tentang kuliah dan sang ibu bereaksi dengan kemarahan yang menyakitkan. Cerita ini diharapkan mendorong refleksi bagi para orang tua

akan pentingnya komunikasi dan kasih sayang dalam membentuk karakter anak.

Sinematografi menjadi elemen penting dalam rancangan iklan ini, dengan fokus pada teknik kamera statis untuk menonjolkan ekspresi dan bahasa tubuh secara emosional. Penggunaan angle seperti eye angle, low angle, dan high angle membangun koneksi emosional, kesan dominan, serta ketidakberdayaan karakter. Ukuran shot yang dipilih—close up, medium shot, dan long shot—dimanfaatkan untuk menangkap detail emosi wajah, gerakan tubuh, dan dinamika adegan secara menyeluruh. Keseluruhan teknik visual ini dirancang agar pesan iklan dapat tersampaikan secara efektif kepada audiens.

Konsep artistik dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini terdiri dari *setting* tempat dan *setting* busana untuk para *cast*. Konsep editing dalam perancangan ini dibagi menjadi dua tahap: *editing offline* untuk menyusun adegan menjadi alur cerita yang utuh, dan *editing online* sebagai proses penyempurnaan visual. Tahap *online* mencakup koreksi *frame*, pemberian warna (*color grading*), musik latar, efek suara, pencampuran audio, serta penambahan teks. Warna kusam digunakan untuk menggambarkan masa kecil Ami yang kelam, sedangkan warna dingin mencerminkan jarak emosional saat Ami dewasa. Video ditutup dengan teks visual berisi pesan-pesan reflektif untuk para orang tua. Judul “Cermin” dipilih untuk iklan layanan masyarakat ini karena mencerminkan bagaimana perilaku dan pola asuh orang tua dapat membentuk karakter dan kondisi psikologis anak dalam proses tumbuh kembangnya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), salah satu makna dari kata *cermin* adalah sesuatu yang dapat dijadikan contoh atau pembelajaran (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, n.d.). Saat tumbuh kembang, anak menjadikan orang tua sebagai panutan utama—segala sikap dan ucapan mereka cenderung ditiru.

Judul “Cermin” merepresentasikan bagaimana karakter Ami terbentuk sebagai refleksi langsung dari pola asuh yang diterimanya sejak kecil.

Setiap gambar (meliputi foto, diagram, bagan, foto, ilustrasi, skema dan grafik yang semuanya diberi judul “gambar”) harus dalam kondisi baik dengan resolusi minimal 200 dpi serta tampilan hitam putih (*greyscale*). Tampilan gambar berwarna penuh (*full color*) diperbolehkan pada versi *online* saja.

Visualisasi Karya

1. Media Utama



Gambar 1. 1 *Photo Still "CERMIN"*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1. 2 *Photo Still "CERMIN"*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1. 3 *Photo Still* "CERMIN"
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1. 4 *Photo Still* "CERMIN"
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Media Pendukung

a. Thumbnail



Gambar 1. 5 Media Pendukung *Thumbnail*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b. Poster



Gambar 1. 6 Media Pendukung *Poster*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c. Kaos

Gambar 1. 7 Media Pendukung Kaos
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

d. Totebag

Gambar 1. 8 Media Pendukung Totebag
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

KESIMPULAN (Capital, Bold, 12pt)

Penelitian ini mengungkap adanya persoalan komunikasi antara orang tua dan anak, di mana orang tua sering kali mengabaikan anak karena alasan kesibukan, kelelahan, atau beban pribadi tanpa menjelaskan situasi tersebut

kepada anak. Akibatnya, anak merasa bingung dan cenderung menarik diri. Untuk mengatasi hal ini, dirancanglah iklan layanan masyarakat berbentuk video yang bertujuan meningkatkan kesadaran orang tua terhadap pentingnya kelekatan emosional dalam membangun komunikasi yang sehat. Video tersebut menggambarkan kurangnya perhatian orang tua dan dampaknya terhadap perkembangan karakter anak yang menjadi acuh tak acuh. Media ini didukung oleh berbagai materi promosi seperti poster, teaser, merchandise, dan banner untuk menjangkau audiens secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, K. P. D. dan M. R. I. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/cermin>
- Damariyanti, M. (2020). Adult Attachment, Pemaafan Dan Kesejahteraan Psikologis Pada Individu Menikah. *Jurnal Psikologi*, 13(1), 1–14.
<https://doi.org/10.35760/psi.2020.v13i1.2567>
- Dayana, S., Komputer, I., Nuswantoro, U. D., Imam, J., & No, B. (2024). *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Merokok bagi Anak Usia 10-14 Tahun di Indonesia*. 6(2).
- Diri, H., Kehilangan, R., Ditinjau, P. A., Kelekatan, D., Tua, O., Hubungan, D., Sebaya, T., Dwianti, S., Lova Riza, W., Aisha, D., Psikologi, F., Buana, U., Karawang, P., & Info, A. (2024). Self-esteem in Fatherless Adolescent is reviewed by Parental Attachment and Peer Relationship. *Jurnal Imiah Psikologi*, 12(3), 333–340.
<http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v12i3>
- Dr. Drs. H. Rifa'i Abdubakar, M. . (2021). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
https://books.google.co.id/books?id=5ijKEAAQBAJ&dq=metodologi+p enelitian&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Dzihni, A., & Widyastuti, Y. (2019). *Dinamika Penerimaan Diri Wanita Dewasa Awal Yang Mengalami Fatherless*. 1–17.
- Fan, Y. (2024). Possible Effects of Parents with Avoidant Attachment on Parent-Child Relationships. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 49(1), 62–66. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/49/20231781>
- Hayatunnufus, A., & Ratri, D. (2024). Kinetic Family Drawing: Persepsi Anak

- Fatherless di Panti Asuhan Terhadap Sosok Ayah. *Murhum : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 1160–1174. <https://doi.org/10.37985/murhum.v5i1.657>
- Jørgensen, M. S., Vestergaard, M., Beck, E., Storebø, O. J., Poulsen, S., Simonsen, E., & Bo, S. (2024). Attachment Problems and Mentalizing Capacity Relate to Parent–Child Informant Discrepancies in Female Adolescents with Borderline Personality Disorder. *Child Psychiatry and Human Development*. <https://doi.org/10.1007/s10578-024-01735-w>
- Moradi, M., Farhangi, A., & Tizdast, T. (2020). Modeling children’s behavioral problems based on attachment styles with parent-child relationship mediation. *Adolescent And Youth Psychological Studies*, 4(3), 47–54. http://jospnay.ir/files/site1/user_files_400674/eng/godadmin-A-10-2-1-28df172.pdf
- Putri, R. A., & Setiawan, E. (n.d.). *Komunikasi Ayah dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja Fatherless*. 569–575.
- Sarosa, S. (n.d.). *Analisis Data Peneletian Kualitatif*.
- Tiara, S., & Wiranda, A. (2024). Upaya Meminimalisir Tingkat Cacat Proses Produksi Pada Fabrikasi Pipe Support MSP-Triraya Menggunakan Metode Fishbone Diagram Dan 5w + 1H. *Journal.Teknik Industri Aritekin.or.Id*, 2(1), 45–54.
- Ulfah, M., Laelasari, E., & Mustaqiem, I. (2021). Pola Asuh Anak Keluarga yang Berbeda Kota Tempat Tinggal: Studi 3 Keluarga di Desa Tompongpatu. *AS- SYAR ' I : Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga*, 3(1), 85–94. <https://doi.org/10.47476/assyari.v6i1.1797>
- Wu, W. (2024). The Effects of Parent-child Attachment Style and Parenting Style on Children’s Emotional Competence. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 26, 627–633. <https://doi.org/10.54097/4bc2zt07>