

Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pentingnya Pendidikan Karakter untuk Pelajar SMA Sederajat

Ardi Rosyadi¹, Anin Ditto², Mutia Budhi Utami³

Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia Padangpanjang^{1,2,3}

*Email Korespondensi: ardirosyadi1@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 01-08-2026
Disetujui 07-08-2026
Diterbitkan 13-08-2026

ABSTRACT

Character education is an effort to apply religious, moral and ethical values to students through science, assisted by parents, teachers and the community which is very important in the formation and development of students' character. In order to create a cultured nation through strengthening religious values, honesty, national spirit, environmental care, social care and responsibility, the government considers it necessary to strengthen character education. Data collection methods were carried out through observation, interviews, literature studies and questionnaires. The data analysis method used is 5W – 1H. The social campaign was carried out through seminars to high schools and vocational schools in Padangpanjang City. The presentation of this social campaign work is presented in the form of an exhibition. An exhibition is an activity to present works that will be communicated and appreciated by the audience. In the exhibition display later, digital works and printed works will be displayed so that the audience can see the media mix that has been designed. From the results of designing a social campaign about the importance of character education for high school students, namely motivating students and female students to implement character education through organizations, culture and religion and improving the quality of Padang Panjang city students in terms of student behavior and attitudes starting from their awareness of the importance of character education ..

Keywords: Character Education, Students, Social Campaigns, Motivating

ABSTRAK

Pendidikan karakter adalah sebuah usaha untuk menerapkan nilai-nilai agama, moral, etika pada peserta didik melalui ilmu pengetahuan, dibantu oleh orang tua, guru, serta masyarakat yang sangat penting dalam pembentukan dan perkembangan karakter peserta didik. Dalam rangka mewujudkan bangsa yang berbudaya melalui penguatan nilai-nilai religius, jujur, semangat kebangsaan, peduli lingkungan, peduli sosial, dan bertanggung jawab, pemerintah memandang perlu penguatan pendidikan karakter. Metode pengambilan data yang dilakukan melalui Observasi, wawancara, studi pustaka dan kuisioner. Metode Analisis data yang digunakan adalah 5W – 1H. Kampanye sosial dilakukan melalui seminar ke SMA dan SMK yang ada di Kota Padangpanjang. Dalam penyajian karya kampanye sosial ini disajikan dalam bentuk pameran. Pameran adalah suatu kegiatan penyajian karya yang akan dikomunikasikan dan di apresiasi para audiens. Pada display pameran nanti, akan di pajang karya digital dan karya cetaknya agar audiens dapat melihat bauran media yang telah dirancang. Dari hasil perancangan kampanye sosial tentang pentingnya pendidikan karakter untuk pelajar SMA, yaitu memotivasi siswa dan siswi untuk menerapkan pendidikan karakter melalui organisasi, budaya dan agama dan meningkatkan kualitas pelajar kota Padang Panjang dari segi perilaku dan sikap pelajar dengan mulai dari kesadaran mereka terhadap pentingnya Pendidikan karakter.

Katakunci: Pendidikan karakter, pelajar, kampanye sosial, motivasi

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Rosyadi, A., Ditto , A. ., & Utami , M. B. . (2026). Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pentingnya Pendidikan Karakter untuk Pelajar SMA Sederajat. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(5), 9663-9670. <https://doi.org/10.63822/ntb5pz51>

PENDAHULUAN

Pendidikan karakter adalah sebuah usaha untuk menerapkan nilai-nilai agama, moral, etika pada peserta didik melalui ilmu pengetahuan, dibantu oleh orang tua, guru, serta masyarakat yang sangat penting dalam pembentukan dan perkembangan karakter peserta didik. Dalam rangka mewujudkan bangsa yang berbudaya melalui penguatan nilai-nilai religius, jujur, toleran, disiplin, bekerja keras, kreatif, mandiri, demokratis, rasa ingin tahu, semangat kebangsaan, peduli lingkungan, peduli sosial, dan bertanggung jawab, pemerintah memandang perlu penguatan pendidikan karakter.

Pendidikan karakter didapat melalui beberapa aspek seperti dalam hal agama, orang lain, dorongan diri kita sendiri, maupun lingkungan, terutama pada lingkungan keluarga dan lingkungan sekolah. Beberapa waktu lalu banyak diberitakan kasus siswa yang membentak guru saat dinasehati. Salah satu kejadian pada 17 Juni 2023 silam di Kabupaten Limapuluh Kota Sumatera Barat, dimana seorang siswa kelas 4 SDN 07 Sariak membentak, memukul dan menendang pintu sekolah saat siswa tersebut ditegur oleh gurunya (<https://www.lampungtime.com/news>).

Berdasarkan beberapa kasus di atas, dapat dilihat betapa pentingnya sebuah pendidikan karakter bagi seorang pelajar. Pendidikan karakter adalah proses pembentukan karakter atau nilai-nilai moral yang baik pada individu melalui pendidikan formal maupun non-formal. Pendidikan karakter di Indonesia dimulai sejak dini dengan mengajarkan nilai-nilai moral pada anak-anak di sekolah dasar.

Pentingnya kampanye sosial sebagai sarana yang dapat memberikan informasi tentang pentingnya penerapan pendidikan karakter kepada pelajar SMA sederajat dan juga bentuk penyadaran kepada masyarakat agar dapat menjaga dan juga meningkatkan minat dari anak betapa pentingnya penerapan pendidikan karakter melalui kegiatan ekstrakurikuler di sekolah. Perancangan ini juga sebagai bentuk teguran kepada masyarakat terutama bagi remaja agar sadar akan pentingnya penerapan pendidikan karakter. Maka dari itu penulis merancang kampanye sosial, melalui kampanye ini diharapkan masyarakat mendapatkan informasi dan juga edukasi melalui karya visual yang persuasif dan *relatable* sehingga dapat merubah pola hidupnya menjadi lebih baik.

METODE

Penelitian dalam perancangan kampanye sosial tentang pentingnya pendidikan karakter untuk pelajar SMA sederajat ini menggunakan metode kualitatif. Data yang diperoleh menjadi dasar dalam menentukan konsep komunikasi dan visual yang sesuai dengan karakteristik target audiens.

Pengumpulan data dalam perancangan ini dilakukan melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan mengamati kondisi serta perilaku pelajar SMA dan SMK di Kota Padang Panjang, khususnya yang berkaitan dengan penerapan nilai-nilai pendidikan karakter dalam lingkungan sekolah dan kehidupan sosial. Observasi bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi target audiens serta permasalahan yang berkaitan dengan pendidikan karakter.

Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan pendidikan karakter, seperti guru, pihak sekolah, dan pelajar. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman pelajar terhadap pendidikan karakter, nilai-nilai karakter yang perlu ditingkatkan, permasalahan yang ditemukan di lingkungan sekolah, serta upaya yang telah dilakukan dalam menerapkan pendidikan karakter. Selain itu, wawancara juga digunakan untuk memperoleh informasi yang dapat mendukung penentuan strategi komunikasi dalam perancangan kampanye sosial.

Data yang telah diperoleh dari observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner kemudian dianalisis menggunakan metode 5W+1H, yaitu What, Who, Where, When, Why, dan How. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan secara lebih terarah serta menentukan strategi kampanye yang sesuai.

HASIL

Seminar kampanye yang sudah dilakukan bertujuan untuk memastikan tujuan dari kampanye ini tersampaikan angung kepada target *audience* dari perancangan ini, seminar dilakukan disalah satu Sekolah Menengah Atas yang berada di Kota Padang Panjang yaitu SMA N 2 Padang Panjang, yang dihadiri 30 siswa dan siswi berserta guru dan staf pengajar yang ada disana. Perancang membawa seorang pembicara yang sebelumnya sudah memiliki banyak pengalaman dalam mengadakan seminar terutama kepada *audience* pelayar SMA, penyampaian yang seru, lucu, dan tidak membosankan sangat dibutuhkan dalam penyampaian seminar kampanye ini, dengan harapan kegiatan seminar kampanye dapat memberikan dampak perubahan yang baik bagi pelajar SMA dan masa depan nantinya.

Perancangan landmark dilakukan berguna untuk memberikan identitas dari kampanye ini ketika nanti mulai dipublikasikan ke khalayak umum, dan merupakan cara untuk menarik perhatian *audience* saat ingin memperkenalkan kampanye yang sudah dirancang, nama dari kampanye ini adalah “Bagak untuak Barubah” yang berarti berani untuk berubah. Pemilihan nama kampanye Bagak untuak Barubah berasal dari hasil diskusi dan brainstorming yang sudah dilakukan sebelumnya. Kata ‘Bagak’ yang berarti Berani, ‘Untuak’ yang memiliki arti dan yang digunakan sebagai kata sambung, ‘Barubah’ yang memiliki arti berubah, sangat cocok untuk menggambarkan tema dari kampanye yang akan dirancang.



Gambar 1. Lanmark kampanye sosial

Pembuatan maskot pada perancangan ini bertujuan untuk membuat identitas dan ciri khas tersendiri untuk kampanye ini, selain itu juga untuk memberikan daya tarik kepada target *audience* yang dituju. Perancangan maskot dari kampanye sosial ini mengambil orang utan dan burung kuau raja sebagai karakter ikonik yang akan digunakan. Alasan penggunaan orang utan sebagai karakter maskot adalah merupakan salah satu hewan yang penyendiri atau soliter, kepribadian orang utan yang suka penyendiri tersebut bisa menggambarkan seorang siswa yang *introvert*, sedangkan burung kuau raja merupakan hewan yang aktif dan dapat meniru suara, dari kedua maskot dapat mendukung tema dari kampanye ini dengan sangat baik, dengan nama dari maskot orang utan tersebut adalah ‘Pota’ yang merupakan singkatan dari ‘Pongo

tapanuliensis yang berarti orang utan tapanuli dan maskot burung kuau raja tersebut bernama ‘Nalu’ yang merupakan singkatan dari ‘Nagari Lunang’ yang berarti burung kuau berasal dari nagari lunang.



Gambar 2. Ilustrasi Maskot Kampanye

Perancangan poster pada kampanye ini sebagai media utama yang akan disajikan dalam kampanye sosial yang dilakukan. Perancangan poster melalui beberapa proses seperti seleksi konsep dan ide, proses sketsa, digitalisasi sketsa, sampai pada proses hasil karya poster yang sudah siap dicetak. Konsep dari poster yang akan dirancang pada poster pertama yaitu bertujuan untuk mengajak *audience* untuk mengetahui betapa pentingnya pendidikan karakter dengan menggambarkan maskot yang sedang bekerja sama untuk mengangkat meja dengan menggambarkan latar suasana disekolah berharap *audience* tergerak untuk saling tolong menolong dengan teman disekolah.



Gambar 3. Poster penerapan pendidikan karakter budaya miang kabau

Pembahasan

Video audiovisual merupakan salah satu media utama yang ingin dirancang pada kampanye sosial ini, sebagai media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye dalam upaya meningkatkan kesadaran pelajar akan pentingnya pendidikan karakter di dalam kegiatan ekstrakurikuler disekolah, melalui beberapa proses perancangan seperti, pembuatan naskah video yang melalui beberapa kali bimbingan, kemudian lanjut kepada pembuatan storyline, storyboard, proses produksi dan tahap pasca produksi dimana video yang sudah di take masuk pada masa pengeditan.

Dari semua hasil media yang sudah dibuat, perancang membawa hasil karya tersebut ke sebuah kegiatan seminar dalam bentuk menyampaikan pesan kampanye secara langsung kepada target *audience*, dengan membawakan seorang pembicara yang akan menyampaikan pesan kampanye melalui sebuah materi seminar yang dirancang dan disesuaikan dengan target *audience*.

Dalam pelaksanaan kampanye perancang memerlukan sebuah *roundown* acara yang bertujuan agar acara berjalan sesuai dengan rencana dan waktu yang sudah ditentukan dari awal.



NO : ARI ROSYADI
KETUA PELAKSANA : ARI ROSYADI
PANGKAS : ARI ROSYADI

Roundown Acara

NO	WAKTU	KEGIATAN	KETERANGAN
1.	08.00 - 08.30	Pembukaan dan sambutan-sambutan	Pembukaan acara seminar kampanye dan sambutan-sambutan
2.	08.30 - 11.00	Seminar Berbagi	Pembahasan materi kampanye sebagai media pembelajaran
3.	11.00 - 11.30	Penutupan dan foto bersama	Pembahasan materi kampanye sebagai media pembelajaran
4.	11.30 - 12.00	Pembahasan materi kampanye	Pembahasan materi kampanye sebagai media pembelajaran

Gambar 4. Roundown seminar kampanye

Dalam perancangan karya ada beberapa alternatif *tagline* yang digunakan, kemudian dipilih yang sesuai dengan menggunakan pendekatan emosional target *audience*, dan juga melalui seleksi yang dilakukan selama proses bimbingan karya yang akhirnya mendapatkan beberapa *tagline* yang cocok yaitu “bagak untuak barubah”, “barubah”, “lembaran baru”. *Tagline* tersebut akan digunakan di beberapa karya seperti dalam poster dan audio visual.

Komunikasi verbal dapat dilakukan dengan penggunaan typografi. Jenis huruf yang digunakan adalah Tricky jimmy dan poppins. *Tagline* yang digunakan pada poster dan video “bagak untuak barubah”. Penggunaan *tagline* diharapkan mampu memberi pesan persuasif untuk target *audience*.

Tabel 1. Studi Tipografi

Typeface	Penempatan
Tricky Jimmy	Bagak Untuak Barubah
Poppins	Kampanye

Warna biru merupakan warna yang meninggalkan kesan ketenangan, kedamaian dan kesegaran. Warna biru dipilih karena biru dekat dengan unsur alam seperti warna laut dan langit. Warna biru untuk mempromosikan produk dan jasa yang berhubungan dengan udara dan langit (penerbangan, bandara, AC),

air dan lautan (pelayaran, air mineral). Ketika biru dipadukan dengan warna hangat seperti kuning dan merah, warna biru dapat melambangkan pengaruh yang besar, dan rasa semangat.

#61b6c5	#3c7db5	#459098
C : 59	C : 78	C : 74
M : 10	M : 45	M : 29
Y : 20	Y : 7	Y : 38
K : 0	K : 0	K : 2

Gambar 5. Palet warna biru

Warna merah merupakan warna yang beraura kuat dan memberi arti gairah, keberanian, bertenaga, kehangatan, bahaya, agresifitas dan memberi energi untuk menyuarakan suatu tindakan. Pemilihan warna merah karena dapat menggugah semangat target *audience* untuk mengikuti kegiatan Pramuka dalam pembentukan karakter.

#EF4136	#ED1C24	#BE1E2D
---------	---------	---------

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil perancangan kampanye sosial tentang pentingnya pendidikan karakter untuk pelajar SMA, yaitu memotivasi siswa dan siswi untuk menerapkan pendidikan karakter melalui organisasi, budaya dan agama dan meningkatkan kualitas pelajar kota Padang Panjang dari segi perilaku dan sikap pelajar dengan mulai dari kesadaran mereka terhadap pentingnya Pendidikan karakter. Diharapkan penciptaan ini memberikan dampak positif terhadap pelajar kota Padang Panjang yang masih kurang sadar akan pentingnya pendidikan karakter sehingga dapat merubah kebiasaan buruk menjadi kebiasaan baik. Dengan adanya karya di atas membuat pelajar di kota Padang Pajang menyadari bahwa pentingnya menerapkan Pendidikan karakter melalui organisasi, budaya dan agama.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin. 2002. *Pengantar Apresiasi Karya Sastra*. Bandung: Sinar Baru Alensindo
- Ardhi, 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: Taka Publisher.
- A Geace Pierce, R Borley Neil, 2000. *At a Glance Ilmu Bedah Edisi Ketiga*. Jakarta : Erlangga. P. 14-15.
- A.J, Muljadi. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Brewster. (1831). *Teori Warna Menurut Brewster*.

- Danton, Sihombing. (2001). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Ihsan, Fuad H. 2005. *Dasar-dasar Kependidikan*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- J.S. Badudu, dan Sutan Mohammad. 1996. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Kusrianto, Adi., 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Lexy J. Moleong. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya).
- Morissan M. Et al., (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, J Lexy, Prof. Dr. (2009), *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja.
- Mestika Zed., (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Nana Sudjana dan Ahmad Rivai. 2005. *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Rustan, Surianto., (2010). *Huruf Font Tipografi*, Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama.
- Sachari, Agus. 2002. *Estetika : Makna, Simbol, dan Daya*. Bandung : ITB.
- Venus, Drs. Antar., (2012), *Manajemen Kampanye*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media.