

# Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Program Green Jihad untuk Remaja di Kota Solo

Guntur Ariyanto Sudibyo<sup>1</sup>, Ahmad Adib<sup>2</sup>, Ani Wijayanti<sup>3</sup>

<sup>13</sup> Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,  
Universitas Kristen Petra, Surabaya

Email: ari\_cute882000@yahoo.com

<sup>2</sup> Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa  
Universitas Sebelas Maret, Surakarta

## Abstrak

Saat penghijauan menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan diseluruh duania, di Indonesia juga di kota Solo, sementara program kampanye masih kurang maksimal baik pesan maupun visualnya. Penelitian dan perancangan ini dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat khususnya remaja untuk melakukan tindakan penghijauan dan menjaga kelestarian alam serta lingkungan dengan sungguh-sungguh dan berkelanjutan di Kota Solo. Penelitian dilakukan dengan pengumpulan data (dengan lapangan maupun literatur) untuk mendapatkan informasi mengenai gerakan penghijauan yang sudah dilakukan sebelumnya di Kota Solo dan kampanye penghijauan yang belum pernah dilakukan di Kota Solo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat khususnya remaja di Kota Solo sangat antusias dengan adanya Iklan Layanan Masyarakat program *Green Jihad* dan tertarik untuk ikut bergabung dengan komunitas penghijauan *Green Jihad Community*.

**Kata kunci:** kesadaran, penghijauan, edukasi, green jihad, kampanye.

## Abstract

**Title:** *The Designing of Public Service Ads about Program Green Jihad For Teens in Solo*

*This research and design is done to raise awareness especially young people to take action and preserve the natural greenery and the environment seriously and sustainably in the city of Solo. The study was conducted with data collection (field and literature) to obtain information about the green movement that has been done before in the city of Solo and greening campaign that has never been done in Solo. The results showed that the public especially young people in the city of Solo is very enthusiastic about the Public Service Green Jihad program and are interested in joining the Green Jihad Community greening communities.*

**Keywords:** *Awareness, greening, education, green jihad, campaigns.*

## Pendahuluan

Alam merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kelangsungan hidup manusia dan makhluk hidup lainnya. Di alam terdapat ekosistem dan hubungan timbal balik antara sesama makhluk hidup dengan alam. Semua komponen pendukung didalamnya berpengaruh pada lingkungan, termasuk perbuatan manusia. Banyak manfaat yang didapatkan dari alam salah satunya memenuhi kebutuhan pokok manusia seperti air, makanan, dan lainnya. Jika ingin mendapatkan kualitas lingkungan yang baik maka kita harus selalu menjaga kelestarian lingkungan, salah satunya adalah dengan peduli terhadap keberadaan pohon.

Perwujudan kepedulian terhadap keberadaan pohon dapat dilakukan dengan penghijauan. Penghijauan adalah kegiatan penting yang dilakukan untuk menangani krisis lingkungan dan pemanasan global yang terjadi saat ini. Penghijauan memiliki peran dan fungsi sebagai paru-paru kota yang sangat diperlukan makhluk hidup untuk pernapasan, sebagai pengatur lingkungan yang dapat memberikan kesejukan, kenyamanan serta kesegaran di lingkungan sekitar dan sebagai pencipta lingkungan hidup yang dapat melestarikan keindahan. Kegiatan penghijauan sangat penting terutama untuk wilayah perkotaan yang semakin hari semakin habis lahannya untuk pembangunan gedung, jalan raya dan perumahan.

Penghijauan di wilayah perkotaan bisa disebut hutan kota (*urban forestry*), hutan kota pada hakekatnya

merupakan hutan baik yang dipertahankan dan atau dibangun di wilayah perkotaan, hingga membentuk tegakan vegetasi berkayu, beserta semak dan tumbuhan bawahnya sebagai satuan ekologi terkecil yang memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi penduduk perkotaan dalam kegunaan-kegunaan proteksi dan atau penyangga kenyamanan lingkungan, estetika dan rekreasi, serta kegunaan khusus lainnya (Waryono, 2005:2).

Program penghijauan di wilayah perkotaan dapat dilakukan di kota-kota besar yang ada di Indonesia, salah satunya adalah kota Solo. Solo merupakan kota *heritage* yaitu daerah yang memiliki kekhasan budaya dan sejarah yang masih dilestarikan hingga saat ini. Banyak bangunan bersejarah seperti keraton dan gedung-gedung peninggalan masa penjajahan. Namun pembangunan kota juga terus berjalan seperti semakin banyak berdirinya *mall*, hotel dan apartemen yang berdampak pada pengurangan lahan penghijauan.

Beberapa tahun yang lalu, kota Solo menjadi perbincangan publik akibat dari ulah terorisme sekelompok orang yang mengatasnamakan agama yang tertangkap di kota tersebut. Aksi terorisme yang mengatasnamakan pembelaan agama Islam merupakan perwujudan yang salah dari pemahaman arti *jihad* membela agama. Makna dari *Jihad* sering diidentikkan dengan terorisme dan peperangan.

*Jihad* berasal dari kata *jâhada*, *yujâhidu*, *jihâd*; artinya adalah saling mencurahkan usaha. Lebih jauh lagi Imam an-Naisaburi dalam kitab tafsirnya menjelaskan arti kata *jihad* menurut bahasa yaitu mencurahkan segenap tenaga untuk memperoleh maksud tertentu. Makna *jihad* menurut bahasa (*lughawi*) adalah kemampuan yang dicurahkan semaksimal mungkin kadang-kadang berupa aktivitas fisik baik menggunakan alat atau tidak, kadang-kadang dengan menggunakan kata-kata, kadang-kadang berupa dorongan sekuat tenaga untuk meraih target tertentu dan sejenisnya. Makna *jihad* secara bahasa ini bersifat umum, yaitu kerja keras. (Hamday, 2000:12)

Memahami makna dari kata *Jihad* yang positif tersebut, maka mencetuskan ide menamakan tindakan atau aksi penghijauan di kota Solo dengan sebutan "*Green Jihad*", menggantikan istilah *Go Green* yang sudah marak sebelumnya. Istilah "*Green Jihad*" memiliki arti mencurahkan usaha dan segenap tenaga semaksimal mungkin baik secara kegiatan fisik maupun menggunakan himbuan (ucapan) dalam melakukan tindakan penghijauan/penanaman pohon. Selain sebagai perwujudan kegiatan penghijauan di Kota Solo, penggunaan istilah "*Green Jihad*" bertujuan untuk memberikan pemahaman yang positif tentang arti *Jihad* yang sebenarnya, sehingga masyarakat muslim maupun non-muslim di Kota Solo dapat mengambil sisi positif dari kata *Jihad* serta

tidak lagi mengidentikkan *Jihad* dengan hal-hal yang berkaitan dengan terorisme, peperangan, pengrusakan atau hal-hal negatif lainnya.

Program penghijauan *green jihad* lebih ditujukan kepada khalayak remaja khususnya di Kota Solo karena pada usia remaja pertumbuhan dan perkembangan cara berpikir serta berperilaku sangat penting untuk masa kedepannya. Sehingga diharapkan para remaja tersebut tidak salah pemikiran terhadap makna *jihad* dan agar selalu tertanam dalam hati dan perilaku bahwa penghijauan sangat penting bagi dirinya dan lingkungan.

Kepada masyarakat perlu disosialisasikan manfaat keberadaan pohon bagi kelangsungan hidup manusia, antara lain sebagai penahan laju air sehingga lebih banyak air yang terserap ke dalam tanah, mengurangi polusi udara, barisan pohon juga dapat mengurangi kecepatan angin. Pentingnya kawasan hijau saat ini tidak hanya menjadi tugas pemerintah saja, namun juga menjadi kewajiban semua pihak karena hasilnya secara langsung diperoleh dan dirasakan oleh penduduk perkotaan.

### Tinjauan Permasalahan

Kota Surakarta merupakan kota dengan luasan wilayah yang tidak terlalu besar (46,01 km<sup>2</sup>), dan 547.116 jiwa warganya, namun pada kenyataannya kota Surakarta masih belum maksimal dalam melaksanakan program penghijauan. Pandangan tersebut diperkuat dengan masih minimnya kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup *green* yang ideal. Hal tersebut dibuktikan dengan masih banyak remaja kota Surakarta yang belum mengetahui cara hidup *green*, misalnya dengan kebiasaan membuang sampah pada kotak sampah, remaja hanya mengetahui cara hidup *Green* dengan membuang sampah pada kotak sampah, tidak dengan hidup *Green* yang lain. Dengan adanya permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat kota solo, khususnya remaja sangat memerlukan sebuah gerakan untuk mengetahui dan berpartisipasi dalam gerakan penghijauan.

Bila kita mendengar kota Solo/Surakarta pasti di benak kita tertanam bahwa kota tersebut merupakan kotanya para teroris. Hal tersebut dibenarkan dengan banyak sekali kasus-kasus bunuh diri dengan cara meledakan sarana dan prasarana umum mengatasnamakan *Jihad* yang salah.

### Metode Penelitian

Proses menentukan perancangan akhir menggunakan beberapa metodologi perancangan agar perancangan relevan dengan situasi permasalahan. Metode perancangannya yaitu metode pengumpulan data dan metode analisis data. Data dikumpulkan dengan

wawancara langsung dengan para sumber untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, penyebaran angket di kalangan remaja Kota Solo sebagai target audiens dari program *green jihad*, dan pengamatan langsung (observasi) perilaku dari warga/masyarakat Kota Solo khususnya remaja. Serta menggunakan data sekunder antara lain literatur pencarian data melalui studi kepustakaan dan buku-buku yang berkaitan dengan penghijauan, pencarian data dengan browsing di internet melalui berbagai situs yang berkaitan dengan penghijauan dan dokumentasi yaitu mengumpulkan berita-berita yang dapat memberikan data pendukung berkaitan dengan penghijauan.

Data-data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara kualitatif yakni dengan menghubungkan premis-premis yang ditemukan pada pencarian data-data (wawancara, literatur, dll) untuk dilakukan sintesa dan menjadi fokus awal pada penyusunan konsep perancangan. Metode analisis 5W1H (*What, Who, When, Where, Why, How*) dilakukan terhadap semua data yang telah diperoleh untuk dicari suatu kesimpulan tentang bagaimana merancang kampanye yang baik untuk program "*Green Jihad*".

## Pembahasan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Badan Lingkungan Hidup Kota Surakarta, Ibu Luluk Nurhayati yang menjabat sebagai Kabid PKLH (Pengendalian Kerusakan Lingkungan Hidup) & KSDA (Konservasi Sumber Daya Alam), beliau mengatakan bahwa gerakan penghijauan di kota Solo diawali dengan OMOT (*One man One Tree*) pada tahun 2010. Gerakan tersebut merupakan sosialisasi melalui surat edaran ke instansi-instansi pemerintah, kemudian ke wilayah kecamatan, kelurahan, juga ke sekolah-sekolah untuk dapat melaksanakan program OMOT. Selanjutnya pemerintah melanjutkan dengan program *Solo Eco Culture City*, yaitu sebuah program yang menghimbau kepada masyarakat maupun dunia usaha atau juga dunia pendidikan, dan organisasi-organisasi kemasyarakatan yang lainnya bahwa apabila mereka ingin membangun sebuah gedung, baik itu mall, hotel, sekolah, perusahaan, perkantoran diminta untuk ramah lingkungan, contohnya seperti penggunaan energi yang ramah lingkungan, penggunaan kaca-kaca pada gedung, yang dimaksudkan untuk menghemat listrik.

Permasalahan yang paling utama dalam menghadapi penghijauan di kota Solo adalah masalah lahan, karena lahan di daerah perkotaan sangat terbatas yang dimana tingkat kepadatan penduduknya tinggi yaitu mencapai 1.500.000 penduduk. Berdasarkan penelitian, antusias yang nampak dari masyarakat Solo terhadap penghijauan cukup terlihat. Masyarakat sudah merasakan dengan diadakan penanaman pohon, lingkungan menjadi terlihat lebih hijau, teduh, udara

menjadi terasa lebih segar, tingkat polusi menjadi berkurang, sehingga mereka secara otomatis melakukan tindakan penghijauan dengan cara menanam tanaman hias atau tanaman produktif.

Pihak pemerintah (BLH) kota Solo, sangat ingin berpartisipasi dalam melakukan penghijauan di kota Solo. Pemerintah selama ini sering membantu kampanye-kampanye penghijauan dengan cara memberikan tanaman, mendukung, dan membina gerakan penghijauan tersebut. Pemerintah kota Solo memperbolehkan dan tertarik merubah istilah *go green* yang selama melekat dalam benak masyarakat sebagai gerakan penghijauan, diubah dengan istilah yang lebih menarik, yaitu gerakan *Green Jihad* sebagai alternatif istilah penghijauan baru.

Berdasarkan pendekatan dan wawancara dengan salah satu pimpinan aktivis gerakan kemasyarakatan bernama Pak mayor diketahui bahwa beliau sering sekali mengadakan orasi, demo, penyuluhan, dan lain sebagainya untuk mengemukakan argumen dari masyarakat untuk masyarakat maupun instansi pemerintah. Pandangan beliau mengenai penghijauan di kota Surakarta, saat ini mengalami kendala mengenai kurangnya gerakan-gerakan aktifis penghijauan maupun pemerintah.

Kendala yang sering dikeluhkan oleh masyarakat untuk melakukan penghijauan adalah kurangnya lahan untuk menanam tanaman. Menurutnya, kurangnya lahan bukan merupakan faktor yang paling mempengaruhi berjalannya gerakan penghijauan, dalam melakukan hidup *green* dapat di mulai dengan mengubah perilaku sehari-hari kita. Alasan yang paling relevan dengan tidak berjalannya hidup *green* di kota Surakarta dikarenakan kebiasaan masyarakat Surakarta masih belum maksimal, yaitu hanya suka menanam dan tidak suka merawatnya. Perilaku tersebut di latar belakang oleh minat hidup *green* dan menjaga lingkungan di kota tersebut masihlah sangat minim.

Berdasarkan observasi langsung di lapangan, faktanya adalah remaja di Kota Solo masih minim pengetahuan tentang hidup *green*. Hampir semua keseharian remaja kota Solo bersentuhan dengan media-media elektronik dan jejaring sosial. Remaja di kota Surakarta sangat membutuhkan bimbingan dari pemerintah setempat agar mereka dapat turut serta dalam gerakan penghijauan. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan terhadap para remaja di Kota Solo adalah dengan memberikan atribut-atribut yang berhubungan dengan tema hidup *green*. Atribut ini sebenarnya dapat mereka terima dengan baik, asalkan desain dari atribut yang akan mereka kenakan terlihat menarik dan terlihat gaul.

Komunitas yang ideal menurut mereka adalah komunitas yang berwawasan tinggi, melakukan hal

positif, asik, dan terbuka antara satu dengan yang lain. Dari sini dapat disimpulkan, bahwa dalam menarik perhatian remaja untuk melakukan suatu aktivitas kampanye bisa dimulai dengan membuat komunitas ideal menurut para remaja tersebut.

Remaja di kota Surakarta memiliki minat yang cukup baik untuk dapat turut serta dalam kegiatan hidup *green* asalkan kegiatan tersebut terkesan asik dan menarik, namun pada kenyataannya, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah setempat maupun LSM sebelumnya kurang begitu menarik, hal tersebut dapat terlihat dengan kurang banyaknya antusias remaja dalam melakukan program atau berpartisipasi dalam kampanye penghijauan atau hidup *green*.

Faktor penghambat dalam perancangan ILM ini yaitu masih minimnya interaksi yang terjalin antara pemerintah dengan para remaja yakni masih belum rutinnya penyuluhan akan gerakan penghijauan di kalangan remaja. Sedangkan yang menjadi faktor pendukung adalah berdasar survei yang telah dihimpun, antusiasme remaja Kota Solo untuk melakukan gerakan penghijauan sangat tinggi dan mereka bersedia untuk ikut dalam komunitas penghijauan.

Analisa akar permasalahan dari perancangan Iklan Layanan Masyarakat program *Green Jihad* untuk remaja di kota Solo menggunakan metode 5W1H (What, Who, When, Where, Why, How), penggunaan 5W1H dianggap sangat pas dalam melakukan perancangan Iklan Layanan Masyarakat program *Green Jihad* untuk remaja di kota Solo.

#### **What**

Program apa yang dilakukan dalam kegiatan *Green Jihad* ?

Pelaksanaan program *Green Jihad* diawali dengan kegiatan *teatrical*. Kegiatan *teatrical* membahas tentang pentingnya hidup *green* saat ini. Pada waktu kegiatan tersebut dibagikan brosur, *flyer*, pin, *sticker*, dan beberapa media lainnya yang merupakan media *pen-support* dalam kegiatan *Green Jihad* tersebut.

#### **Who**

Siapa *target audience* dalam kegiatan *Green Jihad* ?  
*Target audience* yang utama dari kegiatan *Green Jihad* tersebut adalah remaja kota Solo yang berusia 15 hingga 24 tahun, yaitu remaja yang duduk di bangku SMA dan Perguruan Tinggi.

#### **When**

Kapan acara ini akan dilakukan ?

Acara ini akan diselenggarakan pada bulan April 2013 (memperingati Hari Bumi Sedunia tanggal 22 April 2013)

#### **Why**

Mengapa acara ini diadakan ?

Acara ini diadakan berdasarkan hasil survey, angket, dan wawancara yang telah dilakukan. Data yang didapatkan menunjukkan bahwa Iklan Layanan

Masyarakat di kota Surakarta belum berjalan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan masih banyak masyarakat dan remaja yang belum mengetahui cara hidup *green* yang baik dan ideal.

#### **Where**

Dimana acara *green jihad* dilaksanakan?

Acara *green jihad* dilaksanakan di kota Solo. Dimulai dengan mengadakan *teatrical* yang dilaksanakan pada hari Minggu di jalan Slamet Riyadi (jalan utama kota Solo) bertepatan dengan *car free day*. Selanjutnya diadakan pada sekolah-sekolah dan lembaga-lembaga masyarakat.

#### **How**

Bagaimana cara pembuatan acaranya?

Pembuatan acara *green jihad* dimulai dengan pembuatan *teatrical* untuk menarik antusias masyarakat, media cetak maupun media elektronik, remaja, dan masyarakat kota Solo. Selanjutnya melaksanakan penyebaran poster, *flyer*, baliho, dan dimasukkan ke dalam jejaring sosial untuk lebih dapat mencapai *target audience* remaja kota Solo itu sendiri.

Berdasarkan sumber-sumber yang telah didapat, baik melalui survey, wawancara, observasi, angket, dan lain sebagainya, maka diperoleh suatu gagasan dari permasalahan yang ada di lapangan bahwa perlunya sebuah gerakan penghijauan dengan menggunakan pendekatan media yang akrab dengan remaja. Media yang digunakan dapat berupa, kampanye, media internet, *billboard*, poster, koran, televisi, radio, dan media *fashion*. Alasan menggunakan media-media tersebut dikarenakan remaja cenderung lebih mudah mencerna dan memahami media-media yang berbau visual dan modern.

Perealisasi terwujudnya gerakan di kota Solo dapat dimulai dengan mengadakan kampanye melalui *theatrical* tentang penghijauan, yang diikuti dengan dibagikannya brosur yang berisi tentang ajakan untuk melakukan gerakan penghijauan. *Theatrical* tersebut merupakan sebuah inovasi baru sebagai upaya untuk menarik antusias masyarakat, pemerintah, media surat kabar, media televisi, dan lain sebagainya. Konsep tersebut diharapkan akan mengundang antusias masyarakat, media, dan remaja kota Solo.

Tujuan utama dari perancangan ILM (Iklan Layanan Masyarakat) program *Green Jihad* untuk Remaja di Kota Surakarta adalah merubah *mindset* dari *target audience* yang pada awalnya menganggap bahwa *Jihad* merupakan bentuk kekerasan berupa pengeboman, terorisme, penyiksaan, dan lain sebagainya yang mengatas namakan agama tertentu. ILM ini dirancang sebagai sarana edukasi terhadap masyarakat akan arti *Jihad* yang sebenarnya (arti *Jihad* yaitu melakukan perbuatan sepenuh hati untuk mencapai sesuatu yang lebih baik). Dimana arti *Jihad* tersebut dapat dikombinasikan dengan gerakan penghijauan yang bernamakan *Green Jihad*.

Media-media yang terdapat dalam ILM *Green Jihad* ini berupa media cetak, media elektronik, dan media fashion yang merupakan media-media yang sering digunakan oleh masyarakat khususnya remaja sebagai *target audience*. Selain itu didukung juga dengan adanya kampanye yang membawa pesan himbauan dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat agar mau melakukan gerakan penghijauan secara sepenuh hati.

Konsep secara keseluruhan mengangkat tema *bersatu dengan alam* yang didominasi dengan gaya yang simpel. *Bersatu dengan alam* yang dominan menggunakan warna hijau. Gaya *army look* dianggap dapat mewakili program Green Jihad, gaya ini dapat mencerminkan kesan jihad dan mewakili gerakan penghijauan itu sendiri.

Iklan Layanan Masyarakat *Green Jihad* ini bertujuan untuk mengajak masyarakat kota Solo, khususnya remaja untuk melakukan gerakan penghijauan yang dimana gerakan tersebut berupa hidup *green* maupun menanam pohon. Hal ini bertujuan untuk mengajak dan menghimbau masyarakat, khususnya remaja untuk melakukan gerakan penghijauan. Berdasarkan kegiatan observasi yang telah dilakukan di lapangan, disimpulkan data bahwa remaja kota Solo mengeluhkan kurangnya media-media yang menarik dan kreatif dalam mengajak masyarakat khususnya remaja dalam melakukan hidup *green*. Gerakan *Green Jihad* di kota Solo menggunakan pendekatan strategi *teatrical* dan media *fashion*. Pada awalnya acara *Green Jihad* ini di mulai dengan diadakannya sebuah teatrical yang menggambarkan pentingnya penghijauan saat ini. Pada saat acara *teatrical* kita mengundang media massa baik koran maupun media televisi. Pada acara tersebut beberapa orang panitia bertugas membagikan brosur, *flyer*, *sticker*, poster, buku 10 cara hidup *green* yang ideal, pin, tas *Green Jihad* kepada *audience* yang menyaksikan. Acara tersebut juga dilengkapi dengan adanya *display* mobil tentara yang menunjukkan penghijauan. Dengan Strategi kreatif tersebut diharapkan gerakan *Green Jihad* tersebut dapat menarik antusias masyarakat khususnya remaja dan media massa. Pembagian brosur, pin, dan media lainnya di berikan kepada remaja yang antusias terhadap acara yang kita lakukan, dimana dalam acara tersebut remaja di ajak untuk mengecapkan tangan dengan lumpur sebagai bentuk solidaritas terhadap pergerakan hari bumi sedunia.

Isi pesan yang terkandung dalam ILM *Green Jihad* ini adalah menggambarkan secara positif makna *Jihad* yang merupakan sebuah gerakan sepenuh hati dan segenap jiwa dalam melakukan suatu perbuatan. *Jihad* juga dapat dijadikan sebuah gerakan sepenuh hati dalam melakukan gerakan penghijauan, dimulai dari hal kecil seperti lebih mengenali bahan-bahan yang

ramah lingkungan dan lebih sehat untuk badan kita. Alam tidak butuh manusia untuk dapat hidup, namun manusia butuh alam untuk dapat tetap hidup.

Melihat isi pesan yang ingin disampaikan, maka pada perancangan Iklan Layanan Masyarakat program *Green Jihad* untuk remaja di kota Solo mengangkat tema pesan "*Green or Die*". *Big idea* "*Bersatu dengan alam*" akan menjadi ide pokok dari pesan yang akan disampaikan pada media-media perancangan ILM *Green Jihad* menyangkut tema pesan "*Green or Die*" untuk remaja kota Solo tersebut.

### Pengarahan Pesan Visual (*art directing*) :

Font Logo : Manual "fond Green jihad"  
Font : Segoe Ui dan Font Green Jihad

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
. : / ? ! @ # \$ % ^ & \* ( ) - \_ + =

Tone warna : Menggunakan Warna Hijau *Army look*  
: C = 100 M = 50 Y = 65 K = 35

Keterangan : warna hijau yang di pilih merupakan warna yang sangat cocok dengan media-media daur ulang. Dimana warna tersebut juga merupakan warna yang mencerminkan pergerakan jihad itu sendiri.

Layout : *Simplicity, Army look*, unsur desain yang diperkuat adalah bentuk lingkaran, perpotongan lingkaran dan *white shapes*.

### Penggunaan Bahan Media :

Kain : Kain Blaco  
Penggunaan kain blaco dalam media-media penyuluhan ILM Green Jihad dimaksudkan sebagai partisipasi dalam gerakan cinta lingkungan.

Kertas : Kertas daur ulang  
Penggunaan kertas daur ulang dalam media-media penyuluhan ILM Green Jihad dimaksudkan sebagai partisipasi dalam gerakan cinta lingkungan.

### Program Media

Tabel Program Media

Media	April		May			
	3	4	1	2	3	4
Activation ( <i>theatrical</i> )						

Poster						
Umbul-umbul						
X-Banner						
Flayer						
Brosur						
Kaos						
Topi rimba						
Kotak Pensil						
Pin						
Mug						
Buku Note						
Paper Bag						
<i>Cutting Sticker</i>						
Web						
<i>Sosial Media</i>						

### Lampiran



Gambar 1: Logo Green Jihad



Gambar 2 : Aplikasi logo pada media Tas Ransel



Gambar 3 : Acara Triatikal Peringatan Hari bumi



Gambar 4 : Panitia Green Jihad pada peringatan Hari bumi



**Gambar 5 : Pelaksanaan Peringatan Hari Bumi**



**Gambar 6 : Penyerahan tanaman kepada remaja kota solo**



**Gambar 7 : Teatrikal Bersatu dengan alam Green Jihad**



**Gambar 8 : Teatrikal Bersatu dengan alam Green Jihad**

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Perwujudan kepedulian terhadap lingkungan dapat dilakukan dengan penghijauan, salah satunya adalah dilakukan di Kota Solo dengan target audiens para remaja. Salah satu upaya agar perancangan ILM berjalan dengan efektif adalah dengan mengubah istilah Go Green menjadi Green Jihad, mengingat bahwa Kota Solo beberapa tahun terakhir selalu berkaitan dengan berita terorisme beralih Jihad. Diharapkan makna Jihad dalam Green Jihad dapat dipahami secara positif oleh masyarakat khususnya remaja Kota Solo sebagai gerakan secara sepenuh hati melakukan gerakan penghijauan.
2. Pemilihan media yang digunakan dalam melaksanakan Program *Green Jihad* untuk Remaja di kota Solo dengan menyesuaikan karakteristik remaja di Kota Solo itu sendiri. Karakteristik remaja kota tidak jauh berbeda dengan remaja-remaja di kota besar lainnya, seperti suka

membentuk komunitas sendiri, suka beresplorasi, menyukai menggunakan media-media elektronik dan jejaring sosial. Dalam menarik simpati remaja Kota Solo dapat menggunakan pendekatan media teatral, brosur, flyer, X-Banner, web, jejaring sosial, dan media fashion.

3. ILM ini dirancang sebagai sarana edukasi terhadap masyarakat akan arti *Jihad* yang sebenarnya (arti *Jihad* yaitu melakukan perbuatan sepenuh hati untuk mencapai sesuatu yang lebih baik), dimana arti *Jihad* tersebut dapat dikombinasikan dengan gerakan penghijauan yang bernama *Green Jihad*. Media-media yang terdapat dalam ILM *Green Jihad* ini berupa media cetak, media elektronik, dan media fashion yang merupakan media-media yang sering digunakan oleh masyarakat khususnya remaja sebagai *target audience*. Selain itu didukung juga dengan adanya kampanye yang membawa pesan himbauan dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat agar mau melakukan gerakan penghijauan secara sepenuh hati.

## Ucapan Terima Kasih

Saya menyadari penulisan karya tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik tentu tidak terlepas dari bantuan dan dorongan berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ani Wijayanti S., S.Sn., M.Med.Kom, selaku Ketua Program Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra yang berkenan memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperdalam Ilmu.
2. Dr. Ahmad Adib, M.Hum dan Ani Wijayanti S., S.Sn., M.Med.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing serta memberi masukan yang membangun dalam pelaksanaan tugas akhir ini.
3. Cons. Tri Handoko, S.Sn., M.Hum., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan yang membangun dalam pelaksanaan tugas akhir.
4. Bapak dan Ibu Dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.
5. Bapak dan Ibuku yang selalu mendoakan dan memberi dukungan baik moril maupun materiil.
6. Sakina yang kusayangi dan selalu memberi dukungan moril.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang memiliki andil dalam penyelesaian karya tugas akhir.

## Daftar Pustaka

- Abdullah, Taufik. 1974. *Pemuda dan Perubahan Sosial*, Jakarta: LP3ES, 1974
- Arens, William F. 2005. *Contemporary Advertising/10th Edition (Chapter 1)*. The McGraw-Hill Companies.
- Asmani, Jamal Ma'Mur. *Kiat Mengatasi Kenakalan Remaja di Sekolah*. Yogyakarta: Buku Biru. 2001
- Hamday, Muhammad Halabi. *Menyambut Panggilan Jihad*. Yogyakarta: Madani Pustaka Hikmah. 2000
- Widyatama, Rendra. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia, 2002.
- Waryono, Tarsoen.(2005). *Urgensi Mewujudkan Pembangunan Hutan Kota Melalui Kiat Kecil Menanam Dewasa Menganan*. Cibubur: Kumpulan Makalah 1998-2008.