

PERANCANGAN VISUAL YANG TERINSPIRASI DARI KOMENTAR *ONLINE HARASSMENT* MENGGUNAKAN TEKNIK *DIGITAL PRINTING***Lucia Octavia Simbolon¹⁾, Ahda Yunia Sekar²⁾, Aldi Hendrawan³⁾**^{1,2,3}Fakultas Industri Kreatif, Universitas TelkomEmail: luciaoctavia@student.telkomuniversity.ac.id**Abstrak**

Dewasa ini sering terjadi tindakan online harassment dikalangan masyarakat. *Online harassment* merupakan tindakan *cyberbullying* yang dilakukan oleh seseorang dengan cara mengirim pesan ataupun berkomentar melalui sosial media dengan tujuan untuk menghina, mengejek ataupun menyindir orang lain. Tindakan *online harassment* ini sudah sering sekali terjadi baik disadari ataupun tidak dan tindakan ini dapat mengganggu kesehatan mental bagi korban. Ada beberapa komunitas yang juga turut serta memberikan edukasi seputar *cyber bullying* melalui akun media sosial Instagram mereka. Salah satunya yaitu @kitakorbanbullying. Melalui akun Instagramnya, mereka beberapa kali memposting dampak dari *cyber bullying* dan juga memberikan edukasi bahaya *cyber bullying* khususnya *online harassment*. Oleh karena itu, penulis tergerak untuk membuat sebuah media kampanye baru melalui fashion dengan menggunakan teknik digital printing. Hal ini dikarenakan digital printing menjadi salah satu teknik yang dapat mentransfer motif tanpa merubah bentuk dan warna sehingga lebih efisien. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian problems and need dengan menggunakan metode kualitatif dengan cara melakukan pencarian data melalui studi pustaka, observasi, wawancara dan eksperimen untuk mengolah visual yang dihasilkan. Hasil akhir dari penelitian ini berupa produk *fashion* yang terinspirasi dari komentar *online harassment* yang diaplikasikan menggunakan teknik *digital printing*.

Kata Kunci: *Online harassment, Fashion, Digital Printing***Abstract**

Nowadays, *online harassment* often occurs among the public. *Online harassment* is an act of *cyberbullying* carried out by someone by sending messages or comments via social media with the aim of insulting, mocking or insinuating others. This act of *online harassment* has often happened whether we realize it or not and this action can interfere with the mental health of the victim. There are several communities that also participate in providing education about *cyber bullying* through their Instagram social media accounts. One of them is @kitakorbanbullying. Through their Instagram accounts, they have posted several times about the impact of *cyber bullying* and also provided education on the dangers of *cyber bullying*, especially *online harassment*. Therefore, the author was moved to create a new media campaign through fashion using digital printing techniques. This is because digital printing is a technique that can transfer motifs without changing the shape and color, making it more efficient. This research is included in the problems and needs research using qualitative methods by searching for data through literature study, observation, interviews and experiments to process the resulting visuals. The final result of this research is a fashion product that is inspired by *online harassment* comments that are applied using digital printing techniques.

Keywords: *Online harassment, Fashion, Digital Printing*

Correspondence author: Lucia Octavia Simbolon, luciaoctavia@student.telkomuniversity.ac.id, Bandung, Indonesia.



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Salah satu dari tindakan *cyber bullying* yang paling sering terjadi di social media yaitu *online harassment*. *Online harassment* yaitu tindakan yang dilakukan dengan cara mengirim pesan atau komentar yang berisi kata-kata kasar, menghina, menyerang, menjelek-jelekan ataupun melecehkan orang lain secara berulang (Malihah & Alfiasari, 2018). Melalui penelitian yang dilakukan oleh Sartana & Afriyeni (2017), platform media sosial yang paling banyak terjadi tindakan *online harassment* yaitu, Facebook (58%), Instagram (13%). Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis menggunakan media sosial Instagram. Hal ini dikarenakan pencarian data melalui Instagram lebih mudah.

Penulis tergerak untuk turut membuat sebuah kampanye dengan cara membuat awareness tentang online harassment melalui media fashion. Saat ini, *fashion* banyak digunakan sebagai media untuk menyuarakan *issue* sosial (*fashion as campaign*). Ada beberapa desainer Indonesia yang mengangkat *fashion as campaign* kedalam koleksinya seperti, Adra World dan Diana Rikasari.

Maka dari itu, penulis terinspirasi untuk ikut ambil bagian dalam mengkampanyekan *online harassment* ini dengan tujuan agar masyarakat lebih *aware* akan kasus *online harassment* yang sering sekali terjadi baik disadari ataupun tidak disadari. Melalui penelitian ini penulis ingin membuat sebuah produk *fashion as campaign* dengan teknik *digital printing* yang terinspirasi dari komentar negatif *online harassment* yang sering terjadi di media sosial Instagram. Pada penelitian ini, penulis memilih menggunakan teknik *digital printing* dikarenakan teknik tersebut menjadi salah satu teknik yang dapat mentransfer motif tanpa merubah bentuk dan warna, sehingga teknik ini menjadi teknik yang lebih efisien dalam mengkampanyekan *awareness*.

METODE PENELITIAN

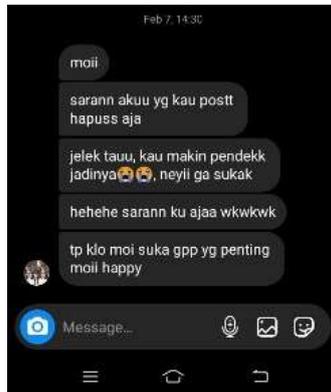
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan data secara kuantitatif berdasarkan kuesioner dan kualitatif berdasarkan Studi Literatur, observasi dan wawancara. Metode pengumpulan data studi literatur dilakukan dengan membaca dan mencari referensi dari jurnal terkait, buku, dan juga internet. Metode pengumpulan data observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung tindakan *cyberbullying* yang terjadi di media social Instagram. Metode pengumpulan data wawancara dilakukan dengan mewawancarai salah satu psikolog yang pernah menangani kasus bullying yaitu Gisella T.P., M.Psi., Psikolog. Dan metode pengumpulan data kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Online Harassment*

Online harassment yaitu tindakan yang dilakukan dengan cara mengirim pesan atau komentar yang berisi kata-kata kasar, menghina, menyerang, menjelek-jelekan ataupun melecehkan orang lain secara berulang (Malihah & Alfiasari, 2018).

Berikut salah satu contoh online harassment yang dimana pelaku berkomentar dengan perkataan halus, namun perkataannya tersebut sangat menyinggung si pemilik akun.



Gambar 1. Contoh komentar menyinggung

2. *Fashion as campaign*

Menurut (Syabaniyah, 2020) *Fashion* menjadi aspek penting dalam penampilan dan gaya hidup sehari-hari. Namun, *fashion* juga dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan karakter, identitas diri dan banyak hal lainnya. *Fashion as campaign* ini juga sudah diangkat oleh beberapa desainer Indonesia dalam koleksinya seperti, Adra World yang dalam salah satu koleksinya mengangkat *issue Hoax* dengan tema koleksinya yaitu “KFR”. Dan juga seorang desainer dan blogger Indonesia Diana Rikasari, yang pada salah satu koleksinya mengangkat *issue Autisme* dengan tema koleksinya “J’Aime I’Autisme” yang memiliki arti I Love Autisme.

3. *Digital Printing*



Gambar 2. Contoh *Digital Printing*

Digital Printing merupakan salah satu teknik pencetakan secara *digital* ke media/bahan kain menggunakan *printer* yang langsung mencetak ke permukaan kain tersebut. ada dua jenis *digital printing* yaitu *digital printing* pada kain poliester dan *digital printing* pada kain serat alam (Hafizhah, 2015).

4. Pop Art

Menurut (Susanto, 2002: 89) dalam (Wardana, 2012) Popular Art atau sering disingkat menjadi Pop Art adalah sebuah gerakan seni yang kehadirannya banyak dipengaruhi oleh gejala-gejala budaya populer yang terjadi di masyarakat.

Moschino merupakan *brand fashion* yang terinspirasi oleh seni *pop art* dalam koleksinya. Moschino menggunakan referensi ide pada tahun 1980-1990an sebagai inspirasi dalam karakter dan logo kartun yang mereka buat. Seorang desainer Moschino Jeremy Scott telah menunjukkan karakter pop yang ia miliki dan selalu mengambil ikon budaya populer untuk memberikan kesan yang baru dalam setiap koleksinya (Ferari, 2019).



Gambar 3. Karya Moschino

5. Konsep Perancangan

Konsep yang diangkat oleh penulis pada proses perancangan produk *fashion* yang terinspirasi dari fenomena *online harassment* yaitu berupa komentar kasar pada Instagram. Pada proses perancangan karya ini, ada beberapa tahapan – tahapan yang dilakukan oleh penulis seperti, analisa *brand* pembeding, pembuatan *imageboard*, *market research*, pembuatan eksplorasi dan pembuatan final karya produk.

Dalam proses eksplorasi, penulis mengumpulkan beberapa komentar jahat yang berbentuk kata-kata pada komentar di media sosial Instagram khususnya pada akun Instagram *public figure*, yang kemudian diilustrasikan kedalam bentuk visual bergaya pop art.



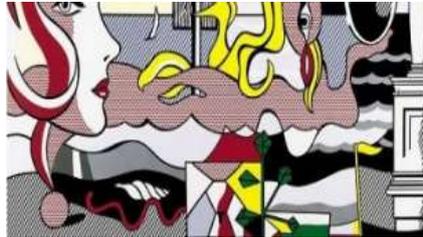
Gambar 4. Moodboard

6. Karakteristik Pop Art

Berikut beberapa karakteristik pop art menurut Tjhin (2014).

a. Tema

Tema yang diterapkan dalam pop art diambil dari budaya populer. Gerakan seni ini dianggap seperti reaksi terhadap ide-ide abstrak ekspresionisme. Pop Art menegaskan unsur dangkal segala budaya, dengan penggunaan ironi.



Gambar 5. Contoh Tema Pop Art

b. Warna

Warna yang digunakan merupakan warna-warna komplementer yang mencolok atau warna yang *high kontras*. Namun, biasanya warna yang paling sering digunakan oleh para seniman yaitu warna primer.



Gambar 6. Contoh Warna Pop Art

c. Outline

Pop art memiliki bentuk garis yang representasi simbol dan memiliki outline yang tegas pada ilustrasi.



Gambar 7. Contoh Outline Pop Art

d. Elemen

Pop art biasanya menggunakan elemen seperti yang terdapat pada komik yaitu dengan elemen balon.



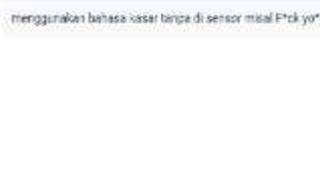
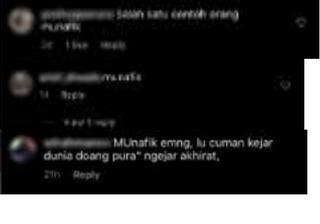
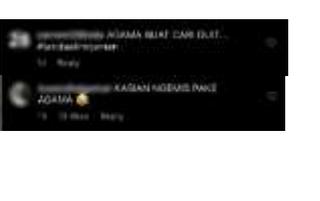
Gambar 8. Contoh Elemen Pop Art

7. Ilustrasi

Pada tahapan ini, penulis membuat ilustrasi visual dari komentar-komentar negatif yang penulis temukan melalui observasi di Instagram menjadi visual bergaya pop art.

Tabel 1. Ilustrasi Visual

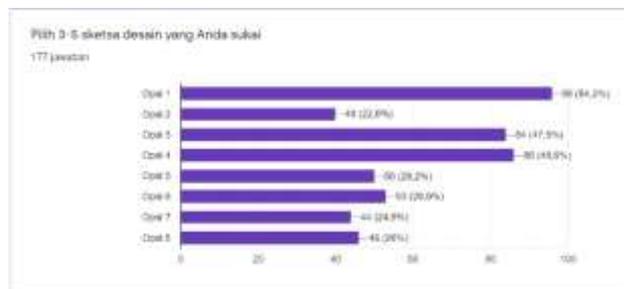
| No | Komentar | Ilustrasi | Keterangan |
|----|---|-----------|---|
| 1 | Anjing, gae da otak Anjing Contohnya kata :Bengsal,Anjing | | Mentracing kata ANJING yang didapatkan oleh penulis melalui kuesioner dengan <i>pop art style</i> . |
| 2 | Wah, siapa kayak anjing Bacot!!!! | | Mentracing komentar BACOT yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i> . |
| 3 | Bajingan | | Mentracing komentar BAJINGAN !! yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i> . |
| 4 | Wah, drama Drama mulu woy | | Mentracing komentar Drama Mulu Woy yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i> . |

| | | | |
|----|---|---|---|
| 5 |  |  | <p>Mentracing kata FUCK YOU !!! yang didapatkan oleh penulis melalui kuesioner dengan <i>pop art style</i>.</p> |
| 6 |  |  | <p>Mentracing komentar Ga Ngotak Banget yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i>.</p> |
| 7 |  |  | <p>Mentracing kata GEDE BANGET BADANNYA !! yang didapatkan oleh penulis melalui kuesioner dengan <i>pop art style</i>.</p> |
| 8 |  |  | <p>Mentracing komentar GOBLOG LO yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i>.</p> |
| 9 |  |  | <p>Mentracing komentar KAPAN MATI WOY? yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i>.</p> |
| 10 |  |  | <p>Mentracing komentar Munafik yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i>.</p> |
| 11 |  |  | <p>Mentracing komentar Ngemis Pake Agama!! yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i>.</p> |

| | | | |
|----|--|--|---|
| 12 | | | Mentracing komentar PELAKOR WOY !! yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i> . |
| 13 | | | Mentracing komentar PANSOS MULU LO! yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i> . |
| 14 | | | Mentracing komentar KOK LU TUA BANGET? yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i> . |
| 15 | | | Mentracing komentar NORAK yang didapatkan oleh penulis melalui komentar di Instagram dengan <i>pop art style</i> . |

8. Desain Produk

Dalam menentukan sketsa terpilih, penulis menyebarkan kuesioner kepada kalangan masyarakat yang termasuk kedalam target market penulis. Berikut hasil dari kuesioner yang dilakukan oleh penulis.



Gambar 9. Kuesioner Sketsa Terpilih

Tabel 2. Desain Produk

| No | Komposisi | Sketsa | Keterangan |
|----|--|---|---|
| 1. | <p>Bagian depan sebelah kiri</p>  <p>Bagian depan sebelah kanan bawah</p>  <p>Bagian Belakang</p>  |  | <p>Responden memilih sketsa produk ini dengan presentase 96%</p> <p><input type="checkbox"/> Opsi 1</p>  |
| 2. | <p>Bagian depan sebelah kiri</p>  <p>Bagian depan sebelah kanan</p>  <p>Bagian belakang sebelah kiri</p>  |  | <p>Responden memilih sketsa produk ini dengan presentase 84%</p> <p><input type="checkbox"/> Opsi 3</p>  |

| | | | |
|----|---|--|---|
| | <p>Bagian belakang sebelah kanan</p> | | |
| 3. | <p>Bagian depan sebelah kanan atas</p> <p>Bagian depan sebelah kanan bawah</p> <p>Bagian belakang</p> | | <p>Responden memilih sketsa produk ini dengan presentase 86%</p> <p><input type="checkbox"/> Opsi 4</p> |

9. Foto Produk



Gambar 10. Foto Produk 1

Setelah melakukan proses pengilustrasian visual komentar negatif, membuat desain produk, tahap terakhir penulis memproduksi desain tersebut menjadi sebuah produk fashion.

SIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu, upaya yang dapat dilakukan oleh penulis untuk meningkatkan awareness masyarakat dengan cara membuat produk fashion yang terinspirasi dari komentar-komentar kasar *online harassment* yang kemudian di visualisasikan kedalam pengayaan pop art, yang nantinya akan disebarakan kepada target market sebagai bentuk endorsement yang menjadi salah satu bentuk dalam campaign ini lebih menarik perhatian banyak masyarakat. Dalam penelitian ini juga, penulis menggunakan teknik digital printing. Hal ini dikarenakan digital print mampu mentranfer visualisasi motif tanpa merubah bentuk, warna dan outline dari motif tersebut. Sehingga lebih efektif dalam menyuarakan awareness tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferari, Antonio. (2019). Pop Art By Moschino. <https://www.antonioferrariportfolio.com/blog-1/2019/2/14/pop-art-by-moschino>. Diakses pada tanggal 19 Mei 2021)
- Hafizhah, Rifqah. H. (2018). EKSPLOKASI MOTIF MAJAPAHIT DAN MOTIF PAISLEY DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK DIGITAL PRINTING SERTA BORDIR UNTUK PRODUK FESYEN. Telkom University.
- Malihah, Z., & Alfiasari, A. (2018). Perilaku Cyberbullying pada Remaja dan Kaitannya dengan Kontrol Diri dan Komunikasi Orang Tua. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*.
- Sartana, & Afriyeni, N. (2017). Perundungan Maya (Cyber Bullying) Pada Remaja Awal. *Journal Psikologis Insight*.
- Syabaniyah, K. (2020). Perancangan Ilustrasi Fashion sebagai Media Komunikasi Kampanye Anti Body Shaming. Universitas Negeri Semarang
- Tjhin, Santo. (2014). Pengantar Desain Grafis dan Animasi. <https://sunnaholomihalakrispen.wordpress.com/2014/01/29/pop-art/>. Diakses pada tanggal 1 Juni 2021.
- Wardana, Ketut. N. H. (2012). GAYA POP ART PADA KARYA DESAIN GRAFIS DI INDONESIA. Universitas Pendidikan Ganesha.