Perancangan Visual Media Promosi Acara Bertema Kesetaraan Gender
Dalam Rangka Pengajuan Khazanah Arsip Kepada Memory of The World UNESCO

Khansa Fitrinafia[1], Kurnia Setiawan[2], Mariati[3]
[1 2 3] Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara,
khansa.625170036@stu.untar.ac.id, kurnia@fsrd.untar.ac.id, mariati@fsrd.untar.ac.id

Abstrak — *Hingga saat ini tokoh wanita masih belum menduduki tempat yang seharusnya dalam kedudukan dalam sejarah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan data bahwa hanya 7,8% dari Pahlawan Nasional adalah wanita. Secara faktual, peranan wanita dalam sejarah Indonesia belum terekspos selayaknya. Banyak alasan yang melatarbelakangi keadaan tersebut. UNESCO sebagai salah satu organisasi internasional, saat ini memiliki proyek "Gender Equality" dalam salah satu program "Global Priorities" yang mendorong semua negara untuk mengajukan arsip atau naskah yang bertema gender untuk dipreservasi di World Heritage. Memory of the World UNESCO Indonesia bekerjasama dengan Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI) untuk mepublikasi acara pameran "Refleksi Gender Dalam Arsip". Salah satu manfaat dari kegiatan ini adalah mempublikasi sekaligus mengedukasi masyarakat dengan menampilkan tokoh-tokoh perempuan Indonesia yang telah berjasa dalam perjuangan Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan ANRI dan khalayak sasaran, serta mendalami materi melalui berbagai buku, karya tulis, dan internet. Perancangan visual dilakukan berdasarkan data dan teori yang telah diperoleh, serta menyesuaikan media promosi dengan selera khalayak sasaran.*

Kata kunci: *Arsip, Gender, Pahlawan Nasional, Pahlawan Perempuan, Promosi*

I. PENDAHULUAN

Perempuan memiliki peran yang penting dalam sejarah Indonesia. Banyak perempuan yang heroik dapat menyatakan keberaniannya dan menyuarakan hak perempuan diantaranya adalah Raden Adjeng Kartini, pahlawan pelopor emansipasi wanita, sepanjang hidupnya berusaha sekuat tenaga untuk mencerdaskan kaumnya melalui sekolah yang ia dirikan untuk gadis-gadis di tanah kelahirannya. Sejarah gerakan wanita tidak bisa dilepaskan dari sejarah kemerdekaan Republik. Merekalah perintis dari perjuangan hak-hak kemerdekaan yang menyangkup masalah wanita. Tanpa adanya mereka akan sangat mungkin hak-hak kaum wanita sekarang tidak akan tercapai.

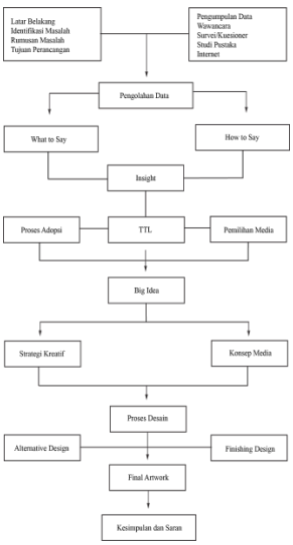
Sayangnya tidak semua pahlawan perempuan disebut dalam sejarah Indonesia. Sampai 2020, terdapat 191 tokoh telah diangkat sebagai pahlawan nasional Indonesia, tetapi hanya 15 di antaranya yang perempuan atau 7,8%. Tidak mengherankan jika generasi sekarang tidak hafal nama-nama pahlawan perempuan di Indonesia karena kalah bersaing dengan 176 nama pahlawan laki-laki. Masih banyak sekali perempuan hebat di Indonesia yang namanya tidak dikenal atau bahkan dihapus oleh sejarah. Sampai

sekarang masih terjadi peminggiran perempuan di bidang politik, pendidikan, sastra, sampai sains (Hera Diani, 2020). Penyebutan pahlawan perempuan yang minim dalam sejarah Indonesia menyatakan apresiasi masyarakat Indonesia terhadap wanita yang cenderung kecil. Hal ini membuat perempuan Indonesia juga merasa tidak dihargai dan putus asa.

Isu ini ternyata tidak hanya berlaku di Indonesia saja, tapi juga di seluruh dunia. Salah satu organisasi yang telah memperhatikan masalah ini adalah UNESCO. Pada 2014, UNESCO memasukan "*Gender Equality*" atau kesetaraan gender ke dalam program "*Global Priorities*". Selain itu, Memory of the World yang merupakan program preservasi arsip dan naskah yang dipegang oleh UNESCO, juga mendorong para negara-negara untuk mengajukan arsip yang bertema gender, khususnya peran wanita dalam sejarah. Untuk proyek pengajuan arsip tokoh perempuan Indonesia ini, Memory of the World menunjuk Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI) untuk bekerjasama dengan mereka. Dari arsip-arsip mengenai gender yang terdaftar di ANRI, hanya ada beberapa khazanah arsip yang layak diajukan, diantaranya adalah; Kongres Perempuan Pertama dan Raden Adjeng Kartini.

Pada 25 sampai 29 Oktober 2021, ANRI dan Memory of the World UNESCO, akan mengadakan acara pameran yang bertema gender berjudul "Refleksi Gender dalam Arsip" yang diadakan di Gedung Heritage ANRI di Jalan Gajah Mada 111 Acara pameran ini adalah salah satu publikasi yang diadakan ANRI untuk memenuhi persyaratan penominasian pengajuan arsip kepada UNESCO. Untuk mempromosi acara ini, diperlukan sebuah media promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung acara dan kesadaran masyarakat mengenai kesetaraan gender dan peran perempuan dalam sejarah Indonesia.

II. METODE



Tabel 1. Metode Perancangan.

A. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data dengan sumber data berdasarkan gender, usia, dan geografis yang masuk dalam target *audience*, serta dilakukan wawancara bersama ANRI.

B. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data berdasarkan buku dan artikel yang berkaitan dengan tema acara pameran yakni "Tokoh-tokoh Perempuan Indonesia" dan "Kesetaraan Gender" serta pengumpulan data dengan pengambilan kutipan dari beberapa buku yang dijadikan referensi untuk menjelaskan kajian teori yang digunakan dalam tulisan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. KONSEP PERANCANGAN VISUAL

"Refleksi Gender dalam Arsip" merupakan acara pameran yang selebrasi kesetaraan gender melalui khazanah arsip pahlawan-pahlawan perempuan Indonesia yang hebat. Konsep 'merefleksi masa lalu Indonesia' membuat visual yang merupakan campuran antara Indonesia pada masa lampau dan budaya *pop culture* pada masa lampau. Namun dihasilkanlah ide *Big Idea "Do it Retro*".

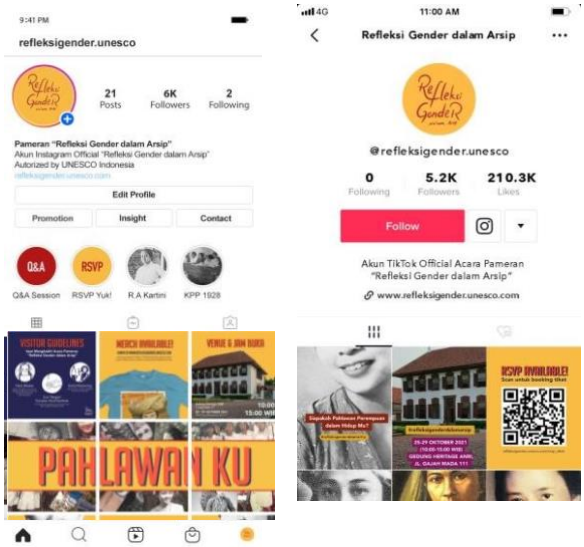
Gambar 1: Key Visual.
Sumber: Pribadi, 2021.

Poster ini terinspirasi dari gaya poster propaganda pada masa Perang Dunia Ke-II (1930-1940an). Dengan menggunakan *digital art* yang menyerupai gaya lukisan *air brush*, sebuah teknik yang sering digunakan pada masa itu.

Subjek poster berupa wanita berpose menyerupai tokoh *pop-culture* propaganda yang ikonik seperti Uncle Sam, dan Rosie the Riveter. *Headline* pada poster berupa peribahasa perjuangan dari berbagai daerah.

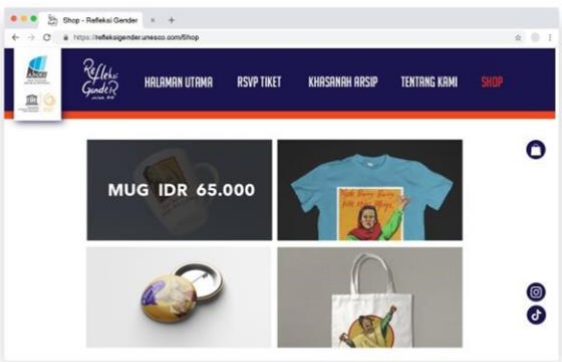
Gambar 2: Skema Warna.
Sumber: Pribadi, 2021.

B. Aplikasi dan Strategi Media



Gambar 2: Aplikasi Media Instagram dan TikTok.
Sumber: Pribadi, 2021.

Gambar 3: Aplikasi Media *Billboard.*
Sumber: Pribadi, 2021.



Gambar 4: Aplikasi Media *Microsite & Merchandise*.
Sumber: Pribadi, 2021.

Aplikasi poster dalam media serta strategi media promosi yang digunakan:

Awareness	***Interest***	***Desire***	***Action***
Iklan Instagram	Konten Edukatif Instagram	Konten Interaktif Instagram	*Merch*
Iklan TikTok	Konten Edukatif TikTok	Konten Interaktif TikTok	Acara Pameran
OOH Ads	*Microsite*	RSVP	

Tabel, Sumber: Pribadi, 2021

1. INSTAGRAM

Konten Instagram berupa *post* edukatif dan interaktif, serta beberapa *post* info mengenai acara pameran.

1.1) *Post* Edukatif: (Fase *Interest*)

Akun *official* @refleksigender.unesco akan post konten (*story dan post*) 4x seminggu. Konten ini berupa *segment*/konten "Pahlawan Perempuan yang Kamu Perlu Tahu!" yang merupakan *multi post* tentang tokoh pahlawan Indonesia yang belum begitu dikenal. *Post* ini menceritakan kisah hidup mereka serta dampak perjuangan mereka dalam sejarah Indonesia. Selain itu, akun *official* Instagram juga akan memberi *update* tentang acara pameran.

1.2) Post Interaktif: (Fase *Desire*)

Akun *official* Instagram akan mengadakan konten interaktif yang bertanya kepada *followers* "Siapakah

Pahlawan Wanita dalam Hidup Mu?". Dalam segmen ini, *followers* dapat menjawab pertanyaan tersebut lewat *comment section post* tersebut. Satu minggu setelah itu, jawaban *followers* akan ditayangkan di akun *official* Instagram dalam bentuk 3 *multi post* dengan 8 slides. Selain itu, @refleksigender.unesco juga akan mengadakan sesi *Q&A* lewat Instagram *Story*.

2. **TIKTOK**

Memiliki segmen yang sama seperti konten Instagram tetapi dalam bentuk video.

2.1) Video Edukatif: (Fase *Interest*)

TikTok juga akan mengadakan segmen "Pahlawan Perempuan yang Kamu Perlu Tahu!" dalam bentuk video kecil.

2.2) Video Interaktif: (Fase *Desire*)

TikTok juga mengadakan konten interaktif "Siapakah Pahlawan Wanita dalam Hidup Mu" dengan menggunakan fitur "*stitch*". Untuk menjawab pertanyaan, *followers* dapat menempelkan video mereka dengan video TikTok Refleksi Gender untuk merespon pertanyaannya dengan mudah.

3. OOH ADS

Selain iklan *online*, promosi acara pameran juga berlangsung secara *offline* melalui *Out of Home advertising*. Ini akan meningkatkan *awareness* khalayak sasaran lebih lanjut. Gaya dari *billboard* juga merupakan gaya *vintage*, ini mencerminkan tema pada *key visual*.

4. MICROSITE

Khalayak sasaran dapat mengunjungi *microsite* untuk mencari tahu lebih lanjut soal topik arsip yakni: Raden Adjeng Kartini dan Kongres Perempuan Pertama. Informasi seputar acara tentunya juga tersedia di *microsite* ini.

5. MERCHANDISE

Merchandise official dapat dibeli di *microsite official* atau di *booth* acara pameran. *Merchandise* yang tersedia adalah: *T-Shirt, Mug, Pin,* dan *Tote Bag.*

IV. SIMPULAN

A. KESIMPULAN

Memory of the World dan UNESCO memiliki kesadaran pentingnya kesetaraan gender bagi masyarakat global. Upaya yang dilakukannya adalah berkolaborasi dengan berbagai negara di dunia untuk menkonservasi peninggalan yang

membuktikan bahwa dalam sejarah, ide kesetaraan gender ini sudah diperjuangkan sejak lama. Media promosi ini dirancang untuk membantu Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI) dan Memory of the World Indonesia dalam memenuhi persyaratan publikasi acara pameran sebagai salah satu tahap dalam pengajuan khazanah arsip kepada Memory of the World, UNESCO.

B. SARAN

Terkait proses perancangan Tugas Akhir, penulis menyarankan bahwa melakukan riset dan pengumpulan data kepada model *client*, atau pakar dalam bidang tertentu untuk memperoleh data yang mendalam itu sangat diperlukan. Selain itu, peserta Tugas Akhir harus mampu untuk mengatur waktu sebaikbaiknya, serta aktif meminta saran pebimbing dan tidak takut untuk menerima kritik untuk mencapai hasil karya yang maksimal.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

1. Ibu Eli Ruliawaiti selaku staff Pembinaan Kearsipani Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI) yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data mengenai program pengajuan khazanah arsip sehingga menunjang terselsaikannya Tugas Akhir.
2. Ibu Mira Rini selaku staff LIPI dan salah satu panitia acara pameran "Refleksi Gender dalam Arsip" yang telah bersedia untuk memberi informasi mengenai acara pameran "Refleksi Gender dalam Arsip" sehingga terselsaikannya Tugas Akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini (2014*)* Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*.* Jakarta: Nuansa Cendekia

Rustan, S (2014) Layout – Dasar dan Penerapannya. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Venus, A. (2012) Manajemen Kampanye*.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Oakley, A. (2015) *Sex, Gender and Society*. Oxfordshire: Routledge.

Poesponogorho Djoened, M (2008) Sejarah Nasional Indonesia. Jilid V: Zaman Kebangkitan Nasional dan Masa Akhir Hindia Belanda. Jakarta: Balai Pustaka.