

Perancangan Kampanye Sosial sebagai Upaya Mengurangi Penggunaan Software Desain Ilegal Di Kalangan Pelajar SMK

Mhd Bintang Gemilang^{1*}, Aryoni Ananta², Well Victory³

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padang Panjang

^{1*}bintanggemilang25@email.com, ²aryoniananta@isi-padangpanjang.ac.id, ³wllvctry@gmail.com

Abstrak

Penggunaan software desain ilegal masih menjadi masalah serius di kalangan pelajar SMK jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). Faktor ekonomi, keterbatasan akses software legal, dan rendahnya pemahaman hak cipta menjadi penyebab utama maraknya praktik ini terjadi. Penelitian ini bertujuan merancang kampanye sosial Gerakan Bikin Aja sebagai strategi edukatif untuk mengurangi penggunaan software desain ilegal di kalangan pelajar SMK. Kampanye disebarluaskan melalui media sosial (Instagram, TikTok), webinar, workshop, serta media cetak seperti poster, x-banner, dan merchandise. Metode yang digunakan meliputi studi pustaka, observasi langsung ke sekolah, penyebaran kuesioner kepada siswa jurusan DKV, serta wawancara dengan guru DKV. Data yang diperoleh digunakan untuk menyusun pesan kampanye yang informatif dan relevan dengan target audiens. Hasil perancangan menunjukkan bahwa pendekatan persuasif melalui media yang akrab dengan pelajar mampu meningkatkan kesadaran mereka terhadap pentingnya penggunaan software legal. Kampanye ini juga memperkenalkan software open source seperti GIMP, Inkscape, dan Blender sebagai alternatif gratis dan legal. Dengan demikian, kampanye ini diharapkan dapat membentuk budaya digital yang bertanggung jawab dan menjadi langkah awal dalam menumbuhkan etika profesional di bidang desain grafis sejak di bangku sekolah.

Kata Kunci: Kampanye Sosial, Gerakan Bikin Aja, Software Desain Ilegal, Hak Cipta, Desain Komunikasi Visual

PENDAHULUAN

Di era digital, kemajuan teknologi telah membuka pintu bagi berbagai pekerjaan kreatif yang memanfaatkan software untuk memberikan hasil yang inovatif dan efisien, termasuk di bidang desain komunikasi visual. Namun, dalam praktiknya sering ditemukan fenomena penggunaan software ilegal atau bajakan, mulai dari jenjang pelajar, pengajar, dan praktisi desain grafis.

Menurut situs berita CNN Indonesia pada tahun 2019 lalu dalam artikel yang berjudul “83 Persen Perusahaan Indonesia Pakai Software Bajakan”, diberitakan bahwa 83 persen perusahaan di Indonesia menggunakan software bajakan, data ini diterbitkan oleh Business Software Alliance (BSA). Tentu ini menciptakan risiko siber yang tinggi dalam penggunaan software bajakan. Tercatat bahwa sekitar 29 persen perusahaan bisa terkena serangan Malicious Software (malware) dengan menggunakan software bajakan. Dilansir dari laman berita inilah.com, Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) menyebutkan sebanyak 52,51% serangan siber di Indonesia disebabkan oleh software bajakan (www.cnnindonesia.com, 22 Desember 2024). Hingga Agustus 2023, BSSN mencatat jumlah serangan siber di Indonesia telah mencapai 219.414.104 serangan, yang sebagian besar di antaranya diakibatkan oleh penggunaan perangkat lunak ilegal (www.antaranews.com, 22 Desember 2024).

Penggunaan software bajakan dapat membawa sejumlah dampak serius yang berisiko terhadap pengguna, baik secara individu maupun institusional. Salah satu risiko utama adalah keamanan sistem. Software bajakan kerap kali mengandung malware atau virus yang dapat merusak sistem komputer dan menghapus data penting. Selain itu, software jenis ini tidak mendapatkan pembaruan keamanan resmi, yang menyebabkan sistem pengguna menjadi rentan terhadap serangan siber lanjutan (Sutisnawinata, 2023). Di sisi lain, dari aspek hukum, pelanggaran hak cipta atas software dapat menimbulkan sanksi pidana, denda, serta kerugian ekonomi bagi pemilik hak cipta. Tindakan ini juga menciptakan iklim yang tidak sehat bagi pertumbuhan industri kreatif (Nadrah et al., 2022).

Tidak hanya itu, pengguna software bajakan juga tidak mendapatkan dukungan teknis dari pengembang resmi. Ketika terjadi kerusakan atau kendala teknis, pengguna tidak dapat mengakses bantuan atau solusi dari pihak pengembang (Diskominfo SP, 2022). Selain itu, beberapa software bajakan diketahui menyimpan kode berbahaya yang mampu mengambil data pribadi pengguna tanpa seizin mereka, sehingga menimbulkan pelanggaran privasi yang serius (Rokhayah, 2022). Dengan demikian, penggunaan software bajakan mengandung bahaya dari berbagai aspek—mulai dari teknis, hukum, hingga etika profesi.

Pembajakan software merupakan sebuah kejahatan terkait dengan Undang-Undang Hak Cipta (Majid & Ahmadian, 2020). Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, 2014, hak cipta adalah hak eksklusif yang melekat secara otomatis setelah karya diwujudkan dalam bentuk nyata. Hak cipta mencakup dua aspek utama, yaitu hak moral (seperti mencantumkan nama dan menjaga reputasi ciptaan) serta hak ekonomi (untuk memperoleh manfaat finansial dari karya). Software termasuk jenis karya yang dilindungi. Pelanggaran hak cipta terhadap software untuk penggunaan secara komersial dapat dikenai pidana penjara maksimal 4 tahun dan/atau denda hingga 1 miliar rupiah.

Ada beberapa alasan yang mendorong seseorang untuk menggunakan software bajakan, meskipun menyadari bahwa tindakan tersebut memiliki risiko serangan siber, dan melanggar hukum serta etika. Salah satu alasan utama adalah karena faktor ekonomi. Beberapa individu mungkin merasa bahwa harga lisensi resmi untuk perangkat lunak terlalu tinggi dan tidak terjangkau bagi mereka. Dalam upaya untuk menghemat biaya karena kebutuhan yang mendesak membuat mereka memilih untuk menggunakan perangkat lunak desain grafis versi bajakan yang tersedia secara gratis atau dengan biaya yang lebih rendah. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang konsekuensi hukum dan moral dari penggunaan software ilegal juga menjadi faktor yang mempengaruhi. Sebagian masyarakat tidak sepenuhnya menyadari bahwa penggunaan software bajakan melanggar hak cipta dan dapat merugikan pemilik hak cipta serta industri perangkat lunak secara keseluruhan. Hal ini diperkuat dengan narasi yang terdapat di dalam jurnal karya Basrul et al., (2018) yang menyebutkan bahwa salah satu alasan kenapa banyak yang tidak mau meninggalkan Software bajakan atau beralih menggunakan software asli karena menggunakan software asli membutuhkan harga yang mahal, dan menginstal software asli sangatlah susah, serta penggunaan aplikasinya tidaklah mudah seperti software bajakan.

Upaya mengubah perilaku dan membangun kesadaran dari pengguna software ilegal sebaiknya dilakukan sedari dini yaitu sejak di bangku pendidikan. Praktik penggunaan software desain ilegal ini salah satunya marak terjadi di dunia Desain Komunikasi Visual yang sudah tersedia sejak jenjang pendidikan sekolah menengah (SMK). Melansir dari laman berita Regional Espos, sekitar 90 persen sekolah di Indonesia masih menggunakan perangkat lunak atau software ilegal. "Hal tersebut disebabkan oleh oknum penjual komputer nakal yang ingin meraup keuntungan pribadi," kata Direktur Marketing PT Infosis Teknologi Indonesia di Yogyakarta, Sunaryanto yang ditunjuk sebagai salah satu perwakilan resmi Microsoft di Indonesia seusai kerja sama Microsoft Indonesia dengan SMK Swadaya Temanggung di Temanggung, Senin (1/2/2016) (Sulistiyawati, 2016). Ketidaktahuan tentang aturan hak cipta dan dampak negatif dari penggunaan software desain ilegal turut berkontribusi pada penyebaran praktik ini di kalangan institusi pendidikan. Pendidikan kejuruan yang bertujuan mempersiapkan pelajar-pelajar yang siap bekerja setelah lulus, memiliki potensi menggunakan software desain ilegal dalam dunia kerja jika tidak dibekali dan dibangun kesadarannya sejak dari bangku sekolah menengah. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis dan berkelanjutan dalam memberikan informasi, pelatihan, dan dukungan teknis kepada sekolah-sekolah dan pelajar-pelajar untuk mendorong pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya mengadopsi software legal.

Menurut Thamrin et al. (2010), salah satu kendala suatu lembaga pendidikan tidak menggunakan software asli adalah karena mahalnya harga lisensi software. Sesuai dengan hasil survei yang dilakukan terhadap 108 (seratus delapan) pelajar jurusan DKV di empat SMK di Provinsi Sumatera Barat menunjukkan bahwa 56,5% pelajar tidak menyadari bahwa software desain yang mereka gunakan merupakan software ilegal, dan 52,8% tidak mengetahui perbedaan antara software legal dan ilegal. Meskipun 74,1% mengaku pernah mendapat edukasi dari sekolah tentang pentingnya menggunakan software legal, kesenjangan pemahaman tetap terjadi. Fakta ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara paparan informasi dan pemahaman konseptual pelajar mengenai legalitas perangkat lunak, yang dapat berdampak pada pembentukan etika profesional mereka di masa depan. Temuan ini diperkuat oleh Bapak Aldo Ngara, S.Pd., guru DKV di SMKN 1 Payakumbuh, yang menjelaskan bahwa upaya sekolah terutama guru dalam mengedukasi pelajar terkait pentingnya menggunakan software yang legal sudah dilakukan pada proses pembelajaran, walaupun dalam praktiknya komputer-komputer yang ada di sekolah masih menggunakan software desain bajakan. Menurut pengakuan beliau, masih digunakannya software desain ilegal disebabkan tidak adanya anggaran dana khusus untuk pembelian software desain berlisensi dari pihak sekolah, dan juga tuntutan agar pelajar mampu beradaptasi di industri kreatif yang menggunakan software desain ilegal seperti yang ada di sekolah (SMKN 1 Payakumbuh, 2024). Kebanyakan laboratorium sekolah masih menggunakan software proprietary namun pengadaannya tidak melalui proses yang seharusnya. Salah satu kendala suatu lembaga pendidikan tidak menggunakan software asli adalah karena mahalnya harga lisensi software (Thamrin et al., 2010).

Dapat disimpulkan bahwa fenomena ini mencerminkan tantangan struktural dalam pendidikan vokasional di Indonesia, di mana keterbatasan sumber daya dan kurangnya akses terhadap software berlisensi mendorong institusi pendidikan pada praktik yang justru bertentangan dengan nilai-nilai hukum dan etika profesi desain. Berdasarkan permasalahan tersebut, kampanye sosial menjadi salah satu solusi yang dapat dilakukan. Menurut Irawan et al. (2025) dalam penelitiannya, kegiatan kampanye sosial merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran pelajar terhadap isu-isu sosial. Kampanye sosial ini akan mengedukasi siswa SMK, khususnya jurusan DKV, mengenai pentingnya penggunaan software legal serta mengenalkan alternatif software berbasis open source, seperti GIMP (GNU Image Manipulation Program) sebagai pengganti Adobe Photoshop, Inkscape sebagai alternatif Adobe Illustrator, dan Blender untuk animasi 3D. Penggunaan perangkat lunak open source tidak hanya sah secara hukum dan gratis, tetapi juga membantu pelajar mengembangkan kemampuan beradaptasi dengan beragam jenis platform software. Kampanye seperti ini menciptakan "transformasi nilai" yang mendalam, terutama jika didukung oleh otoritas sekolah dan dunia industri.

Kampanye sosial yang akan dilakukan berupa webinar dan workshop pelatihan praktis yang membahas aspek hukum, etika, serta cara penggunaan software desain legal. Kampanye sosial ini juga melibatkan guru-guru jurusan DKV sebagai pendukung penyelenggaraan kampanye, sehingga diharapkan dapat tercipta lingkungan pendidikan yang mendukung kreativitas tanpa melanggar hak cipta, serta merangsang pengembangan bakat dan keahlian pelajar dalam bidang desain dengan cara yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

METODE

Tahapan Penelitian

Metode penelitian digunakan sebagai landasan sistematis dalam merancang dan merealisasikan seluruh tahapan kampanye sosial Gerakan Bikin Aja. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang fokus pada isu penggunaan software desain ilegal di kalangan pelajar SMK jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). Metode ini dipilih karena mampu menggambarkan secara mendalam proses perancangan kampanye berbasis edukatif dan partisipatif melalui media komunikasi visual.

Proses penelitian dirancang untuk menjawab permasalahan melalui serangkaian tahapan mulai dari pengumpulan data, perancangan strategi kampanye, penyajian karya, hingga evaluasi dampak kampanye. Setiap tahapan dilaksanakan secara terstruktur agar tujuan kampanye dapat dicapai secara efektif, serta sesuai dengan konteks target audiens yang dituju. Adapun penjabaran dari masing-masing tahapan dijelaskan pada subbagian berikut.

Tahap Persiapan

Tahapan persiapan dalam penelitian ini diawali dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka untuk mengidentifikasi permasalahan di lapangan. Observasi dilakukan di laboratorium komputer empat SMK di Sumatera Barat yang memiliki jurusan DKV, di mana ditemukan penggunaan software desain bajakan seperti CorelDRAW dan Adobe Photoshop tanpa lisensi. Wawancara dengan guru-guru DKV mengungkap bahwa meskipun edukasi mengenai pentingnya software legal telah diberikan, keterbatasan anggaran menjadi alasan utama sekolah tetap menggunakan software ilegal.

Kuesioner disebarakan kepada siswa jurusan DKV untuk mengukur tingkat kesadaran mereka terhadap isu legalitas software. Hasilnya menunjukkan masih rendahnya pemahaman pelajar mengenai perbedaan software legal dan bajakan. Studi pustaka juga dilakukan untuk memperkuat landasan teori dan data, dengan merujuk pada jurnal ilmiah, berita, serta Undang-Undang Hak Cipta.

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan pendekatan segmentasi target audiens (geografis, demografis, dan psikografis), serta metode 5W+1H untuk merumuskan bentuk kampanye yang akan dirancang. Strategi komunikasi disusun berdasarkan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), yang nantinya diterapkan dalam media kampanye seperti media sosial, webinar, dan workshop. Seluruh proses persiapan ini menjadi fondasi dalam perancangan kampanye sosial "Gerakan Bikin Aja".



Gambar 1. Observasi di Labor Komputer SMKN 4 Pariaman
(Dokumentasi Pribadi: Mhd Bintang Gemilang, 2024)



Gambar 2 Wawancara dengan Bapak Aldo Ngara, Guru DKV SMKN 1 Payakumbuh
(Dokumentasi Pribadi: Mhd Bintang Gemilang, 2024)

Tahap Perancangan

Tahapan perancangan dimulai dengan penyusunan strategi verbal dan visual yang selaras dengan karakteristik audiens, yaitu pelajar SMK jurusan Desain Komunikasi Visual. Strategi verbal mencakup penentuan pesan utama yang menyoroti pentingnya menggunakan software legal, penyusunan tagline seperti "Karya Jujur, Desainer Hebat", serta pemilihan bahasa

yang komunikatif dan mudah dipahami. Storytelling, analogi, dan bahasa positif digunakan untuk membangun narasi yang memberdayakan pelajar tanpa menghakimi. Konsistensi pesan dijaga di seluruh media kampanye untuk memperkuat daya ingat dan efektivitas komunikasi.

Sementara itu, strategi visual dirancang dengan pendekatan ilustratif yang ringan, hand-drawn, dan dekat dengan dunia pelajar kreatif. Warna kontras, gaya playful, dan font personal digunakan untuk menciptakan nuansa positif, enerjik, dan tidak mengintimidasi. Desain media seperti poster, infografis, dan konten daring dirancang agar bersifat edukatif dan komunikatif, membandingkan antara penggunaan software legal dan ilegal secara persuasif. Seluruh proses ini tersusun dalam struktur perancangan yang sistematis, memastikan kampanye "Gerakan Bikin Aja" mampu menyampaikan pesan secara efektif dan membangun kesadaran target audiens sebagai generasi kreator yang bertanggung jawab.



Gambar 3 Struktur Perancangan
(Sumber : Mhd Bintang Gemilang, 2024)

Tahap Perwujudan

Tahapan perwujudan merupakan proses implementasi dari hasil perancangan kampanye sosial Gerakan Bikin Aja ke dalam berbagai media komunikasi visual. Kegiatan ini mencakup penyelenggaraan webinar dan workshop, produksi media visual digital dan cetak, hingga pembuatan merchandise sebagai sarana penyebaran pesan kampanye.

a. Kegiatan Edukatif: Webinar dan Workshop

Webinar diselenggarakan secara daring melalui Zoom dan menghadirkan narasumber dari kalangan akademisi Desain Komunikasi Visual. Materi yang dibahas mencakup etika profesi, nilai orisinalitas, serta bahaya dan solusi dari penggunaan software bajakan. Selain itu, workshop dilakukan secara langsung kepada pelajar SMK DKV untuk memperkenalkan dan melatih penggunaan software desain legal berbasis open source. Kegiatan ini bertujuan untuk membentuk kesadaran dan keterampilan pelajar agar berkarya secara legal, etis, dan profesional.

b. Media Kampanye: Motion Graphic dan Media Pajang

Motion graphic dikembangkan sebagai konten pemantik (trigger content) dengan pendekatan emosional yang positif dan tidak menghakimi. Desain visualnya dirancang untuk menyentuh perasaan bangga dan optimis dalam memilih jalan legal. Sementara itu, media pajang seperti poster dan X-banner digunakan sebagai materi informasi dan visual saat pameran berlangsung, memuat informasi edukatif tentang dampak negatif software ilegal serta alternatif legalnya.

c. Produksi Visual dan Identitas Kampanye

Produksi media dimulai dari penyusunan storyboard motion graphic, dilanjutkan dengan pembuatan aset visual berbasis ilustrasi dan fotografi. Proses animasi dilakukan menggunakan Adobe After Effects dengan memperhatikan ritme, transisi, dan keterbacaan pesan. Untuk memperkuat identitas kampanye, dirancang logo berbentuk logotype yang komunikatif dan dinamis, memadukan tipografi ekspresif dengan warna-warna cerah (merah-oranye, ungu, dan kuning) sebagai representasi semangat kreatif dan keberanian.

d. Media Pendukung: Poster dan Merchandise

Poster sebagai media pajang dirancang dalam format 32x100 cm menggunakan sistem grid modular agar informasi tersaji secara terstruktur dan komunikatif. Merchandise berupa kaos, tumbler, dan stiker dirancang dengan menampilkan logo dan tagline kampanye, dicetak menggunakan mockup digital untuk memastikan proporsinya sesuai cetakan aktual. Ketiganya berfungsi sebagai media promosi tidak langsung yang memperluas jangkauan pesan kampanye ke lingkungan target audiens.

Melalui tahapan perwujudan ini, pesan kampanye tidak hanya disampaikan secara visual dan verbal, tetapi juga secara interaktif dan partisipatif melalui kegiatan langsung, dengan tujuan membentuk kesadaran, pemahaman, dan perubahan sikap pelajar SMK terhadap penggunaan software desain legal.

Tahap Penyajian Karya

Penyajian karya kampanye sosial Gerakan Bikin Aja dilakukan melalui pendekatan kombinitif antara media daring dan luring. Kegiatan ini meliputi penyelenggaraan webinar melalui platform Zoom yang melibatkan beberapa SMK di Sumatera Barat, serta workshop pelatihan langsung di salah satu sekolah sasaran. Selain itu, kampanye juga dipublikasikan melalui media sosial (Instagram dan TikTok) guna memperluas jangkauan pesan ke audiens yang memiliki karakteristik serupa, namun berada di luar wilayah geografis kampanye utama.

Setelah rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan, dilakukan rekapitulasi dan analisis data interaksi serta keterlibatan audiens yang diperoleh dari media sosial, webinar, dan workshop. Seluruh hasil karya dan dokumentasi proses kampanye ini kemudian

disajikan dalam bentuk pameran tugas akhir di Program Studi Desain Komunikasi Visual, sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik sekaligus media edukasi kepada publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil perancangan kampanye sosial “Gerakan Bikin Aja” diwujudkan melalui berbagai bentuk media komunikasi visual yang dirancang secara strategis dan terintegrasi. Seluruh karya bertujuan untuk menyampaikan pesan kampanye secara efektif kepada target utama, yaitu pelajar SMK jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV), dengan pendekatan edukatif, komunikatif, dan partisipatif.

1) Motion Graphic untuk Media Sosial

Tiga karya motion graphic dirancang untuk platform Instagram dan TikTok sebagai media utama kampanye “Gerakan Bikin Aja”. Postingan pertama berdurasi 29 detik menekankan pesan ajakan seperti “Gerakan Bebas Ilegal” dan “Tanpa Software Ilegal”, disajikan dengan gaya visual ramah dan energik. Elemen visual berupa foto siswa SMK perempuan dikombinasikan dengan ikon-ikon desain seperti pen tool dan laptop. Palet warna merah, kuning, dan ungu digunakan untuk menggambarkan semangat kreatif, dipadukan dengan tipografi seperti Space Grotesk Bold, Space Mono, dan Quimby Gubernatorial untuk menciptakan kontras visual yang kuat dan komunikatif. Postingan ini memperoleh 5.498 tayangan dan 48 likes.

Postingan kedua berdurasi 1 menit 30 detik menggunakan pendekatan naratif retoris dengan pertanyaan pembuka “Kamu tau ga?”. Latar ungu tua dipilih untuk kesan serius namun tetap menarik. Ilustrasi kolase digital menggabungkan foto siswa dan ikon legalitas, membangun relasi visual yang kuat dengan dunia remaja. Konten ini mendapatkan 312 tayangan dengan 19 likes dan 9 komentar, yang mengindikasikan keterlibatan audiens secara lebih kritis.

Postingan ketiga berdurasi 1 menit 3 detik menekankan aspek hukum penggunaan software bajakan. Transisi visual dari ilustrasi siluet ke foto tangan terborgol secara simbolik menggambarkan konsekuensi hukum atas pelanggaran hak cipta. Warna kuning-oranye dipilih untuk memperkuat kesan waspada. Postingan ini meraih 526 tayangan, 21 likes, 4 komentar, dan 1 kali dibagikan.



Gambar 4 Cuplikan Motion Graphic pada postingan Instagram Gerakan Bikin Saja
(Sumber : Akun Instagram @gerakanbikinaja, 2024)

2) Poster

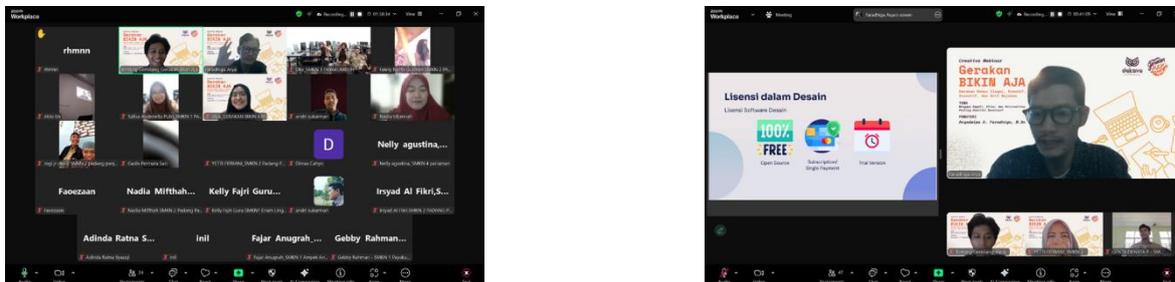
Poster berukuran 32x100 cm berfungsi sebagai media utama pameran tugas akhir. Isi poster mencakup penjelasan kampanye, hasil survei 108 siswa SMK DKV, serta pemaparan solusi dan kegiatan kampanye. Warna merah, oranye, dan krem dipilih untuk menciptakan kesan hangat dan aktif. Visualisasi poster juga memuat data bahwa sebagian besar siswa belum memahami perbedaan software legal dan ilegal, menegaskan urgensi kampanye ini.



Gambar 5 Poster Kampanye Sosial Gerakan Bikin Saja (Sumber : Mhd Bintang Gemilang, 2025)

3) Webinar

Webinar bertajuk “Mengapa Empati, Etika dan Orisinalitas Penting Dimiliki Desainer” dilaksanakan secara daring pada 12 Juni 2025 melalui Zoom. Narasumber Arya Dwipa A. Faradhiga, S.Sn., M.Sn. dari ISI Padang Panjang menyampaikan pentingnya penggunaan software legal dan etika dalam desain. Webinar ini diikuti oleh siswa dan guru dari enam SMK di Sumatera Barat dan menjadi ruang diskusi terbuka mengenai nilai profesionalisme dan hak kekayaan intelektual dalam industri kreatif.



Gambar 6 Cuplikan Tangkapan Layar Kegiatan webinar Gerakan Bikin Saja (Sumber : Mhd Bintang Gemilang, 2025)

4) Workshop

Workshop dilaksanakan pada 11 Juni 2025 di SMK Negeri 4 Pariaman dengan materi pengenalan software legal berbasis open source (Inkscape). Peserta dilatih membuat desain dan mengintegrasikan karya dengan mesin laser cutting. Kegiatan ini bertujuan membangun kesadaran praktis sekaligus teknis tentang berkarya secara legal.



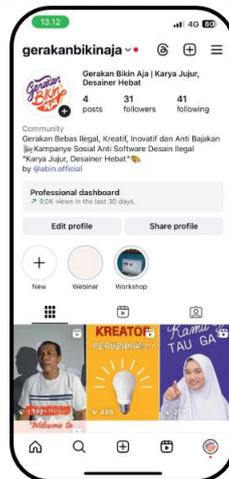
Gambar 7 Dokumentasi Kegiatan Workshop Pelatihan Praktis Penggunaan Software Desain Grafis Berbasis Open Source (Sumber: Zebri Winanda Putra & Zikri Alqusairy, 2025)

5) Video Dokumentasi

Dua video dokumentasi, yaitu webinar dan workshop, diproduksi untuk menunjukkan implementasi langsung kampanye. Video disunting menggunakan Adobe Premiere Pro, dengan penambahan wawancara peserta yang menekankan pentingnya menggunakan software legal. Segmen wawancara memperkuat sisi emosional dan reflektif dari kampanye, menunjukkan dampak nyata dari kegiatan.

6) Media Sosial

Kampanye dikelola melalui akun Instagram @gerakanbikinaja dan TikTok @gerakan.bikin.aja. Platform ini menyajikan konten visual berupa motion graphic, dokumentasi kegiatan, serta edukasi ringan seputar hak cipta. Feed dan highlight disusun dengan gaya visual konsisten untuk menciptakan brand awareness serta ruang partisipasi aktif dari audiens.



Gambar 8 Tangkapan Layar Akun Instagram Gerakan Bikin Aja (Sumber: Akun @gerakanbikinaja, 2025)

7) X-Banner

X-Banner digunakan sebagai media visual saat kegiatan berlangsung, berisi logo, slogan (“Karya Jujur, Desainer Hebat”), ilustrasi, dan QR code menuju media sosial kampanye. Desain vertikal berfungsi menarik perhatian sekaligus memperkuat identitas visual secara instan di lokasi acara.



Gambar 9 X-Banner Kampanye Sosial Anti-Piracy “Gerakan Bikin Aja”
(Sumber : Mhd Bintang Gemilang, 2025)

8) Merchandise

Merchandise dirancang untuk memperluas pesan kampanye secara visual dan personal. Terdiri dari kaos putih, tumbler putih, dan stiker ilustratif yang menampilkan logo kampanye dan tagline. Elemen visual dirancang menggunakan Adobe Photoshop dan Illustrator, serta disesuaikan untuk media distribusi massa. Desain kaos dan tumbler berfungsi sebagai media kampanye pasif, sementara stiker mendukung eksposur visual di lingkungan sekolah.



Gambar 10 Mockup merchandise Baju Kaos Kampanye Sosial “Gerakan Bikin Aja”
(Sumber : Mhd Bintang Gemilang, 2025)

Pembahasan

Berisi hasil implementasi penerapan metode, ataupun hasil dari pengujian metode.

Kampanye sosial Gerakan Bikin Aja dirancang sebagai respons terhadap maraknya penggunaan software desain ilegal di kalangan pelajar SMK, khususnya jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). Kampanye ini menekankan pentingnya kesadaran etis dalam praktik desain, melalui slogan “Karya Jujur, Desainer Hebat.” Implementasinya diwujudkan dalam berbagai media seperti akun media sosial (Instagram dan TikTok), video motion graphic, kegiatan webinar, dan workshop pelatihan praktis.

Melalui analisis interaksi dan keterlibatan audiens di media sosial, terlihat bahwa kampanye mampu menjangkau target dengan cukup baik. Selama periode kampanye, akun Instagram @gerakanbikinaja mencatat total 9.065 tayangan, dengan 55,1% berasal dari pengguna non-pengikut, dan 80,2% dari tayangan tersebut berasal dari konten berbentuk Reels. Hal ini

menegaskan bahwa format video pendek sangat efektif dalam menarik perhatian pelajar SMK. Salah satu konten berupa testimoni dari pengusaha percetakan, Bapak Martius, turut memperkuat pesan kampanye. Ia menyampaikan bahwa penggunaan software open source seperti Inkscape dan Laser GRBL bukan hanya efisien secara biaya, tetapi juga merupakan bentuk kepatuhan terhadap hukum dan etika profesi. Hal ini selaras dengan pernyataan Chen (2022), bahwa “testimoni tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangkitkan empati dan emosi audiens” (Chen, 2022).

Kegiatan webinar menjadi wadah edukasi hukum dan refleksi etika profesi bagi siswa dan guru. Tingginya antusiasme peserta tergambar dari diskusi aktif dan hasil evaluasi kegiatan. Sebanyak 86,4% peserta mengaku akan lebih berhati-hati dalam memilih software desain, dan 81,8% menyatakan tertarik untuk menggunakan software open source. Temuan menarik lainnya adalah 77,3% peserta baru mengetahui Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang hak cipta dari webinar ini, menandakan peran signifikan kampanye dalam penyebaran informasi hukum di lingkungan pendidikan kejuruan.

Adapun pelaksanaan workshop praktis memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam menggunakan software open source serta menerapkannya ke dalam produksi nyata menggunakan mesin laser cutting. Menurut Kurniawati (2021), metode demonstrasi efektif dalam meningkatkan pemahaman keterampilan praktis di kalangan siswa, dan hal ini terbukti melalui tanggapan peserta yang merasa terbantu memahami desain secara menyeluruh. Salah satu peserta, Ihsan Triagawan dari SMKN 4 Pariaman, menyatakan bahwa workshop ini membuatnya sadar akan keberadaan software ilegal dan memperkaya pemahaman tentang desain komunikasi visual.

Secara keseluruhan, pendekatan kampanye melalui kombinasi edukasi visual, praktik langsung, dan keterlibatan digital terbukti efektif dalam membangun kesadaran pelajar terhadap pentingnya penggunaan software legal. Strategi ini tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif dan partisipatif, dengan mengutamakan pendekatan yang bumi dan relevan terhadap keseharian audiensnya.

KESIMPULAN

Bagian ini berisi kesimpulan yang menjawab hal segala permasalahan yang terdapat didalam penelitian. Isi kesimpulan tidak berupa point-point, namun berupa paragraf.

Berdasarkan hasil perancangan dan implementasi kampanye sosial Gerakan Bikin Aja yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kampanye ini berhasil menjadi salah satu bentuk edukasi visual yang efektif dalam meningkatkan kesadaran siswa SMK jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) terhadap pentingnya penggunaan software desain legal.

Kampanye ini mengusung pesan utama "Karya Jujur, Desainer Hebat" sebagai ajakan untuk berkarya secara orisinal dan bertanggung jawab. Pesan tersebut dikomunikasikan melalui berbagai media, baik cetak maupun digital, seperti motion graphic, poster, webinar, workshop, media sosial, X-banner, hingga merchandise.

Dari hasil dan analisis yang dilakukan, diperoleh beberapa poin penting. Pertama, Media Sosial berperan sebagai kanal utama dalam menyampaikan informasi kampanye secara luas dan interaktif. Tingkat engagement yang muncul melalui views, likes, komentar, dan jumlah pengunjung menunjukkan bahwa konten yang disajikan mampu menarik perhatian dan mendorong keterlibatan audiens. Kedua, Webinar yang menghadirkan narasumber dari kalangan akademisi berhasil membuka ruang diskusi dan refleksi bersama mengenai etika digital dan pentingnya software legal. Berdasarkan data yang diperoleh dari formulir evaluasi, dapat disimpulkan bahwa webinar Gerakan Bikin Aja berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap isu pembajakan software, membentuk kesadaran akan pentingnya legalitas, serta mendorong perubahan sikap untuk mulai menggunakan software open source yang legal. Webinar ini juga memperlihatkan bahwa pendekatan edukatif yang interaktif dan komunikatif sangat efektif diterapkan pada segmen pelajar SMK. Namun, ke depannya diperlukan penguatan pada aspek pemahaman praktis software legal serta perluasan distribusi konten kampanye digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dan terakhir, Workshop Pelatihan Praktis memberikan pengalaman langsung kepada siswa mengenai penggunaan software open source seperti Inkscape, sekaligus memperkenalkan mereka pada integrasi alat produksi seperti laser cutting. Semua karya visual yang dihasilkan dalam kampanye ini telah dirancang berdasarkan prinsip desain komunikatif, edukatif, dan ramah audiens muda. Hal ini menunjukkan bahwa desain grafis bukan hanya soal estetika, tetapi juga sarana untuk menyampaikan nilai dan membentuk perilaku.

Secara keseluruhan, kampanye Gerakan Bikin Aja tidak hanya memberikan pemahaman, tetapi juga menumbuhkan kesadaran dan semangat baru untuk menciptakan karya-karya orisinal melalui cara yang legal dan etis. Dengan pendekatan visual dan kolaboratif, kampanye ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun budaya desain yang jujur dan bertanggung jawab di kalangan pelajar SMK.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulisan Jurnal yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial sebagai Upaya Mengurangi Penggunaan *Software* Desain Ilegal di Kalangan Pelajar SMK” ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, doa, dan semangat selama proses pengerjaan hingga selesainya karya serta jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanu, H., & Evanne, L. (2019). Pengaruh Iklan Media Cetak (Brosur) Terhadap Tingkat Penjualan Cv. Pinang Advertising Tanjung Pinang. *Jurnal Inovasi*, 11(2), 129–143.
<https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/view/695/401>
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- ANTARA- Kantor Berita Indoensia.2023. BSSN Sebut Serangan Siber Malware Marak Akibat "Software" Bajakan.

- <https://www.antaranews.com/berita/3670320/bssn-sebut-serangan-siber-malware-marak-akibat-software-bajakan> - diakses pada : 22 Desember 2024
- Atmaja, G. M. D., Prasetyo, L. J., Marwiyati, & Giantoro, E. (2025). PENERAPAN TEKNIK MOTION GRAPHIC DALAM PROGRAM TELEVISI FEATURE “KELANA SI CENTIL’.” *EDUTECH: Jurnal Inovasi Pendidikan Berbantuan Teknologi*, 5(2), 200–206.
- Basrul, Vivianie, Sari & Yusuf, Bustami. (2018). STUDI EVALUASI PENGGUNAAN *SOFTWARE* BAJAKAN DI KALANGAN MAHASISWA FTK UIN AR-RANIRY. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Volume 2, Nomor 1, Maret 2018, 37-47
- Behance. (2020). *ELEVEN — anti-piracy campaign*. Eleven.
- Chen, T. (2022). The Impact of Online Review on Consumers' Purchasing Decisions: Evidence From an Eye-Tracking Study. *Frontiers in Psychology*, 13(June). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865702>
- CNN Indonesia. (2019). 83 Persen Perusahaan Indonesia Pakai *Software* Bajakan. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191024124924-185-442522/83-persen-perusahaan-indonesia-pakai-software-bajakan> - diakses pada : 22 Desember 2024
- Dhaifullah, I. R., H, M. M., Salsabila, A. A., & Yakin, M. A. (2022). Survei Teknik Pengujian *Software*. *Journal Automation Computer Information System*, 2(1), 31–38. <https://doi.org/10.47134/jacis.v2i1.42>
- Diskominfo SP. 2022. Bahaya Menggunakan *Software* Bajakan. Pemerintah Kota Surakarta. <https://surakarta.go.id/?p=26689>
- Fadila, R. N., Suryati, & Manalullaili. (2023). Analisis Komunikasi Video Tutorial Make Up Beauty Vlogger Indira Kalistha. *Al-Iman: Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 7(2), 380–398.
- Ginting, E. R. (2012). *Hukum Hak Cipta Indonesia*. PT Citra Aditya Bakti.
- Haryanto, A. T. (2025). *Daftar Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru, Siapa yang Paling Banyak*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7854501/daftar-jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-terbaru-siapa-yang-paling-banyak>
- Hutagalung, S. M. (2012). *Hak cipta kedudukan & peranannya dalam pembangunan*. Sinar Grafika.
- Indonesia Student. (2022). *4 Pengertian Kampanye Sosial Menurut Ahli dan Contohnya*. Indonesia Student. <https://www.indonesiastudents.com/pengertian-kampanye-sosial-menurut-ahli/>
- Irawan, T., Amelia, P. R., Jusiati, A., & Octaviani, V. (2025). *Edukasi Bentuk Kampanye Sosial Menggunakan Media Sosial Di SMA Negeri 8 Kota Bengkulu*. 4(1), 9–12.
- Kementerian Komunikasi dan Digital. (2025). *Komitmen Pemerintah Melindungi Anak di Ruang Digital*. Kementerian Komunikasi Dan Digital. <https://www.kkd.gov.my/info-korporat/pengenalan/akta-akta>
- Kurniawati, L. (2021). Penerapan metode demonstrasi dalam pembelajaran keterampilan menulis di sekolah dasar. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 15(3), 67–75.
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v1i1.130>
- Majid, B. A., & Ahmadian, H. 2020. Overview of Pirated Software on Campus: Educators' Perspective. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 4(2), 118. <https://doi.org/10.22373/cj.v4i2.7717>
- Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiyat, M. P., Novitasari, D., Jayanegara, I. N., Mutiarani, R. A., Sutarwiyasa, I. K., Yasa, I. W. A. P., Putra, P. S. U., Setiawan, I. K., Anggara, I. G. A. S., Setiawan, I. N. A. F., & Carrollina, D. (2023). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual* (Sepriano & Efitra (Eds.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mongeau, P. A., & Stiff, J. B. (2016). *Persuasive Communication Third Edition*. The Guilford Press.
- Nadilatushofwah, H. (2023). Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pengendalian Amarah. In *PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN, INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG*.
- Nadrah, Y., Farhana, & Kusnowibowo, A. S. 2022. Perlindungan Hukum terhadap Pencipta Software dari Aktivitas Penjualan Key Generator Secara Illegal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15606–15611
- Nurhapina, A., Hendriawan, D., & Widjayatri, R. D. (2023). Aplikasi Kampanye Sosial Sociops sebagai Channel Informasi Pendidikan di Indonesia. *Aulad: Journal on Early Childhood*, 6(2), 298–311. <https://doi.org/10.31004/aulad.v6i2.510>
- Oktafiana, S. F., & Kristiana, N. (2021). Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan Pada Media Sosial. *Jurnal Barik*, 2(2), 258–270. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Paksi, D. N. F. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(4), 159–165. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>
- Rachmatdia, H., Hasnati, H., & Daeng, Y. (2022). Perlindungan Hukum Dalam Pelanggaran Hak Cipta *Software* Ditinjau Dari Uu Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Proceeding IAIN Batusangkar*, 1(1), 1037–1045.
- Rahmadia, M. R., Januarsa, A., & ... (2018). Kampanye Digital Anti Pembajakan Musik Bagi Generasi Muda Melalui Platform Musik Legal. *Jurnal Rekamkna ...*, 1–13. <http://eprints.itenas.ac.id/125/>
- Raudatussolihah, B. (2022). Pengembangan Teknologi Audio-Visual dalam Pembelajaran Bahasa Arab. *Education and Learning Journal*, 3(1), 53–60. <https://doi.org/10.33096/eljour.v3i1.140>
- Rochman, A., Hanafri, M. I., & Wandira, A. (2020). Implementasi Website Profil SMK Kartini. *Academic Journal of Computer Science Research*, 2(1), 46–51.
- Rokhayah, S. 2022. Marak, Waspada Pencurian Data Pribadi! Kementerian Keuangan Republik Indonesia

- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pekalongan/baca-artikel/14968/Marak-Waspada-Pencurian-Data-Pribadi.html>
- Rustan, S. (2019). *Warna*. Batara Imaji.
- Sutisnawinata, K. 2023. Bahaya Software Crack: Mengenal Ancamannya. ASDF.ID. <https://www.asdf.id/bahaya-software-crack-mengenal-ancamannya/>
- Thamrin, H., Prasetya, D. A., & Kurniawan, A. P. (2010). Sosialisasi Pemanfaatan *Software* Open Source di SMK Muhammadiyah 1 Surakarta. *Warta LPM*, 13(3), 184–190. <https://doi.org/10.23917/warta.v19i3.3225>
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, (2014).
- Vellyn Laurentcia. (2022). *Perancangan Kampanye Menolak Menonton Film Bajakan melalui Situs Streaming*.
- Zaenuri, A. (2017). *Teknik Komunikasi Persuasif dalam Pengajaran*. 01(1), 41–67.