

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Perancangan

Kata “rancang” diambil dari hasil terjemahan kata *design* dalam Bahasa Inggris yang artinya pendesainan atau pembuatan desain. Dengan demikian, konsep perancangan bisa disebut konsep pendesainan atau konsep pembuatan desain yang wujudnya berupa konsep tertulis atau verbal. Sedangkan pelaksanaan atau pembuatan desain berikutnya disebut visualisasi desain (Sanyoto, 2006: 61).

Perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik (Ladjamudin, 2005: 39).

Perancangan adalah kemampuan untuk membuat beberapa alternatif pemecahan masalah (Susanto, 2004: 51).

Berdasarkan dari beberapa pengertian perancangan yang dikemukakan beberapa tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah sebuah kegiatan mendesain yang merupakan sebuah proses tindak lanjut dari kegiatan analisis data untuk menciptakan satu atau beberapa alternatif pemecahan masalah. Dari teori ini, perancangan *motion graphic* direalisasikan sebagai salah satu alternatif pemecahan masalah berupa upaya penulis dalam membuat iklan layanan masyarakat “*Say No To Bullying*”.

B. Animasi

1. Pengertian Animasi

Animasi berasal dari kata '*to animate*' yang artinya membuat seolah-olah hidup dan bergerak. Pengertian animasi adalah film yang berasal dari gambar-gambar yang diolah sedemikian rupa hingga menjadi sebuah gambar yang bergerak dan bercerita (Gunawan, 2012: 26).

Animasi adalah gambar 2 dimensi yang seolah-olah bergerak, karena kemampuan otak untuk selalu menyimpan atau mengingat gambar sebelumnya (Cinemags, *The Making of Animation*, 2004: 3).

Animasi merupakan serangkaian gambar gerak cepat yang *continue* atau terus-menerus yang memiliki hubungan satu dengan lainnya. Animasi yang awalnya hanya berupa rangkaian dari potongan-potongan gambar yang digerakkan sehingga terlihat hidup (Adinda & Adjie, 2011: 6).

Dapat disimpulkan bahwa animasi adalah sebuah ilusi optik yang diakibatkan oleh beberapa *sequence* gambar yang jika diperlihatkan secara cepat akan menampilkan sebuah kesan bergerak. Dengan berkembangnya teknologi dibidang animasi saat ini, definisi animasi menjadi lebih fleksibel. Animasi tak lagi hanya dikaitkan dengan beberapa *sequence* gambar yang menimbulkan ilusi optik, tetapi teknologi animasi saat ini memungkinkan gerak grafis menjadi nyata.

2. Sejarah dan Perkembangan Animasi

Emile Cohl (Perancis) pada tahun 1908 disebut-sebut sebagai andil awal munculnya karya film animasi pertama. Emile mengembalikan bentuk film fotografis ke dalam gambar. 20 tahun kemudian *Mickey Mouse* dilahirkan oleh studio film *Walt Disney* di Amerika. Hal tersebut menjadi bukti keberhasilan perkembangan film animasi, dan hingga kini pun *Mickey Mouse* masih menjadi salah satu tokoh animasi yang populer.

Animasi tak lagi hanya didominasi oleh negara-negara barat maupun Disney saja. Kini Jepang dan bahkan studio-studio animasi Indonesia pun sudah mulai bergerak untuk menciptakan beberapa film animasi. Salah satu karya film animasi karya anak bangsa yang terbaru adalah *Battle of Surabaya*.

Perkembangan teknologi berperan besar dalam mendorong proses perkembangan animasi. Teknologi komputer saat ini sudah banyak digunakan dalam memproduksi animasi. Dalam perkembangannya, animasi kini berkembang ke dalam dimensi baru, yakni media interaktif. Media-media yang dimaksud adalah permainan interaktif hingga merambat ke desain. Dalam film, animasi kini digunakan demi menciptakan efek khusus yang terlalu sulit atau bahkan tidak bisa dicapai melalui cara pengambilan gambar biasa.

Peranan animasi dalam menyebarkan pesan atau gagasan ke masyarakat luas cukup penting, berikut beberapa contoh penggunaannya :

- a. Media Kampanye (*Propaganda*)

- b. Iklan Bioskop (*Advertising Films For Theatres*)
- c. Film Eksperimen (*Experimental Films*)
- d. Film Pendidikan (*Education Films*)
- e. Film Pengetahuan (*Science Films*)
- f. Film Cerita (*The Feature-Length Films*)
- g. Iklan Televisi (*Television Commercials*)
- h. *Bumper*

3. Jenis Animasi

Jenis animasi dapat dibagi menjadi tiga bagian, yakni menurut proses produksinya, menurut bentuknya dan menurut fungsinya.

a. Animasi Menurut Proses Produksi

Menurut proses produksinya, animasi terbagi atas tiga kategori pembuatan, yaitu :

1) Proses Produksi Analog (*Conventional*)

Dimana sebagian besar pembuatannya dilakukan dengan manualisasi. Sedangkan komputer hanya berperan sebagai alat pembantu saja.

2) Proses Produksi Digital

Dimana pembuatan film animasi yang sebagian besar dilakukan oleh komputer, namun tentu tidak menutup kemungkinan masih menggunakan teknik manual dalam beberapa bagian.

3) *Stop Motion Animation*

Membuat animasi dengan cara *shoot* satu demi satu gambar dengan menggunakan kamera foto dan media dapat berupa clay atau apapun termasuk tubuh manusia sehingga menciptakan gerakan yang tidak mungkin dibuat oleh kamera video.

b. Animasi Menurut Bentuk

Sesuai dengan bentuknya, animasi terbagi atas dua kategori pembagian, yaitu :

1) Animasi Dua Dimensi (2D)

Animasi Dua Dimensi disebut juga *Classic Animation* karena pengerjaannya masih bersifat manual (*drawing*), dalam pengaplikasian gerak animasi dibuat pada satu sisi, sehingga pada animasi ini dibutuhkan kumpulan gambar yang telah dibuat secara teratur sebelumnya. Hingga pada akhirnya kumpulan gambar tersebut akan terlihat seolah-olah bergerak.

2) Animasi Tiga Dimensi (3D)

Animasi Tiga Dimensi (3D) disebut juga *Digital Animation* karena hampir seluruh pengerjaannya telah menggunakan perangkat komputer, dibuat secara individu/objek oleh karena itu animasi ini dapat dilihat dari berbagai sudut pandang.

c. Animasi Menurut Fungsi

Sesuai dengan fungsinya, animasi terbagi atas lima jenis pembagian, yaitu :

- 1) *Character Animation*.
- 2) *Visualization, Visual Effect* (efek-efek khusus yang tidak dapat diciptakan oleh kamera atau saat pengambilan gambar atau *shooting*).
- 3) *Interactive Animation*.
- 4) *Interactive Multimedia* contohnya VCD/DVD tutorial dan game.
- 5) *Motion Graphic Animation* (termasuk bumper).

4. Prinsip-Prinsip Animasi

Prinsip-prinsip animasi ada 12 teknis dalam pembuatan animasi yang harus dimiliki oleh seorang animator, tetapi animator juga harus memiliki *feeling* yang kuat mengenai *timing*, pergerakan, pengamatan dan tingkah laku. Animator harus menjadi seorang aktor, punya perasaan dan logika agar dapat membuat sesuatu menjadi hidup dan alami (Maestri, 2006: 117).

Prinsip-prinsip tersebut antara lain :

- a. *Timing*, dapat diartikan sebagai acting serta waktu pergerakan satu karakter dalam satu scene. Sehingga gerakan animasi dapat terlihat sangat kaku atau bahkan sangat lamban.

- b. *Arc*, yaitu gerakan yang membentuk garis lengkung yang alami dalam dunia. Tiap benda mempunyai gaya atau kekuatan, kecuali benda yang sifatnya mekanis dan tidak alami.
- c. *Squash and Stretch*, dapat diimplementasikan dalam beberapa proses perubahan bentuk pada kulit dan otot, lompatan, morphing, pengaruh berat, simulasi objek-objek dinamis.
- d. *Anticipation*, yaitu gerakan animasi selalu memiliki tahap persiapan ketika melakukan sebuah aksi dan gerakan yang menunjukkan gerakan awal atau persiapan yang dilakukan.
- e. *Ease In dan Ease Out*, yaitu prinsip yang berhubungan dengan akselerasi ketika objek mengalami percepatan dan perlambatan ketika mengalami pergerakan.
- f. *Secondary Action*, yaitu membuat animasi terlihat lebih alami dan menarik. Merupakan gerakan pendukung dari gerakan utama yang mengalami pergerakan.
- g. *Follow Through and Overlapping*, yaitu reaksi yang terjadi atau gerakan *overlap* sebuah karakter animasi setelah melakukan animasi utama atau gerakan utama.
- h. *Staging*, yaitu membuat sebuah gerakan sehingga mudah dimengerti. Menggambarkan mood, aksi dan posisi suatu karakter animasi.
- i. *Straight Ahead Action and Pose to Pose Action*, yaitu standar teknik animasi dengan merencanakan struktur gerakan-gerakan

yang terjadi melalui pose-pose kunci (*key pose*). *Straight ahead* action adalah teknik animasi dengan menggerakkan karakter per-
framenya hingga selesai.

- j. *Personality/Appeal*, yaitu karakter yang memiliki personality atau kepribadian akan mampu menghubungkan emosi antar karakter tersebut dengan penonton. Kompleksitas dan konsistensi gerakan adalah dua elemen daya tarik karakter yang dapat dengan mudah dikembangkan di dalam komputer animasi 3D hingga mampu mendefinisikan karakteristik utama dari kepribadian sebuah karakter.
- k. *Exaggeration*, yaitu gerakan pengembangan dari gerakan normal. Namun, gerakan itu sebaiknya tetap berpaduan pada gerakan natural yang dilebih-lebihkan. Gerakan dibuat akan menimbulkan kesan yang mendukung cerita animasi.
- l. *Solid Drawing*, yaitu rasa tentang cara pandang tiga dimensi terhadap penokohan seorang karakter goresan garis, *shading* serta warna.

Melalui poin-poin di atas, dapat disimpulkan bahwa sebuah animasi memerlukan suatu prinsip-prinsip dalam pengerjaannya agar benar menjadi sebuah film. Dengan kata lain, setiap karya berbentuk animasi memerlukan prinsip animasi sebagai acuan dasar pembuatannya.

C. Motion Graphic

1. Pengertian *Motion Graphic*

Menurut Ahli Teori Perfilman Michael Betancourt, dalam artikelnya yang berjudul *The Origins Of Motion Graphic*, yang terdapat di Cinegraphic pada tanggal 6 Januari 2012, *motion graphic* adalah media yang menggunakan rekaman video dan atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia. *Motion Graphic* biasanya ditampilkan melalui teknologi media elektronik, tetapi dapat ditampilkan melalui petunjuk didukung teknologi (misalnya *thaumatrope*, *phenakistoscope*, *stroboscope*, *zoetrope*, *praxinoscope*, dan *flip book*). Istilah ini berguna untuk membedakan *still graphics* dari grafis dengan penampilan yang berubah dari waktu ke waktu (*transforming graphics*).

Istilah *motion graphic* digunakan untuk membedakan dari animasi konvensional yang mengalami pergerakan dikarenakan perubahan grafis yang berbeda setiap frame, sedangkan *motion graphic* lebih ditekankan kepada pergerakan dan perubahan bentuk sederhana (pembesaran, pengecilan, perspektif dan sebagainya) tanpa merubah bentuk asli dari grafis tersebut (*Motion Graphic, en.wikipedia, n.d. Para 1*).

Berdasarkan beberapa pengertian *motion graphic* yang dikemukakan beberapa tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa *motion graphic* adalah sebutan untuk sebuah objek grafis yang digerakan dengan menggunakan teknologi komputer tanpa merubah bentuk asli grafis

tersebut. Hal ini merupakan salah satu bukti bahwa *motion graphic* telah melampaui metode-metode *footage frame-by-frame* dan animasi konvensional.

2. Sejarah dan Perkembangan *Motion Graphic*

Bentuk awal bidang *motion graphic* dulunya sering diperdebatkan, hal itu disebabkan oleh belum adanya definisi yang diterima secara universal. Namun, pada awal abad ke-20 orang-orang seperti Viking Eggeling, Oskar Fischinger, Walther Ruttmann dan Hans Richter bereksperimen dengan prinsip motion di film-film yang menyerupai grafis. Fakta inipun diamini oleh Michael Betancourt yang kemudian tercatat sebagai orang yang pertama kali menulis survey mendalam mengenai sejarah *motion graphic* dengan berdasar kepada karya tokoh-tokoh di atas.

Salah satu awal penggunaan istilah *motion graphic* adalah berkat andil animator bernama John Whitney, yang pada tahun 1960 mendirikan sebuah perusahaan bernama *Motion Graphic Inc*, selain itu ia selalu menggunakan istilah *motion graphic* dalam setiap pekerjaannya.

Akhirnya Saul Bass dengan opening sequence-nya pada tahun 1950 hingga 1960-an membuka mata publik tentang *motion graphic*. Selain itu, Saul Bass juga termasuk salah satu pelopor utama dalam pengembangan judul urutan film. Karyanya termasuk urutan judul untuk film-film populer seperti *The Man With The Golden Arm* (1955), *Vertigo* (1958), *Anatomy of a Murder* (1959), *North by Northwest* (1959), *Psycho*

(1960), dan *Advise & Consent* (1962). Desain yang sederhana namun efektif mampu mengkomunikasikan suasana film.

Pada akhir 70-an dan 80-an orang-orang seperti Harry Marks dan Robert Abel membantu membawa dinamika *motion graphic* yang dihasilkan komputer grafis untuk siaran televisi. Namun pada akhirnya, istilah *motion graphic* sendiri baru menonjol pada awal 1990-an, bersamaan dengan munculnya komputer dekstop yang terjangkau.

Motion Graphic telah dianggap sebagai keahlian khusus, biasanya dilakukan oleh desainer yang berkonsentrasi dalam merancang untuk siaran televisi atau film, atau kini sering disebut sebagai *motion graphic artist*.

3. Prinsip Dasar *Motion Graphic*

Dalam pembuatannya, diperlukan beberapa pertimbangan untuk menghasilkan *motion graphic* yang efektif, antara lain :

- a. *Spatial*, merupakan pertimbangan ruangan yang terdiri dari arah, ukuran, arah acuan, arah gerakan, perubahan ketika gerakan dipengaruhi gerakan lain dan hubungan pergerakan terhadap batas-batas frame. Kesemua faktor tersebut sangat penting untuk dipertimbangkan ketika proses koreografi animasi. Selain itu, gerakan frame/bingkai diciptakan dari gerakan fisik atau simulasi kamera, bisa menentukan bagaimana ruang bisa dilihat dan dimengerti pada situasi tersebut.

- b. *Temporal*, merupakan pertimbangan yang terdiri dari time dan velocity, memiliki peranan yang cukup besar dalam gerakan koreografi. Di dunia video dan film, waktu menggambarkan secara numeric sebagai *frame per second* (fps). Frame rate ini menggambarkan kecepatan maksimum animasi yang bisa dimainkan untuk membuat ilusi yang berkelanjutan. Standar frame rate pada film untuk komersial *motion picture* adalah 24 fps. Efek bisa meningkatkan ekspresif sebelum menjadi animasi.
- c. *Typographic*, merupakan salah satu prinsip untuk membangun sebuah pesan dalam desain grafis. Dalam penggunaan tipografi terdapat beberapa hal yang bisa dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan, misalnya type huruf, ukuran, berat dan lain sebagainya.

4. Motion Graphic Pada Iklan

Secara tidak disadari oleh pemirsa awam, bahwa karya *motion design* muncul di media elektronik dengan porsi yang cukup besar. Program umumnya berdurasi 24 menit, dengan slot untuk *commercial break* 6 menit. Lalu slot iklan dengan durasi 6 menit, komponennya diisi oleh *motion designer* dalam pembuatan *tittles*, *logo animation*, *product animation*, *visual effect* dan lainnya.

Motion graphic dalam sebuah tayangan iklan merupakan elemen penting yang tidak dapat dihilangkan. Elemen-elemen grafis yang dapat berupa teks atau gambar yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki

arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut.

D. Iklan Layanan Masyarakat

1. Pengertian Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat adalah jenis iklan yang bersifat non profit, jadi iklan tidak mencari keuntungan semata akibat pemasangannya kepada khalayak (liliweri, 1992: 31).

Iklan Layanan Masyarakat adalah suatu jenis iklan yang dibuat dengan biaya yang tidak besar dan tidak komersial yang bertujuan untuk mempromosikan program-program kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh pemerintah atau digunakan oleh organisasi-organisasi kemasyarakatan yang non profit dan sebagai iklan yang berfungsi untuk kepentingan masyarakat, tidak termasuk acara prakiraan cuaca dan iklan promosi produk (kasali, 1995: 201).

Iklan layanan masyarakat tidak terlalu terikat pada penataan yang ketat, perancangan pesan yang rumit, pemilihan media yang sesuai, sampai pada penentuan khalayak sasaran maupun pemilihan tempat dan waktu yang benar-benar pas.

Menurut dewan periklanan di Amerika Serikat yang mensponsori Iklan Layanan Masyarakat ada beberapa kriteria yang digunakan untuk menentukan sebuah iklan tertentu merupakan Iklan Layanan Masyarakat atau bukan :

- a. Tidak Komersil (contoh : iklan pemakaian helm dalam berkendara)

- b. Tidak bersifat keagamaan
- c. Tidak bersifat politis
- d. Berwawasan nasional
- e. Diperuntukan untuk semua lapisan masyarakat
- f. Diajukan oleh organisasi yang telah diakui dan diterima
- g. dapat diiklankan
- h. mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media lokal maupun nasional (<https://id.m.wikipedia.org/wiki/iklan-layanan-masyarakat>, diunduh pada Senin 26 Maret 2018).

2. Manfaat Iklan Layanan Masyarakat

- a. Di negara-negara maju, Iklan Layanan Masyarakat telah dimanfaatkan untuk memperbaiki masalah-masalah yang menyangkut kebiasaan masyarakat atau perubahan nilai.
- b. Suatu upaya untuk menggerakkan solidaritas masyarakat terhadap masalah yang mereka hadapi yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum (Kasali, 1990: 20).

3. Isi Iklan Layanan Masyarakat

- a. Biasanya pesan Iklan Layanan Masyarakat ini berupa ajakan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau mengubah suatu kebiasaan atau perilaku masyarakat.

- b. Iklan Layanan Masyarakat merupakan bagian dari kampanye *social marketing* yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat.

4. Tujuan Umum Iklan Layanan Masyarakat

- a. Memberikan kewargaan perusahaan yang baik,
- b. Untuk meningkatkan iklan bisnis,
- c. Memperkenalkan perusahaan yang bebas,
- d. Memperkuat kebebasan masyarakat, dan
- e. Memenuhi kebutuhan yang tidak lagi disediakan oleh aksi kemanusiaan perorangan
- f. Alasan ILM, mendapatkan keuntungan langsung atau tidak langsung bagi perusahaan, karyawan, pemegang saham, pemasok, dealer dan pelanggannya.

Menurut Bovee dan Arens, tujuan Iklan Layanan Masyarakat :

- a. Merangsang penelitian atas suatu informasi
- b. Merubah kebiasaan aktivitas
- c. Mengurangi pemborosan sumber daya alam
- d. Mengkomunikasikan kebijakan pemerintah
- e. Memperbaiki sikap masyarakat
- f. Menginformasikan jalan keluar

5. Syarat Iklan

Bahasa Iklan

- a. Menggunakan pilihan kata yang tepat, menarik, sopan dan logis

- b. Ungkapkan atau majas yang digunakan untuk memikat dan sugestif
- c. Disusun secara singkat dan menonjolkan bagian-bagian yang dipentingkan

Isi Iklan

- a. Objektif dan jujur
- b. Singkat dan jelas
- c. Tidak menyinggung golongan tertentu
- d. Menarik perhatian banyak orang

6. Proses Kampanye Iklan Layanan Masyarakat

Proses pembuatan dan pemasaran Iklan Layanan Masyarakat adalah tidak berbeda dengan memasarkan iklan biasa. Sebelum dibuat perlu dilakukan langkah-langkah identifikasi masalah serta pemilihan dan analisa kelompok sasaran. Kelompok ini dianalisis kebutuhannya, suasana psikologis dan sosiologis yang melingkupinya, bahasanya, jalan pikirannya, serta simbol-simbol yang dekat dengannya.

Langkah kedua adalah menentukan tujuan khusus iklan tentang apa yang diharapkan di capai dalam kampanye tersebut. Tujuan menyangkut penambahan jumlah yang dilayani klien sampai peningkatan kesadaran masyarakat terhadap adanya organisasi atau program-program khususnya.

Langkah ketiga adalah menentukan tema iklan. Tema iklan adalah topik pokok atau selling points yang ingin dituju oleh iklan. Suatu tema iklan harus berpusat pada topik atau dimensi program yang sangat penting

bagi klien. Penelitian pasar sering diperlukan untuk mengidentifikasi topik atau dimensi ini.

Langkah keempat adalah menentukan anggaran iklan yang diperlukan untuk suatu kampanye selama periode tertentu. Ada beberapa metode yang lazim digunakan. Diantaranya *arbitrary approach*, *service participacing or us approach*, dan *the objective and task approach*. Cara yang umum digunakan adalah *the objective and task approach*.

Langkah kelima adalah perencanaan media yang meliputi tiga hal :

1. Identifikasi media yang ada dan tersedia
2. Memilih media yang cocok dan dapat digunakan
3. Menentukan waktu dan frekuensi penyiaran

Langkah keenam adalah menciptakan pesan-pesan iklan. Komponen komponen suatu iklan termasuk *headline*, *sub headline*, *body copy*, *atwork* dan tanda/logo secara bersama-sama dan memelihara perhatian sasaran.

Langkah terakhir adalah menilai keberhasilan kampanye tersebut melalui serangkaian evaluasi. Evaluasi ini dilakukan sebelum, selama, dan sesudah kampanye disiarkan (Kasali, 1995: 206).

E. Bullying

1. Pengertian *Bullying*

Dalam Bahasa Indonesia, secara etimologi kata *bully* berarti penggertak, orang yang mengganggu orang lemah. Istilah *bullying* dalam bahasa Indonesia menggunakan *menyakat* (berasal dari *sakat*) dan

pelakunya (*bully*) disebut *penyakit*. Menyakit berarti mengganggu, mengusik dan merintangi orang lain (Wiyani, 2012: 12).

Bullying adalah tindakan bermusuhan yang dilakukan secara sadar dan disengaja yang bertujuan untuk menyakiti, seperti menakuti melalui ancaman agresi dan menimbulkan terror. Termasuk juga tindakan yang direncanakan maupun yang spontan, bersifat nyata atau hampir tidak terlihat, di hadapan seseorang atau di belakang seseorang, mudah untuk diidentifikasi atau terselubung di balik persahabatan, dilakukan oleh seorang anak atau kelompok anak (Coloroso, 2007: 44).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *bullying* adalah tindakan atau perilaku agresi dan negatif yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyakiti orang lain secara berulang kali.

2. School Bullying

Bullying dapat terjadi dimana pun dan kapan pun. Perbedaan tempat terjadinya *bullying* mempengaruhi pula jenis *bullying* yang dilakukan. *Bullying* di lingkungan kerja (*workplace bullying*) tentunya juga berbeda dengan *bullying* di lingkungan sekolah (*school bullying*). Hal tersebut dipengaruhi usia pelaku *bullying* juga lingkungan yang mempengaruhi terjadinya *bullying*. Fenomena *bullying* di sekolah yang dilakukan oleh siswa terhadap teman sebaya, saat ini menjadi perhatian berbagai pihak.

School bullying adalah perilaku agresif dan negatif seseorang atau sekelompok siswa berulang kali yang menyalahgunakan ketidaksimbangan

kekuatan dengan tujuan menyakiti korban secara psikis maupun fisik di sekolah (Wiyani, 2012: 15).

Dalam kasus *bullying* yang terjadi pada anak membutuhkan bantuan dari pihak ketiga yaitu orang dewasa. Dalam konteks *school bullying*, pihak ketiga tersebut adalah guru maupun orangtua yang sedang membimbing pertumbuhan fisik maupun psikis.

Dari pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa *bullying* yang terjadi di sekolah (*school bullying*) sebagai tindakan penyerangan yang dilakukan seseorang atau lebih kepada orang lain secara berulang kali akibat ketidakseimbangan kekuasaan pelaku maupun korban dengan tujuan untuk menyakiti korbannya yang terjadi di lingkungan sekolah.

3. Jenis/Bentuk *Bullying*

Jenis/bentuk *bullying* secara umum dapat terjadi bermacam-macam. Bentuk /jenis *bullying* juga dijelaskan oleh beberapa ahli berikut : Ken Rigby (2008: 26) mengklasifikasikan bentuk *bullying* dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. Bentuk *Bullying*

	Langsung	Tidak langsung
Verbal	a. Bahasa menghina b. Nama panggilan ejekan c. Menggoda kejam atau mengejek	a. Membujuk orang lain untuk menghina atau penyalahgunaan seseorang b. Menyebarkan desas-desus berbahaya c. Panggilan telepon anonim d. Pesan teks <i>ofensif</i> dan <i>email</i>
Fisik	a. Mencolok, menendang b. Peludahan melempar benda c. Menggunakan senjata	a. Sengaja dan tidak adil terhadap orang lain b. Menghapus dan menyembunyikan barang-barang
Gestural	a. Mengancam gerakan b. Menatap lekat-lekat pada seseorang	a. Berulang kali berpaling b. Menunjukkan bahwa seseorang yang tidak disukai

Sumber : Ken Rigby (2008: 26)

Selain itu Ken Rigby menjelaskan kadang-kadang *bullying* diidentifikasi sesuai dengan domain tertentu, misalnya :

- a. *Bullying* rasial : ketika *bullying* diarahkan pada seseorang karena ras mereka mengidentifikasi.
- b. *Bullying* seksual : ketika *bullying*, baik secara lisan maupun fisik, ditujukan pada seseorang memiliki implikasi seksual atau jenis kelamin negatif. Kadang-kadang ini disebut pelecehan seksual atau kekerasan seksual.

c. *Cyberbullying* : ketika intimidasi memanfaatkan teknologi komputer, seperti dalam mengirim email mengancam atau pesan teks atau termasuk mengatur, menfitnah di website (hal ini adalah kategori *bullying* telah menjadi semakin penting dalam tahun-tahun terakhir).

Bullying juga diklasifikasikan menurut jenis bahaya yang dimaksud, seperti dalam *bullying* psikologis atau emosional, yaitu *bullying* yang diharapkan akan menghasilkan psikologis daripada kerusakan fisik. Sebenarnya ada unsur psikologis hadir di sebagian besar, tetapi tidak semua *bullying*, misalnya intimidasi fisik biasanya memiliki efek psikologis pada orang-orang yang ditargetkan. Selain itu juga muncul istilah “*bullying* sosial” yang memiliki dampak terhadap konsekuensi sosial dan “*bullying* relasional”, seperti dalam orang-orang yang merusak hubungan atau menurunkan seseorang dalam suatu kelompok (Ken Rigby, 2008: 26).

Bentuk/jenis *bullying* diklarifikasi berdasarkan jenis perilakunya, menurut domain tertentu dan menurut jenis bahayanya. Menurut jenis perilakunya *bullying* dapat dibagi menjadi 3 yaitu secara verbal, fisik, dan gestural. Sedangkan menurut domain tertentu *bullying* dibagi menjadi *bullying* rasial, seksual, dan *cyberbullying*. Bentuk *bullying* menurut jenis bahayanya dapat dibedakan menjadi *bullying* psikologis, sosial, dan relasional.

4. Faktor Yang Mempengaruhi *Bullying*

Bullying sebagai salah satu tindakan yang dilakukan siswa di sekolah dapat disebabkan oleh berbagai alasan. Demikian pula yang diungkapkan Les Parsons (2009: 16), *bullying* yang dilakukan oleh siswa berlandaskan pada suatu pandangan bahwa interaksi sosial adalah menyangkut hal yang membangun dan memelihara suatu hirarkhi. Siswa dengan sengaja menggunakan paksaan, manipulasi, dan status serta harga diri dan dominasi mereka di dalam hirarkhi sosial.

Adapun faktor yang mempengaruhi terjadinya *bullying* (Astuti, 2008: 4-5) antara lain :

- a. Perbedaan kelas (senioritas), ekonomi, agama, gender, etnisitas atau rasisme.
- b. Tradisi senioritas yang salah diartikan dan dijadikan kesempatan atau alasan untuk mem-*bully* junior terkadang tidak berhenti dalam suatu periode saja.
- c. Senioritas, sebagai salah satu perilaku *bullying* seringkali pula justru diperluas oleh siswa sebagai kejadian yang bersifat laten.
- d. Keluarga yang tidak rukun.
- e. Situasi sekolah yang tidak harmonis atau diskriminatif.
- f. Karakter individu/kelompok seperti :
 - 1) Dendam/iri hati.
 - 2) Adanya semangat ingin menguasai korban dengan kekuasaan fisik dan daya tarik seksual.

- 3) Untuk meningkatkan popularitas pelaku di kalangan teman sepermainan.
- 4) Persepsi nilai yang salah atas perilaku korban. Korban merasa dirinya pantas untuk diperlakukan demikian.

5. Dampak *Bullying*

Tindakan *bullying* yang dilakukan oleh pelaku kepada korbannya memiliki dampak yang berbeda-beda. Dalam beberapa kasus, *bullying* yang dilakukan oleh seseorang dirasakan korbannya biasa saja, karena pelakunya adalah teman sebayanya sendiri. Namun beberapa kasus *bullying* juga membawa pengaruh yang besar bagi korbannya.

Seperti yang dikemukakan oleh Ken Rigby (2008: 50-51), *bullying* dapat menyebabkan reaksi emosional yang kuat dari kemarahan dan kesedihan. Sebagian besar anak melaporkan bahwa mereka tidak merasa aman dari ketertindasan di sekolah, bahkan karena alasan itu mereka absen tidak berangkat sekolah. Namun ada juga yang tidak melaporkan kasus *bullying* yang dialaminya. Dari segi kesehatan mental, anak yang terlibat *bullying* di sekolah secara signifikan di bawah rata-rata. Korban lebih menderita secara psikologis daripada yang lain, terutama depresi dan berfikir untuk bunuh diri. Bagi anak yang diidentifikasi melakukan *bullying* cenderung berperilaku yang antisosial.

Robert A. Baron (2005: 160) berpendapat *bullying* dapat berakibat merusak pada korban-korbannya. Beberapa kasus dimana anak-anak menjadi korban *bullying* secara brutal dan berulang kali oleh teman

sekelasnya melakukan bunuh diri. Siswa menganggap bahwa guru tidak menyadari perilaku *bullying*. Selain itu juga siswa melapor tidak mendapatkan respon yang positif dari guru yang bersangkutan, bahkan jika mereka melapor dikhawatirkan akan meningkatkan tindakan *bullying*.

Ketidakmampuan dalam menghadapi *bullying* membuat siswa merasa gelisah, terkucilkan dan terisolasi dari pergaulan lingkungan sehingga sulit membangun hubungan antarpersonal dan mungkin akan bermasalah dalam hal akademis. Korban *bullying* merasa susah tidur, memperlihatkan tanda-tanda depresi, sakit secara fisik, mengalami kesulitan berkonsentrasi pada tugas-tugas sekolah dan menolak masuk kelas secara teratur. Korban juga tidak mampu menghilangkan stigma mereka sebagai sasaran *bullying*. Kasus *bullying* juga berdampak pada pelaku *bullying* yaitu memiliki resiko besar untuk membentuk perilaku antisosial atau kriminal untuk masa yang akan datang (Les Parsons, 2009: 29-30).

6. Pelaku Dan Korban *Bullying*

Kasus *bullying* yang sering terjadi di sekolah sebagai akibat ketidakseimbangan kekuatan antara pelaku maupun korban. Pelaku *bullying* menunjukkan suatu kekuatan yang lebih dengan korban saat melakukan tindakan tersebut.

Robert A. Baron dan Donn Byrne (2005: 159-161) menjelaskan karakteristik dari pelaku dan korban *bullying* yaitu:

- a. Relatif sedikit anak yang murni menjadi korban maupun murni menjadi pelaku melainkan anak yang memainkan kedua peran tersebut, mereka membully beberapa orang dan sebaliknya, dibully oleh orang lain.
- b. Pelaku menyerang orang lain secara berulang karena orang tersebut dipersepsikan berpotensi untuk menjadi berbahaya dan mereka berharap dapat menghambat lawan-lawan seperti dari awal.
- c. Meskipun pelaku dan korban tidak mudah untuk dibedakan dalam hal karakteristik spesifik mereka, anak-anak yang memainkan kedua peran dapat dengan mudah dibedakan dari anak-anak yang tidak terlibat *bullying*.
- d. Anak yang menjadi pelaku /korban lebih rendah dalam hal *self esteem* (menghargai diri sendiri), lebih rendah dalam hal *belief* (kepercayaan) bahwa mereka dapat mengontrol hasil akhir mereka sendiri dan lebih tinggi dalam hal *Machiavellianism* (suatu kecenderungan untuk melakukan pendekatan yang kasar dan manipulatif dalam berhubungan dengan orang lain (Mynard dan Josep 1997, Andreou 2008)).
- e. Pelaku maupun korban memiliki strategi yang kurang efektif dalam mengatasi stres bila dibandingkan dengan anak-anak lain, terutama mereka yang tidak terlibat dalam *bullying*.
- f. Pelaku maupun korban cenderung untuk merespon stres dengan melakukan agresi (menyerang orang lain secara fisik atau verbal) atau

dengan terlibat dalam perilaku *self destructive* (melakukan sesuatu yang berbahaya, merokok, minum obat-obatan). Sebaliknya anak yang tidak terlibat dalam *bullying* cenderung bereaksi pada stres dalam cara yang adaptif, misalnya mengalihkan perhatian dengan terlibat hobi atau olahraga.