

ANALISIS DESAIN PADA POSTER KAMPANYE KERETA API INDONESIA (KAI) ANTI KEKERASAN SEKSUAL

^aKurnia Auliya Shafarani, ^bAnggo Ahmad Saputra*

^aDesain Komunikasi Visual, Telkom University, kurniaauliyas@student.telkomuniversity.ac.id

^bDesain Komunikasi Visual, Telkom University, anggoahmadsaputra@telkomuniversity.ac.id

Corresponding Author: anggoahmadsaputra@telkomuniversity.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: Feb 15, 2026

Revised: Feb 19, 2026

Accepted: Feb 23, 2026

Keywords:

graphic design, typography, color, illustration, social communication.

ABSTRACT

Sexual harassment remains a significant social issue occurring in public spaces, including railway transportation. In response to this issue, PT Kereta Api Indonesia (Persero) launched a visual campaign entitled "STOP! Sexual Violence in Public Transportation!" to promote a safe and comfortable travel environment. This study aims to analyze the role of graphic design as a medium of social communication and to evaluate the visual effectiveness of the campaign poster in raising public awareness. The research employs a visual analysis method using a case study approach, focusing on typography, color, illustration, and message construction. The findings indicate that the use of bold sans-serif typography enhances readability and message emphasis, while psychologically meaningful color choices strengthen emotional impact. Humanistic illustrations further support clarity and persuasive communication. Overall, the poster effectively delivers a firm and communicative preventive message. This study contributes to the development of visual communication design scholarship, particularly in understanding the effectiveness of visual elements in preventive social campaigns within public transportation contexts.

ABSTRAK

Pelecehan seksual merupakan permasalahan sosial yang kerap terjadi di ruang publik, termasuk transportasi umum seperti kereta api. Menanggapi isu tersebut, PT Kereta Api Indonesia (Persero) meluncurkan kampanye visual bertajuk "STOP! Kekerasan Seksual di Transportasi Umum!" untuk menciptakan lingkungan perjalanan yang aman dan nyaman. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran desain grafis sebagai media komunikasi sosial serta menilai efektivitas visual poster dalam membangun kesadaran publik. Metode yang digunakan adalah analisis visual dengan pendekatan studi kasus yang berfokus pada tipografi, warna, ilustrasi, dan konstruksi pesan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tipografi sans-serif tebal meningkatkan keterbacaan dan penegasan pesan, sedangkan pemilihan warna yang bermakna psikologis memperkuat dampak emosional. Ilustrasi humanis mendukung kejelasan dan daya persuasif pesan. Secara keseluruhan, desain poster mampu menyampaikan pesan secara tegas dan komunikatif. Penelitian ini

Kata Kunci:

desain grafis, tipografi, warna, ilustrasi, komunikasi sosial

berkontribusi pada pengembangan kajian desain komunikasi visual, khususnya dalam analisis efektivitas elemen visual pada kampanye sosial preventif di ruang publik transportasi.

I. PENDAHULUAN

Pelecehan seksual adalah segala macam bentuk perilaku yang berkonotasi seksual yang dilakukan secara sepihak dan tidak dikehendaki oleh korbannya sehingga dapat memicu terjadinya trauma (Rachman & Wicaksana, 2018). Kekerasan seksual merupakan isu sosial meresahkan yang sering kali terjadi di ruang publik, termasuk dalam transportasi umum, salah satunya adalah kereta. Kekerasan seksual yang masuk dalam kategori “publik” adalah mereka yang menunjukkan perilaku/sikap melenceng di hadapan orang lain yang disebut dengan “*show off*” (N.K. Endah Triwijati, 2015). Ada beberapa kasus pelecehan yang terjadi di kereta seperti seorang pelaku melakukan tindakan tak senonoh dengan memegang bagian intim korban saat korban sedang melakukan perjalanan di kereta dan juga pelaku melakukan kegiatan pemuas nafsu pada dirinya sendiri di hadapan korban. Hal tersebut tentunya membawa dampak psikologi bagi para korban. Korban akan mengalami traumatis, insecure, dan juga guncangan mental yang tidak stabil yang dapat mengganggu aktivitas sehari-hari.

Maraknya kasus pelecehan yang terjadi di dalam kereta umum. Dikatakan dalam Pasal 30 yang mengatakan bahwa, “setiap orang berhak atas rasa aman dan tentram serta perlindungan terhadap ancaman kekuatan untuk berbuat atau bertindak sesuatu”. Pradini (2023), Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai penyedia layanan transportasi umum bagi masyarakat sudah seharusnya memiliki tanggung jawab untuk memberikan ruang perjalanan yang aman dan nyaman. Karena itulah, KAI mulai menggelarkan sebuah kampanye visual berjudul “Tidak Ada Tempat untuk Kekerasan Seksual” yang ditempatkan pada area stasiun, gerbong, dan layanan penumpang.

Desain, yaitu realitas dan hasil yang dapat dibayangkan terkait dengan bayangan dunia fana (Islam et al., 2025) yang merujuk pada realitas saat ini, kasus seksual ataupun kekerasan seksual kerap terjadi di transportasi umum, entah di dalam bus, angkutan umum, ataupun kereta. Namun hal tersebut sering kali tidak diketahui karena dilakukan secara diam-diam oleh sang pelaku dan berlangsung secara cepat, sehingga sulit dibuktikan jika tidak ada yang melihat atau menjadi saksi. Sudah banyak bukti bahwa korban pelecehan seksual sering kali merasa malu dan takut untuk melapor apa yang terjadi sehingga menimbulkan efek traumatis bagi diri korban.

Das Sollen, yaitu sesuatu yang dikatakan keharusan atau kewajiban untuk berpikir dan bersikap (Mutia Handayani, 2021), merujuk pada apa yang seharusnya terjadi, ruang publik atau transportasi umum harus menjadi lingkungan yang aman, nyaman, dan bebas dari intimidasi sehingga masyarakat tidak merasa takut akan terjadinya sebuah pelecehan seksual ataupun kekerasan seksual yang meresahkan. Semua tempat transportasi umum sudah seharusnya menyiapkan sebuah wadah atau aksi untuk mencegah terjadinya pelecehan atau kekerasan seksual agar tidak terjadi. Meski terlihat sepele, kampanye visual diperlukan sebagai media untuk mengedukasi, memperingatkan, dan diharapkan dapat mengubah perilaku buruk seseorang.

Desain grafis berperan penting dalam kampanye yang diselenggarakan oleh pihak KAI dengan berkolaborasi Komnas Perempuan (Komisi Nasional Anti Kekerasan terhadap Perempuan). KAI menggunakan poster sebagai media untuk memvisualisasikan kampanye supaya audiens yang melihat dapat lebih mudah untuk memahami. Poster ini tidak hanya digunakan sebagai desain, tetapi juga sebagai alat komunikasi untuk menginformasikan, memperingatkan, dan mempengaruhi masyarakat sehingga masyarakat lebih peduli dengan adanya kekerasan atau pelecehan seksual. Melalui analisis pada poster KAI ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tipografi, warna, dan ilustrasi dapat berdampak bagi audiens, salah satunya untuk mempengaruhi audiens supaya lebih peduli terhadap adanya kekerasan seksual yang ada di sekitar, termasuk di transportasi publik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Desain Grafis

Desain Grafis didefinisikan sebagai “aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri” (Widya & Darmawan, 2016). Desain Grafis merupakan sebuah cabang seni rupa yang sering kita jumpai sehari-hari. Dalam desain grafis kita dapat menyalurkan sebuah kreativitas yang kita miliki. Desain grafis biasanya menggunakan elemen-elemen visual seperti gambar, ilustrasi, tipografi, warna dan lay out yang bertujuan menciptakan persepsi, emosi, dan memberikan pemahaman secara efektif melalui media visual (Ali Zainal Abidin, 2025). Desain grafis biasanya dapat digunakan dalam berbagai konteks, seperti desain logo, poster, brosur, majalah, kemasan produk, kampanye, dan masih banyak lagi sehingga menjadikan desain grafis menjadi salah satu hal yang penting dalam kehidupan.

2. Tipografi

Tipografi adalah sebuah ilmu atau teknik seni dalam menyusun sebuah elemen atau teks agar dapat dibaca secara jelas sehingga maknanya dapat tersampaikan dengan memiliki nilai estetika (Iswanto, 2023). Prinsip dasar tipografi merupakan prinsip pembuatan suatu huruf yang baik dan benar sehingga dapat dibaca dan dipahami oleh pembaca. Tipografi yang baik adalah tipografi yang gampang dicerna, jelas, teratur, terarah, dan sesuai pada prinsip desain pada umumnya. Seiring berkembangnya zaman, tipografi juga ikut berkembang dan mulai memunculkan berbagai macam font atau huruf yang unik namun masih dapat dipahami oleh audiens. Dalam tipografi terdapat wawasan tentang anatomi huruf, seri atau keluarga huruf, jenis huruf, serta berbagai prinsip huruf (Iswanto, 2023). Dengan adanya struktur tersebut maka akan terbentuk sebuah tipografi yang baik dan terstruktur.

3. Ilustrasi Visual

Ilustrasi adalah sebuah gambar yang digunakan untuk menggambarkan suatu objek dengan mengandalkan emosi dan mengungkapkan cerita atau mengekspresikan diri. Ilustrasi visual dijadikan sebagai cara untuk berkomunikasi, ilustrasi mempunyai karakter yang harus dipahami agar efek yang diinginkan dapat dicapai dengan menggunakan ilustrasi tersebut. Rizki Aji & Cahyo Kusumandyoko (2021) menyebutkan bahwa ilustrasi dikatakan sebagai seni gambar yang dipakai untuk memberi penjelasan atas suatu tujuan tertentu ataupun maksud tertentu dan penjelasan tersebut disampaikan secara visual.

4. Warna

Warna adalah sebuah cahaya dan energi yang terlihat karena dipantulkan melalui berbagai jenis partikel, molekul dan benda (Warna & Karja, 2021). Warna memberikan kesan visual yang dapat diterima mata dan diinterpretasikan oleh otak sehingga dapat mempengaruhi emosi secara psikologi. Warna biasanya terdiri dari warna primer, sekunder, dan tersier. Pemahaman tentang psikologi warna menjadi sangat penting dalam proses desain karena dapat membantu menyusun strategi visual yang mampu

mempengaruhi cara berpikir dan merespons audiens secara tidak langsung (Ramadan Munthe et al., 2025).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis visual melalui studi kasus. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji secara mendalam struktur visual dan konstruksi pesan pada poster kampanye anti kekerasan seksual yang dipublikasikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero). Objek penelitian berupa poster berjudul “STOP! Kekerasan Seksual di Transportasi Publik!” yang dipilih karena merupakan bagian dari kampanye resmi perusahaan dalam merespons isu kekerasan seksual di ruang transportasi umum serta memiliki intensitas penyebaran visual yang luas di media digital dan ruang publik stasiun.

Pemilihan poster dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria: (1) memuat pesan eksplisit anti kekerasan seksual, (2) menggunakan elemen visual ilustratif sebagai medium persuasi, dan (3) ditujukan langsung kepada pengguna jasa transportasi publik. Tahapan analisis dilakukan melalui tiga langkah. Pertama, identifikasi elemen visual yang meliputi tipografi, warna, ilustrasi, komposisi, dan hierarki visual. Kedua, kategorisasi dan interpretasi elemen berdasarkan indikator desain komunikasi visual, yaitu keterbacaan (legibility dan readability), makna psikologis warna, gaya representasi ilustrasi, prinsip tata letak (keseimbangan, kontras, emphasis), serta kejelasan pesan (clarity of message). Ketiga, penarikan kesimpulan dengan mengaitkan temuan visual terhadap fungsi desain sebagai media komunikasi sosial preventif. Data diperoleh melalui dokumentasi visual poster dari publikasi resmi perusahaan serta studi literatur yang relevan dengan teori desain komunikasi visual dan kampanye sosial. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang sistematis terhadap efektivitas visual dalam membangun kesadaran dan pesan anti kekerasan seksual di ruang publik.

IV. ANALISIS DAN PERANCANGAN

1. Poster Kampanye KAI Anti Kekerasan Seksual



Gambar 1. Poster Kampanye KAI Anti Kekerasan Seksual

Poster “STOP! Kekerasan Seksual di Transportasi Publik!” digunakan sebagai visualisasi kampanye di beberapa tempat seperti Stasiun Sudirman, Jakarta dan juga gerbong KRL di Stasiun Manggarai, Jakarta pada 28 Oktober 2025. Kampanye ini dilakukan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat untuk lebih peduli dan berani melapor ketika terjadi kasus pelecehan seksual di transportasi publik. Poster ini dibuat dengan menggunakan dan menggabungkan elemen visual seperti tipografi, warna, dan ilustrasi untuk menggambarkan resahnya masyarakat termasuk perempuan terhadap kekerasan seksual. Pada bagian atas poster terdapat judul yang menggunakan huruf kapital dan warna yang mencolok untuk menarik perhatian audiens. Poster juga menampilkan logo KAI Commuter dan Danantara Indonesia yang menunjukkan identitas dari penyelenggara kampanye dan berasal dari institut resmi. Pada poster terlihat menggambarkan empat perempuan yang sedang duduk di kursi kereta sambil berbincang nyaman, hal ini memiliki banyak makna dan pesan yang

disampaikan terkait dengan kekerasan ataupun kekerasan seksual yang tidak diinginkan oleh masyarakat, terutama oleh perempuan.

Komposisi visual, poster menempatkan pesan utama pada bagian atas sebagai titik fokus perhatian, kemudian diikuti ilustrasi situasional yang memperkuat konteks ruang kereta. Struktur ini menunjukkan adanya pengaturan alur baca (visual flow) dari atas ke bawah, sehingga audiens diarahkan untuk terlebih dahulu memahami urgensi pesan sebelum menangkap konteks sosial yang ditampilkan. Strategi ini selaras dengan prinsip hierarki visual dalam desain komunikasi, di mana elemen dengan ukuran dan kontras paling kuat menjadi pusat atensi awal. Secara konseptual, poster tidak hanya menampilkan larangan, tetapi membangun narasi visual tentang ruang aman. Representasi perempuan yang duduk nyaman di dalam kereta menghadirkan citra ideal tentang kondisi transportasi publik yang bebas dari intimidasi. Dalam konteks komunikasi sosial, visual ini berfungsi sebagai bentuk framing, yaitu membingkai realitas yang diharapkan melalui gambaran situasi positif. Dengan demikian, pesan kampanye tidak semata-mata bersifat represif (melarang), melainkan preventif dan edukatif.

Kehadiran identitas institusi resmi memperkuat legitimasi pesan, sehingga audiens memaknai kampanye sebagai komitmen institusional, bukan sekadar imbauan umum. Secara keseluruhan, poster ini menunjukkan bahwa desain bekerja sebagai sistem komunikasi yang terintegrasi: teks, gambar, warna, dan tata letak saling mendukung untuk membangun kesadaran kolektif mengenai pentingnya keamanan dan keberanian melapor dalam kasus kekerasan seksual di transportasi publik.

2. Tipografi



Gambar 2. Tipografi

Poster kampanye anti kekerasan seksual berjudul “STOP! Kekerasan Seksual di Transportasi Publik!” yang dipublikasikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) menggunakan tipografi yang sederhana dan komunikatif untuk menyampaikan pesan kepada khalayak umum. Pemilihan huruf sans-serif pada headline menunjukkan karakter yang tegas, modern, dan mudah dibaca. Secara teoretis, tipografi yang baik harus memenuhi prinsip legibility dan readability agar pesan dapat dipahami dengan cepat (Iswanto, 2023). Penggunaan huruf kapital pada kata “STOP!” memperkuat aspek legibility karena bentuk huruf menjadi lebih dominan secara visual dan mudah dikenali dari jarak tertentu. Headline yang ditempatkan pada posisi paling atas dan berada di tengah bidang desain menunjukkan penerapan prinsip hierarki visual dan emphasis. Dalam teori desain komunikasi visual, elemen dengan ukuran terbesar dan kontras paling kuat akan menjadi pusat perhatian pertama audiens. Penggunaan warna merah dan hitam pada teks juga meningkatkan kontras visual sehingga mendukung keterbacaan sekaligus membangun kesan urgensi dan peringatan. Warna merah secara psikologis sering diasosiasikan dengan bahaya atau larangan, sehingga memperkuat makna verbal dari kata “STOP!”.

Pada bagian balon dialog, penggunaan huruf sans-serif dengan huruf kecil seperti pada kalimat “Hargai Ruang dan Privasi Sesama” dan “Berani Bersikap” menciptakan nuansa yang lebih persuasif dan komunikatif. Secara tipografis, variasi antara huruf kapital pada headline dan huruf kecil pada dialog membentuk struktur informasi yang seimbang. Hal ini menunjukkan penerapan prinsip keseimbangan dan kesederhanaan dalam tipografi, sehingga audiens dapat langsung memahami bahwa pesan utama terletak pada penolakan terhadap kekerasan seksual, sementara dialog berfungsi sebagai ajakan normatif. Tipografi pada poster ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen teks, tetapi sebagai strategi komunikasi visual yang dirancang untuk membangun perhatian, urgensi, serta pemahaman pesan secara efektif.

3. Pemilihan Warna



Gambar 3. Pemilihan warna pada poster

Pemilihan warna dalam poster “STOP! Kekerasan Seksual di Transportasi Publik!” yang dipublikasikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi sebagai strategi komunikasi visual yang terstruktur. Kombinasi warna ungu, putih, merah, dan hitam membentuk sistem makna yang saling mendukung dalam menyampaikan pesan sosial preventif.

Warna ungu yang dominan pada latar interior kereta berperan sebagai warna dengan dimensi psikologis empati, kepedulian, dan refleksi emosional. Dalam kajian psikologi warna, ungu sering diasosiasikan dengan sensitivitas dan kesadaran sosial (Munthe et al., 2025). Penggunaan ungu sebagai latar menciptakan atmosfer yang serius namun tidak agresif. Secara visual, ungu berada pada spektrum warna dingin sehingga mampu menenangkan, tetapi tetap memiliki kedalaman emosional. Hal ini penting dalam kampanye anti kekerasan seksual karena pesan yang disampaikan bersifat sensitif; pendekatan visual yang terlalu konfrontatif dapat menimbulkan resistensi, sedangkan ungu membantu membangun suasana reflektif.

Warna putih pada banner headline menciptakan ruang visual yang bersih dan netral. Dalam teori desain komunikasi visual, ruang terang dengan kontras tinggi terhadap latar gelap memperkuat prinsip figure-ground dalam

teori Gestalt. Banner putih menjadi “figure” yang menonjol dari latar ungu sebagai “ground”, sehingga memudahkan audiens memfokuskan perhatian pada pesan utama. Selain itu, putih secara simbolik merepresentasikan kejujuran, keterbukaan, dan transparansi, sejalan dengan tujuan kampanye untuk mendorong keberanian melapor.

Warna merah pada kata “STOP!” merupakan strategi visual emphasis. Secara psikologis, merah diasosiasikan dengan peringatan, bahaya, dan urgensi. Dalam konteks komunikasi visual, merah memiliki daya tarik atensi yang tinggi karena panjang gelombangnya yang kuat secara perseptual. Dengan demikian, sebelum audiens membaca keseluruhan kalimat, perhatian mereka terlebih dahulu tertuju pada kata “STOP!” sebagai inti pesan. Ini menunjukkan penerapan prinsip hierarki visual melalui kontras warna.

Warna hitam pada sebagian teks memperkuat kesan tegas dan otoritatif. Hitam dalam psikologi warna sering dikaitkan dengan kekuatan, keseriusan, dan ketegasan. Kombinasi merah dan hitam pada tipografi menciptakan keseimbangan antara peringatan (warning) dan legitimasi (authority), sehingga pesan tidak hanya terasa emosional tetapi juga kredibel. Sistem warna dalam poster ini bekerja secara sinergis melalui kontras, keseimbangan, dan makna psikologis untuk membangun suasana reflektif sekaligus tegas. Warna tidak berdiri sebagai elemen dekoratif, tetapi sebagai instrumen komunikasi yang memperkuat urgensi pesan anti kekerasan seksual tanpa menciptakan atmosfer yang menakutkan atau intimidatif.

4. Ilustrasi Visual



Gambar 4. Ilustrasi visual

Gaya ilustrasi pada poster “STOP! Kekerasan Seksual di Transportasi Publik!” yang diproduksi oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) menggunakan pendekatan ilustrasi digital 2D dengan gaya flat dan shading minimal. Gaya ini ditandai oleh penggunaan bidang warna blok (flat color), kontur yang bersih, serta gradasi bayangan sederhana yang berfungsi untuk memberi dimensi tanpa menciptakan kesan realistis yang kompleks. Pendekatan visual ini mengarah pada gaya semi-realistis yang ramah dan komunikatif, bukan dramatik atau hiperrealistik.

5. Representasi Karakter

Poster menampilkan empat perempuan yang duduk berdampingan di dalam gerbong kereta. Mereka digambarkan dengan ekspresi wajah yang santai, tersenyum, dan saling berinteraksi. Secara semiotik, visual ini tidak hanya merepresentasikan keberadaan perempuan sebagai subjek ruang publik, tetapi juga menggambarkan kondisi ideal: ruang transportasi yang aman, nyaman, dan bebas dari ancaman. Gestur tubuh yang terbuka (open body posture), posisi duduk yang rileks, serta arah pandang yang saling terhubung memperlihatkan adanya interaksi sosial yang positif. Dalam teori komunikasi visual, ekspresi dan gestur seperti ini membangun narasi non-verbal tentang rasa aman dan solidaritas. Ilustrasi tidak menampilkan adegan kekerasan secara eksplisit, melainkan menekankan kondisi preventif dan normatif bagaimana seharusnya ruang publik berfungsi. Keempat figur juga ditampilkan dengan variasi warna kulit dan gaya berpakaian yang berbeda. Hal ini mengindikasikan pendekatan inklusif serta representasi keberagaman. Secara konseptual, desain ini tidak hanya berbicara tentang perempuan sebagai korban potensial, tetapi juga menampilkan mereka sebagai subjek aktif yang memiliki ruang sosial yang setara.

6. Setting dan Konteks Ruang

Latar visual secara jelas merujuk pada interior gerbong kereta ditandai dengan kursi memanjang, jendela besar, serta pegangan tangan melingkar di bagian atas. Elemen-elemen ini membangun konteks spasial yang spesifik: transportasi publik, khususnya kereta api. Penempatan karakter dalam komposisi frontal membuat audiens seolah-olah berada tepat di hadapan mereka, seperti sesama penumpang. Strategi ini menciptakan kedekatan psikologis antara visual dan audiens. Dalam pendekatan desain komunikasi

visual, teknik ini memperkuat daya empati dan keterlibatan (engagement). Setting ruang yang bersih, tertata, dan tidak padat juga memperkuat pesan bahwa ruang publik seharusnya menjadi ruang aman. Tidak adanya visual kekacauan atau kepadatan ekstrem membuat pesan kampanye lebih fokus pada nilai preventif dibandingkan representasi trauma.

7. Gaya Visual Sebagai Strategi Komunikasi

Penggunaan gaya ilustrasi yang sederhana dan ramah memiliki fungsi strategis. Isu kekerasan seksual merupakan isu sensitif yang berpotensi memunculkan ketidaknyamanan. Oleh karena itu, pendekatan visual yang terlalu realistis atau dramatik dapat menimbulkan resistensi atau rasa takut. Gaya flat 2D yang lembut membantu menyampaikan pesan serius dengan pendekatan persuasif, bukan intimidatif. Secara teoritis, pendekatan ini sejalan dengan prinsip clarity and accessibility dalam desain grafis visual yang sederhana memudahkan pemahaman lintas usia dan latar belakang pendidikan. Poster ini tidak hanya ditujukan kepada perempuan, tetapi kepada seluruh pengguna transportasi publik, termasuk laki-laki sebagai pihak yang diajak untuk menghormati dan menjaga ruang aman bersama.

8. Narasi Visual Preventif

Alih-alih menampilkan visual kekerasan, ilustrasi membangun narasi tentang kondisi ideal: perempuan dapat berbincang, duduk berdampingan, dan menggunakan transportasi publik tanpa rasa takut. Strategi ini termasuk pendekatan komunikasi preventif menggambarkan nilai yang ingin diwujudkan, bukan hanya memperlihatkan ancaman. Dengan demikian, ilustrasi dalam poster ini tidak sekadar dekoratif, tetapi berfungsi sebagai media representasi sosial, pembentuk empati, serta penguat pesan normatif bahwa transportasi publik harus menjadi ruang aman bagi semua.

9. Pesan yang Disampaikan Pada Poster Kampanye KAI Anti Kekerasan Seksual



Gambar 5. Poster Kampanye KAI Anti Kekerasan Seksual

Poster “STOP! Kekerasan Seksual di Transportasi Publik!” tidak hanya soal tipografi, warna, dan juga ilustrasi, tetapi juga untuk menyampaikan sebuah pesan mendalam melalui sebuah media visual. Dalam poster ini dapat diketahui bahwa kekerasan seksual tidak boleh dilakukan di mana pun termasuk di ruang lingkup transportasi di mana banyak masyarakat yang menggunakannya. Kekerasan seksual adalah perilaku berbahaya yang dapat memicu trauma pada psikologi seseorang sehingga tidak dapat ditoleransi keberadaannya. Ruang publik seperti kereta bukan hanya milik pelaku, melainkan milik ruang bersama yang harus dilindungi.

Dengan adanya berbagai unsur dan prinsip desain yang ada dalam poster ini menjadikan poster “STOP! Kekerasan Seksual di Transportasi Publik!” dapat sampai kepada masyarakat dengan baik dan jelas. Seluruh elemen visual dirancang untuk menciptakan pesan yang tegas, mudah dipahami, dan emosional tetapi tidak membuat para pembacanya tersinggung ataupun takut. Dalam poster ini sudah membuktikan bahwa desain grafis berhasil menjadi sebuah alat komunikasi sosial melalui media visual dengan cara yang sederhana dan mudah dipahami.

V. KESIMPULAN

Poster “STOP! Kekerasan Seksual di Transportasi Publik!” yang dipublikasikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) menunjukkan bahwa desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai solusi visual, tetapi juga sebagai alat komunikasi sosial yang efektif. Penggunaan tipografi yang tegas dan mudah dibaca, warna dengan kekuatan psikologis, serta ilustrasi humanis yang komunikatif mampu menyampaikan pesan secara langsung dan persuasif. Poster ini tidak sekadar menyampaikan larangan, tetapi membangun kesadaran kolektif untuk menciptakan ruang transportasi yang aman dan bebas intimidasi.

Secara akademik, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian Desain Komunikasi Visual (DKV), khususnya dalam memperkaya analisis mengenai efektivitas elemen visual pada kampanye sosial preventif di ruang publik. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi tipografi, warna, dan ilustrasi memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi dan respons audiens terhadap isu sosial. Implikasinya bagi perancang kampanye sosial adalah pentingnya perancangan visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga berbasis pada prinsip komunikasi persuasif, keterbacaan, dan psikologi visual agar pesan dapat diterima secara luas dan berdampak. Untuk penelitian lanjutan, disarankan penggunaan pendekatan empiris seperti survei atau observasi lapangan guna mengukur dampak langsung desain terhadap perubahan sikap dan perilaku masyarakat. Selain itu, kajian komparatif terhadap kampanye serupa di berbagai institusi transportasi dapat memperluas perspektif analisis dalam konteks desain komunikasi sosial.

VI. REFERENSI

- Abidin, A. Z. (2025). Menyelami dunia desain grafis: Pengertian, jenis, dan potensi karir. Argia Academy.
- Endah Triwijati, N. K. (2015). Pelecehan seksual: Tinjauan psikologis. Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, 20(4), 303–306. <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/Pelecehan%20Seksual%20Tinjauan%20Psikologi>
- Handayani, M. (2021). Analisis gelar perkara dalam proses penyelidikan tindakan pidana di kepolisian. Syntax Transformation. <https://jurnal.syntaxtransformation.co.id/index.php/jst/article/view/451/600>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan buku ajar tipografi. Nirmana, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>

- Islam, U., Sjech, N., & Djambek, M. D. (2025). Jurnal kajian Islam politik dan sosial. *Jurnal Kajian Islam Politik dan Sosial*, 1(1), 12–22. <https://kipsjournal.kips.or.id/index.php/kips/article/view/7>
- Migotuwio, N. (2020). Desain grafis kemarin, kini, dan nanti. *Alinea Media Dipantara*.
- Munthe, A. R., Hidayati, N., Hsb, P. S., Dalimunthe, F., Tanjung, M. D., Tambunan, M. T., & Universitas Al Washliyah Labuhanbatu. (2025). Psikologi warna dalam desain grafis: Implikasi terhadap persepsi audiens. *Insight Journal*, 1(2), 91–98. <https://ejournal.ynam.or.id/index.php/kopiko/article/view/56>
- Pradini, C. A., et al. (2023). Pelecehan seksual terhadap perempuan di moda transportasi umum. *Jurnal Hukum dan Dinamika*, 32(3), 167–186. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jdh/article/view/21444/16078>
- Rachman, T., & Wicaksana, A. (2018). Pelecehan seksual. CV Media Sains Indonesia.
- Rizki Aji, M., & Kusumandyoko, T. C. (2021). Penerapan ilustrasi kartun pada perancangan komunikasi visual album Friends Band Ratshit. *Jurnal Barik*, 2(1), 177–187. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Warna, M., & Karja, W. (2021). Prosiding Bali-Dwipantara Waskita (Seminar Nasional Republik Seni Nusantara) (pp. 110–116). <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw>
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Pengantar desain grafis. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.