

## Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Anti Doping Untuk Kalangan Mahasiswa Atlet UDINUS Semarang

Astein Mirrob El Sinduro, Daniar Wikan Setyanto

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Indonesia

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menghasilkan iklan layanan masyarakat yang komunikatif dan informatif untuk mencegah penggunaan doping pada mahasiswa atlet di Universitas Dian Nuswantoro melalui media poster dan kampanye media sosial. Olahraga, sebagai fenomena global, mempersatukan budaya dan komunitas, namun atlet menghadapi tantangan seperti tekanan untuk tampil baik dan penggunaan doping yang mengancam integritas olahraga. Doping juga membahayakan kesehatan atlet dan memberi contoh buruk bagi generasi muda. Di Indonesia, banyak kasus doping yang merusak prestasi atlet, sehingga edukasi anti-doping sangat penting. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui literatur dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat yang dirancang dengan ilustrasi dan grafis yang sesuai dapat meningkatkan kesadaran tentang bahaya doping dan pentingnya fair play. Kampanye ini diharapkan membentuk atlet yang sadar, kritis, dan beretika, serta menghindari penggunaan doping. Hasil rancangan ini mendukung IADO dalam mencegah penggunaan doping melalui media yang inovatif dan komunikatif.

Kata Kunci: atlet, doping, edukasi, mahasiswa, Udinus

### ABSTRACT

*This research aims to produce communicative and informative public service advertisements to prevent doping use in student athletes at Dian Nuswantoro University through posters and social media campaigns. Sport, as a global phenomenon, unites cultures and communities, but athletes face challenges such as pressure to perform well and doping use that threatens the integrity of the sport. Doping also endangers athletes' health and sets a bad example for the younger generation. In Indonesia, there are many doping cases that damage athletes' achievements, so anti-doping education is very important. The research method used is a qualitative method. Data collection was carried out through literature and documentation. The results of the study indicate that public service advertisements designed with appropriate illustrations and graphics can increase awareness of the dangers of doping and the importance of fair play. This campaign is expected to form athletes who are aware, critical, and ethical, and avoid doping use. The results of this design support IADO in preventing doping use through innovative and communicative media.*

Keywords: athletes, doping, education, students Udinus

### How to Cite:

Sinduro, A.M.E, Setyanto, D.W. (2024) *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Anti Doping Untuk Kalangan Mahasiswa Atlet UDINUS Semarang. Gestalt : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 83-96.  
<https://doi.org/10.33005/gestalt.v6i2.193>



## PENDAHULUAN

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan instrumen komunikasi yang krusial dalam membentuk kesadaran publik terhadap isu-isu sosial. Dengan menyampaikan pesan-pesan yang informatif dan persuasif, ILM berperan sebagai pemicu perubahan sosial. Melalui berbagai media, ILM tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga menginspirasi partisipasi aktif masyarakat dalam mengatasi permasalahan seperti kesehatan, pendidikan, lingkungan, dan keamanan. Dengan demikian, ILM tidak hanya menjadi sarana edukasi, melainkan juga alat untuk mendorong perubahan perilaku positif dalam masyarakat (Aisyah et al., 2021).

Dalam dekade terakhir, olahraga telah menjadi fenomena global yang mempersatukan berbagai budaya dan komunitas di seluruh dunia, menjadi bagian integral dari kehidupan manusia. Atlet-atlet profesional yang mewakili negara mereka dalam kompetisi internasional memiliki tanggung jawab etika dan moral untuk mempertahankan integritas olahraga. Namun, tantangan yang dihadapi oleh atlet saat ini semakin kompleks, termasuk kekhawatiran tentang persiapan dan potensi diri, ketakutan menghadapi lawan, tekanan untuk menang dari berbagai pihak seperti pelatih, orang tua, dan sponsor, serta berbagai kekhawatiran emosional yang dapat merusak kepercayaan diri dan konsentrasi atlet dalam pertandingan (Sepriani, 2023).

Kekhawatiran yang dialami seorang atlet akan berdampak pada krisis kepercayaan diri dan dapat merusak konsentrasi atlet dalam menghadapi pertandingan. Kekhawatiran ini sering kali mendorong atlet mencari solusi instan, salah satunya dengan menggunakan doping. Penggunaan doping adalah salah satu tantangan besar dalam dunia olahraga saat ini, mengancam integritas dan *fair play*, serta membahayakan kesehatan atlet. Banyak zat doping memiliki efek samping

serius, termasuk risiko penyakit jantung, gangguan hormonal, dan kerusakan organ. Selain itu, penggunaan doping memberikan contoh buruk kepada generasi muda, mengajarkan bahwa pencapaian tanpa integritas dan kerja keras adalah suatu hal yang dapat diterima (Sepriani et al., 2022).

Isu doping dan narkoba patut menjadi perhatian ekstra di kalangan atlet. Banyak atlet terjebak dalam kasus doping atau narkoba karena kurangnya pemahaman. Penggunaan doping melibatkan zat-zat kimia sintetis maupun alami serta metode yang meningkatkan kemampuan fisik atau psikis atlet secara artifisial sebelum atau setelah pertandingan. Doping masuk dalam kategori narkoba dan penggunaannya tidak dibenarkan oleh atlet (Febri, 2018). Zat terlarang pada umumnya dapat dikategorikan menjadi Obat Perangsang, Narkotika Pereda Nyeri, Zat Pembesar Otot “Diuretik”, Hormon Pertumbuhan, dan “Erythropoietin” (EPO) (Kinasih & Setyanto, 2024). Jika dianalisis, kandungan zat-zat tersebut akan termasuk dalam kategori obat-obatan narkotika. Sebagai contoh, Obat Perangsang yang mengandung “*amphetamine*” ini termasuk dalam jenis “*ecstasy*”. Menurut Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 Tentang Narkotika, “*ecstasy*” masuk dalam kategori narkoba golongan I yang penggunaannya secara tegas dilarang (Nasional, 2019).

Undang-Undang No.3 tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional di Indonesia menjelaskan larangan doping bagi atlet dalam Pasal 85. Ayat (1) Doping dilarang dalam semua kegiatan olahraga. Ayat (2) Setiap induk organisasi cabang olahraga dan/atau lembaga/organisasi olahraga nasional wajib membuat peraturan doping dan disertai sanksi. Ayat (3): Pengawasan doping sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh Pemerintah. Obat-obatan telah lama digunakan dalam olahraga, termasuk zat-zat seperti *strychnine*, *heroin*, *cocaine*, dan *morphine*, meskipun lebih merugikan

daripada menguntungkan para atlet. Amphetamine, obat yang “efektif” dalam meningkatkan performa, telah digunakan sejak Perang Dunia II. Penggunaan amphetamine di atas dosis normal dapat mengurangi kelelahan, tetapi juga dapat berbahaya, seperti kasus kematian seorang atlet balap sepeda pada tahun 60-an akibat *heat stroke* akibat penyalahgunaan *amphetamine* (Pratama et al., 2023).

Di Indonesia, penggunaan doping oleh atlet bukanlah hal baru. Banyak atlet terkena dampaknya dan kehilangan prestasi mereka akibat penggunaan doping. Pada SEA Games 2011, Arif Rahman Nasir, seorang atlet kempo dari Indonesia, terlibat dalam kasus doping dan menjadi kasus pertama di Indonesia. Dia terbukti positif menggunakan anabolic steroid methandienone. Setelah bukti tersebut muncul, Arif diwajibkan untuk mengembalikan medali emas yang telah dia peroleh pada kompetisi tersebut. Kemudian pada 2013 Atlet renang asal Indonesia Indra Gunawan dan Guntur Pratama terbukti menggunakan doping jenis Methylhexaneamine saat bertanding di Asian Indoor and Martial Arts Games 2013. Selanjutnya, pada PON XIX-Peparnas XV 2016, terdapat 14 atlet yang ditemukan positif menggunakan doping. Akibatnya, mereka dikenakan sanksi berupa penarikan gelar juara dan medali yang telah mereka peroleh. Pada tahun 2018, Dhani Wigunayang, seorang atlet binaraga dari Semarang, ditemukan melanggar Peraturan Anti-Doping saat berkompetisi di *Natural Bodybuilding and Fitness Association* (NBFA) di Singapura. Selanjutnya, dalam EGAT’s Cup International Weightlifting Championship 2019, Acchedya Jagaddhita, seorang lifter wanita dari Persatuan Angkat Berat, Binaraga, Angkat Besi Seluruh Indonesia (PABBSI), terbukti positif menggunakan zat terlarang methandienone. Kemudian pada pon selanjutnya yakni PON XX Papua 2021 terdapat kasus serupa dengan total 5 atlet yang terbukti positif doping (Sepriani et al., 2022).

Kasus-kasus tersebut memberi gambaran besarnya tanggung jawab yang harus diemban IADO ke depan. Oleh karena itu, edukasi anti-doping sangat penting. *Indonesia Anti Doping Organization* (IADO) berupaya gencar melakukan edukasi anti-doping di tingkat nasional dengan intensif khususnya pada atlet maupun pelatih dan pengurus cabang olahraga, bekerja sama dengan berbagai lembaga olahraga dan pemerintah seperti KONI, Kemenpora serta KNIU. IADO juga didukung BNN RI dalam pencegahan penggunaan di dunia olahraga tanah air (Sepriani, 2023).

Universitas yang menjadi sasaran perancangan iklan layanan masyarakat kali ini adalah Universitas Dian Nuswantoro (Udinus) salah satu perguruan tinggi swasta di Semarang. Udinus memiliki banyak atlet berprestasi. Berdasarkan data yang tercantum pada situs web Biro Kemahasiswaan Udinus, dalam rentang waktu 2021 hingga 2023 Udinus memiliki lebih dari 600 atlet yang telah mencetak prestasi. Selain dikenal sebagai kampus berbasis IT terbaik, Udinus juga terkenal sebagai kampus atlet, banyak atlet terkenal dan mengharumkan bangsa yang mengenyam pendidikan di perguruan tinggi tersebut. Iklan layanan masyarakat memiliki potensi untuk mengkomunikasikan informasi penting kepada publik dengan metode yang mampu membangkitkan semangat dan memberikan inspirasi. Melalui iklan, pesan tentang bahaya doping dan pentingnya *fair play* dalam olahraga dapat disampaikan secara efektif kepada penonton. Iklan layanan masyarakat juga dapat menggambarkan cerita nyata atau fiksi yang mengilustrasikan dampak negatif doping pada kehidupan seorang atlet, merangsang empati dan kesadaran (Hakim & Ningsih, 2022).

Mengacu pada berbagai pemaparan diatas dan mengingat banyaknya atlet berprestasi di Universitas Dian Nuswantoro Udinus memiliki banyak atlet berprestasi,

dan melalui iklan layanan masyarakat ini, pesan tentang bahaya doping dan pentingnya *fair play* dalam olahraga akan disampaikan. Iklan ini akan menggambarkan dampak negatif doping pada kehidupan seorang atlet, merangsang empati dan kesadaran penonton. Harapannya, iklan ini dapat membentuk atlet yang sadar, kritis, dan beretika terhadap olahraga, menghindari penggunaan doping. Iklan ini akan dipresentasikan melalui poster yang dipajang di UDINUS Sport Center (USC) dan melakukan kampanye di media sosial untuk menjangkau sejumlah besar audiens. Poster akan dibuat dengan menampilkan informasi berupa ilustrasi dan tagline yang mudah diingat, sedangkan kampanye akan dilakukan di media sosial instagram dengan penggunaan *template instagram story* yang sudah dirancang dengan ilustrasi dan graphic yang sesuai agar pesan dan informasi dapat tersampaikan (Setyanto et al., 2024).

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas serta belum adanya iklan layanan masyarakat serupa, maka dapat dirumuskan masalah yaitu “bagaimana merancang iklan layanan masyarakat yang komunikatif serta informatif sebagai edukasi agar dapat mencegah penggunaan doping pada mahasiswa atlet di lingkup Universitas Dian Nuswantoro melalui media poster dan *social media campaign*?”. Tujuan dari perancangan ini adalah menghasilkan iklan layanan masyarakat yang komunikatif serta informatif sebagai edukasi agar dapat mencegah penggunaan doping pada mahasiswa atlet di lingkup Universitas Dian Nuswantoro melalui media poster dan *social media campaign*. Hasil rancangan ini bermanfaat untuk mendukung *Indonesia Anti Doping Organization* (IADO) dalam upaya mereka untuk mencegah penggunaan doping melalui media yang lebih inovatif, komunikatif, dan kreatif.

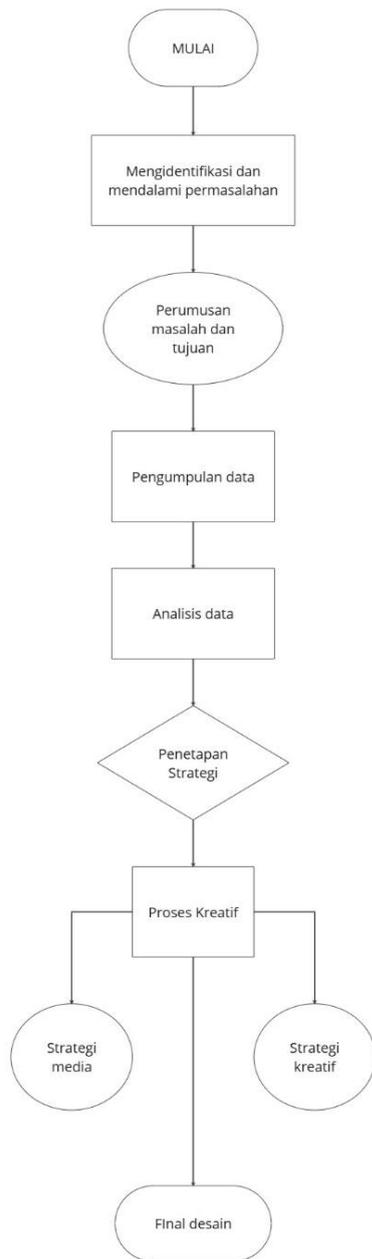
## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam proses perancangan iklan layanan masyarakat ini yakni metode kualitatif. Metode kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam konteks sosial atau perilaku manusia (Sundari et al., 2024). Metode kualitatif menghasilkan deskripsi yang mendalam dan kontekstual tentang fenomena yang diteliti, tidak mudah diukur atau dihitung secara numerik serta bersifat deskriptif dan kontekstual. Pengumpulan data dalam penelitian ini bersumber dari literatur dan dokumentasi.

- a) Literatur : melibatkan pengumpulan informasi dari sumber-sumber literatur seperti buku, artikel jurnal, tesis, disertasi, dan publikasi ilmiah lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam proses ini, peneliti mencari, membaca dan menyusun informasi dari literatur yang paling relevan dengan topik penelitian (Citriadin, 2020).
- b) Dokumentasi : proses pengambilan informasi dari dokumen atau catatan tertulis, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Dokumentasi dapat ditemukan dari berbagai sumber, termasuk laporan pemerintah, catatan resmi, arsip, situs web, dan dokumen lainnya. Dalam proses ini, peneliti mengumpulkan data dengan membaca, mengevaluasi, dan menganalisis dokumen-dokumen tersebut untuk mendukung tujuan penelitian. Perancang menggunakan sumber data yang sudah ada berupa catatan berita, hasil penelitian sebelumnya dan juga dokumen resmi yang berisi informasi yang relevan (Citriadin, 2020).

Metode literatur dan dokumentasi digunakan karena menyediakan data yang relevan dan valid. Literatur dan dokumentasi membantu memahami

konteks sosial, historis, dan budaya dari isu yang diteliti serta menyediakan referensi teoritis yang kuat. Data empiris dari dokumen seperti laporan penelitian memberikan gambaran situasi aktual, metode ini juga lebih efisien dalam hal waktu dan biaya.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## PEMBAHASAN

### Analisis Masalah

Salah satu contoh iklan layanan masyarakat bertema olahraga yang sangat populer dan mudah diingat adalah kampanye Gerakan Ayo Olahraga yang pernah digalakkan oleh Kemenpora. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berolahraga secara teratur untuk menjaga kesehatan. *Framing analysis* merupakan suatu alat yang digunakan untuk memahami bagaimana informasi disajikan dan dampaknya berkenaan dengan persepsi audiens terhadap berbagai masalah. Dalam konteks Iklan Layanan Masyarakat (ILM) anti doping, *framing analysis* dapat merinci beberapa aspek penting serta membantu memahami elemen-elemen kunci dalam perancangan ILM anti doping, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat efektif mencapai tujuan pencegahan penggunaan doping di kalangan mahasiswa atlet (Puspitasari & Setyanto, 2024). Dengan menggunakan *framing analysis*, kita dapat memahami bagaimana pesan tentang bahaya doping disampaikan dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa atlet. Berikut adalah analisis masalah yang akan dijabarkan menggunakan metode *framing* :

Tabel 1. *Framing Analysis* “Astein Mirrob” (2024)

Masalah : Penggunaan Doping pada Kalangan Atlet	
Realita	Ideal
1) Atlet menggunakan doping untuk meningkatkan performa.	1) Atlet seharusnya mencapai performa terbaik secara alami dengan pelatihan yang terstruktur dan dukungan positif.
2) Doping telah merusak integritas dan	



sebagai bagian dari perkembangan teknologi kedokteran dalam mendukung kinerja atlet.	olahraga. Ketika atlet terlibat dalam praktik doping, hal ini dapat menggugah keraguan dan ketidakpercayaan dari penonton, sponsor, dan masyarakat umum terhadap kejujuran dan integritas olahraga. 4) Penggunaan doping merugikan kesehatan dan mengancam masa depan karir atlet.
--------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Berdasarkan *framing analysis* yang telah dilakukan, hal mendasar yang dijadikan fokus dalam perancangan terdapat pada poin nomor 4. Fokus pada poin nomor 4 mencerminkan kesadaran akan urgensi mengubah paradigma dan budaya di sekitar penggunaan doping. *Framing analysis* menunjukkan bahwa edukasi mengenai doping memiliki peran penting dalam mengubah persepsi, sikap, dan perilaku atlet serta pemangku kepentingan lainnya dalam dunia olahraga. Analisis diatas menyoroti pentingnya menjaga integritas, tanggung jawab atlet terhadap *fair play* dalam olahraga, serta perlunya edukasi, kesadaran akan dampak negatif doping terhadap citra olahraga, dukungan, dan penekanan pada kesehatan atlet untuk merubah paradigma atlet dan meminimalisir penggunaan doping (Ismail et al., 2023).

Dalam perancangan ILM ini, digunakan *framing analysis* untuk menciptakan pesan yang efektif, memotivasi perubahan sikap dan perilaku, serta memberikan informasi yang relevan bagi mahasiswa atlet di Universitas Dian Nuswantoro. ILM ini berfokus pada penolakan penggunaan doping dan dipromosikan di lokasi strategis serta platform digital agar dapat menjangkau

target audiens. ILM akan ditayangkan pada waktu yang paling efektif untuk menjangkau audiens. Seperti sebelum acara olahraga besar atau di awal semester. Tujuan dari ILM ini adalah untuk menjelaskan pentingnya pencegahan penggunaan doping dan menjaga integritas olahraga .

### Target Audiens

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) mengenai Anti Doping di kalangan mahasiswa atlet di Universitas Dian Nuswantoro, fokus utama sarannya adalah mahasiswa atlet. mahasiswa atlet adalah kelompok yang paling terlibat dalam aktivitas olahraga di lingkungan kampus. Dalam memahami karakteristik target sasaran, maka akan dilakukan perincian beberapa aspek kunci yang melibatkan demografis, psikografis, geografis, dan perilaku. Pemilihan target audiens berdasarkan aspek demografis, psikografis, geografis, dan perilaku menjadi langkah awal yang strategis.

- a) Aspek Demografis
  - Usia : Mahasiswa atlet dengan rentang usia 18-25 tahun
  - Gender : semua gender
  - Status : mahasiswa yang terdaftar di Universitas Dian Nuswantoro
- b) Aspek Psikografis
  - Mahasiswa atlet yang memiliki minat dan dedikasi tinggi terhadap olahraga, memiliki kesadaran akan pentingnya *fair play* dan integritas dalam olahraga serta aktif dalam kegiatan kampus, terutama yang terkait dengan olahraga.
- c) Aspek Geografis
  - Mahasiswa atlet yang terdaftar di Universitas Dian Nuswantoro, yang berlokasi di Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.
- d) Aspek Perilaku (Behavior)
  - Aktif berpartisipasi dalam kompetisi olahraga, Memiliki tingkat kesadaran dan kepatuhan

terhadap aturan anti-doping. Menggunakan media sosial sebagai sarana interaksi dan informasi.

### Konsep Kreatif

Konsep kreatif dalam perancangan ilm ini mengusung pendekatan kreatif dan motivasional yang menciptakan dampak visual dan emosional. Iklan layanan masyarakat akan disajikan dengan desain yang simple dan bersih menggunakan kombinasi elemen visual yang menarik untuk membangun keterlibatan dan perhatian. Penggunaan bahasa yang dapat dipahami oleh audiens, penggunaan warna yang membangkitkan emosi, serta tagline untuk memperkuat pesan utama. Teknik narasi yang kuat dan pesan visual yang memukau digunakan untuk memastikan pesan anti doping dapat dengan efektif disampaikan dan diterima oleh audiens.

Teori komunikasi Lasswell, yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell, adalah model komunikasi yang sering digunakan untuk menjelaskan proses komunikasi. Model ini dikenal sebagai model komunikasi linear, yang berarti komunikasi berjalan satu arah dari pengirim pesan ke penerima pesan (Lasswell, 1948). Implementasi Teori Komunikasi Lasswell dalam merinci elemen-elemen utama dari konsep kreatif menambahkan dimensi analisis yang baik. Model ini dapat digunakan sebagai kerangka kerja yang efektif dalam merancang dan menganalisis konsep kreatif dalam perancangan Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Model Lasswell dapat diaplikasikan dalam perancangan ILM (Iklan Layanan Masyarakat) dengan menjawab pertanyaan kunci mengenai siapa pengirim, apa isi pesannya, melalui media apa pesan tersebut disampaikan, kepada siapa pesan tersebut ditujukan, dan apa dampak yang dihasilkan (Kustiawan et al., 2022). Dalam konsep kreatif perancangan ilm anti doping. Implementasi model ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a) *Who* (siapa): Kampanye ini ditujukan untuk mahasiswa atlet Udinus sebagai target utama.
- b) *Says What* (mengatakan apa): ILM ini mengusung kampanye anti doping dengan menyoroti dampak negatif dan bahaya penggunaan doping, serta mempromosikan olahraga bersih dan menekankan pentingnya *fair play* dalam olahraga. pesan yang disampaikan akan menjelaskan alasan di balik pentingnya pencegahan penggunaan doping, seperti menjaga kesehatan, menjunjung tinggi *fair play*, dan mempertahankan integritas olahraga.
- c) *In Which Channel* (melalui saluran apa): Media yang digunakan dalam Iklan Layanan Masyarakat (ILM) anti doping ini adalah poster dan *template instagram story*. poster ILM akan disebar dan dipajang di beberapa lokasi strategis, seperti UDINUS Sport Center (USC), tempat-tempat yang sering dikunjungi mahasiswa atlet. Selain itu, ILM juga akan dipromosikan melalui platform digital kampus dan media sosial guna mencapai audiens yang lebih luas. namun media yang digunakan bisa dengan mudah merambat atau diterapkan ke berbagai media lain untuk memungkinkan pesan mampu mencapai khalayak yang lebih ekstensif dan beraneka ragam.
- d) *To Whom* (kepada siapa): Target sasaran pada perancangan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) anti doping ini difokuskan pada mahasiswa atlet di Universitas Dian Nuswantoro dengan harapan membangun pemahaman mereka tentang risiko doping. Selain itu ilm juga ditujukan kepada pelatih, staf akademis dan masyarakat kampus

untuk memastikan dukungan penuh terhadap keputusan anti-doping.

- e) *With What Effect* (dengan efek apa): Iklan Layanan Masyarakat (ILM) anti doping ini diharapkan dapat menciptakan pesan yang efektif, memotivasi perubahan sikap dan perilaku, serta memberikan informasi yang relevan bagi mahasiswa atlet di Universitas Dian Nuswantoro. terjadi Peningkatan kesadaran tentang bahaya doping dan efek negatifnya terhadap kesehatan dan karir atlet. Membangkitkan semangat *fair play* dan kebanggaan dalam mencapai sukses melalui usaha keras. Mendorong perubahan sikap dari melihat doping sebagai opsi atau jalan pintas menuju memahami bahwa keunggulan sejati dicapai melalui integritas.

Hasil akhir penelitian perancangan ini adalah sebuah ILM anti-doping yang terdiri dari poster dan *template Instagram Story*. Poster dan *template Instagram Story* didesain dengan memperhatikan teori komunikasi Lasswell yaitu dengan menentukan siapa yang bertanggung jawab menyampaikan pesan (IADO dan Universitas Dian Nuswantoro), pesan yang disampaikan (bahaya doping dan pentingnya *fair play*), media yang digunakan (poster dan Instagram Story), target audiens (mahasiswa atlet Udinus), dan efek yang diharapkan (peningkatan kesadaran). Selain itu, desain ILM juga memanfaatkan teori ilustrasi untuk memvisualisasikan pesan secara efektif. ILM ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa atlet Udinus mengenai bahaya doping dan menanamkan nilai-nilai *fair play* dalam olahraga.

Berikut adalah hasil desain ILM anti Doping sebagai langkah mengatasi penggunaan doping dikalangan mahasiswa Atlet

UDINUS Semarang beserta dengan aplikasi medianya :



Gambar 2. Desain Poster Dinding “Astein Mirrob” (2024)



Gambar 3. Asset Ilustrasi “Astein Mirrob” (2024)



Gambar 4. Desain Banner Udinus Sport Center (USC) “Astein Mirrob” (2024)



Gambar 5. Desain Spanduk Udinus Sport Center (USC) “Astein Mirrob” (2024)



Gambar 6. Desain Pitch Side Ads board "Astein Mirrob" (2024)



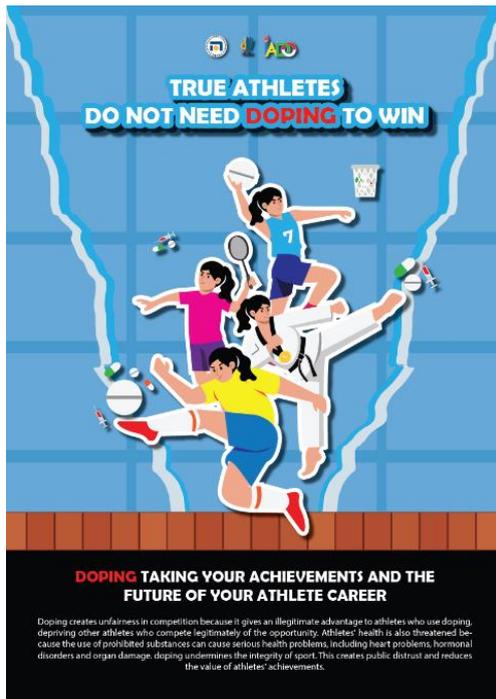
Gambar 7. Desain Stiker "Astein Mirrob" (2024)



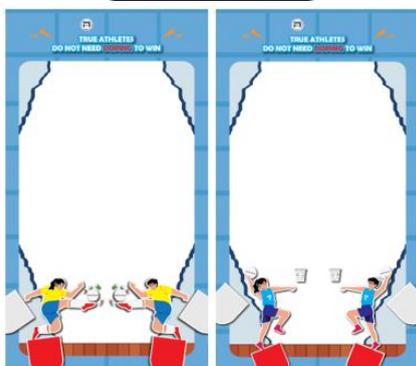
Gambar 8. Desain Topi, Kaos dan Totebag "Astein Mirrob" (2024)



Gambar 9. Desain Billboard "Astein Mirrob" (2024)



Gambar 10. Desain Iklan Surat Kabar “Astein Mirrob” (2024)



Gambar 12. Desain Template Instagram Story “Astein Mirrob” (2024)

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penyusunan laporan ini adalah bahwa *framing analysis* menyoroti pentingnya edukasi mengenai doping dalam olahraga, dengan fokus pada perubahan sikap dan perilaku atlet serta pemangku kepentingan lainnya. Iklan layanan masyarakat (ILM) dirancang untuk menolak penggunaan doping, dipromosikan secara strategis, dan ditayangkan pada waktu yang efektif untuk mencapai audiens target. Metode perancangan iklan layanan masyarakat menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data dari literatur dan dokumentasi. Universitas Dian Nuswantoro menjadi fokus utama dalam upaya pencegahan penggunaan doping di kalangan mahasiswa atlet, dengan tujuan menjaga integritas olahraga dan mengedukasi para mahasiswa atlet tentang dampak negatif dari penggunaan doping. Kondisi ideal yang diharapkan dari perancangan iklan layanan masyarakat adalah mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman mahasiswa atlet tentang bahaya penggunaan doping serta mendorong mereka untuk menjalani gaya hidup sehat dan etis dalam olahraga. Dengan demikian, laporan ini memberikan pemahaman mendalam tentang upaya pencegahan penggunaan doping di lingkungan olahraga mahasiswa atlet Universitas Dian Nuswantoro.

Berdasarkan perancangan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Mengenai Anti Doping Sebagai Langkah Preventif Dalam Mengatasi Penggunaan Doping Di Kalangan Mahasiswa Atlet Dalam Lingkup Universitas Dian Nuswantoro dapat disimpulkan beberapa saran yaitu :

- a) Penguatan kerja sama antara berbagai instansi terkait agar program anti doping dapat diimplementasikan secara efektif. Kerja sama ini perlu difokuskan pada pengembangan program edukasi yang lebih intensif bagi

para atlet mahasiswa, dengan penekanan khusus pada pencegahan penggunaan doping.

- b) Diharapkan intensifikasi kampanye iklan layanan masyarakat terkait anti doping. Melalui iklan, pesan-pesan pencegahan dapat disampaikan dengan cara yang kreatif dan memotivasi. Penggunaan berbagai saluran media, seperti televisi, radio, media sosial, dan poster di lokasi strategis di kampus, dapat membantu meningkatkan eksposur pesan anti doping.
- c) Diharapkan adanya proyek perancangan lebih lanjut untuk iklan layanan masyarakat terkait anti doping seperti motion graphic, animasi ataupun video iklan. Topik ILM ini memiliki peluang untuk dilanjutkan lebih jauh karena belum marak ILM terkait anti doping.

## KEPUSTAKAAN

- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianti, R., Febrianty, Sitanggung, A. O., Alfathoni, M. A. M., Hendra, & Rosita, Y. D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan* (Issue April).
- Citriadin, Y. (2020). Metode penelitian kualitatif (suatu pendekatan dasar). In *Sanabil*.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Febri, I. W. N. (2018). Restricted Narration pada Penciptaan Iklan Layanan Masyarakat “Remaja Anti Narkoba.” *INVENSI*, 3(1), 74–83.
- Hakim, L., & Ningsih, S. F. (2022). Analisis Semiotika Iklan Layanan Pencegahan Narkoba. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 13(1), 50–61.
- Ismail, R. F., Mayasari, M., & Budhiharti, T. W. (2023). Analisis Framing Pemberitaan Sistem Pemilu pada Portal Berita Instagram@ narasinewsroom. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26058–26062.
- Kinasih, L. D. S., & Setyanto, D. W. (2024). Perancangan Infografis Tentang Bahaya HIV/AIDS untuk Mahasiswa di Wilayah Kota Semarang. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(01), 39–51.
- Kustiawan, W., Hidayati, J., Daffa, V., Hamzah, A., Harmain, M., Fadli, A., & Kuswananda, E. (2022). Keberadaan Ilmu Komunikasi dan Perkembangan Teori Komunikasi dalam Peradaban Dunia. *Maktabatun*, 1(2), 73–76.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The Communication of Ideas*, 37(1), 136–139.
- Nasional, B. N. (2019). Indonesia drugs report 2019. *Jakarta: Badan Narkotika Nasional*.
- Pratama, A. S., Amelia, R., Nazaruddin, F. A., & Riswandi, M. D. (2023). ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP DOPING DALAM OLAHRAGA. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(2), 591–602.
- Puspitasari, I. P., & Setyanto, D. W. (2024). PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG NARKOBA MUSUH GENERASI MUDA. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa Dan Desain*, 9(1), 81–100.
- Sepriani, R. (2023). Web-based anti-doping education: A needs analysis for achievement sport athletes. *Journal Sport Area*, 8(1), 34–42.
- Sepriani, R., Bafirman, Mudjiran, Gusril, Syafrudin, & Bachtiar, S. (2022). Athlete Doping Knowledge Analysis: A Case Study of the 20th National Sports Week (PON) Papua 2021 in

Indonesia. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, 10(4), 723–731.  
<https://doi.org/10.13189/saj.2022.100413>

Setyanto, D. W., Yanuarsari, D. H., & Gardianto, G. R. (2024).  
PENERAPAN METODE DESIGN THINKING PADA PERANCANGAN STOK FOTO PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO KEDIRI.  
*ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 10(01), 73–84.

Sundari, U. Y., Panudju, A. T., Purba, F., Alfiyani, I., & Pereiz, Z. (2024).  
*Metodologi penelitian*. CV. Gita Lentera.

Halaman ini sengaja dikosongkan