

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi dan komunikasi dari masa ke masa mengalami perubahan dan pertumbuhan yang sangat signifikan. Hal tersebut terlihat dari aspek kecepatan, jangkauan, dan kemudahan dalam mengakses berita atau sebuah informasi, seperti halnya televisi, handphone, radio, komputer, dan internet. Salah satu pemanfaatan dari perkembangan teknologi dan komunikasi yaitu pencarian sebuah informasi dan berkomunikasi dengan orang lain menjadi lebih mudah.

Dampak dari pertumbuhan tersebut salah satunya mengenai iklan, iklan didefinisikan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat (Jaiz, 2014). Pesan iklan pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari visi misi iklan tersebut. Akan tetapi, iklan pada umumnya dapat mencakup berbagai pesan, seperti hiburan, pendidikan dan sebagai bentuk penyampaian suatu informasi.

Pada dasarnya iklan dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu iklan komersial dan iklan non-komersial. Iklan komersial merupakan jenis iklan yang bertujuan untuk mempromosikan dengan maksud agar orang mau membeli atau menggunakan jasa yang diiklankan. Sementara iklan non-komersial bertujuan untuk memberikan informasi, edukasi, himbauan, sosialisasi program. Sementara itu, berdasarkan medianya, iklan dibagi menjadi iklan cetak dan iklan media elektronik. Untuk iklan cetak dibuat dengan cara dicetak, iklan jenis ini kerap ditemui di majalah, koran, baliho, poster, stiker dan lain sebagainya. Sementara untuk iklan media elektronik ini memanfaatkan media elektronik dalam promosinya seperti televisi, radio atau media sosial (Bisma, 2023).

Iklan layanan masyarakat adalah suatu media informasi terkait setiap layanan masyarakat, penyebaran informasi yang tidak melalui pembelian ruang dan waktu, yang disiarkan mengenai pelayanan masyarakat dan dilaksanakan berdasarkan kegiatan non-profit (tidak mengejar keuntungan) (Susanto, 2020). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, Iklan Layanan Masyarakat adalah iklan nonkomersial yang disiarkan melalui siaran radio atau televisi dengan tujuan untuk menyajikan, mensosialisasikan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, usul, dan/atau pesan lain kepada masyarakat

untuk mempengaruhi masyarakat. Iklan layanan masyarakat dapat dikampanyekan oleh organisasi profit atau non profit dengan tujuan ekonomis yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Beberapa ciri-ciri dari iklan layanan masyarakat yaitu bersifat umum, tidak komersial, tidak bersifat keagamaan, tidak bersifat politis, berwawasan nasional, ditujukan untuk semua lapisan masyarakat, dan dapat diiklankan.

Iklan layanan masyarakat mengenai bahaya penggunaan narkoba ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan pendidikan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya menggunakan narkoba. Serta iklan ini bertujuan untuk memberikan upaya pencegahan termasuk penyuluhan tentang resiko penggunaan narkoba dan memberikan promosi tentang pola hidup yang sehat. Berdasarkan bahayanya menggunakan narkoba, maka penulis tertarik membuat iklan layanan masyarakat mengenai bahaya penggunaan narkoba. Adapun dalam proses pembuatan iklan ini penulis berperan sebagai editor, dimana bertugas dan bertanggung jawab atas semua proses pengeditan sampai dengan proses finishing. Oleh karena itu, dalam skripsi ini penulis memfokuskan pada iklan layanan masyarakat tentang bahaya menggunakan narkoba sebagai editor.

Editor merupakan seseorang yang melakukan proses editing, dimana mereka juga mengatakan bahwa seorang editor bertanggung jawab dalam menyusun dan merangkai hasil produksi syuting yang sudah selesai (Bordwell & Thompson, 2016). Dalam iklan layanan masyarakat ini, penulis bertanggung jawab penuh pada proses pengeditan video, baik *offline* maupun *online*. Penulis melakukan pengeditan ini memakan waktu kurang lebih 1 minggu, setelah itu diajukan kepada dosen pengampu untuk diteliti dan pada akhirnya mendapatkan revisi untuk beberapa *scene*, sebelum akhirnya dikumpulkan untuk ujian tengah semester.

Editor memiliki tugas dan tanggung jawab yang tinggi terhadap suatu produksi, seperti menggabungkan video atau menyatukan beberapa adegan untuk menjadi satu kesatuan yang selaras hingga terbentuk suatu cerita seperti halnya iklan layanan masyarakat ini. Selanjutnya memfilter video yaitu memilah gambar yang penting untuk ditampilkan dan memberikan efek agar meningkatkan tampilan video. Mengolah suara, video editor akan mengolah suara asli yang ada saat proses pengambilan gambar atau menambah suara tambahan yang diperlukan. Setelah seluruh video dan gambar telah tersusun menjadi satu cerita yang utuh dan sesuai dengan naskah, video editor bertugas untuk membuat *title* pada video, yang mana berisikan tentang informasi mengenai materi di dalam video. Terakhir yaitu *finishing*, dimana video editor akan menyaksikan kembali

video tersebut bersama dengan produser dan yang lain. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa video sudah tersusun dengan baik.

Tabel 1.1 Jumlah Kasus Narkotika di Indonesia

Tahun	Kasus
2022	851
2021	766
2020	833
2019	951
2018	1039

Sumber : Badan Narkotika Nasional (BNN)

Dari bukti-bukti nyata tersebut, dapat diambil pernyataan bahwa masyarakat Indonesia masih banyak yang menggunakan narkoba dan tidak sadar bahwa penggunaan narkoba tersebut berbahaya bagi tubuh pengguna dan tentunya akan merugikan dirinya dan orang lain. Salah satu tujuan pembuatan iklan layanan masyarakat tentang narkoba ini tidak lain dan tidak bukan untuk menyadarkan masyarakat Indonesia pada khususnya agar menghindari dan tidak menggunakan narkoba ini, serta agar dapat mengurangi bahkan menghilangkan kasus penggunaan narkoba ini.

Iklan layanan masyarakat narkoba ini memiliki beberapa peran penting yaitu :

1. Merubah Masyarakat

Iklan layanan masyarakat telah digunakan di beberapa negara untuk memperbaiki masalah yang berkaitan dengan kebiasaan masyarakat atau perubahan nilai.

2. Mengusulkan solusi

Iklan layanan masyarakat juga dapat menggerakkan solidaritas masyarakat sebagai solusi dari permasalahan yang mereka hadapi. Masalah ini biasanya berkaitan dengan kehidupan masyarakat.

3. Mengingatnkan

Layaknya iklan komersial yang terus mengingatkan calon pembeli, iklan layanan masyarakat juga memiliki manfaat untuk mengingatkan pendengarnya. Tetap

memberi tahu pendengar dan melacak proposal atau pesan layanan masyarakat dari waktu ke waktu.

Peran editor dalam hal ini cukup fatal, dalam perannya tersebut memiliki tugas yang bisa dibilang cukup berat karena diuntut untuk dapat membawakan pesan yang simple dan jelas, serta mudah dipahami oleh penonton. Dengan di ikuti pemilihan *scene* yang tepat dan menarik agar dapat membawakan suasana dengan baik serta agar dapat membangkitkan emosi para penonton.

Iklan layanan masyarakat tentang narkoba ini memiliki keunikan dan kebaruan dalam berbagai aspek, terutama dalam pendekatan visual, narasi dan tujuan yang ingin dicapai. Seperti halnya melakukan pendekatan visual semenarik mungkin, mulai dari menggunakan grafis dan efek khusus untuk menciptakan dampak visual yang kuat dan menggambarkan dampak negatif penggunaan narkoba dengan cara yang menarik, serta agar iklan layanan masyarakat ini dapat menarik emosional penonton. Menggunakan narasi yang kuat untuk menggambarkan cerita yang dapat menarik emosi penonton, serta menggunakan tambahan teks yang mendalam dan musik yang mendukung agar pesan yang disampaikan melalui iklan layanan masyarakat ini dapat menggugah emosi penonton. Dalam iklan layanan masyarakat ini juga melibatkan tokoh yang sudah dipilah untuk disesuaikan dengan seseorang pengguna narkoba, serta tokoh tambahan lain yang berpenampilan menarik dan yang dapat membawakannya dengan baik, sehingga iklan layanan masyarakat ini dapat menarik bagi siapapun yang menonton.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka dapat dibuat suatu fokus permasalahan dan rumusan masalah yaitu mengenai bagaimana peran editor dalam produksi iklan layanan masyarakat tentang bahaya penyalahgunaan narkoba?

1.3 Tujuan

Terdapat beberapa alasan untuk seorang editor melakukan pengeditan dan pendekatan editing yang bergantung pada hasil yang akan diharapkan. Salah satu tujuannya yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana editor tersebut dalam menjalankan perannya. Seperti halnya bertanggung jawab atas pesan yang akan disampaikan kepada penonton agar jelas dan mudah untuk dipahami. Editor juga berperan dalam memilih gambar atau visual dan suara atau audio yang tepat untuk mendukung

pesan yang ingin disampaikan dalam iklan, seorang editor akan memilih gambar, grafik, video, atau audio yang sesuai dan menarik sehingga iklan dapat membangkitkan emosi dan berpengaruh pada penonton.

1.4 Manfaat

Peran editor dalam produksi iklan layanan masyarakat terkait bahaya penyalahgunaan narkoba sangat penting dan memiliki beberapa manfaat yang sangat signifikan. Dengan melibatkan editor yang kreatif dan terampil, sebuah iklan akan dapat dipastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat maksimal, akurat dan menarik bagi *audiens* atau penonton yang akan dituju. Terdapat dua manfaat dalam produksi iklan layanan masyarakat mengenai penyalahgunaan narkoba yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritisnya yaitu untuk menambah sumber pengetahuan dan wawasan mengenai peran editor dalam iklan layanan masyarakat, pada khususnya tentang bahaya penyalahgunaan narkoba. Serta sebagai bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan peran editor dalam iklan layanan masyarakat tentang narkoba dan sebagai bahan kajian lebih lanjut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada praktisi khususnya di bidang periklanan mengenai bahaya penyalahgunaan narkoba. Serta bermanfaat kepada para penyuluh di bidang BNN (Badan Narkotika Nasional) sebagai peringatan kepada masyarakat tentang bahaya menggunakan narkoba.

