

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penciptaan Karya

Pembuatan iklan merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan sebuah produk atau jasa. Dengan menggunakan iklan, yang ingin disampaikan dapat diterima oleh penonton, pada iklan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan bisa dikenali oleh penonton, jika diperhatikan kembali, tujuan dari pembuatan iklan, iklan itu sendiri bertujuan untuk memberikan sebuah dorongan kepada calon konsumen untuk mengikuti pesan yang disampaikan oleh iklan itu sendiri.

Iklan adalah segala bentuk penyajian dan promosi secara tidak pribadi dari ide barang atau pelayanan yang dibayar oleh sponsor yang ingin membuat iklan. Dengan adanya iklan, penjual menyampaikan berita kepada konsumen melalui media surat kabar, majalah, media internet dan lainnya menurut (Jaiz, 2014).

Berbagai macam – macam iklan yang dapat dengan mudah kita temui, baik itu media cetak atau media sosial, iklan merupakan bentuk pesan yang mempromosikan atau memberi informasi barang, jasa, tempat usaha, dan lain – lain. Bentuk pesan tersebut disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan pesan yang ditunjukkan untuk masyarakat. Ada beberapa jenis iklan yang sering muncul diberbagai media dan umumnya dibuat oleh perusahaan periklanan, antara lain : iklan komersial, iklan taktis, iklan *corporate*, dan iklan layanan masyarakat. Salah satu contoh iklan layanan masyarakat ini memberi sebuah pesan secara tidak langsung untuk menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat menurut (Mukti Ramakerta, 2020).

Iklan layanan masyarakat kerap hadir di tengah kehidupan manusia. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang memberikan pesan sosial kepada masyarakat dan dapat dimanfaatkan untuk membangun kesadaran masyarakat, membantu memperbaiki kebiasaan masyarakat yang tidak sesuai dengan hukum

dan norma yang berlaku menurut (Nuradi, 1996). Iklan layanan masyarakat juga menjadi sebuah proses penyampaian pesan atau informasi kepada masyarakat, dengan tujuan untuk membangun kesadaran atau sikap serta perubahan perilaku terhadap informasi yang di iklankan. Selain itu, iklan layanan masyarakat juga termasuk media promosi yang bersifat mendidik masyarakat dan memperoleh keuntungan masyarakat menurut (Hanafri, 2018). Dari pengertian di atas, iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bertujuan untuk mengenalkan atau mensosialisasikan produk atau jasa yang bertujuan untuk membujuk masyarakat melalui media sosial.

Media sosial adalah suatu aplikasi berbasis internet, dimana media sosial merupakan sebuah informasi yang dikemas secara kreatif untuk menarik perhatian masyarakat, seperti dibuat dalam bentuk iklan yang diunggah pada media sosial. Iklan dibuat berdasarkan pemikiran yang sudah dibuat dan teknologi media yang ada, dimana informasi dapat disampaikan secara meluas dan cepat. Beberapa contoh media sosial yang ramai digunakan masyarakat antara lain: twitter, instagram, youtube, facebook, dan jenis media sosial lainnya. Informasi dalam media sosial dibuat secara menarik dalam bentuk audio, video, gambar tulisan, dan lain sebagainya menurut (Nasrullah, 2015).

Media sosial memiliki tujuan yang sama dengan media massa, yaitu untuk memberikan informasi secara tepat dan luas dalam penyebaran, seperti salah satu contoh pembuatan iklan layanan masyarakat "Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong" Polresta Yogyakarta yang dimana, pada iklan layanan masyarakat tersebut diunggah di media sosial youtube dan instagram Polresta Yogyakarta bertujuan untuk mengedukasi kepada masyarakat untuk menaati aturan berkendara di jalan umum.



Gambar 1.2 Data sitaan knalpot brong di Yogyakarta.

Sumber: (Antarnews, rejoya, dan idntimes jogja, 2024)

Pembuatan iklan layanan masyarakat “Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong” Polresta Yogyakarta ini didasari karena tingginya kasus knalpot brong di setiap tahun. Menurut data riset Antarnews, rejoya, dan idntimes jogja, pemusnahan knalpot brong oleh Polresta Yogyakarta, memusnahkan ribuan knalpot brong. Polresta Yogyakarta telah menyita knalpot brong pada tahun 2022 dengan total 786 pengguna knalpot brong, pada bulan april sampai oktober tahun 2023 dengan total 2.754 pengguna knalpot brong, dan menjelang pemilu 2024 Polresta Yogyakarta telah menyita total 2.166 pengguna knalpot brong.

Oleh karena itu, sanksi hukum yang diberikan kepada pengguna yang melakukan pelanggaran, mendapatkan sanksi dalam bentuk hukum yang sudah ada. Hukum tentang pengguna knalpot brong ini sudah tercantum pada Undang – undang no 22 tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan bagi kendaraan bermotor yang tidak standar atau tidak layak jalan, meliputi spion, lampu, dan knalpot tidak standar diatur pada pasal 285 ayat 1 dengan kurungan paling lama 1 bulan dan denda Rp. 250.000 ribu. Berdasarkan fenomena diatas, penulis membuat iklan layanan masyarakat tentang larangan pengguna knalpot brong yang bertujuan memberikan edukasi dan menyadarkan masyarakat untuk tidak menggunakan knalpot brong di jalan umum, karena dapat mengganggu

pengguna jalan lain, knalpot brong yang memberikan suara keras dapat mengganggu telinga masyarakat dan tidak menaati aturan yang berlaku, disini peran penulis dalam pembuatan iklan layanan masyarakat “Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong” sebagai editor.

Dengan adanya data diatas, tim produksi bekerjasama dengan Polresta Yogyakarta pada divisi Satlantas Kota Yogyakarta untuk membuat iklan layanan masyarakat bertema knalpot brong yang dimana data tersebut dari tahun 2022 sampai 2024 yang masih tergolong banyak masyarakat pengguna kendaraan tidak standar.

Karena kasus knalpot brong saat ini masih ada di semua wilayah Indonesia, dimana knalpot brong yang dapat menghasilkan suara sangat keras dan mengganggu. Terutama ketika digunakan di daerah perkotaan yang padat penduduk. Suara yang sangat keras dapat mengganggu kenyamanan dan ketenangan masyarakat sekitar, Pada pembuatan iklan layanan masyarakat “Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong” Polresta Yogyakarta,

Pada produksi iklan ini, penulis berperan sebagai editor, dalam sebuah aspek *editing* karya iklan layanan masyarakat, mulai dari teknik *editing* yang akan digunakan sesuai konsep di buat oleh tim produksi iklan layanan masyarakat. Pada pembuatan iklan layanan masyarakat tersebut bisa berjalan dengan baik, ketika beberapa peran dalam produksi tersebut sudah terpenuhi, seperti produser, sutradara, editor, *Director of photography*, penulis naskah dan lain sebagainya.

Pembuatan iklan layanan masyarakat “Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong” Polresta Yogyakarta yang berdurasi 4 menit 28 detik. Penulis melakukan *editing* ini memakan waktu 1 minggu dan mengunggah video iklan layana masyarakat tersebut di media sosial youtube dan instagram Polresta Yogyakarta. Penulis berperan sebagai editor, yang bertujuan untuk mengasah dalam tahapan teknik *editing* yang sudah dipelajari saat menjalankan kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta. Pada proses *editing*, penulis menerapkan teknik *editing* gambar seperti menambahkan *visual effect*, transisi

video, teknik *cutting*, *mixing*, *motion tracking*, dan *color grading* yang menjadikan video iklan layanan masyarakat bisa dinikmati oleh penonton. Dalam pembuatan skripsi karya ini penulis berfokus pada bahaya pengguna knalpot brong dengan menampilkan sudut pandang yang diambil dari pengguna knalpot brong dan menampilkan dampak dari pengguna knalpot brong.

Alasan tersebut penulis membuat skripsi karya terkait iklan layanan masyarakat pengguna knalpot brong karena munculnya keresahan penulis, dimana banyaknya pengguna knalpot brong, pada pembuatan iklan layanan masyarakat dengan bentuk audio video juga membutuhkan beberapa tahapan agar pesan bisa disampaikan kepada penonton dengan baik dan mendapatkan hasil iklan layanan masyarakat yang menarik perhatian penonton. Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik untuk memproduksi sebuah iklan layanan masyarakat bertema “Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong” agar masyarakat dapat menerima informasi tersebut dan masyarakat diharapkan dapat mengikuti peraturan yang sudah ada dengan baik.

1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, rumusan masalah pada skripsi skema artis *content creator* yaitu bagaimana Penerapan Teknik *Editing* Dalam Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat “Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong” Polresta Yogyakarta ?.

1.3. Tujuan Penciptaan Karya

Untuk memberikan informasi edukasi kepada masyarakat terkait pengguna kendaraan knalpot brong dalam bentuk iklan layanan masyarakat “Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong” Polresta Yogyakarta melalui media youtube dan instagram Polresta Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penciptaan Karya

Manfaat dari penulisan skripsi skema yang diperoleh sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

Untuk menambah pengetahuan terkait penerapan teknik *editing*. Dapat memberikan pembelajaran dan evaluasi pembelajaran untuk para pembaca yang berperan sebagai penyunting gambar dalam pembuatan iklan layanan masyarakat.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Pembuatan karya video iklan layanan masyarakat sebagai salah satu syarat kelulusan untuk program S1 Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Penciptaan karya ini untuk dapat menambah referensi bagi pembaca yang mengambil tugas akhir sebagai editor berupa karya iklan layanan masyarakat.

