

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar belakang penciptaan karya

Sampai saat ini, 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, maka 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 (Fatihudin & Firmansyah, 2019).

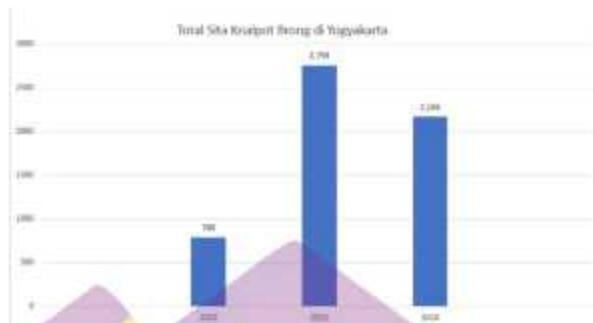
Berbagai macam – macam iklan yang dapat dengan mudah kita temui, baik itu media cetak atau media sosial, iklan merupakan bentuk pesan yang mempromosikan atau memberi informasi barang, jasa, tempat usaha, dan lain – lain. Bentuk pesan tersebut disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan pesan yang ditunjukan kepada 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 sendiri 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 & Muhammad Iqbal, 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 (Kaplan & Haenlein, 2010).

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 Pengguna Knalpot Brong" 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 1.1** Data sitaan knalpot brong di Yogyakarta.

Sumber: (Antarnews 2024)

Pembuatan iklan layanan masyarakat “Edukasi Pengguna Knalpot Brong” 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,

Proses pembuatan iklan layanan masyarakat dalam bentuk video juga membutuhkan berbagai tahapan agar pesan bisa disampaikan kepada penonton. Dalam mendapatkan hasil iklan layanan masyarakat yang menarik perhatian dalam proses pembuatan. Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik untuk memproduksi sebuah iklan layanan masyarakat bertema “Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong”. Dalam video ini pengguna menggunakan sudut pandang yang diambil dari pengguna knalpot brong yang menampilkan dampak negatif dari pengguna knalpot brong.

*Direct of Photography* dalam hal ini akan menjelaskan secara detail mengenai penerapan *set up* kamera, lokasi, dan properti. DoP juga harus menyesuaikan pengambilan gambar dengan mengikuti alur cerita yang telah dibuat, agar gambar yang dihasilkan tidak monoton dan menghilangkan rasa bosan untuk menonton iklannya. Kemudian DoP juga bertanggung jawab dalam pemilihan kamera dan lensa yang sesuai untuk produksi tersebut, selain itu DoP bersama sutradara mengatur komposisi gambar dan gerakan kamera. Dengan menggunakan prinsip-prinsip desain visual dalam menciptakan tata letak yang menarik serta mendorong narasi visual Dengan hal tersebut karya yang telah dihasilkan dapat dinikmati oleh khalayak luas dan informasinya mampu tersampaikan dengan baik. *Director of Photography* dalam hal ini bertanggung jawab atas pengambilan gambar agar dapat tervisualisasikan dengan baik. Penulis berperan sebagai DoP memiliki tujuan yaitu, ingin memperdalam lagi tentang beberapa *set up* yang harus di persiapkan saat pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Menjadi seorang DoP pun bukanlah hal yang mudah karna harus bisa memahami keinginan sutradara dengan mengembangkan konsep visual yang sesuai dengan cerita yang akan diterapkan.

## **1.2. Fokus permasalahan dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penulis skripsi skema content creator yaitu tentang fungsi *set up Director of Photography* dalam pembuatan iklan layanan masyarakat “Edukasi Kepada Masyarakat Pengguna Knalpot Brong”

### 1.3 Tujuan Penciptaan

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

### 1.4 Manfaat Penciptaan

Manfaat dari penulisan skripsi skema yang diperoleh sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah pengetahuan terkait fungsi *set up Director of Photography* penulis agar dapat lebih menambahkan kreatifitas dalam pembuatan iklan layanan masyarakat. Dapat memberikan pembelajaran dan evaluasi pembelajaran untuk para pembaca yang berperan sebagai penyunting gambar dalam pembuatan iklan layanan masyarakat.

#### 2. Manfaat Praktis

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 refrensi bagi pembaca yang mengambil tugas akhir sebagai *Director of Photography* (DoP) berupa karya iklan layanan masyarakat.