

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang penciptaan karya

Isu permasalahan sampah di Indonesia, sebagaimana diuraikan dalam artikel “*Data Sampah di Indonesia*” yang di publikasikan oleh Indonesia Asri tahun 2025, menunjukkan bahwa peningkatan timbulan sampah nasional merupakan konsekuensi langsung dari pertumbuhan jumlah penduduk, urbanisasi yang semakin pesat, serta pola konsumsi masyarakat yang cenderung praktis dan instan. Setiap tahun, volume sampah yang dihasilkan terus bertambah, namun kondisi ini belum diimbangi dengan sistem pengelolaan sampah yang memadai dan merata di seluruh wilayah. Kondisi tersebut tidak hanya menimbulkan persoalan kebersihan, tetapi juga berdampak serius terhadap lingkungan dan kesehatan, seperti pencemaran tanah, air, dan udara, meningkatnya emisi gas rumah kaca dari sampah organik yang membusuk, serta semakin parahnyanya permasalahan sampah plastik di laut yang mengancam ekosistem dan keberlanjutan sumber daya alam Indonesia (Tim Indonesia Asri, 2025).

Gambar 1.1 Data Sampah di Indonesia Berdasarkan Sumber Sampah



Sumber : Tim Indonesia Asri, (2025)

Berdasarkan gambar 1.1, dapat disimpulkan bahwa salah satu penyumbang sampah terbesar di Indonesia berasal dari aktivitas rumah tangga. Hal ini diperkuat oleh data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) yang dikelola oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada tahun 2023, yang menunjukkan bahwa sebanyak 60,44% timbulan sampah nasional berasal dari aktivitas rumah tangga, sementara aktivitas pasar menyumbang sekitar 11,63% dari total sampah yang dihasilkan. Data tersebut mengindikasikan bahwa kegiatan domestik sehari-hari memiliki kontribusi yang

sangat signifikan terhadap permasalahan sampah di Indonesia, sehingga upaya pengurangan dan pengelolaan sampah perlu difokuskan secara serius pada tingkat rumah tangga sebagai sumber utama timbulan sampah (Tim Indonesia Asri, 2025).

Gambar 1.2 Data sampah di Indonesia berdasarkan jenis sampah



Sumber : Tim Indonesia Asri, (2025)

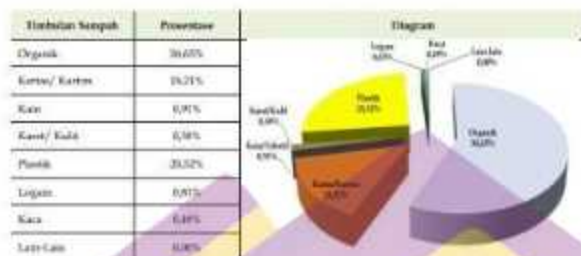
Dari gambar 1.2, dapat disimpulkan bahwa dominasi sampah rumah tangga memiliki keterkaitan erat dengan komposisi jenis sampah yang ada di Indonesia. Berdasarkan gambar 2 yang bersumber dari Indonesia Asri, sampah di Indonesia masih didominasi oleh sampah organik yang memiliki presentase sebesar 39,67%, dan disusul oleh sampah plastik dengan presentase sebesar 19,15%. Data presentase pada gambar 2 menunjukkan bahwa Sebagian sampah yang dihasilkan bersumber dari aktivitas sehari – hari, seperti kegiatan memasak, konsumsi rumah tangga, dan penggunaan produk sekali pakai (Tim Indonesia Asri, 2025).

Penggunaan plastik yang masif berdampak pada penuhnya kapasitas tempat pembuangan akhir (TPA), khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai wilayah dengan aktivitas penduduk dan pariwisata yang padat, Yogyakarta menghadapi lonjakan penumpukan sampah plastik. Tercatat adanya lonjakan timbulan sampah yang signifikan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar 30 persen selama periode libur Natal dan Tahun Baru (Nataru) yang mencapai angka kurang lebih 300 ton per hari (Prakoso, 2026).

Kabupaten Bantul juga mendapati timbulan sampah yang cukup mengkhawatirkan. Menurut data dari Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Kabupaten Bantul, (2023) tercatat bahwa komposisi sampah memperlihatkan dominasi sampah organik yang mencapai angka 56,65%. Sedangkan persentase sampah plastik menempati urutan kedua terbesar, yaitu sebesar 25,52%. Angka ini jauh melampaui persentase sampah kertas karton

yang hanya berkontribusi sebesar 15,21% dari total volume sampah (Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul, 2024).

Gambar 1.3 Timbunan sampah di Bantul



Sumber : Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul, (2024)

Dari gambar 1.3 dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk Kabupaten Bantul tahun 2022 tercatat mencapai 1.013.170 jiwa. Dengan tingkat timbunan sampah rata-rata 0,44 kg per orang per hari atau setara dengan 1,63 liter per orang per hari, maka potensi timbunan sampah di kabupaten Bantul pada tahun 2023 mencapai sekitar 445.795 ton/hari atau 1.803.443 m³/hari (Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul, 2023).

Fenomena besarnya kontribusi sampah rumah tangga tersebut selaras dengan gambaran umum permasalahan sampah di Indonesia yang dijabarkan oleh Wastec International, di mana peningkatan konsumsi, urbanisasi yang pesat, serta kurangnya kesadaran masyarakat menyebabkan sampah rumah tangga menjadi salah satu komponen utama timbunan sampah nasional yang terus meningkat dan belum diimbangi dengan pengelolaan yang efektif. Dalam artikel Wastec International "sebagian besar sampah tersebut berasal dari rumah tangga, yang menyumbang lebih dari 60% dari total volume sampah", jumlah sampah yang terus meningkat tidak diimbangi dengan sistem pengelolaan yang efektif sehingga berpotensi mencemari lingkungan (Wastec International, 2025).

Permasalahan ini sejalan dengan uraian dalam artikel *Madingmu.com*, yang menyatakan bahwa permasalahan sampah timbul karena volume sampah yang dihasilkan tidak sebanding dengan kemampuan pengelolaannya, serta dipicu oleh konsumsi berlebihan, kurangnya sistem pengelolaan yang baik, dan rendahnya kesadaran masyarakat dalam membuang sampah secara benar. Menurut *Madingmu.com* sampah yang tidak tertangani dengan baik tersebut menyebabkan berbagai dampak negatif bagi lingkungan,

termasuk pencemaran tanah, pencemaran air melalui sampah yang masuk ke sungai dan laut, pencemaran udara akibat pembakaran sembarangan, serta kerusakan ekosistem dan mengancam keanekaragaman hayati. Permasalahan sampah di Indonesia bukan hanya berupa isu teoritis, tetapi juga tergambar secara nyata di tingkat lokal (Safitri, 2024).

Laporan *Radar Jogja* menyebutkan bahwa timbulan sampah di wilayah DIY naik hingga 30 persen selama Nataru, dengan produksi sampah di Kota Yogyakarta mencapai sekitar 300 ton per hari selama masa liburan tersebut. Upaya pengosongan depo-depo penampungan terus dilakukan untuk mengurangi akumulasi sampah, berbagai titik sebelum diangkut ke TPA Piyungan, menunjukkan peningkatan volume sampah dan terus menjadi tantangan nyata bagi pengelolaan lingkungan setempat. Kondisi peningkatan timbulan sampah di DIY, seperti yang terjadi selama periode libur Nataru, bukan sekadar fenomena sementara, melainkan mencerminkan permasalahan pengelolaan sampah yang tetap akut di level lokal. Menurut sumber bantulkab.go.id, Pemerintah Kabupaten Bantul menegaskan bahwa penanganan sampah masih menghadapi berbagai tantangan, mulai dari peningkatan volume sampah seiring pertumbuhan penduduk dan aktivitas ekonomi, keterbatasan sarana dan prasarana, hingga belum optimalnya pengurangan sampah dari sumber. Dalam laporan tersebut juga disoroti bahwa meskipun telah dilakukan berbagai upaya seperti penguatan bank sampah, pengembangan TPS3R, dan program pengelolaan berbasis masyarakat, persoalan sampah tetap muncul sebagai isu strategis yang menuntut kolaborasi lebih luas antara pemerintah, pelaku usaha, dan warga (Pemerintah Kabupaten Bantul, 2025).

Di sisi lain, pemberitaan mengenai penumpukan sampah di Ring Road Selatan Bantul yang diduga berasal dari luar daerah menambah kompleksitas persoalan. Laporan Kompas tanggal 7 Agustus 2023 mencatat bahwa tumpukan sampah rumah tangga dan sejenisnya ditemukan di bahu jalan dan median, sehingga mengganggu estetika lingkungan sekaligus berpotensi menimbulkan pencemaran dan bau tidak sedap (Yuwono & Rusiana, 2023). Fakta bahwa sampah tersebut diduga dibuang oleh pihak dari luar wilayah menunjukkan bahwa problem sampah tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis pengelolaan seperti pengangkutan dan fasilitas tetapi juga menyangkut rendahnya kedisiplinan, etika lingkungan, dan kepedulian masyarakat dalam membuang sampah pada tempat dan mekanisme yang semestinya.

Gambar 1.4 Sampah Menumpuk di Ring Road Selatan Bantul



Sumber: Yuwono & Rusiana, (2023)

Kondisi ini menjadi paradoks jika dikaitkan dengan upaya Pemerintah Kabupaten Bantul yang telah membangun infrastruktur pengelolaan sampah dalam skala cukup besar. Berdasarkan laporan *SampahLaut.id*, Kabupaten Bantul tercatat menjadi daerah dengan jumlah Tempat Pengolahan Sampah Terpadu (TPST) terbanyak dan terbesar di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, di mana pemerintah daerah menyiapkan sedikitnya 12 TPST sebagai bagian dari program mewujudkan Bantul bersih sampah tahun 2025. Dalam laporan tersebut disebutkan bahwa pembangunan TPST merupakan upaya strategis pemerintah daerah untuk mengurangi ketergantungan pada TPA serta meningkatkan pengelolaan sampah berbasis wilayah (*SampahLaut.id*, 2024).

Namun demikian, meskipun infrastruktur TPST telah tersedia secara relatif memadai, fakta di lapangan menunjukkan bahwa persoalan sampah masih terus terjadi, yang mengindikasikan bahwa tantangan utama tidak hanya terletak pada ketersediaan fasilitas, tetapi juga pada aspek perilaku masyarakat, efektivitas sistem operasional, serta lemahnya internalisasi nilai tanggung jawab lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Dari sumber tersebut menggambarkan bahwa permasalahan sampah di Kabupaten Bantul telah berkembang menjadi isu publik yang memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih persuasif, berkelanjutan, dan mudah diakses. Dengan memadukan data faktual, pesan moral, dan narasi yang menyentuh aspek emosional, video ILM dapat memperkuat upaya pemerintah daerah dan komunitas dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat menuju pengelolaan sampah yang lebih tertib dan berkelanjutan di Kabupaten Bantul. Dalam konteks tersebut, generasi muda dipandang sebagai kelompok strategis sekaligus agen perubahan karena memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media digital, daya pengaruh sosial yang luas, serta kecenderungan membentuk dan menyebarkan norma perilaku baru di lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, ILM ini menempatkan anak muda sebagai segmentasi audiens utama, tanpa menutup kemungkinan untuk menjangkau kelompok masyarakat lain, termasuk individu dan pasangan yang telah berumah tangga,

mengingat permasalahan sampah juga sangat erat kaitannya dengan aktivitas rumah tangga sehari-hari (Rizal Ramdani, 2024).

Hasil analisis pengelolaan sampah di Kabupaten Bantul juga menunjukkan bahwa DLH masih berhadapan dengan belum optimalnya pengelolaan sampah di tingkat rumah tangga, RT, RW, maupun kalurahan, kebiasaan masyarakat membuang atau membakar sampah sembarangan, rendahnya praktik pemilahan sejak dari sumber, keberfungsian bank sampah dan TPS3R yang belum maksimal, keterbatasan ketersediaan tempat pengumpulan sampah (baru sekitar 18,5% dari potensi timbulan) (Rahayu & Erza, 2022).

Situasi ini diperkuat oleh berbagai upaya yang telah dilakukan DLH Kabupaten Bantul dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat melalui kegiatan sosialisasi kebijakan pengelolaan sampah di tingkat kalurahan dan komunitas. Menurut sumber wukirsari.bantulkab.go.id DLH Bantul secara aktif melakukan edukasi langsung kepada warga mengenai pentingnya pemilahan sampah dari sumber, pengurangan sampah rumah tangga, serta pemanfaatan bank sampah dan TPS3R sebagai bagian dari sistem pengelolaan sampah berbasis masyarakat. Namun demikian, meskipun program sosialisasi telah dilaksanakan secara berkelanjutan, tantangan di lapangan menunjukkan bahwa perubahan perilaku masyarakat belum sepenuhnya optimal, terutama dalam kebiasaan memilah dan mengelola sampah sehari-hari. Kondisi ini menegaskan bahwa pendekatan komunikasi konvensional perlu dilengkapi dengan strategi komunikasi kreatif yang lebih adaptif terhadap karakteristik masyarakat, khususnya melalui media digital. Oleh karena itu, kolaborasi dengan DLH Bantul dalam penciptaan iklan layanan masyarakat dengan pendekatan komedi dipandang relevan sebagai upaya memperkuat pesan edukasi lingkungan, memperluas jangkauan sosialisasi, serta mendorong keterlibatan emosional dan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan sampah yang lebih tertib dan berkelanjutan (Wukirsari Kalurahan, 2023).

Di sisi lain, kajian manajerial menunjukkan bahwa DLH juga menghadapi kendala struktural seperti keterbatasan anggaran, sarana-prasarana, serta sumber daya manusia baik dari aspek jumlah, kompetensi, maupun beban kerja yang berdampak pada belum optimalnya implementasi kebijakan dan program pengelolaan lingkungan secara keseluruhan (Mursyidi & Azkar, 2025). Dalam situasi seperti ini, DLH tidak hanya dituntut memperkuat kapasitas teknis dan kelembagaan, tetapi juga perlu mengembangkan strategi komunikasi dan edukasi publik yang lebih kreatif dan persuasif, salah satunya melalui

pemanfaatan video iklan layanan masyarakat, agar pesan-pesan pengelolaan sampah, dan konten edukasi pendekatan mengenai sampah dan lingkungan dapat dipahami dan diterima, oleh masyarakat secara lebih luas dan mendalam.

Menurut sumber penelitian “Video Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Alternatif untuk Pencegahan Dampak Stunting di Mojokerto”, pemanfaatan iklan layanan masyarakat berbasis video di nilai sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan yang edukatif kepada masyarakat. Tiara & Marsudi, (2020) menegaskan bahwa video iklan layanan masyarakat mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap isu sosial karena penyampaian informasi tidak bersifat satu arah dan tekstual semata, melainkan disajikan dalam bentuk visual yang atraktif dan kontekstual. Dalam penelitiannya tentang video iklan layanan masyarakat sebagai media alternatif pencegahan stunting, mereka menyimpulkan bahwa media video “dapat menginformasikan penyampaian materi lebih menarik dan efektif” serta “layak digunakan sebagai media edukasi karena mampu meningkatkan minat dan pemahaman audiens”. Temuan tersebut menunjukkan bahwa ILM berbasis video lebih adaptif terhadap karakteristik masyarakat yang cenderung kurang tertarik pada media informasi tertulis dan lebih responsif terhadap konten visual.

Sejalan dengan kebutuhan akan strategi komunikasi yang efektif dan adaptif tersebut, pemilihan pendekatan pesan menjadi aspek krusial dalam perancangan iklan layanan masyarakat. Tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, pesan yang disampaikan perlu dikemas secara menarik agar mampu menjangkau dan melibatkan khalayak secara optimal, khususnya pada media sosial. Preferensi masyarakat Indonesia terhadap konten media sosial menunjukkan kecenderungan yang kuat pada konten dengan unsur hiburan dan komedi. Menurut GoodStats Data, (2024), kategori konten hiburan merupakan jenis konten yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia di media sosial, dengan persentase mencapai lebih dari 40 persen, mengungguli konten edukasi dan informasi murni. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang menggabungkan narasi cerita dan unsur humor lebih efektif dalam menarik perhatian audiens serta meningkatkan keterlibatan pengguna.

Hal tersebut di dukung oleh hasil survei independen yang dilakukan oleh JakPat dan dilaporkan oleh *Dataloka.id*, komedi menempati posisi teratas sebagai genre yang paling disukai oleh penonton di Indonesia pada platform streaming OTT, dengan sekitar 64%

responden menyatakan genre ini sebagai favorit mereka. Temuan dari survei tersebut mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung memilih tontonan yang bersifat ringan dan menghibur untuk mengisi waktu luang mereka, sehingga genre yang mampu menghadirkan humor, lelucon, dan cerita santai memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan genre lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa selain konten-konten yang penuh aksi atau emosional seperti laga dan romantis yang juga populer, genre komedi berhasil unggul secara konsisten dalam preferensi audiens digital karena kemampuannya memberikan hiburan yang mudah diakses dan dinikmati oleh berbagai kelompok usia. Pola konsumsi ini tidak hanya relevan untuk layanan streaming OTT, tetapi juga mencerminkan tren yang kuat dalam konsumsi konten di media sosial, di mana unsur hiburan dan humor menjadi faktor utama yang memengaruhi *engagement* pengguna dan efektivitas penyampaian pesan (Maheswara, 2024).

Kondisi ini juga tercermin pada praktik komunikasi digital pemerintah daerah, termasuk akun Instagram Pemerintah Kabupaten Bantul @pembabbantul. Berdasarkan pengamatan terhadap tingkat interaksi unggahan konten, yang di unggah pada laman resmi Instagram @pembabbantul, penulis menemukan beberapa konten yang dikemas dalam bentuk komedi cenderung memperoleh respons yang lebih tinggi berupa jumlah tayangan, komentar, dan *engagement* dibandingkan konten informatif konvensional. Salah satu contohnya adalah konten video yang berjudul “ojo nyetrum lurr!!!” yang di unggah pada tanggal, 25 September 2025 telah di tonton lebih dari 20 ribu *viewers*, mendapatkan 21,8 ribu *like*, 373 komentar, serta sebanyak 279 akun memosting ulang. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan naratif dan humoris lebih selaras dengan preferensi audiens lokal, sehingga lebih efektif digunakan sebagai strategi komunikasi publik.

Gambar 1.5 Jumlah interaksi konten komedi di Instagram @pembabbantul



Sumber : Pemerintah Kabupaten Bantul, (2024)

Gambar 1.6 Konten yang menggunakan pendekatan komedi
pada laman Instagram @pemkabbantul



Sumber : Pemerintah Kabupaten Bantul, (2024)

Dengan demikian, penerapan konsep iklan layanan masyarakat bergenre komedi dalam video edukasi persampahan berpotensi membantu Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul menjembatani jarak komunikasi dengan masyarakat, menjelaskan dampak serta solusi pengelolaan sampah secara lebih membumi, sekaligus membangun narasi kolektif tentang pentingnya keterlibatan warga dalam mewujudkan lingkungan Bantul yang bersih dan berkelanjutan. Agar narasi komedi yang bersifat edukatif tersebut dapat menjangkau masyarakat secara optimal dan berkelanjutan, pemilihan medium distribusi menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam strategi komunikasi iklan layanan masyarakat. Menurut Kasmitha et al., (2024), media digital, khususnya platform media sosial berbasis video, menawarkan ruang yang luas bagi penyebaran pesan edukasi lingkungan dengan pendekatan yang kreatif dan partisipatif. Dalam konteks ini, pemanfaatan platform yang memiliki tingkat penggunaan tinggi di kalangan masyarakat menjadi langkah strategis untuk memastikan pesan yang disampaikan tidak hanya diterima, tetapi juga dipahami dan diinternalisasi oleh audiens.

Hasil survei yang dimuat oleh Media Indonesia yang menunjukkan bahwa YouTube dan Instagram merupakan dua platform media sosial paling populer di Indonesia, dengan tingkat penggunaan yang tinggi sebagai sumber informasi dan hiburan masyarakat. Tingginya tingkat penggunaan kedua platform tersebut menunjukkan bahwa konten video dengan kemasan menarik memiliki peluang besar untuk menjangkau dan memengaruhi audiens secara luas (Purnama, 2025).

Dalam upaya mewujudkan iklan layanan masyarakat yang efektif sebagai media komunikasi edukatif, tidak hanya diperlukan konsep pesan yang tepat, tetapi juga peran kreatif yang mampu menerjemahkan pesan tersebut ke dalam bentuk visual yang komunikatif dan persuasif. Menurut Studio Antelope peran sutradara dalam sebuah produksi audio-visual tidak hanya berfokus pada aspek teknis pengambilan gambar, tetapi mencakup tanggung jawab yang jauh lebih luas sebagai penentu arah kreatif dan naratif karya. Studio Antelope menjelaskan bahwa, sutradara merupakan figur kunci dalam suatu produksi film karena bertugas menginterpretasikan naskah, menyusun konsep visual, mengarahkan aktor, memilih gaya sinematografi, hingga memastikan setiap elemen visual bekerja secara harmonis untuk menyampaikan pesan yang dimaksud. Sifat tugas ini menempatkan sutradara bukan sekadar 'pengarah adegan', tetapi juga sebagai pengendali utuh proses kreatif yang menjembatani gagasan konseptual dengan pengalaman emosional penonton (Antelope, 2025).

Pandangan ini selaras dengan teori proses kreatif yang dikemukakan oleh Ridwan & Sari, (2023) dalam jurnal "Analisis Proses Kreatif dalam Pembuatan Konten Interaktif di Media Sosial Instagram Majalah Sunday", yang menjelaskan bahwa penciptaan karya audio-visual berlangsung melalui tahapan eksplorasi ide, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Dalam setiap tahapan tersebut, sutradara memegang peranan sentral dalam menentukan pendekatan kreatif, gaya penceritaan, serta strategi emosional yang paling sesuai dengan tujuan komunikasi. Dengan demikian, sutradara tidak hanya berfungsi sebagai pengarah teknis, tetapi juga sebagai pengendali proses kreatif yang menjembatani gagasan konseptual dengan pengalaman emosional audiens, sehingga pesan sosial dalam iklan layanan masyarakat dapat tersampaikan secara efektif dan bermakna.

Prinsip tersebut tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga tercermin dalam praktik penyutradaraan yang berhasil menjangkau audiens luas, khususnya melalui pendekatan kreatif yang memadukan pesan sosial dengan hiburan. Keteladanan praktis dari teori proses kreatif tersebut dapat dilihat pada sosok Muhadkly Acho, sutradara film "*Agak Laen*" yang berhasil menggabungkan elemen komedi segar dengan narasi yang mampu menjangkau dan menarik jutaan penonton di Indonesia. Menurut Anugraeny, (2024), sebagai sutradara sekaligus penulis skenario, Acho dikenal memiliki kemampuan dalam memadukan humor dengan cerita yang relevan dengan realitas sosial masyarakat, sehingga pesan yang disampaikan terasa dekat, membumi, dan mudah diterima oleh audiens yang luas. Pendekatan kreatif ini tidak hanya menunjukkan penguasaan terhadap aspek teknis

sinematografi, tetapi juga mencerminkan sensitivitas terhadap konteks sosial budaya audiens komedi di Indonesia, yang menjadikan karya - karyanya komunikatif dan populer di ruang publik. Penulis menjadikan pendekatan penyutradaraan Muhadkly Acho sebagai salah satu sumber inspirasi utama dalam merancang konsep iklan layanan masyarakat, khususnya dalam mengemas pesan edukasi pengelolaan sampah melalui humor dan narasi ringan. Dengan mengadopsi prinsip tersebut, diharapkan video ILM tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga mampu membangun keterhubungan emosional dengan penonton, sehingga pesan sosial yang disampaikan dapat diterima secara efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan data yang ada, dapat disimpulkan bahwa kondisi sampah di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Bantul telah berada pada situasi darurat yang tidak dapat lagi ditangani hanya melalui pendekatan sosialisasi dan himbauan saja, melainkan membutuhkan strategi komunikasi publik yang efektif untuk mendorong perubahan perilaku masyarakat. Dalam konteks tersebut, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul sebagai salah satu instansi pemerintah yang berperan langsung dalam pengelolaan lingkungan berupaya melakukan edukasi kepada masyarakat. Namun, pola edukasi konvensional yang bersifat informatif dan formal cenderung kurang mampu menarik perhatian serta keterlibatan masyarakat di era media digital. Oleh karena itu, iklan layanan masyarakat dikemas menggunakan pendekatan genre komedi, yang selaras dengan preferensi audiens Indonesia sebagai genre dengan tingkat minat tertinggi sesuai dengan sumber Maheswara, (2024), sehingga pesan edukasi dapat disampaikan secara lebih ringan, dan mudah diterima. Dalam proses ini, penulis yang berperan sebagai sutradara menerapkan teori proses kreatif sutradara dalam merumuskan ide, menentukan gaya penceritaan, serta mengelola strategi emosional melalui humor.

1.2 Manfaat penciptaan karya

Karya ini memiliki dua manfaat utama yaitu manfaat teoritis dan praktis. Secara teoritis, karya ini berkontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi publik digital dan produksi audio-visual dengan menegaskan sutradara sebagai pengendali proses kreatif melalui tahapan eksplorasi ide, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi dalam penyampaian pesan sosial. Secara praktis, karya ini dapat menjadi rujukan bagi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul, humas pemerintah daerah, serta kreator lokal dalam merancang dan memproduksi iklan layanan masyarakat yang lebih komunikatif dan persuasif, dengan menerapkan pendekatan

kreatif sutradara dalam mengemas pesan edukasi lingkungan agar mampu membangun keterlibatan emosional dan mendorong perubahan perilaku masyarakat. Berikut adalah rincian masyarakat,

1.2.1 Manfaat akademis

Diharapkan dapat menjadi salah satu referensi akademik mengenai bagaimana teori proses kreatif sutradara mulai dari pengembangan ide, penulisan naskah, pemilihan genre komedi, hingga eksekusi visual dimanfaatkan untuk mengemas isu lingkungan secara persuasif dan komunikatif.

1.2.2 Manfaat praktis

Secara praktis, karya ini memberikan beberapa manfaat antara lain :

- a. Menjadi salah satu materi kampanye edukasi bagi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul yang dapat digunakan di media sosial (khususnya pada laman Instagram @dinaslhbantul)
- b. Menjadi salah satu panduan praktis bagi DLH, humas pemerintah daerah, serta kreator lokal dalam merancang dan memproduksi iklan layanan masyarakat bertema lingkungan dengan pendekatan storytelling dan komedi yang sesuai dengan preferensi audiens Bantul.

Menyediakan media edukasi lingkungan yang disajikan secara ringan, menarik, dan mudah dipahami melalui pendekatan genre komedi.