



**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN TENTANG
BAHAYA KENAKALAN REMAJA DI TINGKAT SMA
MELALUI INSTAGRAM POLRESTABES SEMARANG**

**TUGAS AKHIR
NAFISA AYU FAKHRIANTI
40020621650126**

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025**



**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN TENTANG
BAHAYA KENAKALAN REMAJA DI TINGKAT SMA
MELALUI INSTAGRAM POLRESTABES SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan Program Studi S.Tr.Informasi dan Humas Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro

Oleh:

**NAFISA AYU FAKHRIANTI
40020621650126**

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025**

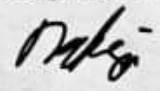
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Nafisa Ayu Fakhrianti
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 23 Juni 2003
Jurusan : D4 Informasi Dan Humas
Asal Universitas : Universitas Diponegoro

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil karya ilmiah baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di Universitas lain maupun hasil karya ilmiah lainnya.

Penulis juga menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan daftar pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/ penjiplakan.

Nama : Nafisa Ayu Fakhrianti
NIM : 40020621650126
Tanggal : 30 September 2025
Tanda Tangan : 

HALAMAN PERSETUJUAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN TERHADAP
KENAKALAN REMAJA TINGKAT SMA KOTA SEMARANG
MELALUI INSTAGRAM POLRESTABES SEMARANG**

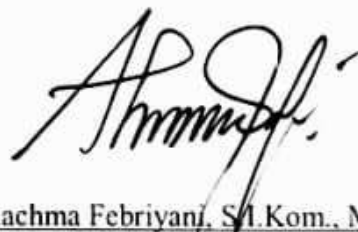
Oleh:

**Nafisa Ayu Fakhrianti
40020621650126**

Semarang, 17 September 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199202122020122022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nafisa Ayu Fakhrianti

NIM : 40020621650126

Program Studi : S.Tr. Informasi Dan Humas

Judul Tugas Akhir : Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat

Untuk Meningkatkan Kesadaran Tentang Bahaya Kenakalan Remaja
di Tingkat SMA Melalui Instagram Polrestabes Semarang

PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN TENTANG BAHAYA KENAKALAN REMAJA DI TINGKAT SMA MELALUI INSTAGRAM POLRESTABES SEMARANG

TIM PENGUJI

Pembimbing : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199202122020122022



Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199003172019032014



Penguji II : Dwi Nurrahmi Kusumastuti, M.I.Kom.
NIP. 198911012024062001



Semarang, 30 September 2025

Ketua Program Studi
D4 Informasi dan Humas



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN TENTANG BAHAYA KENAKALAN REMAJA DI TINGKAT SMA MELALUI INSTAGRAM POLRESTABES SEMARANG** dengan lancar dan tepat waktu. Tugas akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Tak lupa penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada beberapa pihak yang sudah ikut berkontribusi dalam membantu kelancaran dari project tugas akhir ini. Terutama pada bidang humas Polrestabes Semarang yang sudah bersedia menjadi klien tugas akhir ini, Sekaligus telah memberikan kesempatan dalam berkolaborasi melalui konten video reels yang diunggah di akun Instagram resmi Polrestabes Semarang.

Pembuatan tugas akhir ini bertujuan untuk menggambarkan proses pembuatan video pesan persuasif dalam bentuk iklan layanan masyarakat (ILM) yang membantu menangani isu kenakalan remaja melalui platform Instagram. Pemilihan topik ini dilatarbelakangi oleh adanya peningkatan kasus kenakalan remaja di Kota Semarang, serta kebutuhan akan media komunikasi yang efektif dan menarik di era digitalisasi. Penulisan tugas akhir ini, diuraikan menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut.

1. BAB I PENDAHULUAN: Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan juga luaran apa yang diproduksi oleh penulis. Bab ini juga memberi gambaran urgensi kenakalan remaja yang ada di Kota Semarang dan peran dari media sosial Instagram untuk media publikasi iklan

layanan masyarakat.

2. **BAB II TINJUAN PUSTAKA:** Menjelaskan tentang beberapa kajian penelitian terdahulu dan landasan teori yang relevan dengan tugas akhir penulis
 3. **BAB III METODE PELAKSANAAN:** Pada bab ini menjelaskan tentang metode pelaksanaan perencanaan pra produksi, produksi, pasca produksi, konsep karya dan beberapa timeline waktu serta rancangan anggaran produksi. Metode ini dilaksanakan agar memiliki keberhasilan proyek yang diharapkan.
 4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN:** Pada bab ini menguraikan tentang analisi hasil dan pembahasan dari hasil tugas akhir ini.
 5. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN:** Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan tugas akhir ini dan beberapa saran untuk kedepannya
- Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi sosial dan media digital.

Semarang, September 2025

Nafisa Ayu Fakhrianti

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Ingatlah sesuatu hal yang dikerjakan secara ikhlas, tidak akan pernah jatuh sia-sia, kecuali kamu adalah orang yang mudah putus asa ”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan pada:

- 1. Segenap civitas akademik Universitas Diponegoro dan para dosen yang saya hormati yang sudah membimbing saya hingga saya dapat menyelesaikan studi saya di Universitas Diponegoro*
- 2. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan baik secara materil dan moral, sejak awal hingga akhir perkuliahan di Universitas Diponegoro*
- 3. kakak dan adik penulis yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menjalani perkuliahan*
- 4. Kepada teman-teman terdekat saya yang sudah memberi saran dan dukungan penuh dalam membantu saya dalam pengerjaan tugas akhir ini*
- 5. Kepada diri saya sendiri yang sudah melewati sebuah perjuangan, rintangan, dan pengorbanan dalam pengerjaan tugas akhir ini*

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul "Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat untuk Meningkatkan Kesadaran Tentang Bahaya Kenakalan Remaja di Tingkat SMA Melalui Instagram Polrestaes Semarang" dengan lancar dan tepat waktu.

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi selama proses penyusunan tugas akhir ini, di antaranya:

1. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, yang telah memberikan dukungan serta kesempatan dalam penyelesaian studi dan Tugas Akhir ini.
2. Mba. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
3. Mba. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan solusi, saran dan mengarahkan, serta membimbing penulis dari awal hingga akhir secara detail dan rinci dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Mba Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji sidang tugas akhir yang telah memberikan masukan dan juga dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

5. Mba Dwi Nurrahmi Kusumastuti, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji sidang tugas akhir yang telah memberikan masukan dan juga dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir
6. Polrestabes Semarang bidang Hubungan Masyarakat yang dengan senang hati bersedia menerima penulis untuk belajar dan menjadikannya klien untuk Tugas Akhir.
7. Ayah dan Ibu penulis yang sangat amat dicintai yang telah membantu serta menyemangati dalam menjalani proses perkuliahan dari awal hingga akhir di Universitas Diponegoro.
8. Kakak dan adik penulis yang sangat amat cintai yang telah menyemangati dan memberi dukungan penuh dalam proses perkuliahan dari awal hingga akhir. Di Universitas Diponegoro.
9. Teman seperjuangan yang sudah memberikan semangat dan dukungan penuh serta saran dalam penyusunan Tugas Akhir terhadap penulis.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah bersedia membantu dalam proses pelaksanaan produksi Tugas Akhir.
11. Kepada diri sendiri yang sudah mau bertahan dan konsisten dalam pengerjaan Tugas Akhir dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, kemampuan, dan pengetahuan yang penulis miliki. Sehingga, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun untuk kebaikan bersama. Semoga penulisan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan sebagai langkah awal untuk mewujudkan tujuan bersama.

Semarang, September 2025

Penulis

Nafisa Ayu Fakhrianti

ABSTRAK

Kenakalan remaja di Kota Semarang menunjukkan adanya peningkatan, khususnya dalam bentuk tawuran, perundungan, dan balap liar, yang berdampak negatif bagi masyarakat dan masa depan remaja. Tugas Akhir ini bertujuan untuk menghasilkan iklan layanan masyarakat (ILM) dalam bentuk video yang dipublikasikan melalui Instagram sebagai upaya persuasif dalam meningkatkan kesadaran bahaya kenakalan remaja SMA. Proses produksi dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra-produksi (pengumpulan data kasus, penentuan tema, penyusunan naskah, dan pembuatan SSG), produksi (pengambilan gambar sesuai scenario), serta pasca-produksi (penyuntingan audio-visual dan publikasi melalui kolaborasi akun resmi Polresta Semarang). Hasil akhir berupa tiga video ILM dengan subtema tawuran, perundungan, dan aksi balap liar disertai pemakaian knalpot brong. Uji publikasi menunjukkan respons interaktif audiens, baik melalui interaksi di Instagram maupun hasil kuisioner yang menandakan peningkatan kesadaran remaja sekitar 30-40, efektivitas media sosial sebagai sumber informasi meningkat 11,5%, kesadaran dalam merubah sikap mencapai 23,1%, dan 92,5% responden menyatakan terdorong secara nyata untuk menjauhi kenakalan. Hal ini terbukti bahwa Instagram efektif sebagai media komunikasi persuasif untuk menjangkau secara luas.

Kata Kunci : Iklan Layanan Masyarakat, Kenakalan Remaja, Instagram, Komunikasi Persuasif

ABSTRACT

Juvenile delinquency in Semarang City has shown an increase, particularly in the forms of brawls, bullying, and illegal street racing, which negatively impact both society and the future of adolescents. This final project aims to produce a public service advertisement (PSA) in the form of a video published via Instagram as a persuasive effort to increase awareness of the dangers of juvenile delinquency in high school students. The production process was carried out in three stages: pre-production (case data collection, theme determination, scriptwriting, and preparation of the Standard Sequence Guide), production (video shooting according to the scenario), and post-production (audio-visual editing and publication in collaboration with the official account of Semarang Police). The final outputs consist of three PSA videos with the subthemes of brawls, bullying, and illegal street racing with modified exhausts. The publication test showed interactive responses from the audience, both through Instagram engagement and questionnaire results, which indicated an increase in awareness of about 30–40%, a rise of 11.5% in recognizing the effectiveness of social media as an information source, a 23.1% increase in behavioral awareness, and 92.5% of respondents stated that they were strongly motivated to avoid delinquent acts. These findings prove that Instagram is effective as a persuasive communication medium to reach audiences on a wide scale.

Keywords: *Public Service Advertisement, Juvenile Delinquency, Instagram, Persuasive Communication*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN OSRSINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat	8
1.5 Luaran.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Hubungan Masyarakat	11
2.2.2 Definisi Iklan Layanan Masyarakat (ILM)	12
2.2.3 Tujuan Iklan Layanan Masyarakat (ILM).....	13
2.2.4 Konsep Edukasi Iklan Layanan Masyarakat (ILM)	14
2.2.5 Strategi Komunikasi Iklan Layanan Masyarakat (ILM)	14
2.2.6 Media Audio Visual	15
2.2.7 Media Sosial Instagram	16
2.2.8 Kenakalan Remaja.....	18
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	19
3.1 Profil Klien	19
3.2 Metode Pelaksanaan	20
3.2.1Pra Produksi	20

3.2.2	Produksi	21
3.2.3	Pasca Produksi.....	21
3.3	Konsep penciptaan karya.....	22
3.4	Deskripsi peran Tim Produksi	23
3.5	Rancangan Karya.....	25
3.6	Proses pengujian	35
3.7	Time Pelaksanaan	36
3.8	Rancangan Anggaran Produksi.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Tahap Pra -Produksi	38
4.2	Tahap Produksi.....	39
4.3	Tahap Pasca Produksi	46
4.4	Analisis Hasil	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Temuan Kekerasan Fisik pada Tawuran	2
Gambar 1.2 Temuan aksi balap liar semarang melalui patroli	5
Gambar 4.1 Pengarahan terhadap Talent.....	41
Gambar 4.2 Proses Pengambilan Gambar	42
Gambar 4.3 Teknik Pengambilan Gambar Medium Shoot	44
Gambar 4.4 Review Edit.....	47
Gambar 4.5 Postingan Reels Instagram.....	48
Gambar 4.6 Komentar Reels Instagram Tawuran.....	48
Gambar 4.7 Komentar Reels Instagram Polrestabes Semarang.....	49
Gambar 4.8 Pra-Survey Pemahaman Kenakalan Remaja.....	50
Gambar 4.9 Post-Test Pemahaman Audiens.....	50
Gambar 4.10 Pra-Survey Pengaruh Media Sosial.....	51
Gambar 4.11 Post-Test Perolehan Informasi	52
Gambar 4.12 Pra-Survey Faktor Penyebab Kebakalan Remaja	53
Gambar 4.13 Post-Test Perubahan Sikap Setelah Menonton ILM	53
Gambar 4.14 Tindak Lanjut Nyata.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Postingan Instagram Polrestabes Semarang terkait Kenakalan Remaja	6
Tabel 3. 2	SSG Video Ke-1	25
Tabel 3. 3	SSG Video Ke-2	29
Tabel 3. 4	SSG Video Ke-3	32
Tabel 3. 5	Segmentasi	35
Tabel 3. 6	Waktu pelaksanaan	36
Tabel 3. 7	Rancangan anggaran	37
Tabel 4.1	Indikator KPI	55

BAB I

PENDAHULUAN

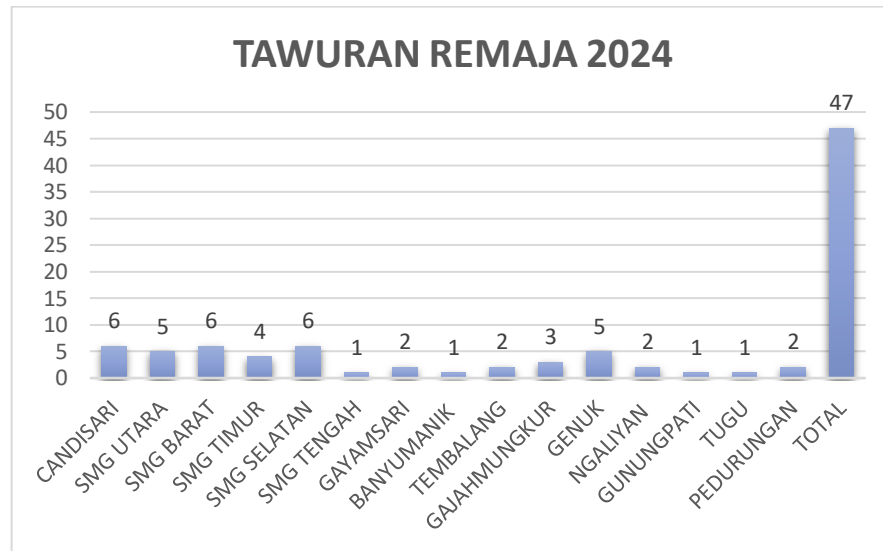
1.1 Latar Belakang

Remaja berada pada fase pencarian jati diri, belum dapat disebut anak-anak tetapi juga belum matang sebagai dewasa. Pada masa ini, mereka sering mencoba berbagai pola hidup yang kadang disertai kesalahan dan menimbulkan keresahan bagi lingkungan maupun orang tua, terutama demi hiburan teman sebaya. Menurut Rulmuzu (2020), kesalahan yang meresahkan ini disebut kenakalan remaja. Kartini Kartono (2019) mendefinisikannya sebagai gejala patologis sosial akibat ketidakpedulian sosial yang memicu perilaku menyimpang. Berdasarkan Permendikbudristek No. 46 Tahun 2023, kenakalan remaja mencakup kekerasan fisik, psikis, seksual, diskriminasi, kebijakan yang menimbulkan kekerasan, dan bentuk lainnya. Data JPPL (2024) mencatat hingga September 2024 terdapat 293 kasus kekerasan di sekolah. (Nuswanto, Riana, & Aryaputra 2025).

Selain itu dalam bukunya, Kartini Kartono menyatakan bahwa aksi balap liar merupakan salah satu bentuk perilaku kenakalan yang berisiko membahayakan diri sendiri serta mengganggu lalu arus lalu lintas, baik bagi pelaku maupun orang lain. Secara umum, aksi balap liar memiliki pola aturan yang mirip dengan drag bike, yaitu melibatkan dua sepeda motor yang dikendarai sepanjang trek sejauh 201 meter. Dengan demikian, perilaku balap liar dapat dikategorikan sebagai tindakan delinquent atau kenakalan remaja yang umumnya dilakukan oleh remaja (Wirayafiri & Rinaldi, 2023)

Fenomena kenakalan remaja tersebut masih marak terjadi di wilayah Provinsi Jawa Tengah, tepatnya di Kota Semarang. Berdasarkan hasil dari data Satreskrim Polrestabes Semarang dan media daring, bentuk kenakalan remaja yang terjadi di Kota Semarang yaitu meliputi beberapa jenis kenakalan tersebut, yaitu berupa kategori kekerasan fisik, perundungan terhadap seseorang dan bentuk kenakalan balap liar. Di antara bentuk-

bentuk kenakalan remaja tersebut tercatat sebagai tindakan yang paling sering terjadi dan menunjukkan tren peningkatan dalam beberapa waktu terakhir. Fakta ini diperkuat oleh berbagai data, baik temuan data melalui instansi penegak hukum dan yang berhasil dirangkum dari media daring.



Gambar 1.1 Temuan Kekerasan Fisik pada Tawuran di Kota Semarang

Tindakan kenakalan remaja berupa kekerasan fisik juga dibuktikan melalui aksi tindakan tawuran, hal tersebut juga dibuktikan melalui data yang ditampilkan pada grafik gambar 1.1. Data tersebut diperoleh langsung dari penulis melalui satuan reserse kriminal (Satreskrim) pada Senin, 28 April 2025. Berdasarkan hasil survei di atas menunjukkan, bahwa kasus tawuran remaja tertinggi di tahun 2024 ditemukan di tiga kecamatan yang berada di wilayah Kota Semarang. Tiga kecamatan tersebut meliputi, Kecamatan Candisari, kecamatan semarang barat, dan kecamatan semarang selatan dengan masing-masing jumlah yang sama yaitu 6 kasus.

Selain ketiga wilayah tersebut, terdapat 12 kecamatan lain yang juga tercatat dalam melakukan aksi tawuran dengan jumlah variasi yang berbeda. Tercatat, bahwa terdapat 2 kecamatan dengan 5 kasus, 1 kecamatan dengan 4 kasus, 1 kecamatan dengan 3 kasus, 4 kecamatan dengan 2 kasus, serta 4 kecamatan lainnya memiliki masing-masing 1

kasus. Maka secara keseluruhan jumlah kasus tawuran remaja di kota semarang pada tahun 2024 mencapai total sebanyak 47 kasus. Resiko keseriusan pada tawuran tersebut melibatkan adanya tindakan kekerasan fisik disertai dengan senjata tajam dan beberapa dari kasus tersebut mengakibatkan adanya korban jiwa. Dengan demikian temuan kenakalan ini dapat menjadi perhatian penting dalam mengupayakan penindakan dalam megubah perilaku remaja terhadap kenakalan remaja di wilayah Kota Semarang.

Selain itu bentuk kenakalan remaja berupa perilaku perundungan di Kota Semarang juga ditemukan penulis melalui temuan media sosial di akun tiktok @beritajateng_tv. Berdasarkan hasil wawancara pada postingan tiktok tersebut, disebutkan bahwa tindakan perilaku perundungan dengan bentuk kekerasan seksual digital di Kota Semarang mengalami peningkatan secara signifikan di tahun 2024 yang bersumber dari LBH APIK Kota Semarang. Fenomena ini turut dibenarkan oleh Raden Rara Ayu Hermawati, selaku Direktur Lembaga Bantuan Hukum Asosiasi Perempuan Indonesia untuk Keadilan (LBH APIK) Kota Semarang. Beliau menyatakan bahwa kasus-kasus tersebut ditemukan berdasarkan dari aduan masyarakat yang masuk ke LBH APIK Kota Semarang.

Sebagian besar jenis kasus yang dilaporkan berkaitan dengan konflik hubungan asmara. Di mana pelaku melakukan kekerasan digital berupa ancaman penyebaran foto intim kepada korban. Perilaku semacam ini tentu dapat membawa dampak dan resiko serius bagi para korban. Diantara nya dapat mengakibatkan rusaknya kepercayaan diri korban, tertindasnya harga diri korban hingga dapat menyebabkan gangguan kesehatan mental yang berujung depresi berat. Dalam kondisi yang mengawatirkan hal ini juga dapat menjerumuskan korban ke dalam aksi nekat bunuh diri. Oleh karena itu permasalahan perundungan perlu mendapatkan perhatian serius di berbagai pihak, baik dari keluarga, lembaga terkait maupun instansi penegak hukum.

Agar nantinya kasus perundungan tersebut dapat diminimalisir dengan baik dalam meningkatkan kesadaran terhadap penyimpangan tersebut pada remaja dan tidak menimbulkan penambahan kasus.

Kejadian kenakalan remaja dengan jenis kekerasan fisik juga ditemukan melalui aksi tindakan balap liar. kejadian tersebut ditemukan melalui unggahan video akun Instagram @beritasemaranghariini. Kronologi kejadian tersebut terjadi pada tanggal 28 Maret 2025 sekitar pukul 03.00 dini hari, pada saat itu terdapat seorang anak bernama Thoif menjadi korban tabrak lari oleh pelaku aksi balap liar yang bernama Rico di Jalan Arteri Soekarno Hatta, Semarang. Selain itu pada kejadian sebelumnya, penulis juga menemukan sebuah unggahan di akun Instagram @polrestabesemarang_official yang memperlihatkan aksi balap liar disertai penggunaan knalpot brong.



Gambar 1.2 Temuan aksi balap liar melalui patroli

Dalam unggahan tersebut, terlihat aparat Polrestabes Semarang tengah melakukan patroli malam dan menemukan sejumlah kelompok yang tengah melakukan balapan liar di jalanan. Video tersebut juga menunjukkan bahwa beberapa kendaraan menggunakan knalpot tidak sesuai standar (knalpot brong), yang dapat dibuktikan dari suara bising yang terdengar jelas saat kendaraan melintas.

Menanggapi maraknya kasus kenakalan remaja di Kota Semarang, Lembaga penegak hukum yaitu Polrestabes Semarang telah melakukan sejumlah upaya melalui program-program pembinaan yang telah dilaksanakan. Hal ini diungkapkan langsung oleh narasumber saat penulis melakukan wawancara langsung di Satbinmas Polrestabes Semarang tersebut. Kurni Binmas Polrestabes Semarang, AKP Wiwik, dalam wawancara menjelaskan bahwa pihak Polrestabes sudah menjalankan program rutin bernama *Police Goes to School*. Program ini memiliki sasaran pada siswa-siswi tingkat SMA/SMK di wilayah Kota Semarang dengan tujuan memberikan penyuluhan, Arah, pembinaan, dan edukasi mengenai kenakalan remaja.

Lebih lanjut, Iptu Bina, selaku Kaurtibsos Binmas Polrestabes Semarang, dalam wawancara turut menyampaikan bahwa pada pelaksanaan program, tim anggota Binmas Poltabes juga memberikan sebuah paparan informasi melalui tampilan digital. Paparan tersebut berisi sebuah contoh kasus kenakalan remaja yang ada di Kota Semarang dan juga format power point materi terkait kenakalan remaja. Dalam wawancara, Kasatbinmas Ana Maria Retnowati S.H juga menjelaskan bahwa biasanya isi dari pemaparan power point yang diberikan, memuat tema terkait; narkoba, bahaya pelanggaran lalu lintas, perbuatan asusila, judi online, pinjaman online (Pinjol), gangster, serta bentuk kenakalan remaja terkait aliran radikal. Melalui program tersebut Polrestabes Semarang sudah terbukti melakukan upaya untuk menekan angka kenakalan remaja secara langsung di beberapa kalangan anak SMA atau SMK di Kota Semarang.

Selain memberikan arahan secara langsung kepada masyarakat, pihak Polrestabes Kota Semarang juga ikut memberikan upaya terhadap masyarakat melalui penyaluran media sosial yang disampaikan melalui aplikasi platform Instagram. Upaya digitalisasi tersebut berupa penguploadan video reels konten, yang mana konten

tersebut memperlihatkan beberapa aktivitas yang dilakukan pada saat mereka sedang menjalankan program *Police Goes to School*.

Berdasarkan penelusuran penulis, beberapa konten yang diunggah Polrestabes Semarang yang mengkampanyekan terkait kasus kenakalan remaja merupakan bentuk video berupa reels. konsep tersebut bersifat promosi kegiatan, khususnya pada saat personil melakukan kunjungan ke sejumlah sekolah di Kota Semarang. Terdapat tiga video reels yang menampilkan kegiatan tersebut, antara lain:

Tabel 1. 1 Postingan Instagram Polrestabes Semarang terkait Kenakalan Remaja

No	Judul/Postingan	Tanggal Upload	Jumlah Suka	Jumlah Komentar	Jumlah Viewers	Durasi Video
1	Sharing tentang pencegahan penyalahgunaan narkoba	29 April 2025	585	11	36,6 ribu	1 menit 1 detik
2	Kegiatan upacara bendera antisipasi keterlibatan pelajar SMA/SMK pada Mayday 2025	28 April 2025	60	1	18,2 ribu	30 detik
3	Sosialisasi penyalahgunaan narkoba dan apel pagi antisipasi hari buruh	29 April 2025	208	2	11,3 ribu	2 menit 6 detik

Seperti pada umumnya pembukaan pada video tersebut diawali dengan teaser yang singkat, dan salah satu dari video reels tersebut diantaranya terdapat penyampaian pesan edukatif secara verbal, yakni penjelasan dari Wakapolrestabes Semarang yang menghimbau agar pelajar tidak ikut serta dalam aksi demo pada hari buruh (*Mayday*).

Namun secara keseluruhan konten penyampaian edukatif yang bersifat ajakan langsung untuk mengubah perilaku kenakalan remaja belum tampak dilakukan secara konsistensi pada akun tersebut. Selain itu, konten yang mengkampanyekan program *Police Goes to School* belum menunjukkan adanya stimulasi. Melihat adanya potensi tersebut kolaborasi ini dapat menjadikan perantara yang bagus dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat luas terutama kalangan remaja di kota Semarang.

Keberhasilan ILM dalam menyampaikan pesan kepada publik didasari dengan sebuah format video dengan konsep edukatif tidak hanya efektif di lingkungan pemerintahan tetapi juga memiliki bentuk visual yang kuat khususnya di kalangan remaja. Format ini mampu dalam membangun kesadaran serta dapat mempengaruhi sikap audiens terhadap isu-isu yang diangkat. Pada analisis konten Diskominfo Kota Batam, juga menunjukkan bahwa keberhasilan penggunaan Instagram sebagai media resmi dalam pemilihan kualitas informasi, akurasi, interaksi pengguna serta Format postingan video, *Stories*, ataupun juga terdapat fitur interaktif (poll, Q&A) mampu meningkatkan engagement dan jangkauan audiens yang lebih efektif. (Prisilia & Ageng, 2024)

Melihat fakta bahwa kenakalan remaja di Kota Semarang masih terjadi, sehingga tindakan tersebut yang harus segera diminimalkan. Kebutuhan akan konten penyampaian pesan persuasif yang dikemas dalam bentuk iklan layanan masyarakat menjadi sangat penting. Terlebih lagi hingga saat ini belum adanya kesediaan konten yang secara langsung menyuarakan ajakan atau himbauan untuk menghentikan perilaku kenakalan remaja dari instansi terkait. Oleh karena itu, dibutuhkannya produksi ILM yang informatif komunikatif serta sesuai dengan karakteristik remaja, agar pesan yang disampaikan dapat dipahami secara maksimal oleh target audiens.

1.2 Rumusan Masalah

Kenakalan remaja masih saja terjadi di masyarakat. Hal ini bisa menimbulkan dampak dan resiko yang merugikan. Banyak kenakalan remaja terjadi karena berbagai faktor penyebab. Meskipun Polrestabes Semarang sudah menjalankan program *Police Goes to School*, akan tetapi program tersebut belum menunjukkan dampak keberhasilan dalam memberikan kesadaran terhadap ketimpangan kenakalan remaja di Kota Semarang.

1.3 Tujuan

Tujuan dari Tugas Akhir Produksi Iklan layanan Masyarakat dengan tema kenakalan remaja adalah untuk memberikan kesadaran terkait bahaya kenakalan remaja yang ada di Kota Semarang melalui konten Iklan Layanan Masyarakat (ILM).

1.4 Manfaat

Berikut adalah manfaat teoritis dan praktis dari pembuatan Produksi Iklan Layanan Masyarakat di Instagram Polrestabessemarang_ terkait kenakalan remaja di Kota Semarang:

1. Manfaat Teoritis

- a) Menambah sumber pengetahuan terkait edukasi masyarakat pada informasi kenakalan remaja yang ada di kota Semarang melalui Instagram Polrestabessemarang official.
- b) memberikan pengembangan komunikasi persuasif dalam kasus kenakalan remaja melalui media sosial, khususnya sebagai sarana penyebaran informasi publik oleh institusi pemerintah.

2. Manfaat Praktis

- a) memberikan manfaat bagi lembaga kepolisian khususnya pada Polrestabes Semarang, dalam membentuk strategi komunikasi yang efektif dalam mengatasi kasus kenakalan remaja.

- b) Produk iklan layanan masyarakat yang dihasilkan dapat menjadikan bentuk media edukatif yang menarik dan sesuai bagi remaja.
- c) Menunjukkan contoh peran media sosial sebagai fasilitas penyebaran pesan positif.

1.5 Luaran

Luaran penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebuah produksi iklan layanan masyarakat dalam bentuk audio visual.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Prasetyadi, Felicia Epifani Hana. (2022). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Meningkatkan Empati Remaja Guna Mencegah Perundungan.

Pembuatan iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan rasa empati anak remaja SMA dalam mencegah perundungan khususnya perundungan verbal. Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan karya ini adalah menggunakan metode pendekatan wawancara pada salah satu guru BK dan psikolog, metode yang kedua juga melakukan penyebaran sebuah kuesioner yang dibagikan kepada anak – anak remaja kategori SMA, dan pengumpulan data juga terdapat dari berbagai sumber seperti buku dan internet. Hasil dari perancangan ini adalah sebuah video iklan layanan masyarakat yang berisi tentang perundungan verbal yang terjadi di kalangan anak SMA dan peran saksi mata seorang anak SMA yang berani dalam mencegah perundungan tersebut. Selain terciptanya produk video iklan layanan masyarakat juga terdapat sebuah poster, standing banner, media sosial, dan merchandise yang mendukung perancangan tersebut.

Samudra, Teguh Eka (2024). Produksi Iklan Layanan Masyarakat Untuk Pencegahan Perilaku Agresif Verbal Pada Remaja Terdampak Game Online Di Instagram.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memproduksi Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang mengupayakan dalam pencegahan perilaku agresif verbal pada remaja akibat kecanduan game online. Produksi iklan layanan masyarakat dipublikasikan melalui platform Instagram dalam bentuk video Reels untuk memberikan sebuah edukasi kepada

remaja akibat dampak negatif dari perilaku tersebut dan juga pentingnya dalam menjaga ucapan. Hasil produksi iklan layanan masyarakat yang berjudul “Bermain dengan Bijak” mendapatkan respons positif dari audiens. Survei yang disampaikan kepada responden yang berjumlah sebanyak 110 siswa dari SMAN 9 Semarang menunjukkan bahwa 100% responden memahami pesan yang disampaikan dan 96,4% menyatakan kesediannya dalam mengurangi perilaku agresif verbal saat bermain game online.

Bernadet Livianey Budiarto, Bing Bedjo Tanudjaja, Daniel Kurniawan S. (2017). Perancangan ILM untuk Mencegah Perilaku Histrionik pada Remaja Perempuan Usia 12–17 Tahun.

Perancangan ini merupakan bentuk Iklan Layanan Masyarakat berupa sebuah kampanye sosial. Perancangan ini berdasarkan oleh latar belakang terkait adanya realita yang ada bahwa di masa kini remaja perempuan usia 12-17 tahun sudah berani mengenakan pakaian yang sedikit terbuka hanya demi ketenaran yang dilakukan di media sosial. Maka dari itu perancangan ini sangat penting untuk dilakukan agar masyarakat dapat mendukung kampanye ini sehingga remaja perempuan di Surabaya menyadari bahwa tidak harus mengumbar diri demi mendapatkan sebuah atensi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mencegah perilaku histrionik pada remaja perempuan usia 12–17 tahun. Penulisan karya ini menegaskan bahwa pentingnya kesadaran diri terhadap remaja perempuan untuk tidak mengumbar diri demi mendapatkan perhatian di media sosial.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Hubungan Masyarakat

Menurut Cultlip, Center, dan Broom (2011), humas dapat diartikan sebagai "usaha yang direncanakan dan berkelanjutan dalam membangun dan memelihara untuk saling pengertian dan kerjasama antara organisasi dan publiknya". Dalam artian ini, penting untuk

praktisi PR dalam memahami kebutuhan dan harapan publik serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan oleh organisasi sesuai dengan nilai dan misi yang telah dipegang teguh (Rahma, 2024)

Kegiatan pada lembaga/instansi pemerintahan berbeda dengan perusahaan yang memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan. Humas pemerintah memiliki kegiatan yang terbatas dalam memberikan pengertian, menyadarkan masyarakat dari hal-hal yang berkaitan dengan kebijaksanaan, peraturan serta keputusan yang dikeluarkan pemerintah. Di samping itu, Humas juga memiliki tugas dalam memberikan dukungan, nasehat atau pendapat kepada atasannya. Dalam menyebarluaskan/ mensosialisasikan segala kebijakan/ peraturan yang dikeluarkan untuk sampai kepada publik dibutuhkan sarana, yakni media massa. (Ni Luh Putu & I Made Wahyu, 2022).

Peran humas tidak hanya memberikan atau menyebarluaskan informasi saja, namun akan tetapi mendengarkan sebuah masukan, inovasi, keluhan dari masyarakat publik. Dengan berjalannya komunikasi tersebut humas dapat mengatasi masalah apa yang sedang terjadi dan membangun citra positif di kalangan publik. Peran humas tidak hanya memberikan atau menyebarluaskan informasi saja, namun akan tetapi humas dapat mendengarkan masukan, inovasi, keluhan dari masyarakat publik. Dengan berjalannya komunikasi tersebut humas dapat mengatasi masalah apa yang saat ini sedang terjadi dan membantu dalam membangun citra positif di mata publik. (Roichatul dkk,2024)

2.2.2 Definisi Iklan Layanan Masyarakat (ILM)

Upaya pemerintah meminimalisir berbagai isu yang berkembang di media sosial salah satunya mengedukasi masyarakat melalui berbagai iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat sebagai bentuk

iklan nonkomersial dibuat dengan tujuan mengedukasi informasi program pemerintah dengan cepat dan tanggap. Hal tersebut sebagai bukti bahwa pemerintahan atau lembaga organisasi peduli terhadap masyarakat, maka dibuatlah wacana untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menggunakan sosial media dengan bijak. Wacana tersebut tertuang dalam sebuah iklan layanan masyarakat yang disajikan dalam bentuk lisan maupun tulisan. (Elen dkk, 2021).

Iklan layanan masyarakat digunakan dalam menyampaikan informasi, mempersuasi, atau mendidik penonton dengan tujuan akhir bukan berupa mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial." (Ashsidiqy & Sofyan, 2021)

Iklan Layanan Masyarakat dapat disimpulkan bahwa iklan dapat mengandung pesan sosial terhadap masyarakat yang disampaikan berdasarkan dengan isu-isu penting dan penyampaian informasi tersebut dilakukan untuk mendidik penonton dengan tujuan memberikan perubahan perilaku masyarakat ke arah yang lebih baik.

2.2.3 Tujuan Iklan Layanan Masyarakat (ILM)

Iklan layanan masyarakat digunakan oleh pemerintah dan organisasi non-profit dalam menyebarkan pesan-pesan penting yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan publik. Pesan-pesan ini sering kali berfokus pada isu-isu seperti kesehatan, keselamatan, pendidikan, dan lingkungan. Iklan layanan masyarakat bertujuan untuk mengedukasi dalam mengubah perilaku kepada masyarakat demi kebaikan bersama. Menurut seorang ahli periklanan, Jefkins (2006), iklan tidak hanya sebatas kegiatan promosi pada produk, tetapi juga merupakan sarana komunikasi yang efektif dalam menginformasikan, menghibur, dan mempengaruhi perilaku audiens. Dengan demikian, iklan memiliki fungsi yang beragam dalam mempengaruhi pola pikir dan tindakan kepada masyarakat. (Melda Tiana, 2024)

2.2.4 Konsep Edukasi Iklan Layanan Masyarakat (ILM)

Perancangan ini didasarkan pada landasan teori yang memiliki keterkaitan dengan adanya tujuan menyebarkan pesan-pesan penting yang berfokus pada isu-isu sosial yang memiliki tujuan untuk mengedukasi dalam mengubah perilaku remaja. Oleh karena itu iklan layanan masyarakat dapat disusun dengan isi konten yang dibuat secara informatif dan lugas pada penyampaianya.

Video Iklan layanan masyarakat juga memiliki fungsi sebagai media edukasi yang menyebar, sehingga dapat menjangkau audiens lebih banyak. Melalui penyampaian iklan layanan masyarakat video yang disebarluaskan ini dapat memberikan sebuah perancangan cerita yang mudah dipahami, menarik, dan juga kreativitas, sehingga video mendapatkan kesan mendalam bagi penonton. Selain itu dengan adanya iklan layanan masyarakat ini, dapat berpotensi adanya perubahan dalam memengaruhi perilaku remaja dalam menanamkan rasa peduli terhadap masyarakat, diri sendiri dan masa depannya.

2.2.5 Strategi Komunikasi Iklan Layanan Masyarakat (ILM)

Strategi pada ILM ini memiliki bentuk strategi dalam pemasaran sosial dengan melibatkan yang pertama: Program kreatif dalam merancang kampanye yang menarik dan juga relevan dengan isu sosial. Kedua, pesan persuasif dalam menyusun pesan yang dapat memengaruhi perilaku target audiens. Ketiga, pemilihan media dapat menentukan media yang efektif untuk menjangkau audiens yang dituju. (Kustiawan et al, 2023)

Dalam konteks komunikasi massa, persuasi merupakan proses yang kompleks dalam melibatkan berbagai strategi dan teknik untuk mempengaruhi audiens. Media massa memiliki kemampuan dalam jangkauan audiens yang sangat luas dalam waktu singkat, hal ini dapat menjadikannya media massa sebagai alat yang sangat efektif dalam

menyampaikan pesan-pesan persuasi. Pesan tersebut dirancang dengan hati-hati untuk mempengaruhi audiens, baik pengaruh secara sadar maupun tidak sadar, dengan menggunakan beberapa ikon dan pengelolaan bahasa yang dirancang dalam mengubah atau mempertahankan sebuah opini atau perilaku sosial. Teknik persuasi ini pada media massa seringkali memasukkan penggunaan bahasa metaforis dan visualisasi yang kuat untuk dapat mempengaruhi sikap dan perilaku para audiens. (Vero & Fajar, 2025).

2.2.6 Media Audio Visual

Media audio visual juga merupakan media edukasi yang menggabungkan antara unsur suara dan visual dalam satu tindakan. Media ini dapat berbentuk berupa gambar, warna, gerak, video, animasi, dan audio yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan materi edukasi (Nurchayanti, 2023).

Efektivitas pembelajaran Audio Visual: Penelitian telah menunjukkan bahwa efektivitas pembelajaran pada audio visual dalam pengajaran Bahasa Indonesia untuk siswa sekolah dasar memiliki hasil dapat meningkatkan belajar secara signifikan (Susilo, 2020).

Sesuai dengan namanya, media audio visual merupakan kombinasi atau perpaduan audio dan visual. Jadi media audio visual adalah media yang didalamnya terdapat unsur suara dan gambar, dimana gambar yang disajikan adalah tayangan gambar bergerak, sedangkan suara yang dikeluarkan berdasarkan suara yang keluar dari gambar tersebut. Sehingga apabila menggunakan media ini akan semakin lengkap dan optimal untuk menunjang kegiatan pembelajaran dan penyajian bahan ajar kepada peserta didik, selain itu dengan media ini dalam batasan tertentu dapat menggantikan peran dan tugas guru. Dalam hal ini, guru tidak selalu berperan sebagai penyaji materi tetapi karena penyajian materi bisa digantikan oleh media, maka peran guru

bisa beralih menjadi fasilitator belajar, yaitu memberikan kemudahan bagi peserta didik untuk belajar. (Laitul Maghfiroh, 2023).

Media audio visual tersebut menunjukkan bahwa masyarakat agar dapat memahami isi pesan yang disampaikan dengan bentuk penyajian media audio visual, hal ini disebabkan karena penyajian iklan tersebut dirancang dalam bentuk yang informatif dan tervisualisasi dengan baik yang dapat meningkatkan keefektivitasan di era modern ini.

2.2.7 Media Sosial Instagram

Pada era digitalisasi ini orang lebih sering melakukan aktivitas, kegiatan, hiburan dan mengakses informasi melalui internet. Biasanya di era digitalisasi ini orang mengakses tersebut melalui media sosial, yang mana media sosial tersebut juga dijadikan sebagai perantara dalam interaksi ke berbagai hal. Dengan adanya media sosial orang juga dapat dipermudah untuk mengakses segala informasi yang ada. Dengan media sosial, informasi juga bekerja secara cepat dalam menampung secara keseluruhan. Berikut beberapa contoh media sosial diantaranya twitter, facebook, Instagram, YouTube, Instagram dan jenis media sosial lainnya. Media sosial juga memiliki tujuan yang sama dengan media massa, yaitu memberikan informasi yang tersebar secara cepat dan luas pada jangkauannya. Informasi dalam media sosial dirancang semenarik mungkin baik dalam bentuk video, suara, gambar, tulisan dan fitur lainnya. Instagram merupakan bentuk media sosial yang populer di semua kalangan, terutama bagi para remaja. Selain itu Instagram juga memiliki fitur yang lengkap dan keren, sehingga fitur tersebut dapat memiliki banyak peran dan fungsinya. Berikut beberapa fitur yang ada pada instagram:

1. Posting Gambar dan Video: Fitur ini memiliki peran dalam melakukan pengunggahan foto atau video yang ditampilkan pada feeds akun kita.

Selain itu pengguna dapat menambahkan visual efek dan musik pada postingannya.

2. **Fitur Kolaborasi:** Pada fitur ini dapat menampilkan sebuah postingan foto atau video reels dengan mengundang creator lainnya untuk berbagi postingan bersama di feeds mereka.
3. **Stories:** Fitur Stories merupakan cara kerja pengunggahan foto dan video dalam bentuk cerita yang bersifat sementara. Karena postingan ini hanya dapat dilihat selama 24 jam saja, setelah waktu tersebut stories hilang secara otomatis. Selain itu Stories juga dapat ditambahkan fitur penambahan musik, teks, stiker, GIF, efek filter hingga penanda akun pada orang lain.
4. **Reels:** pada fitur ini pengguna dapat mengunggah sebuah video dengan durasi pendek dan dapat dilengkapi dengan musik sesuai apa yang diinginkan. Selain itu Pengguna dapat menambahkan Stiker, efek, teks, ke dalam video tersebut.
5. **Live:** Pada fitur ini memiliki aktivitas yang dapat memungkinkan pengguna dalam melakukan kegiatan siaran langsung spada saat itu juga kepada pengikut mereka. Selama siaran, pengguna juga dapat melakukan interaksi dengan penonton melalui komentar dan juga dapat melakukan aktivitas tap love pada siaran langsung.
6. **Direct Messages (DM):** Berfungsi sebagai komunikasi secara langsung antara sesama pengguna. Selain komunikasi melalui chat, fitur DM juga dapat bertukar kirim foto atau video secara pribadi.
7. **Fitur Explore:** Berfungsi dalam melakukan sebuah fitur pencarian, baik itu mencari gambar dengan tema tertentu, video ataupun mencari username akun pengguna Instagram.
8. **Insights:** Fitur ini berfungsi untuk memberikan pengguna informasi tentang aktivitas dan statistik pada akun mereka, kategori tersebut menampilkan sebuah jumlah pengikut, interaksi, dan pemirsa.
9. **Like:** fitur ini dilakukan pengguna dalam menyukai sebuah postingan baik itu foto maupun berbentuk video dan reels.

10. Komentar: Fitur interaksi pengguna Instagram dalam memberikan pendapatnya pada sebuah postingan.
11. Repost: Fitur ini bekerja dalam memposting ulang postingan story Instagram pada sebuah tag akun dari pengguna lain.

Dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram memiliki fitur yang beragam dan memudahkan penggunanya dalam memilih fasilitas tersebut serta fitur tersebut mendukung untuk dijadikan media sebuah edukasi. Sehingga pengguna Instagram dapat mudah dalam melakukan sebuah pengembangan konten video dan foto, komunikasi sesama pengikut dan audiensi lainnya, hingga memudahkan bagi pebisnis untuk memulai dalam menjualkan produknya. Maka dari itu jika ILM dilakukan pada platform Instagram dapat memberikan pengembangan konten dengan jangkauan yang luas terhadap masyarakat (Asasyifaa, 2024)

2.2.8 Kenakalan Remaja

Kenakalan remaja merupakan sebuah perilaku menyimpang yang dilakukan di kalangan anak remaja, penyimpangan tersebut berupa Tindakan pelanggaran aturan yang sudah ditetapkan oleh sebuah pihak berwenang dengan mengandung norma yang telah ditetapkan dalam sebuah kehidupan. Melalui penjelasan diatas dapat simpulkan bahwa permasalahan tersebut bukan lagi menjadi penyebab permasalahan yang dilakukan oleh orang dewasa saja, melainkan permasalahan tersebut sudah menjadi kebiasaan yang dilakukan oleh kalangan anak remaja. (Vera & Arisyanto, 2024)

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Profil Klien

Polrestabes Semarang merupakan daerah Kepolisian Resor Kota Besar yang berada di bawah naungan Polda Jawa Tengah yang bertugas dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat di wilayah Kota Semarang. Beralamat di Jl. Dr. Sutomo No. 19, Barusari, Semarang Selatan, Polrestabes Semarang memiliki peran penting dalam memberikan penegakan hukum, perlindungan terhadap masyarakat, serta pelayanan publik pada kepolisian. Dalam menjalankan tugasnya, Polrestabes Semarang mengutamakan prinsip PRESISI (Prediktif, Responsibilitas, dan Transparansi Berkeadilan) sebagaimana visi Polri nasional, serta membentuk komitmen untuk menjadi institusi yang profesional, humanis, dan adaptif pada perkembangan teknologi informasi.

Selain itu, inovasi unggulan Polrestabes Semarang adalah aplikasi LIBAS (Layanan Polisi Hebat Semarang), aplikasi tersebut dapat memudahkan masyarakat dalam melapor sebuah kejadian, mengakses tombol darurat (panic button), dan memperoleh informasi terkini secara cepat. Serta dilengkapi dengan keberadaan Presisi Command Center yang dapat memungkinkan pelaksanaan sistem kendali terpadu guna merespons laporan masyarakat secara tepat waktu. Guna memperkuat hubungan dengan masyarakat, Polrestabes juga meluncurkan program Polisi RW, program tersebut memiliki ribuan personel yang ditugaskan untuk menjalin komunikasi aktif dengan masyarakat di tingkat rukun warga. Program tersebut dapat memperkuat peran kepolisian dalam mendeteksi secara dini dan penyelesaian masalah sosial dapat dilakukan secara preventif.

3.2 Metode Pelaksanaan

3.2.1 Pra Produksi

Pada tahapan pra produksi iklan layanan masyarakat ini penulis Menyusun beberapa rancangan. Susunan tersebut meliputi beberapa konsep penentuan, yaitu:

a) Pra-Survey

Sebagian dari tahap pra-produksi, penulis juga melaksanakan pra-survey melalui penyebaran kuisisioner kepada responden remaja dengan tingkat Pendidikan SMA di wilayah Kota Semarang. Pra-survey ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman remaja di Kota Semarang terkait kenakalan remaja, pengaruh media sosial terhadap opini serta perilaku, dan refresi format konten yang dapat dianggap efektif. Hasil pra-survey ini tidak ditampilkan pada Bab 1, namun digunakan sebagai dasar dalam perancangan ILM dan menjadi pembanding dengan hasil pasca -produksi yang dibahas pada Bab IV.

b) Pengembangan Gagasan

Pengembangan gagasan disusun melalui hasil pengamatan isu sosial yang sedang berlangsung. Penulis memilih beberapa isu sosial tersebut dengan mengumpulkan data awal yang didapatkan melalui sumber data online, data sekunder resmi dari lembaga, dan data primer melalui hasil kuisisioner pra-survey hingga wawancara dari pihak terkait. Data ini menjadi dasar utama dalam penentuan arah produksi dari Tugas Akhir ini.

c) Penentuan Tema

Penulis membuat penentuan tema dari hasil pengembangan gagasan yang telah dikumpulkan. Dan mengambil tema yang menjadikan insight, yaitu mengenai kenakalan remaja. Pada produksi kali ini tema dibagi pada beberapa sub tema, yaitu yang meliputi dari informasi terkait kenakalan remaja tawuran dan perundungan. Sub-tema tersebut didapat diambil dari beberapa temuan kategori kasus Kenakalan remaja yang dapat berdampak pada pelaku dan beresiko kepada masyarakat.

d) Mengembangkan Konsep Iklan

Dalam mengembangkan sebuah konsep iklan layanan masyarakat, penulis melakukan penentuan dengan beberapa alur. Penentuan tersebut dimulai dari alur latar tempat, latar waktu, latar peristiwa yang terjadi, pergerakan kamera, dan suara didalam suara tersebut.

e) Penyusunan Naskah

Pada penyusunan naskah, penulis merancang naskah tersebut dalam bentuk sebuah informasi dan edukasi penting dalam mendukung tujuan penting dari iklan yang akan dibuat. Selain itu penulis juga menyusun naskah ini dalam bentuk (Standard Sequence Guide) SSG untuk menentukan kebutuhan teknik pengambilan gambar, genre musik pendukung, serta durasi waktu pada pembuatan iklan layanan masyarakat tersebut.

3.2.2 Produksi

Kegiatan pada saat produksi dilakukan dengan alur cerita yang sudah dirancang pada naskah yang telah dibuat dan disetujui oleh klien. Produksi juga dilakukan dengan sistem pengambilan footage yang baik dan benar, serta pencahayaan yang sesuai. Kemudian sistem pemeran yang dilakukan seorang talent cukup baik dan memahami karakter tokoh yang sedang diperagakan. Sehingga nantinya jika semua konsep yang telah dirancang baik berhasil dilakukan, maka iklan layanan masyarakat tersebut dapat memiliki visualisasi yang bagus dan juga pesan yang terkandung dalam konten bisa tersampaikan.

3.2.3 Pasca Produksi

a) Editing

Proses editing, dimulai dengan menggabungkan beberapa opening, shoot adegan, hingga proses penutup. Selain itu pada proses editing juga menambahkan beberapa dari fitur efek video, transisi, dan juga

penambahan sebuah musik atau jingle. Pada tahapan ini juga memfokuskan pada stabilisasi gambar dan juga suara dengan kualitas HD (High Definition). Agar dialog yang disampaikan pada iklan tersebut dapat didengar oleh penonton dan memberikan informasi yang detail kepada penonton.

b) Posting

Iklan layanan masyarakat yang sudah melalui tahap finalisasi editing dapat ditunjukkan kepada klien. Setelahnya jika klien memberikan saran atau revisi nantinya penulis akan memperbaikinya. Setelah selesai melakukan perbaikan, iklan layanan masyarakat tersebut dapat di publikasi melalui platform Instagram. Postingan tersebut nantinya diupload dengan berbentuk video reels kolaborasi dari akun Instagram pribadi penulis dan akun klien.

c) Evaluasi

Setelah melalui kedua tahapan editing dan posting, Tahapan ini memiliki penentuan penting dalam sebuah keberhasilan pada iklan layanan masyarakat tersebut. Tujuan keberhasilan iklan ini dapat membentuk kesadaran pada target audiens. Keberhasilan ini dapat dipantau melalui sebuah respon komentar pada media sosial Instagram tersebut.

3.3 Konsep penciptaan karya

“Berdasarkan isu sosial yang terjadi di masyarakat, remaja di Kota Semarang masih memberikan dampak negatif terkait kenakalan remaja tersebut. Analisis tersebut didapatkan penulis melalui di beberapa data yang ditemukan. Data tersebut didapatkan baik dari media online, data resmi dari lembaga, dan juga hasil dari pertanyaan kuisisioner yang dijawab oleh responden.

Produksi iklan layanan masyarakat dengan berbentuk video dapat memberikan pencerahan terkait kesadaran kenakalan remaja yang ada di Kota Semarang dalam melakukan tindakan tersebut. Konsep iklan layanan masyarakat ini juga terinspirasi dari beberapa iklan layanan masyarakat yang tersebar di beberapa media online. Serta menjadikan sebuah iklan layanan masyarakat ini sebagai penyampaian informasi yang efektif terkait kesadaran isu kenakalan remaja yang ada di masyarakat.

3.4 Deskripsi peran Tim Produksi

- a. Produser: Memiliki tanggung jawab dalam seluruh aspek produksi konten, mulai dari tahapan pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Disamping itu produser juga melakukan pendampingan, pengawasan dan memastikan kelancaran terhadap seluruh produksi iklan. Pada tim produksi ini, penulis terlibat dalam menjadi peran seorang produser.
- b. Sutradara: Memiliki peran dalam merancang, mengarahkan dan mengatur kreativitas dan dekoratif dan produksi iklan. Selain itu sutradara juga akan memimpin proses jalannya produksi nanti hingga ke tahap akhir. Seorang sutradara dari tim produksi ini, juga dipimpin oleh penulis sendiri, agar nantinya sebuah produksi berjalan sesuai harapan.
- c. Penulis Naskah: Memiliki peran dalam perancangan dialog yang memuat isi dialog, naskah dan pesan yang ingin disampaikan. Tim penulis naskah pada tim produksi juga dibuat dan dirancang oleh penulis. Dengan perancangan ini diusahakan dapat memberikan sebuah naskah yang isi konten tersebut dapat tersampaikan dengan informatif dan jelas.
- d. Kameramen: Memiliki peran dalam teknik pengambilan video, dan gambar serta dapat mengatur dalam pencahayaan yang baik pada tahapan sebuah produksi. Pada tim produksi ini seluruh pengarahannya diatur oleh penulis, agar nantinya pengambilan ilustrasi ini

dusahakan akan memberikan visualisasi kualitas yang bagus dan menarik.

- e. Editor: Memiliki peran dalam merangkai visualisasi ilustrator dan memperbaiki hasil dari kekurangan pada saat tahapan produksi. Pada tahapan editor ini juga dijalankan sendiri oleh penulis, sehingga proses ini dibentuk sebagai pengemasan yang lengkap dalam finalisasi produksi.
- f. Desainer Suara: Memiliki peran dalam mengatur dan merancang elemen suara yang digunakan dalam video tersebut. Pada tanggung jawab peran ini dijalankan sendiri oleh penulis. Elemen suara tersebut meliputi dari efek musik pada latar, efek suara genre suasana berdasarkan scene dan suasana yang ada. Serta memastikan bahwa suara dapat memberikan kesan emosional para penonton.
- g. Koordinator Produksi: Memiliki peran dalam mengkoordinasi pada aspek produksi yang meliputi: penjadwalan produksi, pengaturan lokasi shoot, perizinan jadwal produksi, dan kebutuhan logistik yang diperlukan. Pertanggung jawaban pada koordinator produksi ini diatur oleh penulis, agar nantinya kebutuhan produksi dapat terpenuhi.
- h. Pemeran (Aktor/aktris): Memiliki peran dalam sebuah karakter yang dimainkan dan menghidupkan emosional sesuai dengan karakter masing-masing yang diperankan. Pada pemilihan pemeran kali ini didapatkan melalui pihak internal dari penulis.
- i. Tim Kreatif: Memiliki peran penting dalam mengembangkan ide, konsep visualisasi, dan gaya naratif pada sebuah ILM. Tim kreatif bekerja mulai dari tahapan pra-produksi hingga pascaproduksi untuk memastikan bahwa iklan memiliki identitas artistik yang kuat dan selaras dengan visi sutradara dan produser.

3.5 Rancangan Karya

a. Menikmati masa remaja tanpa jejak kriminal

Clien: Polrestabes Semarang

Target Audiens: Remaja SMA di Kota Semarang

Version: Iklan Layanan Masyarakat

Product/Service: Video

Executive Producer: Nafisa Ayu Fakhrianti

Script Writer: Nafisa Ayu Fakhrianti

Camera: Nafisa Ayu Fakhrianti

Editor : Nafisa Ayu Fakhrianti

Tokoh: Bapak, Ibu, Ronald, Polisi, Kepala sekolah, HRD

Tabel 3. 2 SSG Video Ke-1

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
1.	Menampilkan 5 potongan video berita tawuran di Semarang		FREE NCS	7"
2.	MEDIUM LONG SHOOT Melihat respon ibu yang sedang menonton berita tersebut	“Astagfirullah, tawuran terus! Tawuran terus! Prihatin ibu...” ”		8"

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
3.	MEDIUM LONG SHOOT Tak lama pintu rumah diketuk oleh polisi	“Permisi ibu ...kami dari pihak kepolisian Polrestabes Semarang” Ibu: “iya pak...ada apa ya?”		8”
4.	MEDIUM LONG SHOOT Polisi memberi penjelasan bahwa anak ibu tersebut ditagkap karena tawuran	“Gini ibu...mohon maaf, ini Ronald kita amankan sementara waktu, karena baru saja habis terlibat tawuran di jalan raya dan memakan korban jiwa” (Ibu terkejut dan panik) “Apa pak?! Anak saya pak?” nggak mungkin pak.”		10”
5.	MEDIUM SHOOT Polisi memberikan bukti CCTV Tawuran Ronald	“Ini rekaman CCTV-nya, bu. Kami mohon kerjasamanya untuk proses lebih lanjut” (Ibu yang kecewa) “Ya Allah kok bisa sejauh ini ya anak kita melakukan itu”		10”
6.	MEDIUM LONG SHOOT Ibu Ronald kesal	“Kenapa kamu nggak pernah mikirin orang tuamu Ronald?”		15”

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
		“Kita sudah capek-capek loh buat biayain kamu sekolah, dan malah kamu sia-siakan seperti ini...”		
7.	MEDIUM SHOOT Keesokan harinya Ronald dikeluarkan oleh pihak sekolah	(Voice over kepala sekolah) “Kami terpaksa mengeluarkan Ronald, karena terbukti dalam keterlibatan tawuran tersebut” (Raut muka Ronald menyesal) “Maaf, Pak..Bu...”		10”
8.	MEDIUM LONG SHOOT Keesokannya Ronald masuk bui	(Disaksikan oleh orang tua) “Mohon keikhlasannya njih pak buk, ini proses hukum, dan harus dijalani sesuai aturan, meskipun Ananda masih dibawah umur”		8”
9.	MEDIUM LONG SHOOT Ekspresi Ronald penuh tangisan karna penyesalan	(Menampilkan berita Ronald yang ada di staisun televisi)		7”
10.	MEDIUM LONG SHOOT	(Voice over HRD)		8”

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
	Ronald ter-blakclist dari perusahaan setelah keluar dari bui	“Mohon maaf sekali, riwayat kasus hukum membuat kami tidak bisa menerima anda untuk bekerja disini”		
11.	MEDIUM SHOOT Ronald menyesal	(Ronald termenung dan berbicara sendiri di pinggir jalan) “Kalau waktu bisa diulang.... Pasti aku gaakan ngalamin yang Namanya masuk penjara, putus sekolah, waktuku terbuang dan hancurnya masadepanku, karena semua orang tidak ada yang mempercayaku”		10”
12.	Himbauan melalui teks	“Sekali ikut tawuran, catatan hitamu ikut selamanya. Pikirkan masa depanmu!” #StopTawuran #TawuranMerugikan		9”
13.	Closing	(Pencantuman produser, kameramen dan lain-lain)		7”
14.	Logo Humas Polri & UNDIP			3”
TOTAL DURASI				120”

b. Bermedia Sosial Tanpa Adanya Perundungan

Clien: Polrestabes Semarang

Target Audiens: Remaja SMA di Kota Semarang

Version: Iklan Layanan Masyarakat

Product/Service: Video

Executive Producer: Nafisa Ayu Fakhrianti

Script Writer: Nafisa Ayu Fakhrianti

Camera: Nafisa Ayu Fakhrianti

Editor: Nafisa Ayu Fakhrianti

Tokoh: Keisya, Nesie, dan Vero dan temanya, Beny, narapidana

Tabel 3. 3 SSG Video Ke-2

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
1.	MEDIUM LONG SHOOT Vero sedang berkumpul bersama temannya dan menertawakan	“Wih...Buka-bukaan juga ya si keisya, cewe anggun gini, Kalo malem ternyata ‘panas’ juga.”	FREE NCS	5”
2.	MEDIUM SHOOT Keisya disaat itu juga melewati depan gerombolan Vero	(Si Keisya sambil berkaca-kaca menangis melihat itu)		5”
3.	MEDIUM LONG SHOOT Keisya pulang ke kost	(Sambil menangis) “Orang-orang ngeliat aku sekarang kayak sampah...”		10”

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
		Padahal yang jahat itu dia. Yang nyebar itu dia.”		
4.	MEDIUM LONG SHOOT Nessie temen keisya menghampiri keisya	“Namaku tercemar, wajahku dipermalukan. Nggak ada tempat buat aku tenang.		10”
5.	MEDIUM LONG SHOOT Keisya sambil mencoba untuk meminum racun serangga namun gagal	“Rasanya aku cuma pengen... menyerah, biar nggak ada yang ngehina aku lagi.”		7”
6.	MEDIUM LONG SHOOT Nessie melaporkan Vero melalui sebuah laporan digital	“Nggak...nggak bisa Kes, udah dia kaya gitu juga melanggar hukum, ini aku laparin langsung aja dia”		7”
7.	MEDIUM SHOOT Beny Sambil berkata dan mendukung keputusan Nessie	“Udah ness jeblosin aja dia ke kantor polisi sekarang”		7”
8.	MEDIUM LONG SHOOT Vero di kantor polisi bertemu dengan nessie dan Beny	Benny: “Kamu sebar foto dia, yang rusak bukan cuma nama dia aja, tapi harga dirimu sendiri.” Nessie: “Kamu pikir dia bakal hancur gara-gara		25”

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
		kamu sebar foto itu? Salah. Justru semua orang sekarang tahu, siapa kamu pengecut yang sebenarnya		
9.	MEDIUM SHOOT Vero di dalam bui dengan muka cemas dan sedih dan mendapatkan olokan dari narapidana lain	(Voice Over) “Dungu ya, sebagian anak zaman sekarang modal kuota bisa jadi tukang sebar aib orang,”		15”
10.	MEDIUM SHOOT Keisya dirangkul oleh Nessie	“Foto kaya gitu itu bukan buat konsumsi publik, Keis. Itu privasi kamu... bukan bahan tontonan apalagi jadi forum penyebaran		7”
11.	MEDIUM SHOOT Beny memberi support kepada Keisya	“Yang nyebar itu yang salah, nggak punya otak, dia cuma berani nyerang kamu melalui media sosial aja”		7”
12.	Editing tulisan	"Menertawakan korban bukan menunjukkan keberanian, tapi kurangnya empati dan tanggung jawab."		5”

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
		#StopCyberbullying #BijakBersosmed		
13.	Closing	(penyebutan, produser karmeramen dll)		7"
14.	Menampilkan logo humas polri & UNDIP			3"
TOTAL DURASI			120"	

c. Berkendara Tanpa Adanya Kerusuhan

Clieen: Polrestabes Semarang

Target Audiens: Pelaku Kenakalan Remaja SMA di Kota Semarang

Version: Iklan Layanan Masyarakat

Product/Service: Video

Executive Producer: Nafisa Ayu Fakhrianti

Script Writer: Nafisa Ayu Fakhrianti

Camera: Nafisa Ayu Fakhrianti

Editor : Nafisa Ayu Fakhrianti

Tokoh: Vero, Azka, Polisi, Ayah Vero

Tabel 3. 4 SSG Video Ke-3

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
1.	MEDIUM SHOOT	(Teriak ke Azka sambil menggeber motor)	FREE NCS	10"

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
	Vero bergerombol persiapan untuk aksi balap liar	“Ayo gas, kita buat Cipto malem ini kita kuasai” “Santuy bro, malem ini cipto aman patroli”		
2.	MEDIUM LONG SHOOT Melaju balap liar dengan motor	(Vero menggeber suara knalpot yang berisik) “Anjay keren”		7”
3.	MEDIUM LONG SHOOT Pertengahan balap liar, polisi mendadak dating	“Heh...heh...berhenti...!”		5”
4.	MEDIUM SHOT Vero kabur dan tancap gas lebih kencang lagi	(Suara motor yang makin keras dan gaduh)		5”
5.	MEDIUM LONG SHOOT Di ujung jalan Vero menabrak seorang bapak	“Argh”		5”
6.	MEDIUM SHOT	(Sambil menangis) “Hah bapak...”		15”

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
	Vero kaget, ternyata orang yang ia tabrak adalah ayahnya sendiri yang sedang perjalanan pulang kerja (hanya memperlihatkan adegan shock Vero)	“Bapak bangun pak....”		
7.	MEDIUM LONG SHOOT Pelaku tertangkap polisi dan menangis melihat ayahnya tewas tergeletak	‘Ayo sini kamu...jangan lari lagi’ (Vero sambil mengangguk) “Iya pak” (Vero sambil menangis) “Bapak maafin Vero ya, Vero ga ada niat nabrak bapak”		15”
8.	MEDIUM SHOOT Pagi harinya pelaku di kantor polisi sambil merenungi akibat dari perbuatan tersebut	(Suara hati Vero) "Penyesalan terberat adalah ketika kita mengira bahwa tindakan bodoh tadi malam akan membawa kemenangan dalam perlombaan untuk menaikkan darajat harga diriku, tapi ternyata mala petaka itu terjadi dan aku kehilangan seorang ayah, yang tak kusangka dia meninggal ada di tanganku"		15”

NO	Deskripsi	Narasi	Music	Dur
9.	Himbauan melalui tulisan	" Jalan raya bukan untuk balapan, tapi untuk keselamatan. Suara bising motormu bukan keren, tapi mengganggu." #BalapLiarBikinCelaka #SuaraBisingBukanKeren		13"
10.	Closing	(Berisi produser, editing dlll)		7"
11.	Menampilkan logo humas polri & UNDIP			3"
TOTAL DURASI				100"

3.6 Segmentasi

Tabel 3. 5 Segmentasi

No	Kategori	Uraian
1	Demografis	Usia 15–18 tahun, pelajar SMA sederajat di Kota Semarang.
2	Geografis	Berdomisili di wilayah Kota Semarang dengan akses internet aktif.
3	Psikografis	Aktif menggunakan Instagram, menyukai konten singkat, mengikuti tren.

3.7 Proses pengujian

Proses pengujian terhadap produksi ini, dilakukan dengan metode pemantauan aktivitas komentar pada konten akun dan juga adanya peningkatan kesadaran melalui hasil kuisioner post test yang akan dibagikan.

3.8 Time Pelaksanaan

Tabel 3. 6 Waktu pelaksanaan

Deskripsi	Bulan						
	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
<u>Pengumpulan data, Identifikasi Masalah</u>							
Perancangan Pra Produksi							
Pengajuan Proposal ke dosen pembimbing dan penguji serta proses revisi							
Produksi & Pasca Produksi							
Tahap pengujian &Penyusunan laporan							

3.9 Rancangan Anggaran Produksi

Tabel 3. 7 Rancangan anggaran

RANCANGAN ANGGARAN DANA			
PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT			
Intern	Unit	Biaya	Total
Sewa Clip On	1 unit/5 hari	Rp.85.000	Rp.425.000
Biaya Talent	4 orang	Rp.200.000	Rp. 800.000
Konsumsi	4 orang/5 hari	Rp 30.000	Rp.400.000
TOTAL			Rp. 1.625.000

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Tahap Pra -Produksi

Proses penyusunan SSG dilakukan berdasarkan hasil studi kasus yang telah ditentukan, yaitu kenakalan remaja dengan sub-tema tawuran, cyberbullying, dan aksi balap liar disertai pemakaian knalpot brong. Ide cerita dikembangkan melalui analisis fenomena yang marak terjadi di masyarakat, kemudian dituangkan dalam naskah agar pesan yang disampaikan dapat relevan dengan kondisi remaja saat ini. Dalam perancangannya, SSG mengalami tiga kali perubahan konsep awal setelah dilaksanakan ujian seminar proposal.

1. Perubahan konsep pertama adalah dari yang semula berbentuk video edukasi menjadi video yang bersifat lebih menakut-nakuti. Perubahan ini dilakukan karena tujuan penelitian adalah mengajak remaja melakukan perubahan perilaku melalui efek peringatan yang lebih kuat.
2. Perubahan konsep kedua adalah dari konsep video yang awalnya monoton menjadi video dengan variasi tampilan dan alur agar target audiens tidak merasa bosan saat menonton.
3. Perubahan konsep ketiga dilakukan pada narasi himbauan yang sebelumnya terlalu panjang, sehingga dipersingkat agar pesan peringatan dapat tersampaikan dengan lebih jelas dan efektif.

Setelah perubahan konsep tersebut disepakati, pihak klien menyetujui rancangan baru tersebut. Namun, klien kemudian memberikan masukan tambahan pada beberapa adegan. Pada scene 2 ILM perundungan, ditambahkan kalimat “sedangkan korban merasa tertindas atas perundungan tersebut” untuk menekankan dampak psikologis korban. Sementara itu, pada scene 9 ILM kekerasan dalam tawuran, ditambahkan dialog: “jadi anak ini terlibat dalam kasus tawuran dan memakan korban jiwa, sehingga kami amankan di Polrestabes Semarang. Jika tidak diamankan maka akan

bertambah banyak dampak buruk yang terjadi di masyarakat.” Hasil akhir dari proses ini menghasilkan tiga judul video ILM, yaitu:

1. ILM Kekerasan dalam Tawuran berjudul “Menikmati Masa Remaja dengan Perdamaian”,
2. ILM Aksi Knalpot dan Balap Liar berjudul “Berkendara Tanpa Kerusuhan”, dan
3. ILM Perundungan berjudul “Bermedia Sosial Tanpa Penindasan”.

Dengan demikian, tahap pra-produksi ini menunjukkan bahwa peran scriptwriter sangat penting dalam merancang naskah yang tidak hanya menarik, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan sosial. Perubahan konsep dan masukan dari klien serta dosen penguji menjadi bagian integral yang memperkaya kualitas SSG, sehingga video yang dihasilkan mampu memberikan pengaruh positif bagi remaja sebagai target audiens.

4.2 Tahap Produksi

Tahapan produksi pada ILM merupakan sebuah alur kerja sistematis yang dimulai dari pra-produksi (penelitian awal, penulisan naskah dan storyboard). Produksi (Perekaman visual dan audio), serta pasca produksi (editing, mixing, rendering). Proses tersebut diperlukan agar pesan ILM tersampaikan secara jelas pada audiens. (Farhan Setiawan, 2024).

Jika pada tahapan produksi menjelaskan beberapa pelaksanaan secara umum, Kemudian hasil dari pada tahap produksi ini dibagi menjadi beberapa bagian utama. Pertama membagi pada beberapa tahapan yaitu kegiatan yaitu mulai dari kegiatan produksi, struktur dan peran tim produksi, proses pelaksanaan produksi, dan kendala serta solusi untuk hasil akhir pada tahap produksi. Hal tersebut dijabarkan melalui penjelasan sebagai berikut:

a.) Kegiatan Produksi

Pelaksanaan kegiatan produksi iklan layanan masyarakat dilaksanakan selama tiga hari, yaitu pada tanggal 29 Agustus, 30

Agustus, dan 31 Agustus. Proses produksi dilaksanakan dengan terbagi ke dalam beberapa lokasi utama, yaitu:

1. Kampus Vokasi, digunakan sebagai lokasi utama untuk pengambilan gambar yang menampilkan suasana percakapan yang santai. Percakapan tersebut menjadi bagian cerita dalam sebuah dialog iklan layanan masyarakat bertemakan perundungan.
2. Home Café, dipilih untuk menggambarkan suasana percakapan dalam rumah. Percakapan tersebut dilakukan dengan pemeran tokoh sebagai menjadi bagian dari cerita dalam iklan layanan masyarakat yang bertemakan tawuran.
3. Area Jalan Raya yang Sepi, dipilih dengan tujuan untuk pengambilan gambar adegan berkendara dalam proses pembuatan iklan layanan masyarakat penggunaan knalpot brong dan aksi balap liar. Selain itu, adegan seorang tokoh pelaku yang sedang berjalan kaki di jalanan merupakan proses pembuatan iklan layanan masyarakat pada adegan iklan layanan masyarakat pada kekerasan dalam tawuran. Penggunaan latar tempat tersebut dilakukan agar tidak mengganggu lalu lintas maupun kenyamanan pengendara lain serta kebutuhan latar tempat suasana pada suatu adegan.

Pengambilan gambar dilakukan pada rentang waktu sore hingga malam hari untuk memperoleh pencahayaan alami yang sesuai dengan kebutuhan adegan, serta menciptakan suasana yang lebih dramatis. Total waktu yang digunakan untuk keseluruhan produksi ini kurang lebih mencapai 72 jam.

b.) Struktur Dan Peran Tim Produksi

Pada proses produksi iklan layanan masyarakat ini, keberhasilan sebuah karya tidak terlepas dari sebuah peran adanya tim produksi. Setiap anggota tim memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing sesuai dengan fungsi dan perannya. Struktur tim produksi tersebut meliputi, sutradara, produser, juru kamera, ahli properti, dan juga

seorang talent, Adapun struktur tim produksi beserta perannya adalah sebagai berikut:

1) Sutradara,

Pada peran ini, penulis bertanggung jawab dalam mengatur jalannya produksi, mulai dari konsep, koordinasi kru, hingga memberikan arahan kepada pemain agar pesan yang diberikan dapat tersampaikan dengan tepat.



Gambar 4.1 Pengarahan terhadap Talent

Pada gambar 4.1 menunjukkan penulis sedang memberikan pengarahan kepada talent mengenai ekspresi yang harus ditampilkan dalam adegan ILM Cyberbullying, khususnya pada bagian scene memberi himbauan terhadap pelaku

2) Produser,

Selain itu, untuk menunjang dalam keberhasilan ILM penulis juga berperan sebagai seorang produser, yang bertanggung jawab dalam mengelola keseluruhan produksi, mulai dari perencanaan, jadwal pelaksanaan, anggaran hingga menjadi perantara komunikasi antar tim, dan mengambil keputusan penting dalam mengatasi hambatan yang terjadi pada saat produksi.

3) Juru kamera,

Pada tanggung jawab tim ini, penulis juga ikut dalam keterlibatan peran tersebut, dimana pada tim produksi ini penulis ikut bertanggung jawab dalam mengoperasikan kamera, menentukan

komposisi gambar serta memastikan hasil visualisasi sesuai dengan arahan sutradara.



Gambar 4.2 *Proses Pengambilan Gambar*

Berdasarkan gambar 4.2 penulis melakukan sebuah kegiatan dalam pengambilan gambar shoot ILM. Pada pengambilan gambar tersebut dilakukan pada sore hari pada saat melakukan shoot ILM dengan tema perundungan.

4) Penyedia Alat Produksi

Pada tim penyedia alat produksi, penulis juga menjadi peran utama dalam menyediakan kebutuhan sebuah alat produksi dan juga beberapa alat properti. Pada ketersediaan alat produksi tersebut berupa kamera, mikrofon dan juga tripod. Untuk penyedia alat produksi berupa properti, Sebagian tersedia dari talent dan juga Sebagian properti lainnya tersedia melalui penulis secara mandiri. Alat properti tersebut berupa dua kendaraan bermotor dengan modifikasi knalpot brong dan juga beberapa properti ringan seperti; kemeja putih ataupun secangkir gelas dan beberapa property ringan lainnya.

5) Talent

Pada proses produksi, talent memiliki peran penting dalam pemeran tokoh yang mendukung penyampaian pesan dalam iklan layanan masyarakat (ILM). Pada ILM ini terdapat delapan tokoh yang sebelumnya telah direncanakan, dan dipilih sebanyak lima talent dengan peran sebagai berikut:

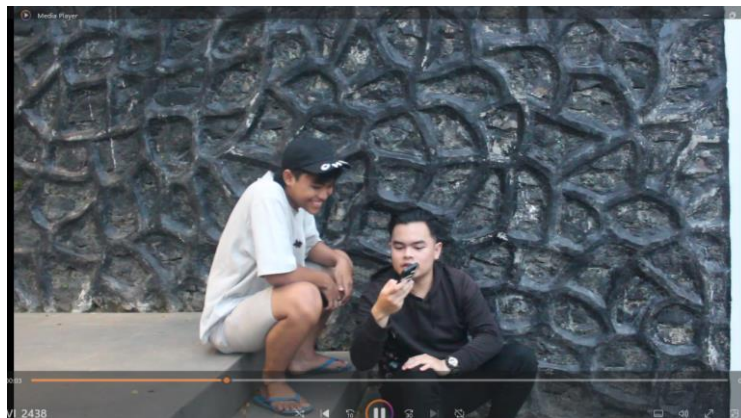
1. Tokoh Polisi: sebagai tokoh polisi yang memiliki peran dalam memberi himbauan, serta memberikan aksi bentuk tindakan seorang abdi negara yang berhak dalam memberikan efek jera dan menindaklanjuti seorang pelaku. Tokoh ini diperankan oleh talent yang bernama Tito Wibowo Rizky
2. Tokoh Beni: memiliki peran sebagai seorang teman lelaki yang berani untuk menentang dan melawan tegas langsung aksi pembullying kepada pelaku. Tokoh ini masih diperankan oleh talent yang sama seperti tokoh polisi yang bernama Tito Wibowo Rizky.
3. Tokoh Vero: memiliki peran menjadi seorang pelaku utama kenakalan remaja dalam aksi balap liar, disertai dengan pemakaian knalpot brong dan juga pelaku cyberbullying dalam sebuah perundungan. Tokoh ini diperankan oleh seorang talent yang bernama Devin Januar Siahaan
4. Azka: sebagai teman Vero yang menemani Vero dan menerima ajakan Vero dalam aksi balap liarnya. Tokoh ini diperankan oleh seorang talent yang bernama Mochammad anhar rachditya.
5. Tokoh ibu: pada ILM "Menikmati masa remaja dengan perdamaian". Tokoh pada ILM ini memiliki peran dalam menjadikan salah satu orang tua dari seorang pelaku tawiran. Seorang talent dalam tokoh tersebut, kebetulan adalah penulis sendiri yang ikut serta dalam keterlibatan memainkan peran.
6. Ronald: seorang pelaku utama dalam ILM tawuran, yang mana pada tokoh tersebut pelaku menjadi tersangka atas kasus kenakalan remaja pada aksi tawuran yang mengakibatkan adanya korban jiwa, selain itu di masa depan juga menerima sebuah dampak jera akibat perlakuannya di masa remaja yang buruk. Seorang tokoh Ronal tersebut diperankan oleh seorang talent yang bernama Devin Januar Siahaan.
7. Keisya: Seorang korban dari tindakan cyberbullying pada aksi perundungan bersama yang dilakukan oleh vero. Tokoh ini memiliki

karakteristik dengan adanya bentuk trauma dalam dirinya sendiri dan dihantui dengan perasaan yang malu hingga pada titik menjadi seorang yang putus asa. Seorang tokoh Keisya tersebut diperankan oleh seorang talent yang bernama Namimy Eysa Sanjaya.

8. *Tokoh figuran*: memiliki peran dalam menjadi seorang teman Vero yang ikut dalam memerankan aksi bullying nya pada ILM "Bermedia Sosial Tanpa adanya Penindasan". Tokoh tersebut diperankan oleh Mochammad anhar rachditya.

c.) Proses Produksi

Pada tahap proses produksi, berbagai aspek perencanaan telah dilaksanakan guna mendukung kelancaran dalam pembuatan ILM. Proses ini meliputi berbagai macam penerapan pengambilan teknik gambar pada setiap adegan, peran dan pemanfaatan peralatan produksi beserta alat properti yang digunakan, serta penghayatan ekspresi oleh talent sesuai dengan tokoh yang mereka perankan.



Gambar 4.3 Teknik Pengambilan Gambar Medium Shoot

Dalam proses produksi, penggunaan variasi teknik pengambilan gambar menjadi hal yang penting dalam proses produksi, agar nantinya penyampaian pesan persuasif dapat tersampaikan dengan jelas. Teknik pengambilan gambar yang digunakan pada saat proses produksi ILM

antara lain medium long shot, medium shot, long shot, very long shoot, medium close up, dan close up.

Sementara itu pada gambar 4.3 penulis mengambil videographer salah satunya dengan menggunakan teknik pengambilan gambar medium shot. Penulis memilih Teknik pengambilan tersebut bertujuan untuk menyoroti sebuah adegan perundungan agar lebih jelas untuk dipahami. Selain itu, untuk mendukung teknik pengambilan gambar, diperlukannya beberapa peralatan produksi utama sebagai teknisi alatnya. Peralatan tersebut meliputi Kamera Canon EOS 600D yang berfungsi sebagai alat utama dalam visual pengambilan gambar, serta tripod yang berfungsi sebagai penyangga kamera agar terjaga kestabilannya, serta terdapat juga clip on Hollyland M2S sebagai microfon untuk pendeteksi suara yang diucapkan dan peredam suara kebisingan yang ada disekitar pada saat proses produksi berlangsung.

Proses selanjutnya yaitu sebuah permainan ekspresi, yang mana pada aspek ini talent akan memainkan ekspresinya sesuai dengan adeganyang diperankannya pada tokoh masing-masing. Hasil proses ekspresi menampilkan raut ekspresi kesedihan, kekhawatiran, penyesalan, dan ketegasan.

d.) Kendala Produksi Dan Solusi

Dalam proses produksi, penulis menghadapi beberapa kendala yang cukup mengejutkan. Kendala yang *pertama* yaitu, ketidakterlibatan langsung aparat kepolisian dalam proses pengambilan gambar. Hal ini terjadi karena pada saat produksi berlangsung, institusi Polri sedang menghadapi krisis citra akibat adanya pemberitaan negatif serta konflik dengan masyarakat dalam aksi demonstrasi. Situasi tersebut terpaksa seorang aparat diharuskan untuk membatasi aktivitasnya dengan menggunakan seragam saat diluar jam dinasny, sehingga, penggambaran aparat kepolisian pada video ILM tidak dapat ditampilkan secara nyata. Sebagai alternatif, penulis melakukan sebuah produksi dengan penyesuain konsep dengan memanfaatkan talent luar

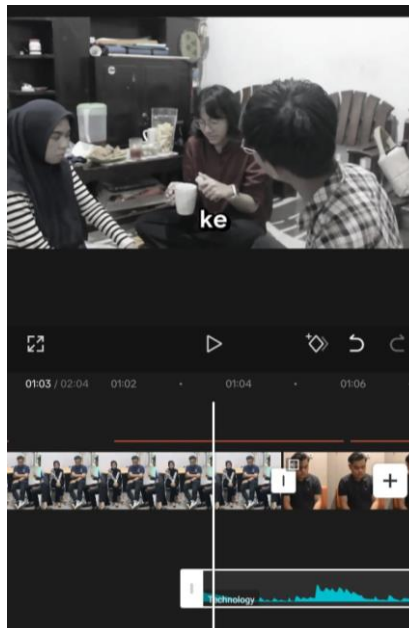
dalam bermain peran sebagai polisi dan memaksimalkan peran talent yang ada, dengan model penegasan ekspresi dan gaya yang sesuai, agar nantinya pesan tetap tersampaikan secara efektif tanpa menimbulkan adanya kontroversi.

Selain ketidakikutsertaan aparat dalam proses produksi, pemakaian lokasi pada tempat klien juga tidak ditampilkan pada saat produksi, hal tersebut dikarenakan lokasi tempat kantor pada klien penulis menjadi target sasaran dalam adanya aksi anarkis yang dilakukan pada demonstrasi, sehingga hal tersebut disinyalir dapat memberikan resiko yang berdampak bagi aparat dan juga pada tim produksi ini. Sebagai alternatif, tempat yang memiliki latar suasana cerita yang berada di sebuah kantor polisi, digantikan dengan suasana pada sebuah tempat umum, dengan ciri khas yang hampir mirip dengan sebuah bentuk bangunan pada kantor klien kami. Selain itu terdapat juga latar tempat pengganti dari kantor polisi tersebut berada di sebuah kampus, yang mana solusi tersebut penulis lakukan agar iconic pada sebuah salah satu ILM ini, dapat memberikan sebuah penyampaian pesan yang dapat terwakilkan melalui salah satu mahasiswa dari kampus sekolah vokasi undip.

4.3 Tahap Pasca Produksi

a) Editing

Tahapan editing pada pembuatan ILM ini merupakan tahapan pasca produksi yang dilakukan setelah tahap pada produksi selesai. Pada tahapan ini memiliki peran penting dalam finalisasi produk sebelum dipublikasikan. Langkah tersebut bertujuan agar nantinya pada saat di publikasi memiliki kualitas hasil video yang baik dan menarik untuk dilihat. Penulis sebagai editor video melakukan tahapan editing yang meliputi: elemen video, mulai dari transisi, efek suara, hingga penempatan teks pada credit, hingga tersusun secara runtut dan konsiten.



Gambar 4.4 *Review Edit*

Proses editing melibatkan sebuah aplikasi Capcut dan juga Canva. Masing-masing aplikasi memiliki fungsi yang berbeda, Capcut digunakan untuk menggabungkan beberapa scene, menambah subtitle, efek cahaya, efek suara, transisi, animasi serta melakukan editing pada penulisan credit tittle. Sementara itu, untuk aplikasi canva pada ILM berfungsi untuk melakukan editing pada himbauan berupa penulisan dan serta menambahkan animasi pada logo Humas Polri dan Undip. Gambar 4.4 memperlihatkan tampilan layer aplikasi Capcut yang digunakan dalam proses penggabungan scene serta penambahan elemen editing tersebut.

b) Posting

Tahapan posting pada ILM ini dilakukan setelah melalui proses finalisasi editing. Langkah tersebut bertujuan agar nantinya pada saat di publikasi memiliki efektifitas untuk ditonton pada target audiens. Publikasi ILM dilaksanakan dengan memanfaatkan fitur kolaborasi postingan di aplikasi Instagram bersama klien.



Gambar 4.5 Postingan Reels Instagram

Pada tahap ini, konten yang dipublikasikan berupa video reels dengan mengundang akun Instagram klien untuk berbagi postingan bersama di feeds masing-masing. Gambar 4.5 menunjukkan salah ILM dengan judul “*Menikmati Masa Remaja Dengan Perdamaian*” yang mana tema dalam ILM tersebut merupakan aksi kekerasan dalam Tawuran.

c) Evaluasi

Setelah ILM tahapan publikasi melalui Instagram selesai, hasil publikasi tersebut dapat dievaluasi. Evaluasi ini menunjukkan capaian yang cukup baik. Jumlah viewers video paling banyak mencapai lebih dari enam ribu, diikuti dengan adanya like dan komentar dari audiens.



Gambar 4.6 Komentar Reels Instagram Tawuran

Secara umum, komentar yang diberikan bersifat positif, bahkan beberapa diantaranya berisi masukan yang membangun untuk pengembangan konten di masa mendatang. Meskipun terdapat komentar bernuansa negative. Namun, hal tersebut tidak berkaitan langsung dengan isi ILM yang dipublikasikan. Dengan demikian, komentar pada

gambar 4.6 menjadi bukti bahwa publikasi ILM mampu memberikan pesan persuasif yang dapat diterima dengan baik oleh audiens



Gambar 4.7 Komentar Reels Instagram Polrestabes Semarang

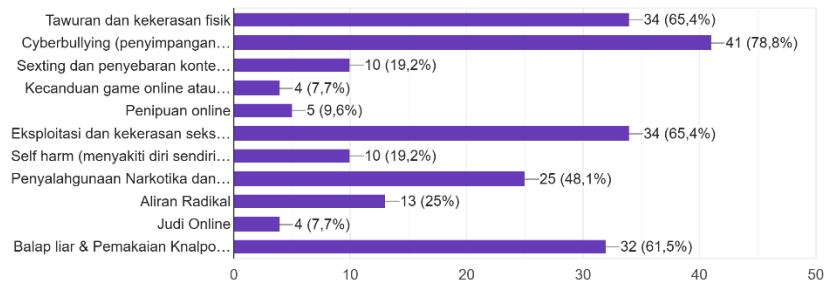
Dari sisi klien, tanggapan yang diberikan sangat apresiasif, terbukti dengan adanya tindakan repost atau unggahan ulang ILM pada feeds akun resmi Satuan Kerja Ditlantas Polrestabes Semarang sebagai bentuk dukungan sekaligus pemanfaatan konten dalam himbauan resmi. Dengan demikian, publikasi ILM ini tidak hanya berhasil menjangkau target audiens secara luas, tetapi juga memperoleh pengakuan dan kepercayaan dari pihak klien sebagai mitra strategis dalam penyebaran pesan.

4.4 Analisis Hasil

a. Pemahaman terkait kenakalan remaja

Pada sub-bab ini akan membahas tentang hasil dari keefektifan iklan layanan masyarakat itu sendiri kepada target audiens. Hasil ini diuji berdasarkan dengan bagaimana pemahaman audiens terkait dampak hukum, informasi baru yang diperoleh setelah menonton ILM, niat perubahan perilaku dan tindak lanjut nyata yang dilakukan oleh target audiens.

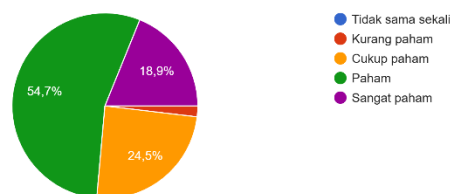
materi apa yang jarang diketahui mengenai kenakalan remaja (bisa pilih lebih dari satu)
52 jawaban



Gambar 4.8 Pra-Survey Pemahaman Kenakalan Remaja

Berdasarkan gambar 4.8, sebagian besar responden masih belum memahami kategori kenakalan remaja. Hal ini ditunjukkan dengan 78,8% responden belum mengetahui bahwa cyberbullying termasuk kenakalan remaja, 65,4% belum memahami tawuran dengan kekerasan fisik, dan 61,5% belum menyadari bahwa aksi balap liar disertai dengan knalpot brong juga merupakan bentuk kenakalan. Jumlah presentase yang cukup tinggi ini menggambarkan rendahnya remaja terkait pemahaman jenis-jenis kenakalan remaja.

Apakah Anda memahami bahwa kenakalan remaja seperti kekerasan fisik pada tawuran, aksi balap liar dan perundungan memiliki dampak hukum dan sosial?
53 jawaban



Gambar 4.9 Post-Test Pemahaman Audiens

Berdasarkan gambar 4.9 hasil kuesioner menunjukkan bahwa, mayoritas responden sudah memahami bahwa kenakalan remaja seperti tawuran, balap liar, dan tindakan perundungan memiliki dampak hukum maupun sosial. Sebanyak 54,7% responden menyatakan paham dan 18,9% sangat paham, sehingga pada

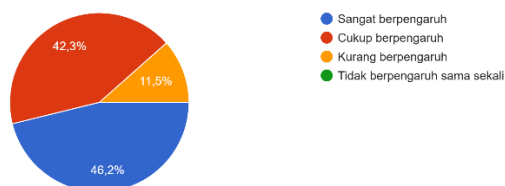
presentase tersebut separuh responden memiliki tingkat pemahaman yang baik. Sementara itu, 24,5% menyatakan cukup paham, dan hanya Sebagian kecil yaitu 1,9% menyatakan kurang paham, serta tidak ada responden yang menjawab “tidak sama sekali”.

Berdasarkan gambar 4.9, pra-survey menunjukkan mayoritas responden belum memahami kategori kenakalan remaja, yaitu 78,8% untuk cyberbullying, 65,4% tawuran, dan 61,5 % untuk balap liar dengan knalpot brong. Namun, hasil post-test pada gambar 4.9 memperlihatkan peningkatan keberhasilan yang signifikan, dimana 73,6% responden menyatakan sudah memahami dampak hukum maupun sosial dari kenakalan remaja dengan demikian, terjadi peningkatan pemahaman lebih dari 30%-40% setelah responden menonton ILM.

b. Efektivitas penggunaan media sosial

Pada sub-bab ini akan membahas tentang keefektifan dari penggunaan media sosial dalam pemberian informasi kepada target audiens. Hasil ini diuji berdasarkan dengan perolehan informasi setelah melihat Video ILM tersebut.

Seberapa besar pengaruh konten di media sosial terhadap opini atau keputusan anda?
52 jawaban

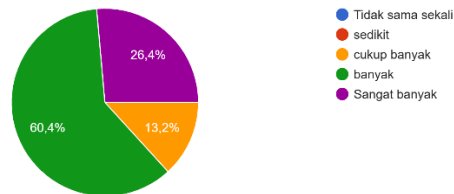


Gambar 4.10 Pra-Survey Pengaruh Media Sosial

Berdasarkan gambar 4.10 hasil kuisioner menunjukan bahwa, responden beropini bahwa 46,2% sangat berpengaruh, 42,3% cukup berpengaruh dan 11,5% kurang berpengaruh. Data tersebut

menunjukkan bahwa 88,5% audiens percaya bahwa media sosial dapat membawa sebuah perubahan.

Apakah video tersebut memberikan informasi baru yang sebelumnya belum Anda ketahui?
53 jawaban



Gambar 4.11 Post-Test Perolehan Informasi

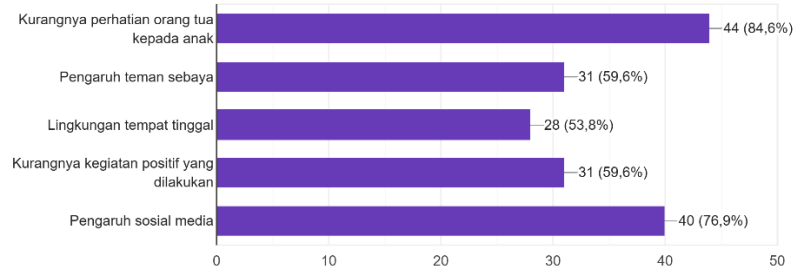
Berdasarkan *gambar 4.11*, hasil kuisisioner menunjukkan bahwa, sebanyak 60,4% responden mengakui bahwa video ILM tersebut memberikan informasi banyak yang sebelumnya belum diketahui oleh mereka, sedangkan 26,4% mengaku mendapatkan informasi sangat banyak yang diperoleh dari video ILM tersebut. Selain itu sebanyak 13,2% responden mendapatkan cukup banyak informasi dari video ILM tersebut.

Dari hasil kedua data tersebut dapat disimpulkan bahwa opini responden mengenai pengaruh media sosial terbukti benar adanya. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan sebesar 11,5%, dimana pada pra survey 88,5% responden beropini media sosial berpengaruh, dan pada hasil post-test seluruh responden 100% benar-benar merasakan informasi baru dari video ILM.

c. Perubahan Sikap Berdasarkan Faktor Penyebab

Pada sub-bab ini membahas perubahan sikap remaja terhadap kenakalan remaja yang dipengaruhi oleh berbagai faktor penyebab. Hasil ini diuji berdasarkan perubahan sikap yang ditunjukkan setelah menonton ILM tersebut.

faktor penyebab kenakalan remaja yang biasanya sering kalian temukan(bisa pilih lebih dari satu)
52 jawaban

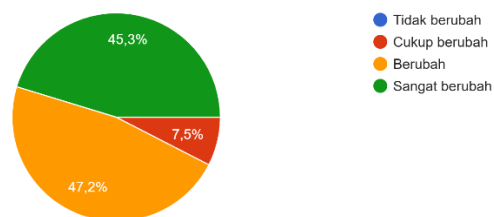


Gambar 4.12 Pra-Survey Faktor Penyebab Kebakalan Remaja

Berdasarkan gambar 4.12 menunjukkan bahwa, kenakalan remaja masih terjadi. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya alasan beberapa faktor penyebab kenakalan remaja bisa terjadi. Hal ini ditunjukkan melalui hasil presentase tiga tertinggi dengan sebanyak 84,6% ditemukan faktor penyebab kenakalan remaja terjadi akibat dari kurangnya perhatian orang tua terhadap anaknya, 76,9% pengaruh media sosial dan 59,6% pengaruh dari teman sebaya.

Setelah menonton ILM, apakah pandangan Anda terhadap perilaku kenakalan remaja menjadi lebih negatif?

53 jawaban



Gambar 4.13 Post-Test Perubahan Sikap Setelah Menonton ILM

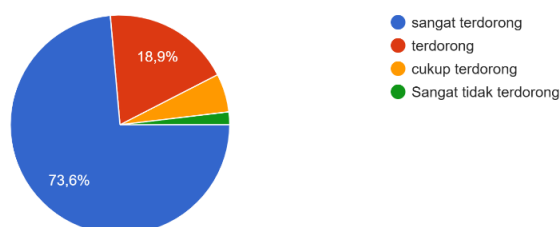
Berdasarkan gambar 4.13 responden mengaku bahwa setelah menonton video ILM tersebut 47,2% mengaku berubah, 45,3% mengaku sangat berubah dan 7,5% mengaku cukup berubah setelah menonton video ILM tersebut.

Berdasarkan hasil pra-survey ditemukan adanya kenakalan remaja dengan berbagai faktor penyebab, kemudian setelah dipublikasikannya ILM hasil post-test menunjukkan bahwa audiens mengalami perubahan pandangan setelah menonton video ILM. Hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 23,1%, dapat disimpulkan bahwa ILM efektif dalam memengaruhi perubahan sikap pada remaja.

d. Tindak aksi pemahaman sikap

Setelah melalui hasil pengujian diatas, menunjukkan bahwa respon audiens tidak hanya memahami kenakalan remaja, tetapi juga memperoleh banyak informasi melalui ILM serta mengalami perubahan sikap setelah menontonnya. Selain itu, ILM juga mendorong audiens untuk melakukan tindakan aksi nyata, sebagaimana dibuktikan melalui hasil kuisioner post-tes.

Apakah Anda merasa terdorong untuk mengajak teman Anda menjauhi perilaku menyimpang setelah menonton video tersebut?
53 jawaban



Gambar 4.14 Tindak Lanjut Nyata

Berdasarkan *gambar 4.14* menunjukan bahwa tindak lanjut nyata responden sebanyak 73,6% merasa sangat terdorong untuk menjauhi perilaku menyimpang setelah menonton video ILM, 18,9% merasa terdorong, 5,7% merasa cukup terdorong dan 1,9% merasa tidak terdorong.

Tabel 4. 1 Indikator KPI

No	KPI	Indikator	Target	Capaian
1	Pemahaman Kenakalan Remaja	Persentase peningkatan pemahaman remaja tentang kategori kenakalan (tawuran, cyberbullying, balap liar)	Minimal 30% peningkatan pemahaman	Peningkatan 30–40%
2	Efektivitas Media Sosial (Instagram)	Tingkat persepsi audiens tentang peran media sosial sebagai sarana edukasi	≥ 90% responden menyatakan media sosial efektif	100% responden merasakan informasi baru
3	Perubahan Sikap Remaja	Persentase remaja yang mengalami perubahan sikap positif setelah menonton ILM	≥ 60% berubah atau sangat berubah	92,5% responden berubah (47,2% berubah, 45,3% sangat berubah)
4	Tindak Lanjut Nyata	Persentase audiens yang terdorong melakukan aksi nyata (menghindari perilaku menyimpang)	≥ 70% merasa terdorong	73,6% sangat terdorong dan 18,9% terdorong
5	Engagement Konten di Instagram	Jumlah penonton, likes, komentar	> 5.000 penonton & mayoritas	Video > 6.000 viewers, komentar

		positif, dan repost oleh pihak terkait (Polrestabes)	respon positif	mayoritas positif, direpost akun Polrestabes
--	--	--	----------------	--

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa video ILM yang telah dipublikasikan melalui Instagram tidak hanya berhasil dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan terhadap audiens, tetapi juga mendorong perubahan sikap serta niat memiliki perilaku yang lebih positif di kalangan remaja.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) bertema kekerasan dalam tawuran, perundungan, dan balap liar disertai dengan knalpot brong terbukti meningkatkan kesadaran remaja SMA di Kota Semarang akan bahaya kenakalan remaja. Publikasi melalui Instagram dan hasil kuisisioner menunjukkan adanya kesadaran, niat, serta dorongan tindakan secara nyata pada sebagian remaja. Hal ini membuktikan bahwa Instagram efektif sebagai media persuasif untuk edukasi dan upaya menekan angka kenakalan remaja.

5.2 Saran

- a. Bagi Instansi Pemerintah (Polrestabes Semarang) Diharapkan dapat menerapkan pengembangan konten penyampaian pesan secara persuasif dalam bentuk ILM dengan serupa secara berkelanjutan dan konsistensi melalui media sosial, serta menjadikannya sebagai

bagian dari strategi komunikasi digital resmi.

- b. Bagi Kalangan Remaja dan Pelajar: Disarankan untuk lebih kritis dalam menyikapi ajakan atau tekanan kelompok yang mengarah pada kenakalan, serta memanfaatkan media sosial sebagai wadah penyebaran pesan positif.
- c. Bagi Akademik Selanjutnya: Sebaiknya dilakukan evaluasi lebih lanjut dengan metode kuantitatif, seperti uji efektivitas menggunakan pre-test dan post-test agar dapat mengukur secara spesifik dampak perubahan sikap target audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, P., & Cindoswari, A. R. (2024, September 25). Efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Batam sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat (Vol. 6). *Scientia Journal*. https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/9163
- Ashsidiqy, A., & Sofyan, A. (2021, Agustus). Makna edukasi dalam iklan layanan masyarakat di media sosial. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7(2). Universitas Islam Bandung.
- Budiarto, B. L., Tandjaja, B. B., & S, D. K. (n.d.). Perancangan ILM untuk mencegah perilaku histrionik pada remaja perempuan usia 12–17 tahun. <https://www.neliti.com/publications/77418/perancangan-iklan-layanan-masyarakat-untuk-mencegah-perilaku-histrionic-bagi-rem>
- Eka, S. T. (2024). Produksi iklan layanan masyarakat untuk pencegahan perilaku agresif verbal pada remaja terdampak game online di Instagram. <https://fliphtml5.com/bookcase/yhfgn/>
- Hana, P. F. E. (2022). Perancangan iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan empati remaja guna mencegah perundungan. [https://repository.unika.ac.id/28292/1/17.L1.0037-Felicia%20Epifani%20Hana%20Prasetyadi%20COVER a.pdf](https://repository.unika.ac.id/28292/1/17.L1.0037-Felicia%20Epifani%20Hana%20Prasetyadi%20COVER%20a.pdf)

- Inderasari, E., Hapsari, D. A., Rosita, F. Y., & Ulya, C. (2021). Analisis penggunaan gaya bahasa iklan layanan masyarakat bijak bersosial media di radio Kota Surakarta. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 7(2), 508–528.
- Kasus kekerasan seksual digital meningkat, begini modusnya [@beritajateng_tv]. (2024, Desember). *TikTok*.
https://www.tiktok.com/@beritajateng_tv/video/7447797609764343058
- Kustiawan, W., Harahap, D. K., Sinaga, W. A., Wahyudi, I. D., Hasibuan, S. F., & Simbolon, M. B. (2023). Strategi iklan layanan masyarakat dalam pemasaran sosial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 8583–8588.
- Maghfiroh, L. (2023). Pentingnya penggunaan media audio-visual dalam pembelajaran anak usia dini di era revolusi industri 4.0. *MAANA: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 2(1), 34–50.
- Muttaqin, R. J. E. (2024, Desember 3). Manajemen humas: Optimalisasi media digital dalam komunikasi publik di Dinas Pendidikan Kabupaten Gresik. *Mappesona*, 7(3). <https://doi.org/10.30863/mappesona.v7i3.5650>
- Nurchayanti, R. M., & Tirtoni, F. (2023). Media pembelajaran audiovisual untuk meningkatkan hasil belajar siswa sekolah dasar. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 9(1), 265–270.
- Nuswanto, A. H., Riana, R., & Aryaputra, M. I. (2025). Peningkatan pemahaman mengenai akibat kenakalan remaja bagi peserta didik SMA Negeri 16 Semarang. *TEMATIK*, 5(2), 93–106.
- Polrestabes Semarang. (2025, Juli). [Instagram post].
<https://www.instagram.com/reel/DLuXCljvZUU/?igsh=ejByY3FoajdjZDZ2>
- Polrestabes Semarang. (n.d.). [Instagram profile].
https://www.instagram.com/polrestabessemarang_official?igsh=MTJ1OHhkN2UyYzEwdA==
- Putu, N. L., & Wahyu, I. M. (2022, Agustus). Peran humas dalam kegiatan publikasi online pemerintah di Kabupaten Badung. *Moderat*, 8. <https://doi.org/10.25157/moderat.v8i3.2773>
- Rahma, F. A. (2024). Strategi public relations dalam mengoptimalkan pengaruh digital. *Misterius*, 1(2). <https://doi.org/10.62383/misterius.v1i2.120>

- Saputra, M. R., & Hidayat, F. (2025). Dinamika komunikasi persuasif dalam media massa: Teknik, strategi, dan pengaruh terhadap perilaku masyarakat. *Jurnal Al Nahyan*, 2(1), 62–73.
- Sawitri, V. R., & Asriyanto. (2024). Kenakalan remaja dan faktor-faktor yang mempengaruhi kenakalan remaja. *Sultan Idris Journal of Psychology and Education*, 3(2), 75–91.
- Seminggu berlalu, kasus tabrakan maut di Arteri Soekarno Hatta masih misterius: Korban harus dirawat intensif karena luka parah, penabrak pelaku balap liar [Instagram post]. (2025, April).
https://www.instagram.com/p/DIA1CoHvqR6/?img_index=1&igsh=NWpsMmd0dDhxY3A5
- Setiawan, F. (2024). Peran script writer dalam produksi iklan layanan masyarakat “Mal Pelayanan Publik Sragen.”
- Susilo, S. V. (2020). Penggunaan media pembelajaran berbasis audio visual untuk meningkatkan hasil belajar bahasa Indonesia di sekolah dasar. *Jurnal Cakrawala Pendas*, 6(2), 108–115.
- Tiana, M. (2024). Studi kasus iklan layanan masyarakat Bawaslu, ditinjau dari aspek komunikasi persuasif dalam kampanye tolak politik uang. *VisArt: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 2(1), 11–23.
- Wirasyafri, W., & Rinaldi, K. (2023). Pemberian sanksi terhadap pelaku balap liar (Studi kasus balap liar di Jalan Arifin Ahmad Kota Pekanbaru). *SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum*, 2(2), 101–106.
- Salza, A. (2024). Produksi video iklan layanan masyarakat pada Instagram Jateng Gayeng Online Radio untuk mengedukasi masyarakat tentang pungutan liar.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEKOLAH VOKASI

Jalan Gubernur Mochtar
Kampus Universitas Diponegoro
Tembalang, Semarang, Kode Pos 50275
Telepon/Faksimile (024) 7471379
Laman: www.vokasi.undip.ac.id
Pos-el: vokasi[at]undip.ac.id

No : 25/UN7.M2.1/PP/IV/2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data

Semarang, 17 April 2025

Yth. Kapolrestabes U.P Kasatreskrim

Polrestabes Semarang

Jl. DR. Sutomo No.19, Barusari, Kec. Semarang Sel., Kota Semarang, Jawa Tengah 50245

Sehubungan dengan kegiatan penyusunan Tugas Akhir bagi mahasiswa Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro tersebut dibawah ini :

NO	NAMA	NIM
1	Rizky Dwi Kurniawan	40020621650111
2	Nafisa Ayu Fakhrianti	40020621650126

Maka dengan ini kami mengajukan permohonan ijin bagi mahasiswa tersebut untuk melakukan pengambilan data di Instansi Saudara yang akan dilaksanakan pada tanggal 00 0000.

Bentuk Kegiatan : Wawancara langsung terkait pengambilan data kenakalan remaja yang ada di Kota Semarang guna untuk pendukung program Tugas Akhir Mahasiswa

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan I



Dr. Ida Hayu Dyanawanti, M.M.
NIP. 196708191994032003

Tembusan : Yth.

1. Dekan Sekolah Vokasi Undip
2. Kaprodi S.Tr. Informasi dan Humas

Lampiran 2 Sertifikat TOEFL Bahasa Inggris



MINISTRY OF HIGHER EDUCATION, SCIENCE,
AND, TECHNOLOGY
UNIVERSITAS DIPONEGORO
FACULTY OF HUMANITIES
SERVICE ENGLISH UNIT (SEU)

Art Center B Building
Address: Jalan dr. Antonius Suroyo
Tembalang Semarang, Postal Code 50275
www.seu.apps.undip.ac.id
Email : seu[at]live.undip.ac.id | eseufbundip[at]gmail.com

E-CERTIFICATE
Certificate Number: 201/UN7.F6/SR/IX/2025

This is to certify that

Name : NAFISA AYU FAKHRIANTI
Registration Number : 250904100081
Test date : 09 September 2025

Semarang, 16 September 2025

Head,


Prof. Dr. Alamsyah, S.S., M.Hum
 NIP. 197211191998021002


Ayu Ida Savitri, S.S., M.Hum
 NIP. 19790822 200801 2 013

has taken the online English Proficiency Test administered by Service English Unit, Faculty of Humanities Diponegoro University with the total score of 66 or equivalent to *SEU's PREDICTION TEST* for the *TOEFL TEST* score of 555

*The e-certificate of the EPT is valid for two years from the test date

TABLE OF EQUIVALENCE	
EPT	SEU's TOEFL Prediction
85 - 90	653 - 677
75 - 84	601 - 648
66 - 74	555 - 596
56 - 65	503 - 549
46 - 55	451 - 497
37 - 45	401 - 446
20 - 36	316 - 399


 Scan the QR Code or visit
<https://seu.apps.undip.ac.id/news/category/18> to verify and validate the e-certificate.

Lampiran 3 Sertifikat HKI

 REPUBLIK INDONESIA KEMENTERIAN HUKUM	
SURAT PENCATATAN CIPTAAN	
Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:	
Nomor dan tanggal permohonan	: EC002025138023, 23 September 2025
Pencipta	
Nama	: Nafisa Ayu Fakhrianti
Alamat	: Jalan Jatingaleh 1/216 B RT 05 RW 01, Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50261
Kewarganegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Nafisa Ayu Fakhrianti
Alamat	: Jalan Jatingaleh 1/216 B RT 05 RW 01, Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50261
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Karya Siaran Video
Judul Ciptaan	: kenali bahaya balap liar dan knalpot brong yuk!
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 23 September 2025, di Kota Semarang
Jangka waktu perlindungan	: Berlaku selama 20 (dua puluh) tahun sejak karya siarannya pertama kali disiarkan.
Nomor Pencatatan	: 000978284
adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon. Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.	
	a.n. MENTERI HUKUM DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL u.b Direktur Hak Cipta dan Desain Industri  Agung Damarsasongko,SH.,MH. NIP. 196912261994031001
	Disclaimer: 1. Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan. 2. Surat Pencatatan ini telah disegel secara elektronik menggunakan segel elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara. 3. Surat Pencatatan ini dapat dibuktikan keasliannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.

Lampiran 4 Turnitin Laporan

PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UNTUK MENGUBAH PERILAKU KENAKALAN REMAJA TINGKATAN SMA KOTA SEMARANG PADA PLATFORM INSTAGRAM

ORIGINALITY REPORT

15%	14%	5%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	2%
2	eprints2.undip.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Badan PPSPDM Kesehatan Kementerian Kesehatan Student Paper	1%
4	repository.unika.ac.id Internet Source	1%
5	ejournal.lapad.id Internet Source	1%
6	ejournal.umm.ac.id Internet Source	1%
7	Roichatul Jannah El muttaqin. "Manajemen Humas : Optimalisasi Media Digital Dalam Komunikasi Publik Di Dinas Pendidikan	1%

Kabupaten Gresik", JURNAL MAPPESONA, 2024

Publication

8	studentjournal.petra.ac.id Internet Source	1 %
9	journal.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
10	ojs.unigal.ac.id Internet Source	<1 %
11	docplayer.info Internet Source	<1 %
12	journal.asdkvi.or.id Internet Source	<1 %
13	Submitted to UPN Veteran Jawa Timur Student Paper	<1 %
14	Submitted to Universitas Bangka Belitung Student Paper	<1 %
15	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
16	core.ac.uk Internet Source	<1 %
17	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %
18	kc.umn.ac.id Internet Source	

		<1 %
19	Submitted to Institut Teknologi Sumatera Student Paper	<1 %
20	www.scribd.com Internet Source	<1 %
21	Tri mulyani, A. Heru Nuswanto, Rati Riana, Muhammad Iftar Aryaputra. "Peningkatan Pemahaman Mengenai Akibat Kinakalan Remaja Bagi Peserta Didik SMA Negeri 16 Semarang", TEMATIK, 2025 Publication	<1 %
22	journal.uinsi.ac.id Internet Source	<1 %
23	Submitted to Universitas Pertamina Student Paper	<1 %
24	Submitted to Politeknik STMI Jakarta Student Paper	<1 %
25	eprints.upnjatim.ac.id Internet Source	<1 %
26	www.neliti.com Internet Source	<1 %
27	repo.htp.ac.id Internet Source	<1 %
	digilib.isi.ac.id	

28	Internet Source	<1 %
29	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
30	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
31	vdocuments.site Internet Source	<1 %
32	ciputradevelopment.com Internet Source	<1 %
33	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
34	e-jurnal.lppmunsera.org Internet Source	<1 %
35	eprints.umg.ac.id Internet Source	<1 %
36	repository.unj.ac.id Internet Source	<1 %
37	library.binus.ac.id Internet Source	<1 %
38	topcareer.id Internet Source	<1 %
39	artikelpendidikan.id Internet Source	<1 %

40	humas.acehprov.go.id Internet Source	<1 %
41	ml.scribd.com Internet Source	<1 %
42	repository.bakrie.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.dinamika.ac.id Internet Source	<1 %
44	repository.univawalbros.ac.id Internet Source	<1 %
45	wartaonomi.com Internet Source	<1 %
46	www.bakrie.ac.id Internet Source	<1 %
47	17merdeka.com Internet Source	<1 %
48	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
49	biz.kompas.com Internet Source	<1 %
50	edvankurniawan.blogspot.com Internet Source	<1 %
51	ejournal.45mataram.ac.id Internet Source	<1 %

52	eprints.universitaspurabangsa.ac.id Internet Source	<1 %
53	gaptek-gtt.blogspot.com Internet Source	<1 %
54	geotimes.co.id Internet Source	<1 %
55	id.unionpedia.org Internet Source	<1 %
56	media.neliti.com Internet Source	<1 %
57	podme.id Internet Source	<1 %
58	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
59	repository.bsi.ac.id Internet Source	<1 %
60	repository.iainpare.ac.id Internet Source	<1 %
61	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
62	Novan Pinar Arwanda, Pandu Kresnapati, Fajar Ariwidyatmoko. "Pengaruh Penggunaan Media Audio Visual Terhadap Hasil Belajar Dribble Bola Basket Kelas XI SMA Negeri 15	<1 %

Semarang Tahun Ajaran 2020", Journal of
Physical Activity and Sports (JPAS), 2021

Publication

63

repository.usd.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On