

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Pertama, kajian riset sebelumnya yang relevan dengan project Tugas Akhir ini adalah Rezki Suci Qomaria, Fatimatuz Zahro, Ulin Na'mah, dkk (2022) dengan judul penelitian **“Edukasi Stop KDRT Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram”** yang mana dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram berhasil menjadi sebuah media edukasi. Pada era sekarang, media Instagram tidak hanya digunakan sebagai media berbagi foto pribadi saja, melainkan digunakan sebagai sarana melihat informasi yang tersedia. Proyek edukasi ini menghasilkan poster yang memuat materi mengenai pengertian KDRT, bentuk KDRT, cara yang ditempuh jika mengalami atau mengetahui tindakan KDRT, upaya mencegah dan mengatasi KDRT, dan dampak buruk yang terjadi pada korban KDRT. Riset terdahulu ini berkaitan dengan project Tugas Akhir peneliti karena penelitian ini sama-sama bertujuan untuk mengedukasi masyarakat melalui media sosial Instagram sebagai salah satu media yang memuat banyak informasi yang dapat membantu masyarakat dalam menambah wawasan.

Kedua, kajian riset sebelumnya yang relevan dengan project Tugas Akhir ini adalah Henny Dwo Laras Ati, Ferdi Prayoga, Fx Oby Edi Prayoga, dkk. (2024) dengan judul penelitian **“Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Mengedukasi Remaja Tentang Bahaya Perkawinan Usia Dini”** yang mana dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kehadiran media sosial sebagai media baru menjadikan variasi informasi yang didapatkan semakin beragam. Oleh karena itu, media tentu saja menjadi pembentuk kesadaran masyarakat salah satunya terkait isu pernikahan usia dini. Kemudahan mendapatkan informasi membuat kaum muda sebagai pengguna media sosial Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi salah satu alasan penelitian terdahulu ini menggunakan media sosial ini sebagai media edukasi mengenai bahaya

perkawinan usia dini. Proyek edukasi ini menghasilkan video pendek dan poster infografis yang memuat materi mengenai faktor penyebab terjadinya pernikahan usia dini, dampak negatif dari pernikahan usia dini, dan risiko yang ditimbulkan oleh pernikahan usia dini. Riset terdahulu ini berkaitan dengan project Tugas Akhir peneliti karena penelitian ini sama-sama menggunakan media sosial untuk sarana mengedukasi masyarakat mengenai isu pernikahan usia dini yang menjadi salah satu penyebab kekerasan terhadap perempuan.

Ketiga, kajian riset yang relevan dengan project Tugas Akhir ini adalah Dwi Ayu Ramadani, Suartini (2022) dengan judul penelitian **“Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT)”** yang di mana dalam penelitian tersebut memiliki Kesimpulan bahwa melalui kegiatan tersebut terjadi peningkatan kesadaran masyarakat mengenai tindakan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) di kalangan jamaah Majelis Taklim Al Barokah di Kelurahan Cipondoh, Kota Tangerang. Kesadaran masyarakat mengenai isu kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) terbentuk melalui kegiatan wawancara, diskusi, serta berbagai pertanyaan yang muncul selama proses penyuluhan. Faktor-faktor yang dinilai mampu mencegah terjadinya KDRT antara lain adalah terciptanya keharmonisan dalam keluarga dan komunikasi yang efektif antar anggota rumah tangga. Selain itu, pemahaman terhadap isi Undang-Undang No. 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga juga berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya perempuan di Kelurahan Petir, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang, Banten, mengenai tindakan preventif yang dapat dilakukan untuk menghindari KDRT. Untuk memperluas wawasan masyarakat terkait KDRT dan langkah penanganannya, kegiatan berbasis partisipasi publik perlu terus dilakukan. Dalam penelitian ini, metode penyuluhan dipilih sebagai sarana penyampaian informasi hukum, yang diberikan secara langsung kepada perempuan di Kelurahan Petir oleh penyuluh hukum. Penyuluhan ini

dilaksanakan secara tatap muka dan difasilitasi oleh mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Al Azhar. Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam tugas akhir ini memiliki tujuan serupa, yaitu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai KDRT, bentuk-bentuknya, serta cara menangani kasus tersebut apabila terjadi di lingkungan sekitar mereka.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Public Relations*

Menurut Frank Jefkin (dalam Salafudin, 2023) *public relations* (PR) merupakan rangkuman dari keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam atau ke luar, antara suatu lembaga dengan publiknya untuk mencapai tujuan tertentu yang berdasarkan pada saling memahami. Perusahaan, pemerintah, ataupun organisasi akan membutuhkan komunikasi aktif dengan publiknya untuk menunjang keberlangsungan kegiatannya. Maka dari itu, dapat disimpulkan definisi dari Public Relations adalah fungsi manajemen guna membantu mencapai tujuan suatu perusahaan, pemerintah, atau organisasi.

Berdasarkan buku *Public Relations Society of America* (PRSA) yang berjudul *Careers in Public Relations* (dalam Salafudin, 2023) menjabarkan secara rinci mengenai fungsi PR dalam suatu perusahaan, pemerintah, atau organisasi. Fungsi-fungsi tersebut yaitu:

1. *Programming*

Seorang praktisi PR perlu untuk menganalisis suatu permasalahan yang terjadi pada perusahaan, pemerintah, atau organisasi untuk menciptakan peluang dan goals.

2. *Relationship*

Seorang praktisi PR perlu memiliki keterampilan dalam mengumpulkan informasi dari dalam maupun luar perusahaan,

pemerintah, maupun organisasi, sehingga dapat menjalin hubungan yang baik dengan *stakeholder* internal maupun eksternal.

3. *Writing & Editing*

Dengan kegiatan merangkul publik yang amat besar, seorang praktisi PR perlu untuk memiliki kemampuan menulis dan menyunting beragam media seperti press release, laporan tahunan dan sebagainya.

4. *Information*

Seorang praktisi PR perlu membuat strategi dalam membangun sistem informasi yang baik guna menyebarkan informasi secara efektif kepada publik menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti media elektronik, surat kabar, dan sebagainya.

5. *Production*

Sejalan dengan kegiatan memproduksi media komunikasi, seorang praktisi PR perlu memiliki pengetahuan dasar seperti tipografi, fotografi, dan hal-hal sebagainya yang berhubungan dengan produksi media komunikasi yang akan digunakan dalam kegiatan PR.

6. *Special Event*

Salah satu cara untuk membangun relasi yang baik dengan stakeholder internal maupun eksternal adalah dengan menyiapkan event seperti seminar, konferensi pers, family gathering, dan sebagainya guna memperoleh pengakuan dari public terhadap keberadaan perusahaan, pemerintah, maupun organisasi.

7. *Speaking*

Keterampilan dasar yang harus dimiliki seorang praktisi PR adalah *public speaking* atau bicara di depan individu ataupun kelompok.

8. *Research & Evaluation*

Seorang praktisi PR harus melakukan pengumpulan data atau fakta di lapangan secara teratur guna mengetahui perkembangan yang terjadi pada perusahaan, pemerintah, atau organisasi.

Menurut Anggraini & Setyanto (dalam Apriyani, et al., 2022), *Public Relations* memiliki peran untuk membangun image atau identitas

perusahaan dalam bidang komunikasi yang berlangsung di dalam internal perusahaan. Hubungan yang ditumbuhkan di dalam organisasi dapat memberikan pengaruh besar pada operasional organisasi karena komunikasi di dalam internal menjadi salah satu peran penting dalam keberlangsungan pengelolaan suatu organisasi (Agustini & Purnaningsih dalam Apriyani, et al., 2022).

2.2.2 Media *Public Relations*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media dapat diartikan sebagai sarana atau alat yang digunakan pada proses komunikasi. Sedangkan menurut Association of Education and Technology (AECT), media dapat didefinisikan sebagai perantara yang digunakan dalam proses penyaluran informasi. Maka dari itu, media dalam *public relations* dapat diartikan sebagai alat dan sarana untuk melakukan publikasi guna menunjang aktivitas *public relations*. Tidak dapat dipungkiri bahwa hadirnya media *public relations* menjadi media yang sangat penting untuk menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan *stakeholder* internal maupun eksternal. Media *public relations* sangat beragam, di antaranya adalah *company profile*, brosur, *merchandise*, media edukasi, dan yang lainnya. Salah satu manfaat penting dari media *public relations* adalah meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah dan melahirkan citra yang baik bagi pemerintah.

2.2.3 Instagram dan *Instagram Reels*

Instagram adalah aplikasi sosial media yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video. Unggahan dapat dibagikan secara public atau hanya dengan pengikut yang telah disetujui oleh pemilik akun. Sosial media Instagram dirilis pada Oktober 2010, dan hanya membutuhkan waktu 2 bulan untuk mencapai 1 juta pengguna dan 10 juta pengguna dalam kurun waktu 1 tahun. Popularitas dari Instagram yang tiap tahun semakin naik, meluncurkan fitur-fitur yang disediakan pun inovatif. Setiap tahunnya, Instagram menyediakan fitur yang unik, berikut beberapa fitur Instagram:

1. *Hashtag/* Tagar, disediakan untuk memudahkan pengguna menemukan foto berdasarkan pengelompokkan konten ataupun mempromosikan unggahan mereka.
2. *Explore/* Jelajahi, menampilkan unggahan video dan foto populer, foto dan video yang diambil pada lokasi terdekat, dan berdasarkan pencarian.
3. Filter Fotografi, dapat diterapkan pada unggahan foto dan video pengguna, di mana filter ini dapat untuk mencerahkan, menggelapkan, dll.
4. Video, fitur ini memberikan fasilitas pada pengguna untuk mengunggah video mulai dari 15, 30, 60, hingga 90 detik, bahkan hingga 1 jam.
5. *Instagram Reels*, menawarkan pengguna untuk mengunggah video pendek berdurasi 15-90 detik. Fitur ini memudahkan pengguna untuk menyunting secara langsung.
6. *Instagram Direct Message*, memberikan akses kepada pengguna untuk saling berinteraksi dengan mengirim pesan pribadi ke pengguna lain. Tidak hanya itu, melalui *Instagram Direct Message* pengguna dapat melakukan panggilan telepon maupun video.
7. *Instagram Story*, fitur ini menawarkan pengguna untuk mengambil serta mengunggah video dan foto di cerita Instagram dengan batas waktu kadaluwarsa selama 24 jam.

2.2.4 Media Edukasi

Menurut Daryanto (2013), media edukasi merupakan penunjang kegiatan belajar-mengajar yang merupakan elemen integral dalam sistem pembelajaran. Sedangkan menurut Waluyanto (2005), media edukasi merupakan sarana komunikasi visual yang menunjang penyampaian informasi agar tersampaikan secara efektif dan efisien.

Menurut Santoso dalam Supariasa (2013), media edukasi berperan dalam meningkatkan fungsi penglihatan dalam menyerap informasi. Hal ini sejalan dengan tujuan utama media edukasi, yakni menyampaikan

pesan secara luas dan memberikan informasi secara lebih jelas kepada sasaran penerima. Sementara itu, Notoatmodjo (2007) menyebutkan bahwa proses penyampaian informasi melalui media edukasi melibatkan dua indera utama, yaitu penglihatan dan pendengaran. Indera penglihatan mampu menyerap informasi sekitar 75% hingga 87%, sedangkan pendengaran hanya sekitar 13%. Notoatmodjo juga menekankan bahwa semakin banyak indera yang terlibat dalam proses belajar, maka semakin tinggi pula efektivitas penyerapan informasi.

Berbagai jenis media seperti media cetak, media elektronik, dan papan reklame (billboard) dapat digunakan sebagai sarana penyampaian informasi (Notoatmodjo, 2007). Salah satu bentuk media edukasi yang efektif adalah booklet. Informasi yang disampaikan melalui booklet umumnya bersifat singkat, jelas, dan langsung pada inti pesan tanpa bertele-tele. Selain itu, booklet tergolong praktis karena bentuknya yang kecil dan mudah dibawa ke mana saja, sehingga memudahkan pembaca untuk mengakses informasi di waktu luang (Eliana & Sholikhah, 2012).

2.2.5 Komunikasi Edukatif

Komunikasi edukatif adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mentransfer pengetahuan, membentuk kesadaran, serta mendorong perubahan sikap dan perilaku melalui proses pembelajaran. (Farid dalam Yozani, 2022). Dalam Tugas Akhir ini, komunikasi tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun pemahaman yang mendalam dan partisipasi aktif dari penerima pesan.

Dalam Tugas Akhir ini, komunikasi edukatif sangat relevan karena menjadi pendekatan utama dalam menyampaikan pesan-pesan pencegahan kekerasan terhadap perempuan. Konten video Instagram Reels yang diproduksi tidak hanya memberikan informasi secara satu arah, tetapi dirancang untuk membentuk kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya perempuan, tentang pentingnya mengenali tanda-tanda kekerasan dalam pacarana dan bagaimana cara menghindarinya.

2.2.6 Komunikasi Persuasif

Dalam konteks Teori Komunikasi Persuasif Hovland, terdapat tiga komponen utama dalam proses persuasif yaitu source, message, dan attitude change (Perloff & Richard M. dalam Arafah, et al., 2024) Sumber komunikasi menjadi langkah awal dalam pencarian informasi bagi siapapun khususnya individu dengan gangguan kesehatan mental. Informan dalam penelitian memaparkan bahwa kredibilitas menjadi fokus utama dalam pencarian informasi, karena datanya diperoleh dari hasil riset dan penelitian sehingga data tersebut dapat dipertanggungjawabkan.

Berhubungan dengan preferensi dalam pemilihan berbagai jenis pesan ini, informan cenderung akan memilih pesan yang menarik dan berkualitas dari segi atau aspek mana saja, sebagai contoh dapat dilihat dari segi visual. Ketika aspek visual itu tidak eye-catching, walaupun pesannya tegas, lugas, dan jelas hal tersebut setidaknya akan mempengaruhi informan dalam pemilihan informasi yang akan diterimanya. Pernyataan tersebut didukung juga oleh pemaparan pada Teori Komunikasi Persuasif Hovland yang mana menunjukkan bahwa format, jenis, atau bentuk pesan juga dapat mempengaruhi efektivitas pesan.

Hasil akhir yang diharapkan dari penyampaian informasi adalah perubahan sikap. Berdasarkan hasil observasi terkait peran media dalam mengubah sikap positif secara signifikan dinilai masih rendah. Namun, dibalik semua itu ada beberapa informasi di media sosial tentunya yang relevan mampu melahirkan perubahan sikap positif walaupun tidak terlalu signifikan. Hal tersebut sesuai dengan prinsip Hovland bahwa pesan yang resonan dengan keadaan emosional dan pengalaman dapat menghasilkan perubahan sikap yang positif walaupun perubahannya tidak terlalu signifikan (Ligariaty & Irwansyah, 2021). Informasi atau pesan yang memberikan dukungan emosional atau perspektif baru dapat mengubah cara audiens memandang situasi mereka.

2.2.7 Videografi

Pengertian video menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi atau dengan kata lain video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Video merupakan gambar-gambar dalam frame, di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup (Arsyad dalam Hildayani & Nurfadhilah, 2020). Video sendiri termasuk dalam media audio-visual yaitu media yang mengandalkan indra pendengaran dan indra pengelihatan. Dalam pembuatan video juga harus diperhatikan beberapa aspek penting agar memiliki nilai atau value yang lebih baik, aspek penting tersebut sebagai berikut.

1. *Shot Size*

Teknik ini memperhatikan pada sinematografi yang memiliki dampak besar untuk hasil video agar terlihat lebih profesional. Variasi dalam *shot size* akan menghasilkan video yang lebih menarik. Ada beberapa jenis pengambilan gambar pada teknik ini, yaitu sebagai berikut (Heiderich dalam V.A.R.Barao et al., 2022).

a. *Extreme Long Shot*

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan sudut dan skala yang besar atau sangat lebar, teknik ini lebih menekankan pada pemandangan atau panorama yang luas

b. *Long Shot/Wide*

Merupakan teknik pengambilan gambar dari ujung kaki hingga kepala. Teknik ini menekankan pada karakter dari manusia yang dijadikan object pengambilan gambar.

c. *Medium Long Shot*

Merupakan teknik pengambilan gambar dari kepala hingga lutut karakter. Teknik ini menekankan pada gerak, keadaan emosional, dan interaksi karakter dengan lingkungan atau karakter lainnya.

d. *Medium Shot*

Merupakan teknik pengambilan dengan jarak menengah, yaitu sekitar pinggang sampai kepala. Teknik ini menekankan pada bahasa tubuh dan ekspresi.

e. *Close Up*

Teknik pengambilan gambar dengan jarak dekat (hanya beberapa bagian yang terlihat dari satu objek) untuk memperjelas bagian yang diambil.

f. *Extreme Close Up*

Merupakan teknik pengambilan gambar yang terlihat dengan sangat detail seperti hidung, bibir, atau ujung tumit dari sepatu.

g. *Dutch Angle*

Teknik pengambilan gambar secara diagonal. Hasilnya akan menghasilkan tidak stabilan pada frame.

h. *Bird's Eye Shot*

Teknik pengambilan gambar dengan posisi tepat di atas objek. Contoh dengan teknik pengambilan ini seperti memotret sekumpulan gedung yang diambil gambarnya dari atas.

2. *Camera Angle* (Sudut kamera)

a. *Eye Level Angle*

Posisi sudut kamera yang sejajar dengan obyek yang dipotret. Sudut ini diambil dari penglihatan fotografer secara jujur.

b. *Low Angle*

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan memposisikan kamera lebih rendah daripada obyek atau dari sudut bawah ke atas. Teknik ini akan menghasilkan kesan yang elegan, tangguh, kuat, dominan, dan mewah.

c. *High Angle*

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan sudut yang diambil lebih tinggi dibandingkan obyek. Teknik ini akan menonjolkan komposisi.

d. *Point of View (POV)*

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan sudut pandang obyek atau karakter.

3. *Camera Moves (Pergerakan Kamera)*

a. *Pan/Panning*

Merupakan pergerakan kamera menoleh ke kiri (*pan left*) dan ke kanan (*pan right*). Obyek yang diambil biasanya adalah obyek bergerak seperti kendaraan yang berlalu lintas.

b. *Tilt/Tilting*

Merupakan pergerakan kamera secara vertikal, dari bawah ke atas (*tilt up*) dari atas ke bawah (*tilt down*). Obyek yang diambil biasanya gedung-gedung tinggi.

c. *Dolly (Track)*

Merupakan teknik pengambilan gambar mendekati atau menjauhi obyek menggunakan tripod atau *dolly*.

d. *Pedestal/Ped*

Merupakan pergerakan kamera naik dan turun seperti pergerakan lift.

e. *Zoom*

Merupakan gerakan dengan mendekati atau menjauhi obyek dengan memperbesar atau memperkecil lensa pada kamera. Mengubah panjang fokus mendekati obyek (*zoom in*) dan fokus kamera menjauhi obyek (*zoom out*).

f. *Dolly Counter Zoom*

Merupakan gerakan kamera yang menggabungkan gerakan *zoom* dan *dolly* lalu digunakan secara bersamaan.