

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka merupakan kegiatan menyusun atau mengkaji literatur yang sudah diterbitkan oleh instansi atau peneliti lain terkait topik yang akan diteliti. Tinjauan pustaka dilakukan untuk mendapatkan gambaran terkait konsep teori sekaligus membatasi bidang kajian penelitian. Tinjauan pustaka ditulis berdasarkan sumber-sumber yang ditelusuri oleh penulis, yaitu jurnal ilmiah, buku, laporan, laporan penelitian, dan artikel *online*. Tinjauan pustaka dapat membantu penulis memahami topik yang akan diteliti lebih jauh dan merancang kerangka penelitian serupa yang belum ada. Penulis merangkum beberapa tinjauan pustaka yang memiliki korelasi dan mendukung teori penulisan Tugas Akhir ini sebagai berikut.

2.1 Karya Terdahulu

Pertama, kajian yang relevan dengan Tugas Akhir ini yaitu bersumber pada karya ilmiah yang ditulis oleh Suci Lestari dengan judul **“Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Program Layanan Hukum Melalui Film Pendek”** (2023). Pada karya ilmiah tersebut menjelaskan bahwa efektivitas penayangan film pendek sebagai sarana alternatif komunikasi persuasif terwujudnya program pelayanan hukum di Kejaksaan Negeri Salatiga. Langkah yang digunakan dalam penyusunan karya ilmiah tersebut yaitu menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif didapatkan melalui observasi penulis di Kejaksaan Negeri Salatiga serta wawancara dengan Kepala Bagian Seksi Perdata dan Tata Usaha Negara mengenai program pelayanan hukum. Sedangkan metode kuantitatif didapatkan melalui angket kuesioner yang disebarakan melalui *Whatsapp* kepada 30 responden dengan rentan usia 18 - 60 tahun. Strategi yang digunakan penulis dalam karya ilmiah tersebut yaitu menggunakan *linier strategy* atau strategi garis lurus yang menjabarkan tahapan paling sederhana dan mudah dipahami, mulai dari tahap identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis data, perancangan, dan evaluasi/ pengujian. Hasil

karya ilmiah tersebut menunjukkan bahwa 63,3% dari 30 responden belum mengetahui pengertian dan jenis-jenis program pelayanan hukum, 73,35% dari 30 responden belum mengetahui adanya program pelayanan hukum secara gratis dan *online* di Kejaksaan Negeri Salatiga, serta 97% dari 30 responden belum pernah menggunakan program pelayanan hukum tersebut. Dari hasil tersebut didapatkan rancangan iklan layanan masyarakat dalam bentuk film pendek bertema *slice of life* dengan durasi 5 menit yang membahas tentang layanan hukum di sebuah kejaksaan negeri dan solusi permasalahan hukum melalui konsultasi gratis bagi masyarakat yang membutuhkan. Hasil film pendek tersebut akan dipublikasikan di Instagram, Facebook, dan ruang tunggu Kejaksaan Negeri Salatiga. Perancangan film pendek karya tulis ilmiah ini meliputi tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pemilihan penggunaan alternatif film pendek karena dianggap mampu menarik perhatian masyarakat, lebih mudah diterima dan diingat, serta memberikan perhatian dan pengertian pelayanan hukum Kejaksaan Negeri Salatiga. Karya ilmiah ini menjadi landasan penulisan Tugas Akhir penulis karena menjelaskan prosesi pembuatan video yang tersistematis dalam bentuk *audio visual* untuk meningkatkan pemahaman dan pengertian masyarakat terhadap suatu isu sosial. Selain itu, penggunaan Instagram sebagai salah satu media publikasi untuk menyebarkan informasi merupakan langkah yang tepat dikarenakan karakteristiknya yang interaktif dan cepat.

Kedua, jurnal ilmiah yang dipublikasikan oleh Bernadhed dan Ihwanudin dengan judul **“Video Iklan Layanan Masyarakat *Command Center* dan *Reserse Riminal* Di Polda DIY Dengan Judul “Peningkatan Pelayanan Masyarakat Melalui Optimalisasi *Command Center*” (2021).** Pada jurnal tersebut menjelaskan bahwa digitalisasi pelayanan publik yang dilakukan oleh Polda DIY kini telah berkembang dan berbasiskan IT melalui terciptanya layanan *Command Center* agar memaksimalkan pelayanan yang lebih efisien untuk publik sesuai dengan kiprah tugas pokok POLRI, yaitu memberikan pengayoman dan melayani masyarakat dengan sepenuh hati. Metode yang digunakan dalam penulisan jurnal tersebut yaitu metode analisis berupa

penyajian data kualitatif yang diolah menjadi model interaksi dalam bentuk perancangan audio visual. Jurnal ilmiah tersebut menghasilkan *output* iklan layanan masyarakat dalam bentuk video berdurasi 7 menit 5 detik yang dibuat dengan menyatukan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Dalam proses pembuatan *motion graphic* yang menimbulkan kesan futuristic dan canggih, *software* pendukung yang diaplikasikan yaitu *Adobe After Effect*, *Adobe Illustrator*, *Adobe Premier*, dan *Adobe Lightroom*. Karya ilmiah tersebut memuat informasi yang dapat dijadikan referensi penulis mengenai metode pelaksanaan dan analisis output produksi audio visual di bidang pemerintahan.

Ketiga, jurnal penelitian terdahulu karya Zakkyah Medina Tiara dan Marsudi dengan judul **“Video Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Alternatif Untuk Pencegahan Dampak *Stunting* di Mojokerto”** (2020). Hasil penelitian dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa tingginya angka *stunting* tahun 2019 di Mojokerto disebabkan oleh malasnya masyarakat membaca isi pesan yang dipublikasikan oleh Dinas Kesehatan Mojokerto dan rendahnya kesadaran orang tua akan tumbuh kembang anak sehingga dibutuhkan media pengembangan yang lebih *persuasive* berupa iklan layanan masyarakat dalam bentuk video *motion graphic*. Adapun pendekatan penelitian yang dipakai dalam jurnal ilmiah tersebut yaitu pendekatan *Research and Development* karena bertujuan untuk mengembangkan inovasi produk tertentu dan mengevaluasi keefektivan hasil produk tersebut. Teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan bahan riset dalam jurnal tersebut yaitu dengan meluncurkan wawancara mendalam bersama pihak Diskes Mojokerto, observasi langsung, studi dokumentasi, dan kuesioner. Metode analisis data yang menunjang penelitian tersebut yaitu metode 5W + I H agar sesuai untuk menjawab seluruh pertanyaan di kondisi lapangan yang sebenarnya. Hasil temuan dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwa produksi video memiliki nilai penting dan layak digunakan sebagai media utama penyebaran pesan-pesan mengenai isu sosial yang lebih luas, massif dan interaktif bagi masyarakat.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Public Relations Government

Menurut *International Public Relations Assosiation (IPRA)* menjabarkan *public relations* (Humas) sebagai fungsi pengelolaan dengan ciri tertentu yang berperan menjadi penghubung komunikasi sebuah institusi dengan stakeholder untuk memberikan pemahaman, pengakuan dan partisipasi, mengelola umpan balik, melayani kepentingan umum, mengembangkan tren sesuai dengan kebutuhan publiknya, serta membangun komunikasi yang harmonis dan berkelanjutan (Rumanti, 2002, dalam Lani & Handayani, 2021). Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa humas memiliki posisi yang krusial dalam sebuah organisasi/ instansi karena berperan penting dalam manajemen komunikasi internal dan eksternal.

Humas pemerintahan disebut dalam Peraturan Menteri (Permen) Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PAN RB) Nomor 30 Tahun 2011 Tentang Pedoman Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah, yakni Humas Pemerintah memiliki peran manajemen dalam perspektif komunikasi dan informasi yang berkarakteristik efisien, efektif, dan persuasif (Sugawara & Nikaido, 2014 dalam Caroline Dinda et al., 2021). Menurut Ardianto (2014) Humas dalam bidang pemerintahan memiliki peran penting untuk membangun komunikasi yang baik dengan instansi maupun dengan masyarakat mengenai layanan informasi publik (Dominica et al., 2022). Informasi publik yang disajikan oleh Humas harus dipaparkan dengan jelas sesuai dengan data terbaru yang relevan sehingga tercapai kepuasan dalam masyarakat dan memberikan citra positif bagi pemerintah. Namun, seiring dengan berkembangnya teknologi informasi mengharuskan Humas untuk lebih aktif dan kreatif dalam menyajikan informasi kepada masyarakat sehingga tidak menimbulkan berita *hoax*/ berita miring. Manajemen komunikasi dengan pihak eksternal (masyarakat) harus

dikelola dengan baik agar kepercayaan mereka tidak hilang dan menimbulkan penilaian yang buruk tentang sistem pemerintah (Lubis 2014). Humas dalam pemerintahan dapat didefinisikan sebagai kegiatan komunikasi dalam sebuah organisasi untuk menyebarluaskan program secara berkesinambungan untuk publiknya (Anggoro, 2008 dalam Effendi E et al., 2024). Sedangkan Edward L. Bernay memaparkan 3 peran dan fungsi Humas, yaitu bertanggung jawab mencari solusi yang muncul antara organisasi dengan publiknya, merumuskan program untuk mendorong perubahan sikap pada masyarakat, dan menyatukan sikap organisasi dengan sikap masyarakat, atau sebaliknya (Ruslan, dalam Lani & Handayani, 2021).

2.2.2 Pelayanan

a. Pelayanan Publik

Pelayanan publik menjadi tonggak dari kegiatan pemerintahan untuk merealisasikan tata kelola administrasi yang berkualitas serta berdaya guna bagi masyarakat. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik menyebutkan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Hayat (2017) mengartikan pelayanan publik sebagai fasilitas pokok yang dibangun pemerintah untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai ketentuannya (Marjoni Rachman, 2021). Adapun tujuan pelayanan publik yaitu mengadakan pelayanan untuk memuaskan harapan dan kebutuhan masyarakat (Sinambela dalam Silmi, et.al, 2019).

Bersumber dari Keputusan MENPAN No.63/KEP/MENPAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, terdapat 6 asas untuk

menyelenggarakan pelayanan publik, diantaranya berikut ini:

- 1) Transparansi, yaitu memiliki karakteristik terbuka, sederhana, dapat dijangkau masyarakat yang memerlukan, tersedia secara memadai, serta mudah dipahami.
- 2) Akuntabilitas, yaitu mampu dipertanggung jawabkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Kondisional, artinya pelayanan yang diberikan bergantung pada kondisi dan kapasitas antara pemberi dengan penerima pelayanan namun tetap berpedoman pada asas efisiensi dan efektivitas.
- 4) Partisipatif, artinya pelayanan publik mampu menumbuhkan kontribusi masyarakat namun tetap mengamati aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
- 5) Kesamaan hak, diartikan sebagai pemberi dan penerima pelayanan dilarang melakukan tindak diskriminasi.
- 6) Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing.

b. Pelayanan Administratif

Menurut Keputusan MENPA No.63/KEP/MENPAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik disebutkan bahwa pelayanan publik dikelompokkan menjadi 3, yakni pelayanan administratif, pelayanan barang, dan pelayanan jasa (Bazarah et al., 2021). Yang dimaksud pelayanan administratif adalah pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik, seperti status kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, kepemilikan atau penguasaan terhadap suatu barang, dan sebagainya. Dokumen-dokumen tersebut diantaranya yaitu Kartu Tanda Penduduk (KTP), Akta Kelahiran, Akta Kematian, Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), Surat Ijin Mengemudi (SIM), Surat Tanda Kendaraan Bermotor (STNK), Ijin Mendirikan Bangunan (IMB), paspor, sertifikat kepemilikan atau penguasaan tanah, dan

sebagainya.

Administrasi Kependudukan telah disebut dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan dalam Bab I Pasal (1), yang menerangkan pengertian administrasi kependudukan merupakan kegiatan penataan dan penertiban dalam penertiban dokumen dan Data Kependudukan melalui Pendaftaran Penduduk, Pencatatan Sipil, Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan serta pendayagunaan hasilnya untuk pelayanan publik dan pembangunan sektor lain. Seiring bertambahnya waktu, Undang-Undang tersebut mengalami perubahan yang menargetkan untuk memaksimalkan efektivitas pelayanan administrasi kependudukan kepada masyarakat, menjamin akurasi data kependudukan dan ketunggalan Nomor Induk Kependudukan (NIK) serta ketunggalan dokumen kependudukan. Menurut Waldo (Zauhar dalam Didik et al.,) mengartikan administrasi publik sebagai pelaksanaan sumber daya manusia dan materi dalam mencapai tujuan pemerintah serta sebagai analisis intelektual dari pelaksanaan urusan ketatanegaraan. Pelaksanaan pelayanan administrasi kependudukan oleh suatu instansi untuk mencapai nilai ideal dipengaruhi oleh 2 aspek penting yaitu aspek internal yang mencakup landasan hukum, kelembagaan, SDM, dan penerapan teknologi pelayanan serta aspek eksternal yaitu masyarakat yang tertib (Ismail & Ismail, 2022, dalam Pandita & Pertiwi, 2022).

2.2.3 Kartu Identitas Anak

Tjahjo Kumolo sebagai Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia menetapkan Permendagri Nomor 2 Tahun 2016 tentang Kartu Identitas Anak (KIA). Peraturan tersebut merupakan dasar lanjutan dari Peraturan Presiden Nomor 96 Tahun 2018 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pendaftaran Penduduk dan Pencatatan Sipil. Pada awal pelaksanaan program, pemerintah memutuskan untuk memberikan dana sebesar 80

milyar dari total APBN untuk dibagikan secara nasional di 50 Kabupaten/Kota yang memenuhi persyaratan pelayanan publik berdasarkan kemampuan sumber daya manusia maupun fasilitasnya.

Program Kartu Identitas Anak (KIA) dilatarbelakangi pada Undang-Undang Dasar Tahun 1945 Pasal 28D ayat (1) yang menyebutkan bahwa setiap orang berhak untuk mendapatkan pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian yang sama di mata hukum. Pasal tersebut memberikan pemahaman bahwa hukum akan diberikan seadil-adilnya kepada masing-masing warga Indonesia tanpa memandang agama, status, ras, bahkan umur. Namun, dalam sistem administrasi kependudukan untuk mendapatkan pengakuan atas status dirinya dibutuhkan dokumen kependudukan sebagai warga negara Indonesia yang terdaftar dalam Sistem Informasi Administrasi Kependudukan (SIAK), seperti akta kelahiran. Hal tersebut ditegaskan pada Undang-Undang Nomor 35 Pasal 27 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak yang menerangkan setiap anak berhak untuk mendapatkan identitas diri dan status kewarganegaraannya di mata hukum Republik Indonesia yang dituang dalam akta kelahiran. Akan tetapi, anak-anak yang tidak memiliki identitas administratif atau akta kelahiran mengakibatkan kurang terlindungi keberadaannya karena negara tidak mengakui secara hukum. Dari permasalahan tersebut, pemerintah memutuskan agar menerbitkan Permendagri Nomor 2 Tahun 2016 Pasal 5 tentang Kartu Identitas Anak yang menjelaskan bahwa pemerintah menjamin perlindungan anak dan hak-haknya agar dapat hidup, tumbuh, berkembang, dan berpartisipasi secara optimal sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, mendapatkan perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi.

Permendagri Nomor 2 Tahun 2016 Pasal 1 Ayat (7) mengartikan Kartu Identitas Anak (KIA) sebagai identitas resmi anak usia kurang dari 17 tahun, belum menikah, serta diterbitkan oleh Dinas Kependudukan dan

Pencatatan Sipil Kabupaten/ Kota. Kemudian, Permendagri Nomor 2 Tahun 2016 tentang Kartu Identitas Anak menjabarkan penerbitan program KIA memiliki tujuan sebagai upaya untuk meningkatkan pendataan, perlindungan dan pelayanan publik, serta memberikan perlindungan dan pemenuhan hak konstitusional warga negara. Implementasi pemanfaatan KIA di kehidupan sehari-hari bagi anak diantaranya sebagai persyaratan dalam prosedur pendaftaran sekolah, dokumen pelengkap untuk membuat rekening bank, dan identitas diri anak saat berpergian menggunakan transportasi umum (Sururama & Permana, 2021).

Persyaratan dan tata cara untuk menerbitkan Kartu Identitas Anak (KIA) dijelaskan dalam Permendagri Nomor 2 Tahun 2016 Pasal 3, yakni:

- 1) Penerbitan KIA bagi anak berusia kurang 5 tahun hanya perlu membawa dokumen kutipan akta kelahiran ke Disdukcapil terdekat.
- 2) Penerbitan KIA untuk anak yang usianya 5 tahun dan sudah memiliki akta kelahiran namun belum memiliki KIA, maka perlu membawa dokumen kependudukan berupa fotokopi kutipan akta kelahiran dan menunjukkan kutipan akta kelahiran aslinya, Kartu Keluarga asli orang tua/ wali, dan KTP-el asli kedua orang tuanya/ wali. Persyaratan tersebut dibawa ke Disdukcapil terdekat untuk diproses penerbitan KIA.
- 3) Penerbitan KIA bagi anak usia 5 – 17 tahun kurang dari satu hari diwajibkan membawa fotokopi kutipan akta kelahiran dan menunjukkan kutipan akta kelahiran aslinya, Kartu Keluarga asli orang tua/ wali, KTP-el orang tuanya/ wali, dan pas foto anak berusia ukuran 2x3 sebanyak 2 (dua) lembar.

2.2.4 Pengetahuan

Pengetahuan dalam bahasa Inggris disebut dengan *“knowledge”*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia menjelaskan bahwa pengetahuan merupakan semua hal yang diketahui

oleh manusia. Pengetahuan merupakan hasil metode mendalami suatu hal sehingga terdapat perubahan dari yang tidak tahu menjadi tahu, dari yang tidak dapat menjadi dapat (Ridwan et al., 2021). Pengetahuan dapat bersifat objektif tergantung pemahaman seseorang, pengalaman hidup, dan tingkat pendidikan formal maupun informal (Sayuti et al., 2022).

Notoatmodjo (2015) mendefinisikan pengetahuan sebagai hasil dari pengenalan suatu objek yang didapat dari panca indera manusia (Pariati et al., 2020). Pengetahuan dikelompokkan dalam beberapa tahap, yakni:

- 1) Tahu (*Know*) adalah tahap pengetahuan yang paling dasar sebab hanya bisa menyadari kembali informasi yang sudah ada sebelumnya setelah mencermati sesuatu.
- 2) Memahami (*Comprehension*) yaitu mampu memahami, mendeskripsikan, menelaah, menjelaskan ilustrasi, dan menarik kesimpulan.
- 3) Aplikasi (*Application*) adalah keterampilan individu menerapkan prinsip yang diketahui dari pemahaman sebelumnya dalam keadaan yang berbeda.
- 4) Analisis (*Analysis*) merupakan kecakapan individu memanfaatkan gagasan baru untuk diaplikasikan dalam kondisi yang nyata sehingga mampu memecahkan masalah.
- 5) Sintesis (*Synthesis*) yaitu mengumpulkan komponen yang ditemukan dan diterapkan dalam hubungan yang baru.
- 6) Evaluasi (*Evaluation*) merupakan penilaian berdasarkan sifat atau kepribadian terhadap suatu objek.

Mubarak (2015) menguraikan 7 komponen yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang (Pariati et al., 2020), diantaranya sebagai berikut:

1) Pendidikan

Dalam artian bahwa semakin tinggi pendidikan individu maka semakin luas, mudah, dan cepat untuk menerima informasi. Begitupun sebaliknya.

2) Pekerjaan

Hal ini berkaitan dengan pengalaman seseorang yang didapatkan baik langsung maupun tidak langsung.

3) Usia

Aspek ini berhubungan dengan psikis dan psikologis (mental) seseorang.

4) Minat

Berhubung dengan kemauan seseorang untuk mempelajari hal baru dan mendapatkan pengalaman baru.

5) Pengalaman seseorang.

6) Kebudayaan.

2.2.5 Video

Dalam kajian perfilman terdapat disiplin ilmu yang berguna untuk memproduksi sebuah film yaitu sinematografi. Secara etimologi, sinematografi berasal dari Bahasa Yunani yang tersusun dari 2 kata, yaitu “*kinema*” artinya gerakan, sedangkan “*graphoo*” berarti menulis. Sinematografi adalah menulis dengan gambar yang bergerak (Nugroho, 2014, dalam Gunawan et.al., 2023). Gambar bergerak tidak dapat diambil tanpa adanya konsep yang jelas karena dapat mengacaukan perspektif audience. Ada 3 faktor yang mempengaruhi sudut pandang kamera yaitu besar kecilnya subyek, sudut subyek, dan ketinggian kamera terhadap subyek (Fitriani, D., & Indrawan, Y, 2022).

Joseph V Mascelli (Semedhi, 2007, dalam Gunawan et al., 2023), menjelaskan terdapat konsep dasar 5C dalam kajian sinematografi yang dapat digunakan sebagai acuan memproduksi film/ video sehingga dapat dipahami dan dinikmati penonton, diantaranya sebagai berikut:

a. *Camera Angels* (Sudut Kamera)

Titik/ posisi terbaik kamera untuk membidik gambar atau merekam video yang diinginkan sehingga sesuai dengan narasi yang direncanakan. Untuk mendapatkan gambar/ video yang berkualitas

maka pembidik harus dapat memperhatikan ukuran, subjek, sudut kamera. Secara umum, sudut kamera terbagi menjadi 3, yaitu:

1) *Eye Level*

Sudut pandang kamera yang diambil dari ketinggian mata subjek yang ditargetkan sehingga mengilustrasikan kesetaraan. Sudut kamera ini sering digunakan saat subjek/ *talent* sedang berbicara.

2) *High Angle (Eagle Eyes)*

Sudut pandang level ini diambil dari posisi kamera berada di atas mata subjek sehingga menggambarkan kedudukan yang lebih tinggi.

3) *Low Angle*

Sudut pandang kamera yang diambil dari bawah mata subjek. Dengan kata lain, posisi kamera dimiringkan ke atas sehingga menjadikan aktor harus mengangkat sedikit kepalanya untuk menatap lawan mainnya sehingga menimbulkan kesan keagungan, dramatis, dan intens. Penggunaan sudut pandang *eye level* ini digunakan ketika sutradara ingin menempatkan penonton seperti serangga.

b. *Continuity* (Kesimbungan)

Continuity (kesinambungan) merupakan teknik menggabungkan banyak gambar dengan jelas dan runtut menjadi satu kesatuan untuk memperoleh suatu adegan yang halus. Menurut Fahrudin (2012) (dalam Gunawan, 2023) bentuk *continuity* terbagi menjadi 4, diantaranya adalah:

1) *One Scene Three Shot Continuity Direction*

Bentuk ini merupakan gabungan gambar mejadi satu *scene* yang meliputi tiga *shot continuity* dari gambar fokus objek pertama, diteruskan dengan lawan mainnya, dan berakhir dengan

two shot yang dramatis.

2) *Three Shot Continuity Action, Two Object One Moment*

Bentuk *continuity* kedua merupakan penggabungan gambar yang mengilustrasikan kegiatan 3 subjek dalam satu *scene* dengan background yang statis di suatu kesempatan.

3) *Three Shot Continuity Direction*

Kesinambungan tersebut diterapkan guna memperjelas dialog yang sedang berlangsung

4) *Three Shot Continuous Direction Scene*

Bentuk terakhir yang mengkolaborasikan ketiga *shot* menjadi satu *scene* yang menitikberatkan setiap objek saat sedang terlibat secara aktif kemudian mengakhiri *two shot* ketika dua objek saling bertemu.

c. *Cutting* (Editing)

Cutting merupakan teknik dengan mentransisikan potongan-potongan shot gambar menjadi rangkaian yang jelas dan terarah sehingga penonton tidak kebingungan karena menjumpai gambar yang terpotong atau *jumping*. Menurut Samedhi (2007) (dalam Gunawan et al., 2023) teknik *cutting* atau teknik filming terbagi menjadi 6, yaitu:

- 1) *Jump Cut*, yaitu teknik *cutting* yang dilakukan dengan memotong satu *scene* ke *scene* lain yang berbeda waktu.
- 2) *Cut In*, yaitu teknik dengan menyisipkan suatu *scene* ke dalam *scene* utama dengan tujuan menunjukkan detail.
- 3) *Cutaway*, ialah menambahkan *shot* reaksi dalam *shot* utama yang direkam dalam waktu yang sama.
- 4) *Cut On Derection* merupakan penghubung suatu *scene* yang menampilkan objek bergerak menuju suatu arah kemudian dilanjutkan dengan *scene* lain dan melakukan hal sama seperti

scene pertama.

- 5) *Cut On Movement*, merupakan teknik yang hampir sama dengan *cut in direction*. Namun, berbeda latar belakangnya.
- 6) *Cut Ryhme*, adalah perubahan *scene* karena ruang dan waktu dari kejadian yang serupa tetapi suasananya berbeda.

d. *Close Ups* (Jarak Kamera)

Merupakan metode pengambilan gambar yang mempertimbangkan jarak kamera dengan objek. Jenis-jenis *close up* dalam perfilman dapat dibedakan menjadi:

1) *Extreme Long Shot* (ELS)

Pengambilan gambar dilakukan menggunakan jangkauan yang jauh dalam tempat yang luas dan tinggi. Teknik ini biasanya dikerjakan untuk awal cerita karena untuk memperkenalkan objek dan aktor dalam jarak yang jauh.

2) *Long Shot* (LS)

Cara sinematografer menunjukkan tubuh objek dengan latar belakang yang luas untuk ditampilkan dalam pengantar film.

3) *Medium Shot* (MS)

Teknik yang memperlihatkan objek dari ujung kepala hingga pinggang.

4) *Medium Close Up* (MCU)

Gambar yang ditangkap dengan jarak atas kepala hingga dada objek karena ingin menampilkan ekspresi yang mendetail.

5) *Close Up* (CU)

Teknik yang mempresentasikan wajah, tangan, kaki, atau objek lainnya dengan tujuan untuk memperlihatkan mimik dan gestur yang mengandung makna dominasi dan artistik.

6) *Extreme Close Up* (ECU)

Menunjukkan bagian dari wajah yang lebih detail.

e. *Composisi* (Komposisi)

Komposisi adalah teknik pengarahan gambar dalam frame yang mempertimbangkan keseimbangan, keindahan, ruang, warna, dan memiliki daya tarik bagi penonton (Fachruddin, 2012, dalam Gunawan et al., 2023). Komposisi dilakukan agar penonton dapat fokus dengan objek yang ditampilkan sehingga penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan baik.

2.2.6 Video Edukasi

Menurut Fitriani (2011) edukasi merupakan suatu proses untuk menggali, menumbuhkan, dan mengembangkan pengetahuan atau ilmu bagi individu maupun suatu kelompok sehingga dapat mengubah pola pikir dari yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu (dalam Umar P et al., 2021). Edukasi berhubungan erat dengan media karena dapat memperjelas informasi, membantu pemahaman, dan dapat meminimalisirkan kesalahpahaman. Penggunaan media yang menarik dapat memberikan keyakinan untuk individu menentukan sikap, salah satunya yaitu video.

Video adalah bentuk media audio visual yang dapat menyampaikan informasi dengan tampilan lebih nyata, dapat diterima secara merata, dan dapat diulang atau dihentikan sesuai kebutuhan (Mawan dalam Alfriyani, et al., 2024). Sedangkan video edukasi merupakan bentuk media untuk menyampaikan informasi guna menumbuhkan pengetahuan dan mempengaruhi individu atau kelompok sosial dengan cara memberikan dorongan yang bersifat mendidik. Bentuk penyebaran informasi melalui video edukasi dapat dikendalikan, tidak mudah rusak, dan dapat mendorong kelompok sasaran melatih panca indera penglihatan serta pendengaran melalui tampilan visualisasi gerak gambar yang dinamis (Susilowati dalam Monica et a., 2024). Oleh karena itu, tingkat keberhasilan penerimaan informasi dari bentuk video edukasi dapat memberikan hasil yang lebih tinggi dibanding lainnya (Mawan dalam Putri et al., 2021).

Menurut Daryanto (dalam Sakti Hadi, 2022) menjelaskan manfaat menggunakan video edukasi, yaitu:

- 1) Lebih menarik perhatian dan menyenangkan.
- 2) Sifatnya yang efisien karena dapat mempercepat pemahaman secara komprehensif.
- 3) Dapat dijangkau oleh masyarakat luas, tidak mudah hilang
- 4) Tampilan visual mudah untuk diingat.

2.2.7 Media Sosial Instagram

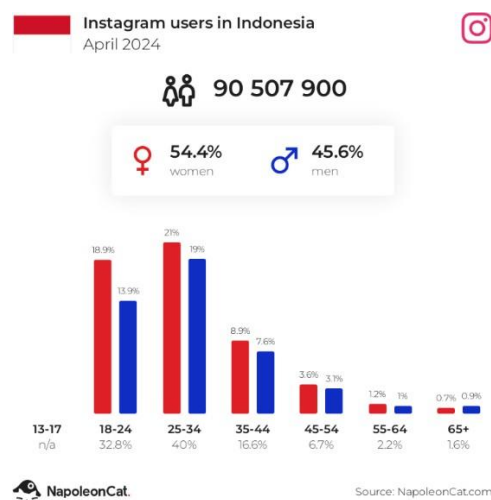
a. Pengertian Instagram

Instagram merupakan layanan jejaring sosial berbasis foto pertama yang dibentuk tahun 2010 oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom di San Fransisko, Amerika (Mulyadi et al., 2023). Pada tahun 2012 Instagram resmi diakuisisi oleh perusahaan Facebook.inc, yang sekarang berganti nama menjadi Meta Platforms. Instagram bersumber dari 2 kata, yakni “*instan*” yang berarti bisa memperlihatkan foto secara mudah seperti bentuk polaroid, dan kata “gram” berarti cara kerja media sosial. Dengan demikian, Instagram adalah media sosial yang dapat memberikan informasi dalam bentuk foto dan tersebar secara cepat tanpa ada batasan waktu dan jarak (Atmoko, 2012, dalam Sutrisno & Mayangsari, 2021).

Menurut Salamoon (2013) (dalam Shaleh & Furrie, 2020), Instagram awalnya diciptakan untuk memanfaatkan fitur camera dalam mengambil dan mengedit gambar atau video yang ada di *handphone* kemudian diunggah ke akun instagram. Namun, seiring berkembangnya teknologi informasi Instagram tidak hanya digunakan untuk hal tersebut, tetapi juga menambahkan fitur-fitur canggih dan beragam sehingga menjadi aplikasi populer yang diminati oleh jutaan penggunaanya. Instagram dijadikan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri di khalayak *online*, melakukan pertukaran informasi, dan menjalin hubungan pertemanan yang lebih luas dalam

bentuk foto, video, maupun tulisan (Chano & Paramita, 2019, dalam Indrawan et al., 2023). Instagram juga menggerakkan penggunanya untuk terus mengikuti perkembangan tren dunia secara cepat dan mengumpulkannya dalam satu algoritma sehingga menciptakan rasa kecanduan (Mulyadi et al., 2023).

Menurut laporan terbaru dari NapoleonCat.com, pengguna Instagram aktif di Indonesia pada bulan April tahun 2024 mencapai 90,5 juta atau setara dengan 32,1% dari seluruh populasi masyarakat Indonesia. Terlihat dari gambar di bahwa ini yang menunjukkan 54,4% penggunanya berjenis kelamin perempuan berusia 25-34 tahun.



Gambar 2.1 Data Pengguna Instagram di Bulan April 2024 (sumber: <https://napoleoncat.com>)

b. Fitur-fitur Instagram

Fitur-fitur Instagram terus dikembangkan agar posisi sebagai aplikasi sosial media yang paling populer dan memiliki pasar yang besar tidak tergeser oleh aplikasi pengembangan lainnya. Fitur Instagram diciptakan semenarik mungkin dan memuaskan agar penggunaannya aktif memanfaatkan dan terbujuk untuk tinggal di laman Instagram dalam waktu yang lama (Ali Hasan et al., 2015, dalam Susylowati et al., 2022). Fitur-fitur yang saat ini terdapat dalam

Instagram diantaranya sebagai berikut. (Mulyadi, et al., 2022; Antasari et al., 2022):

1) Profil dan Bio

Dalam profil, pengguna dapat melihat jumlah postingan, *followers*, *following*, bio, dan foto profil/ identitas dari akun Instagram yang dimiliki. Selain itu, pengguna juga dapat menuliskan kalimat yang diinginkan dalam bio untuk menggambarkan identitas Instagram.

2) Feeds

Fitur feeds merupakan fitur pertama Instagram yang membantu pengguna untuk mengunggah postingan foto atau video dengan tambahan *like*, *comment*, *hashtag*, dan *caption* yang berguna untuk menyebar luaskan jangkauan/ *insight* akun Instagram. Selain itu, pengguna Instagram juga dapat menambahkan *tag*/ penandaan akun Instagram lain dan memberikan detail lokasi di postingan tersebut. Namun demikian, fitur feeds tersebut memiliki kekurangan karena hanya dapat digunakan untuk mengunggah foto dalam ukuran 1:1 dan video yang berdurasi maksimal 60 detik dengan mode layar lebar.

3) *Instagram Stories* (Cerita Instagram)

Pengembangan fitur terbaru lainnya yaitu cerita Instagram/ *Instagram Stories*. Berbeda dengan postingan Instagram yang dapat dilihat kapan saja, cerita Instagram hanya dapat dilihat selama 24 jam. *Instagram Stories* menyediakan konten dalam bentuk foto, video, teks, maupun postingan ulang/ *repost* yang terhubung ke akun Instagram lain. Inovasi terbaru dari fitur *Instagram Stories* adalah kolase foto dan tersedianya berbagai macam efek. Selain itu, pengguna *Instagram Stories* dapat membatasi siapa saja yang dapat melihat konten yang diposting.

Hal ini dikarenakan fitur *Instagram Stories* memuat pembaruan sistem dalam bentuk “*close friend*”. Setiap akun yang melihat postingan konten *Instagram Stories* akan tercatat dan terhitung secara jelas. *Instagram Stories* juga menghadirkan tombol menyukai, mengirim balasan, dan mengirim reaksi/ emoji lain dari konten yang diposting oleh pengguna Instagram lain.

4) *Story Archive*

Fitur *story archive* merupakan fitur yang memperlihatkan kembali postingan yang sudah terunggah dan sudah terhapus dalam waktu 24 jam di bagian arsip. Fitur ini dapat dimunculkan kembali jika pengguna akun Instagram menginginkan untuk ditampilkan dalam akunnya.

5) *Reels*

Fitur *Reels* merupakan fitur yang membantu penggunanya mendesain postingan dalam bentuk video pendek dan menambahkan musik maupun audio lain. Batas durasi video pendek yang terunggah yaitu 90 detik untuk video yang dibuat langsung dari aplikasi Instagram. Namun demikian, *reels* dapat mengunggah video maksimal berdurasi 3 menit jika menggunakan fitur rol kamera sehingga penggunanya dapat memanfaatkan dengan baik untuk menunjukkan sesuatu yang menarik khalayak.

6) *Instagram TV (IG TV)*

Fitur yang disediakan oleh Instagram ini berfungsi untuk menonton video dalam durasi yang lebih lama seperti di Youtube tanpa adanya jeda iklan sehingga pengguna Instagram dapat menikmati tayangan tersebut.

7) *Search dan Explore*

Fitur *search* dan *explore* adalah salah satu item yang

disediakan Instagram untuk menunjang pengguna mencari, menelusuri, dan menemukan konten yang *up to date* dari berbagai negara.

8) *Direct Massage* (DM)

Fitur Instagram untuk mengirim pesan pribadi berupa teks, emoji, stiker, foto, suara, maupun video ke sesama pengguna Instagram. Selain itu, fitur DM juga bisa dimanfaatkan untuk melakukan panggilan foto atau video.

9) *Shopping* (Belanja)

Fitur yang disediakan Instagram untuk membantu pembeli dalam melakukan kegiatan belanja *online*. Biasanya dalam fitur ini ditampilkan harga, pencarian barang atau jasa yang diinginkan, kontak atau link toko, dan membagikan informasi mengenai produk atau jasa ke pengguna akun Instagram lain.

10) Komentari

Fitur komentar ini berguna untuk mengomentari postingan yang diunggah dari suatu akun pengguna Instagram. Pengguna Instagram juga dapat memakai tanda @ untuk menyebutkan nama akun pengguna Instagram lain sebagai upaya menyebarkan atau memberi informasi mengenai postingan yang diunggah. Fitur komentar terletak di bawah foto dan video yang diunggah.

11) *Caption*

Caption dalam Instagram biasanya terletak pada feeds yang berguna untuk menggambarkan perasaan atau kegiatan yang dilakukan dari video atau foto yang terunggah. Menurut Hasanah (2019) *caption* ialah rangkaian kalimat yang disusun oleh pengguna akun Instagram tersebut untuk menjelaskan postingan pada Instagram.

12) *Hastags*

Fitur *hastags* atau tanda pagar adalah fitur yang mempermudah penggunanya untuk mengkategorikan foto atau video yang diunggah. Selain itu, fitur ini juga membantu menemukan foto atau video yang sudah tercampur dengan postingan dari pengguna akun Instagram lain di seluruh dunia berdasarkan tempat dan waktu.

13) *Like*

Like yang disediakan oleh Instagram ini terdapat pada unggahan foto maupun unggahan *stories Instagram* dengan menekan simbol *love* atau mengetuk layar dua kali jika postingan yang dilihat relevan dan menarik oleh pengguna Instagram.

14) *Activity*

Fitur *activity* ialah fitur pengembangan Instagram yang menampilkan informasi mengenai durasi selama mengakses Instagram. Informasi yang ditampilkan berupa tabel dan rata-rata durasi penggunaan Instagram dalam kurun 1 minggu.