



**PRODUKSI MEDIA EDUKASI LITERASI LINGKUNGAN UNTUK
MENINGKATKAN PARTISIPASI RELAWAN PEDULY SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Kelly Sandhika Fierly

40020622650118

**PROGRAM STUDI ST.r INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

*Produksi Media Edukasi Literasi Lingkungan untuk Meningkatkan Partisipasi
Relawan Peduly Semarang*

Oleh :

Kelly Sandhika Fierly

40020622650118

Semarang, 20 Juli 2026

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing



Rachela Belinda Fathrani, M.I.Kom

NIP. 199608182024062002

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis menyatakan bahwa seluruh isi tugas akhir ini merupakan hasil pekerjaan dan pemikiran penulis sendiri yang disusun berdasarkan proses penelitian yang telah dilakukan. Karya ini tidak pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar akademik pada perguruan tinggi mana pun serta tidak memuat karya atau pendapat orang lain secara langsung tanpa mencantumkan sumber referensi yang sesuai.

Setiap informasi, teori, data, maupun kutipan yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini telah dicantumkan dengan benar sesuai kaidah penulisan ilmiah. Jika di kemudian hari terbukti terdapat pelanggaran akademik, termasuk tindakan penyalinan atau penggunaan karya pihak lain tanpa izin dan tanpa sumber yang jelas, maka penulis siap menerima konsekuensi dan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Nama : Kelly Sandhika Fierly
NIM : 40020622650118
Tanda Tangan : 
Tanggal : 20 Juli 2026

Tugas Akhir ini diajukan oleh : Kelly Sandhika Fierly
NIM : 40020622650118
Program Studi : Informasi dan Humas
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Produksi Media Edukasi Literasi
Lingkungan untuk Meningkatkan Partisipasi Relawan Peduly Semarang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing	: Rachela Belinda Fatharani, M.I.Kom NIP. 199608182024062002	()
Penguji 1	: Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199003172019032014	()
Penguji 2	: Yofiendi Indah Indainanto, M.I.Kom NIP. 199504212024061001	()

Semarang, 20 Juli 2026
Ketua Program Studi
D4 Informasi dan Humas


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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

*“ Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. “*

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN:

Tugas Akhir ini saya dedikasikan kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan kasih-Nya yang senantiasa menyertai hingga saya dapat menuntaskan pendidikan di Universitas Diponegoro.
2. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan dukungan penuh, kasih sayang tanpa batas, serta menjadi sumber semangat dalam setiap langkah kehidupan saya.
3. Seluruh *civitas academica* Universitas Diponegoro yang saya hormati, terutama kepada para dosen yang telah mendampingi dengan penuh dedikasi dan memberikan bimbingan luar biasa dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT. Sang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah melimpahkan berkah dan karunia-Nya, sehingga segala proses penyusunan tugas akhir ini dapat berjalan lancar dan tanpa hambatan dan rintangan yang berarti.
2. Kepada Mamah tercinta, terima kasih telah berjuang tanpa kenal lelah seorang diri. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun beliau mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan kepada penulis hingga penulis bisa merasakan pendidikan perkuliahan. Terima kasih atas doa yang tiada henti, semangat yang tiada putus, serta kepercayaan besar yang selalu Mamah titipkan. Setiap pengorbanan dan doa Mamah yang tiada putus adalah kekuatan terbesar bagi penulis dalam menjalani hidup dan menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Mamah sehat, panjang umur dan bahagia selalu. Selamanya, penulis menyayangi Mamah.
3. Untuk Kakek dan Nenek yang paling penulis rindukan di Rumah Allah, terima kasih atas segala bimbingan dan kasih sayang yang menemani masa kecil penulis. Kakek adalah sosok cinta pertama bagi penulis, yang dulu selalu menemani di hari pertama sekolah, setia mengantar jemput, serta menemani belanja ke pasar. Kini, anak kecil itu telah beranjak dewasa. Keberhasilan ini juga tidak luput dari hangatnya memori bersama Nenek, sosok yang dulu selalu penulis ikuti ke mana pun pergi, mengaji, hingga dengan riang ikut menjaga warung sayur milik Nenek. Terima kasih sudah mengukir masa kecil yang begitu indah. Semoga Kakek dan Nenek bangga menyaksikan keberhasilan ini dari surga-Nya Allah SWT ya, Kek, Nek. Doa

cucumu akan senantiasa mengalir untuk kalian.

4. Kepada Budeh, Tante, Om, terima kasih yang tak terhingga atas segala dukungan yang tiada henti, kepercayaan besar yang selalu diberikan, serta bantuan dalam berbagai bentuk yang telah memudahkan langkah penulis hingga bisa menyelesaikan studi ini.
5. Untuk keempat sepupu tercinta, terima kasih atas canda, tawa, dan tingkah jenaka yang selalu berhasil meringankan penat keseharian ini. Kehadiran kalian bukan hanya sekadar pelipur lara, melainkan juga warna terindah yang senantiasa menemani hari –hari penulis sebagai teman terbaik. Tetaplah tumbuh menjadi anak –anak ceria dan menyenangkan.
6. Untuk Mas, Tante, dan Kakak, terima kasih yang tak terhingga penulis haturkan atas segala wujud dukungan, perhatian, serta aluran tangan yang penuh diberikan selama ini. Kehadiran dan bantuan dari Mas, Tante, dan Kakak telah menjadi kekuatan tersendiri yang memudahkan langkah penulis dalam menyelesaikan studi ini.
7. Bapak Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, atas dukungan dan arahannya selama masa studi.
8. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, atas bimbingan dan arahannya selama proses penyusunan tugas akhir ini.
9. Mbak Yayuk Endang Irawati, S.S., M.A, selaku Dosen Wali. Terima kasih atas bimbingan dan arahannya selama masa perkuliahan ini.
10. Mbak Rachela Belinda Fatharani, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing dengan kebaikan luar biasa. Ungkapan rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga penulis persembahkan atas segala ketulusan, kesabaran, serta waktu berharga yang selalu Mbak Belinda luangkan di tengah padatnya kesibukan untuk membimbing penulis. Terima kasih atas setiap arahan, ilmu, bimbingan, serta saran –saran membangun untuk tugas akhir ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan hidup, dan kebahagiaan yang tak terputus bagi Mbak Belinda dan keluarga.

11. Mbak Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Penguji 1 dan Mas Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., selaku Dosen Penguji 2. Terima kasih atas waktu serta perhatian yang telah Mbak Dhiyan dan Mas Yofie luangkan untuk membimbing dan menguji tugas akhir ini. Terima kasih atas setiap kritik yang membangun serta masukan berharga yang telah menyempurnakan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan hidup, dan kebahagiaan yang tak terputus bagi Mbak Dhiyan, Mas Yofie, dan keluarga.
12. Bapak/Ibu dosen pengajar di Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama masa studi.
13. Kepada seseorang yang tidak bisa saya sebutkan, terima kasih atas segala dukungan, kesabaran, dan motivasi yang selalu mengalir dalam setiap proses yang penulis lalui. Terima kasih karena selalu meyakinkan penulis, bahkan di saat-saat tersulit sekalipun.
14. Alivia, selaku pengurus Peduly Semarang. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis atas kesediaan Peduly Semarang menjadi klien dalam tugas akhir Penulis.
15. Kepada dr. Cut, Sp.KJ selaku psikiater penulis selama di perantauan ini. Terima kasih yang mendalam atas dedikasi, bimbingan, serta ruang aman yang diberikan dalam mendampingi stabilitas emosional dan kesehatan mental penulis hingga saat ini.
16. Kepada dr. Febe, selaku dokter gizi, terima kasih atas pengertian, edukasi, serta motivasi yang tiada henti untuk selalu mengingatkan dan menyemangati penulis agar terus konsisten menjalani pola hidup yang lebih sehat.
17. Ekayani Desi Maisaroh selaku sahabat dan rekan seperjuangan tugas akhir ini. Terima kasih atas kerja sama yang solid, kepercayaan, saling mendukung serta energi positif yang selalu berhasil menjaga suasana hati penulis tetap baik di sepanjang proses pengerjaan ini. Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan dan berkat yang melimpah

dari Allah SWT.

18. Jamine dan Alin, sahabat penulis sejak masa SMP. Terima kasih untuk setiap tawa yang menguatkan, cerita yang menemani, dan kebersamaan yang membuat segala lelah terasa lebih ringan
19. Biata, Fira, Dinda, dan Ayu, sahabat penulis masa SMA. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan dukungan moral yang kalian hadirkan sehingga perjalanan akademis ini terasa lebih ringan untuk dilalui.
20. Safay, Nadia, Izzah, dan Sasa, teman –teman seperjuangan di perkuliahan dan perantauan ini. Terima kasih telah menjadi bagian penting dan menemani sejak semester awal hingga saat ini. Terima kasih atas kekuatan dan motivasi yang diberikan hingga kita bisa berada di tahap akhir ini bersama –sama.
21. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu, mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat kepada penulis hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan dan berkat yang melimpah dari Allah SWT.
22. Terakhir, Terima kasih yang paling tulus untuk diri saya sendiri. Terima kasih karena telah memilih untuk bertahan, berjuang, dan tidak menyerah pada keadaan. Terima kasih telah memeluk erat semua luka, bangkit dari titik terendah, dan membuktikan bahwa dirimu jauh lebih kuat dari apa yang pernah dibayangkan. Pencapaian ini adalah salah satu bukti nyata atas ketangguhanmu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ Produksi Media Edukasi Literasi Lingkungan untuk Meningkatkan Partisipasi Relawan Peduly Semarang “

Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan tingkat sarjana terapan pada Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terdapat hambatan yang berarti tidak lepas dari bimbingan dan arahan dari dosen pembimbing dan pihak Komunitas Peduly Semarang, sehingga penyusunan Tugas Akhir ini dapat berjalan dengan baik.

Proses penyusunan Tugas Akhir ini tentu tidak luput dari bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, terutama dosen pembimbing dan *civitas academica* Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas. Penulis mengucapkan terima kasih untuk seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Pembahasan dari tugas akhir ini terdapat 5 BAB yang terdiri dari:

BAB 1 PENDAHULUAN: Bab ini berisi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan karya, manfaat karya, serta luaran yang dihasilkan dari “ Produksi Media Edukasi Literasi Lingkungan untuk Meningkatkan Partisipasi Relawan Peduly Semarang “.

BAB II KAJIAN PUSTAKA: Pada kajian pustaka berisi mengenai kajian karya terdahulu yang relevan dengan pembahasan dalam karya tugas akhir dan terdapat beberapa teori yang menguatkan dalam penulisan tugas akhir ini. Meliputi teori *public relations*, partisipasi, relawan, literasi pengelolaan sampah, media visual, desain grafis, serta videografi.

BAB III METODE: Bab ini menjelaskan mengenai profil klien yaitu Komunitas Peduly Semarang, segmentasi target audiens, mekanisme produksi karya, jadwal publikasi karya, konsep penciptaan karya, *timeline* pelaksanaan keseluruhan karya, rancangan anggaran dana, serta *Key Performance Indicators* (KPI).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN: Bab ini berisi hasil produksi hingga pasca produksi media *public relations* berupa konten video *reels*, infografis, *banner*, dan modul serta evaluasi *Key Performance Indicators* (KPI), evaluasi mitra, hambatan, solusi, dan keberlanjutan dari “ Produksi Media Edukasi Literasi Lingkungan untuk Meningkatkan Partisipasi Relawan Peduly Semarang “.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN: Pada bab ini menjadi bab terakhir, berisi kesimpulan dan saran dari seluruh rangkaian pelaksanaan tugas akhir yang telah dilakukan, serta harapan penulis terhadap pengembangan media edukasi komunitas Peduly Semarang di waktu mendatang.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dan pengembangan karya di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca, khususnya dalam bidang *public relations*.

ABSTRAK

Peduly Semarang merupakan komunitas sosial berbasis relawan di Kota Semarang yang aktif menyelenggarakan kegiatan sosial dan lingkungan sejak tahun 2023 dengan 974 relawan terdaftar. Meskipun kegiatan lingkungan rutin diadakan, tingkat partisipasi relawan tergolong rendah. Pada dua kegiatan lingkungan yang sudah dilakukan sebelumnya, relawan yang hadir hanya 14 dan 16 orang. Selama ini informasi kegiatan hanya disampaikan melalui teks atau poster dan edukasi lisan tanpa media pendukung, sehingga minat relawan untuk mendaftar belum optimal dan pemahaman mereka di lapangan kurang terbantu. Tugas Akhir ini bertujuan meningkatkan partisipasi relawan Peduly Semarang melalui produksi media edukasi literasi lingkungan. Media yang dihasilkan berupa konten video *reels* yang diunggah H-5, *banner*, infografis, dan modul edukasi, yang dikerjakan melalui tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi serta diterapkan pada *event* Satu Aksi, Satu Kreasi di Pantai Marina. Efektivitas media dievaluasi melalui pasca-survei berskala Likert 1–5 terhadap 22 relawan menggunakan kerangka partisipasi Cohen dan Uphoff. Hasil menunjukkan rerata tanggapan 4,48 dari 5 dengan 92% jawaban pada rentang setuju hingga sangat setuju dan melampaui ambang keberhasilan 3,5. Jumlah peserta pun meningkat dari 14 dan 16 orang pada dua kegiatan sebelumnya menjadi 22 orang pada kegiatan yang didukung media. Dengan demikian, media edukasi yang dihasilkan mampu meningkatkan keterlibatan relawan dalam kegiatan lingkungan Peduly Semarang.

Kata Kunci: *partisipasi relawan, media edukasi, infografis, video reels, Peduly Semarang*

ABSTRACT

Peduly Semarang is a volunteer-based social community in the city of Semarang that has been actively organizing social and environmental activities since 2023, with 974 registered volunteers. Although environmental activities are held regularly, volunteer participation rates remain relatively low. In the two previous environmental activities, only 14 and 16 volunteers attended, respectively. Until now, information about activities has only been conveyed through text or posters and verbal explanations without supporting media, so volunteers' interest in signing up has not been optimal, and their understanding of the fieldwork has not been adequately supported. This final project aims to increase volunteer participation in Peduly Semarang through the production of environmental literacy educational media. The media produced included video reel content uploaded five days prior to the event, banners, infographics, and educational modules, which were developed through pre-production, production, and post-production stages and implemented at the "One Action, One Creation" event at Marina Beach. The effectiveness of the media was evaluated through a post-survey using a 1–5 Likert scale administered to 22 volunteers, based on the Cohen and Uphoff participation framework. The results showed an average response of 4.48 out of 5, with 92% of responses falling within the "agree" to "strongly agree" range, exceeding the success threshold of 3.5. The number of participants also increased from 14 and 16 people in the two previous activities to 22 people in the media-supported activity. Thus, the educational media produced was able to increase volunteer engagement in environmental activities.

Keywords: *volunteer participation, educational media, infographic, reels video, Peduly Semarang.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Karya	12
1.4 Manfaat Karya	12
1.5 Luaran (<i>Output</i>)	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 <i>Public Relations</i>	15
2.2.2 Partisipasi	17
2.2.3 Relawan.....	19
2.2.4 Media Visual	21
2.2.5 Desain Grafis.....	26
2.2.6 Videografi	29
BAB III METODE	34
3.1 Profil Klien.....	34
3.2 Segmentasi Target Audiens	36
3.2.1 Segmentasi Demografis	36
3.2.2 Segmentasi Geografis.....	36
3.2.3 Segmentasi Psikografis	36
3.3 Mekanisme Produksi Karya	36
3.3.1 Pra-produksi Media.....	36
3.3.2 Produksi Media	37
3.3.3 Pasca Produksi Media	38
3.4 Jadwal Publikasi Karya.....	38
3.5 Konsep Penciptaan Karya	38

3.6	<i>Timeline</i> Pelaksanaan Keseluruhan Karya.....	49
3.7	Rancangan Anggaran Dana.....	50
3.8	<i>Key Performance Indicators</i> (KPI).....	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1	Gambaran Umum Permasalahan.....	57
4.2	Analisis Masalah.....	57
4.3	Hasil Pelaksanaan Karya <i>Project</i>	58
4.3.1	Hasil Pra-Produksi Media <i>Public Relations</i> pada Satu Aksi Satu Kreasi	58
4.3.2	Hasil Produksi Media <i>Public Relations</i> pada Satu Aksi Satu Kreasi	61
4.3.3	Hasil Pasca Produksi Media <i>Public Relations</i> pada Satu Aksi Satu Kreasi	66
4.4	Analisis Produksi Media <i>Public Relations</i> pada Satu Aksi Satu Kreasi	70
4.5	Evaluasi <i>Key Performance Indicator</i>	72
4.6	Evaluasi Mitra.....	79
4.7	Hambatan dan Solusi	79
4.8	Keberlanjutan.....	80
BAB V	PENUTUP	82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Respons Relawan terhadap Partisipasi pada Dua Kegiatan Lingkungan Terbaru di Peduly Semarang.....	3
Gambar 1.2	Respons Relawan terhadap Ketidacukupan Informasi Berbasis Teks	4
Gambar 1.3	Harapan Relawan terhadap Publikasi Melalui Konten Interaktif.....	4
Gambar 1.4	Penilaian Relawan terhadap Keunggulan Visual Bergerak.....	5
Gambar 1.5	Hambatan Pemahaman Relawan terhadap Informasi Lisan.....	7
Gambar 1.6	Dampak Ketiadaan Media Edukasi terhadap Motivasi Relawan	8
Gambar 1.7	Harapan Relawan terhadap Media Informasi Mandiri	8
Gambar 1.8	Preferensi Relawan terhadap Format Visual dibanding Teks Panjang	9
Gambar 1.9	Peran Estetika Media dalam Mempermudah Pemahaman Materi ...	9
Gambar 1.10	Pilihan Format Media Edukasi yang Paling Efektif.....	10
Gambar 1.11	Antusiasme Relawan terhadap Inovasi Media Baru.....	11
Gambar 1.12	Kesediaan Relawan Mengikuti Edukasi yang Inovatif	11
Gambar 3.1	<i>Website</i> Peduly Semarang	34
Gambar 3.2	Kerangka Desain <i>Banner</i> Kegiatan	40
Gambar 3.3	Kerangka Desain Infografis.....	41
Gambar 4.1	Proses Perancangan Desain Awal <i>Banner</i>	63
Gambar 4.2	Desain Akhir <i>Banner</i>	63
Gambar 4.3	Proses Produksi Infografis.....	64
Gambar 4.4	Desain Akhir Infografis Topik 1	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 4.5	Desain Akhir Infografis Topik 2	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 4.6	Desain Akhir Infografis Topik 3	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 4.7	Proses Produksi Desain Modul.....	66
Gambar 4.8	Desain Akhir <i>Cover</i> Modul	66

Gambar 4.9	Gambar Publikasi Konten Video 1	67
Gambar 4.10	Gambar Publikasi Konten Video 2	67
Gambar 4.11	Publikasi Konten Video 3	68
Gambar 4.12	<i>Banner</i> sebagai Informasi Kegiatan	68
Gambar 4.13	Moderator Menampilkan Infografis Kepada Relawan	69
Gambar 4.14	Infografis Ditampilkan Pada Sisi Kanan dan Kiri Relawan	69
Gambar 4.15	Relawan Menyimak Infografis Seksama	69
Gambar 4.16	Penyerahan E-Modul Keapada Manajer Peduly Semarang	70
Gambar 4.17	Daya Tarik Video Promosi H-5 Terhadap Keputusan Relawan untuk Mendaftar dan Hadir	72
Gambar 4.18	Efektivitas Visual bergerak Pada Video H-5 Dalam Mendorong Keikutsertaan	73
Gambar 4.19	Peran Infografis Dalam Membantu Relawan Dalam Kegiatan Saat Berlangsung	73
Gambar 4.20	Peran Infografis Dalam Menjaga Fokus Relawan Berlangsung	74
Gambar 4.21	Ketertarikan Relawan Terhadap Penyajian Visual Infografis	74
Gambar 4.22	Kesan Relawan Terhadap Event Lingkungan Dengan Adanya Media Edukasi	75
Gambar 4.23	Keterlibatan Penuh Relawan Terkait Kombinasi Video dan Infografis	75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kerangka Desain Modul.....	39
Tabel 3.2	Kerangka Isi Infografis.....	42
Tabel 3.3	<i>Standart Sequence Guide</i> (SSG) Konten 1	43
Tabel 3.4	<i>Standart Sequence Guide</i> (SSG) Konten 2	46
Tabel 3.5	<i>Standart Sequence Guide</i> (SSG) Konten 3	48
Tabel 3.6	<i>Timeline</i> Pelaksanaan Keseluruhan Karya	49
Tabel 3.7	Rancangan Anggaran Dana	50
Tabel 3.8	Tabel KPI Kegiatan.....	52
Tabel 3.9	Tabel Instrumen <i>Post Test</i>	55
Tabel 4.1	Evaluasi <i>Key Performance Indicator</i>	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan Izin Penelitian	88
Lampiran 2	Perjanjian Kerja Sama Pelaksanaan dengan Peduly ID	89
Lampiran 3	HKI	92
Lampiran 4	Banner Kegiatan	93
Lampiran 5	Infografis Kegiatan	94
Lampiran 6	Modul	97
Lampiran 7	Hasil Turnitin.....	98
Lampiran 8	Dokumentasi.....	99
Lampiran 9	Hasil Kuesioner Pra-Survei	100
Lampiran 10	Hasil Kuesioner Post-Survei.....	101

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peduly Semarang merupakan komunitas sosial berbasis relawan di Semarang yang secara aktif mengimplementasikan berbagai program kemasyarakatan yang berorientasi pada kebutuhan lokal. Komunitas ini diinisiasi dengan berlandaskan pada prinsip kepedulian sosial dan partisipasi sukarela para anggotanya. Hingga saat ini, Peduly Semarang telah berhasil menghimpun sebanyak 974 relawan terdaftar yang tersebar secara inklusif di wilayah Kota dan Kabupaten Semarang. Jumlah tersebut merupakan aset sosial yang sangat besar bagi sebuah komunitas berbasis relawan, karena secara teoritis mencerminkan potensi memobilisasi yang signifikan untuk menjalankan berbagai program secara masif dan berdampak. Di antara berbagai isu yang diangkat oleh Peduly Semarang, isu mengenai lingkungan hidup menjadi salah satu agenda konsisten yang dijalankan sejak 2023, hal ini menjadikan komunitas Peduly Semarang sebagai salah satu elemen masyarakat lokal yang secara konsisten mengintervensi isu-isu lingkungan di Semarang.

Realitas empiris menunjukkan bahwa sejak tahun 2023, Peduly Semarang telah menginisiasi serangkaian gerakan taktis dalam mengartikulasikan penanganan permasalahan ekologis di Semarang. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pihak Peduly Semarang pada 04 Februari 2026 komitmen tersebut terealisasi dalam beberapa kegiatan kerja nyata, yaitu Aksi *Beach Clean Up* dan penanaman mangrove di Pantai Tirang yang telah terlaksana sebanyak sembilan kali, serta kegiatan *Clean Up Day* di kawasan Simpang Lima sebanyak satu kali. Dari tingginya ritme dan frekuensi pelaksanaan aktivitas tersebut mengindikasikan bahwa isu lingkungan bukan sekadar agenda insidental, melainkan bagian dari komitmen program yang dijalankan secara berkelanjutan. Selain melibatkan relawan internal, Peduly Semarang juga menjalin kolaborasi dengan komunitas mitra seperti Komunitas Semarang Mangrove yang turut menyumbang sekitar lima relawan dalam setiap pelaksanaan kegiatan bersama. Dalam hal ini, menunjukkan bahwa Peduly Semarang juga telah membangun

jaringan kerja sama eksternal sebagai bagian dari strategi pelaksanaan program lingkungannya.

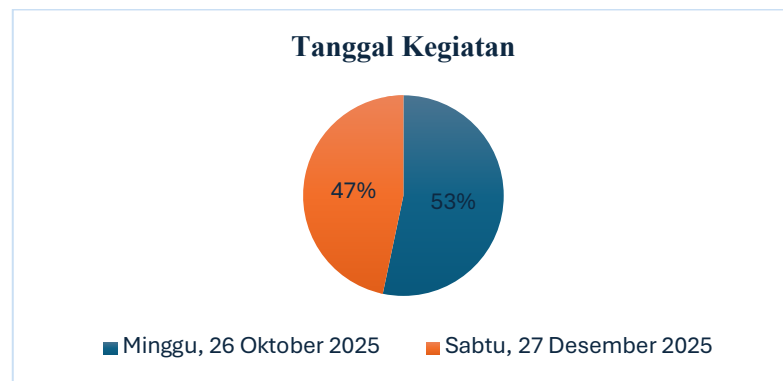
Pelaksanaan kegiatan terkait isu lingkungan yang diselenggarakan oleh Peduly Semarang umumnya menggunakan pendekatan aksi langsung. Dalam hal ini, relawan diajak untuk terlibat secara fisik dalam kegiatan seperti pembersihan pantai dan penanaman bibit mangrove di kawasan pesisir. Dimensi program ini diperluas melalui keterlibatan kelompok penerima manfaat yang heterogen seperti anak-anak panti asuhan, peserta komunitas edukasi, dan kelompok lansia. Kegiatan tersebut tidak sekadar bersifat aksi fisik, melainkan mencakup penyampaian materi edukasi. Sebagai contoh dalam kegiatan penanaman pohon, di mana relawan mendapatkan penjelasan mengenai latar belakang kegiatan, teknis pelaksanaan, hingga pada sistem *monitoring*.

Tidak sebatas itu, relawan diberikan pembekalan materi pada satu hari sebelum kegiatan berlangsung, sehingga mereka dapat berperan menjadi fasilitator yang menyampaikan informasi kepada peserta lain. Hal ini dirancang untuk kemudahan koordinasi dan mekanisme penyampaian pesan yang hanya mengandalkan komunikasi lisan dalam ruang waktu terbatas menyimpan kelemahan struktural. Tanpa adanya dukungan media edukasi yang berwujud, pola penyampaian berjenjang ini memicu risiko potensi pembiasan makna serta degradasi akurasi pesan yang signifikan sebelum esensi informasi diterima oleh kelompok sasaran yang dituju.

Di balik konsistensi implementasi program ekologis tersebut, Peduly Semarang dihadapkan pada permasalahan fundamental berupa rendahnya partisipasi relawan. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pihak Peduly Semarang pada 04 Februari 2026, ditemukan sebuah paradoks partisipasi relawan yang cukup signifikan. Kegiatan bertema isu lingkungan yang sudah diadakan oleh Peduly Semarang hanya mampu memobilisasi 13 hingga 15 relawan, kondisi ini berbanding terbalik dengan kegiatan bertema isu sosial yang mampu menarik minat partisipasi hingga 20 sampai 25 relawan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa isu lingkungan di Peduly Semarang menghadapi hambatan khusus dalam membangun

ketertarikan minat calon relawan, meskipun daya tampung untuk relawan masih sangat memadai.

Rendahnya partisipasi relawan pada kegiatan isu lingkungan tidak terlepas dari cara penyebaran informasi kegiatan yang dilakukan Peduly Semarang. Berdasarkan temuan di media sosial Peduly Semarang, penyampaian informasi dan ajakan aksi masih bertumpu pada penggunaan poster. Informasi tersebut cenderung kaku dan searah untuk menyalurkan urgensi isu lingkungan secara persuasif. Ketiadaan konten yang dinamis dan informatif yang membuat pesan dari kegiatan lingkungan tidak tersampaikan dengan optimal kepada calon relawan.



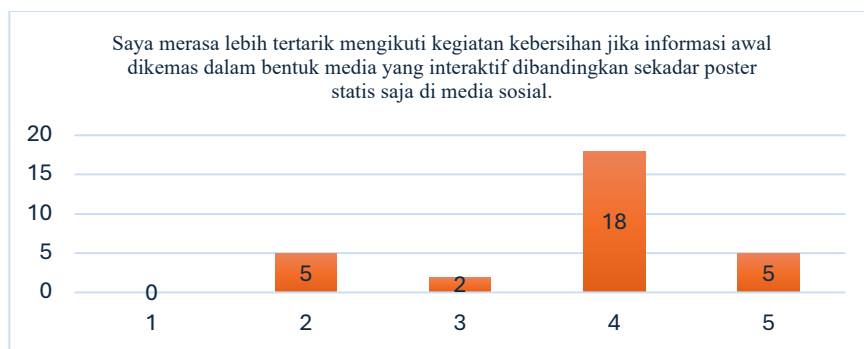
Gambar 1.1 Respons Relawan terhadap Partisipasi pada Dua Kegiatan Lingkungan Terbaru di Peduly Semarang

Guna mengidentifikasi kesenjangan antara kebutuhan relawan dan ketersediaan media edukasi yang selama ini digunakan dalam kegiatan Komunitas Peduly Semarang, dilakukan pra-survei terhadap 30 relawan yang sebelumnya telah mengikuti kegiatan bersih-bersih pantai dalam dua kegiatan terakhir, yakni pada Minggu 26 Oktober 2025 dengan 16 responden, serta Sabtu 27 Desember 2025 dengan 14 responden. Pemilihan dua kegiatan terbaru ini bertujuan menjaga kebaruan data serta ketepatan daya ingat responden. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan skala Likert (1-5).



Gambar 1.2 Respons Relawan terhadap Ketidacukupan Informasi Berbasis Teks

Pada pertanyaan pertama mengenai kecukupan informasi berbasis teks dalam memotivasi pendaftaran, sebanyak 16 responden menyatakan ketidaksetujuannya terhadap pernyataan tersebut. Artinya, 16 dari 30 responden secara tegas menilai bahwa teks saja belum mampu mendorong mereka untuk mendaftar kegiatan.

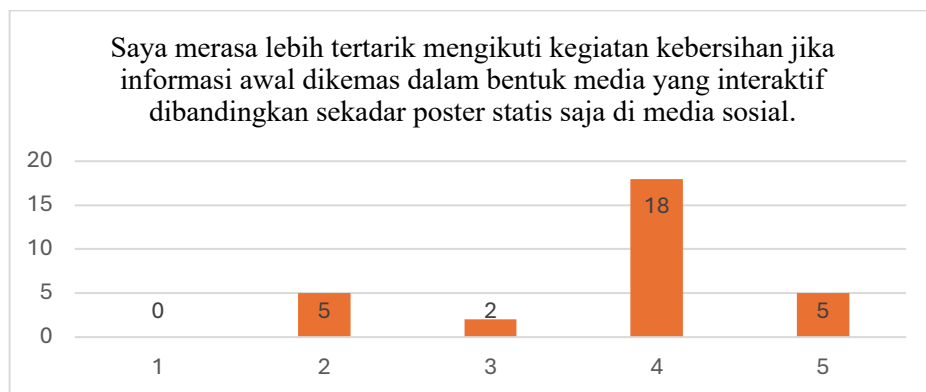


Gambar 1.3 Harapan Relawan terhadap Publikasi Melalui Konten Interaktif

Kecenderungan ini sejalan dengan data selanjutnya yang menyatakan lebih tertarik untuk mengikuti kegiatan jika informasinya dikemas dalam bentuk konten interaktif atau video. Sebanyak 18 responden menyatakan setuju dan 5 responden menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa 23 dari 30 responden secara nyata mengharapkan adanya pembaruan pada model publikasi kegiatan yang selama ini digunakan.

Efektivitas konten interaktif dalam mendorong partisipasi relawan juga dibuktikan dari keberhasilan kampanye lingkungan yang dilakukan oleh @greenerationid. Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan oleh Karim & Yulianita (2021) membuktikan bahwa penggunaan visual dinamis dan konten interaktif memiliki daya tarik yang jauh lebih menarik dibandingkan dengan konten statis

dalam menarik atensi publik di platform digital. Strategi pengolahan pesan ke format audiovisual yang interaktif terbukti tidak hanya mengoptimalkan jangkauan kampanye, melainkan dapat memperkuat daya pikat pesan sehingga lebih mudah diterima oleh audiens.



Gambar 1.4 Penilaian Relawan terhadap Keunggulan Visual Bergerak

Selain mampu menarik ketertarikan calon relawan untuk ikut terlibat, penggunaan media yang dinamis juga memberikan dampak yang cukup signifikan, karena kemampuan mereka untuk dapat mengingat pesan yang diterima. Hal ini berdasarkan pada hasil pra-survei sebanyak 9 responden menyatakan setuju dan 14 responden menyatakan sangat setuju bahwa kombinasi antara elemen visual dan teks bergerak membuat pesan seputar isu-isu lingkungan lebih mudah diingat. Dengan demikian, 23 dari 30 responden mengakui bahwa media yang bergerak lebih unggul untuk memperkuat daya ingat mereka terhadap informasi kegiatan yang disampaikan.

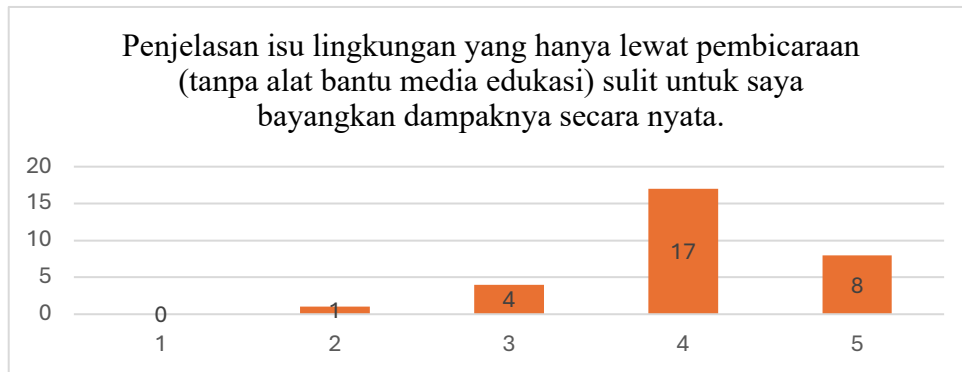
Hasil dari pra-survei ini semakin memperjelas bahwa kekurangan dalam poster tidak hanya terletak pada tampilan visualnya yang kurang menarik bagi audiens, tetapi juga rendahnya efektivitas dalam mempertahankan pesan di ingatan audiens. Temuan ini diperkuat menurut Kamiswari *et al.* (2025) bahwa strategi edukasi bagi generasi muda harus disampaikan dalam format visual, cepat dan atraktif karena mereka cenderung lebih menyukai informasi dalam bentuk visual seperti video pendek dan ilustrasi bergerak. Penggunaan konten multimedia terbukti mampu meningkatkan retensi pesan dan pemahaman audiens secara signifikan dibanding dengan mengandalkan media teks atau poster.

Selain temuan dari hasil kuesioner, hasil wawancara dengan pihak Peduly Semarang pada 04 Februari 2026 juga mengungkapkan permasalahan yang tidak kalah mendasar, yaitu ketiadaan media edukasi untuk pelaksanaan program di lapangan. Informasi yang disampaikan kepada relawan sepenuhnya disampaikan secara lisan tanpa dukungan media visual apapun. Hingga saat ini, Peduly Semarang belum mengintegrasikan media edukasi terstruktur, baik dalam medium fisik seperti modul, *leaflet* informatif ataupun infografis yang dapat digunakan secara berkelanjutan pada setiap tahapan program.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saktiawan et al. (2026) yang menegaskan bahwa keterbatasan media edukasi konvensional menjadi hambatan utama dalam keberhasilan program kebersihan lingkungan. Pemberian materi tatap muka yang bersifat formal cenderung kurang menarik minat dan memiliki daya jangkau terbatas, sehingga perlu adanya pembaruan strategi melalui pemanfaatan media edukasi yang lebih adaptif dan inovatif. Dalam penelitian tersebut, penggunaan media visual dan digital ini terbukti dapat memperkuat jangkauan informasi, meningkatkan minat keterlibatan serta memfasilitasi kolaborasi antar sektor dalam membangun budaya peduli lingkungan.

Urgensi pengadaan alat media edukasi ini juga diperkuat oleh hasil penelitian menurut Afifah et al. (2025) yang menyatakan bahwa penggunaan media visual memiliki keunggulan yang signifikan dalam menarik perhatian dan memudahkan audiens mendapatkan informasi yang menyeluruh dibandingkan sekadar instruksi verbal. Penelitian tersebut menyatakan bahwa pendekatan dengan visual yang kuat tidak hanya sebagai informasi, melainkan mampu membangun ketertarikan emosional dengan audiens. Dampak psikologis ini yang memicu inisiatif audiens untuk terlibat aktif dengan kesadaran penuh menjadi aksi nyata di lapangan.

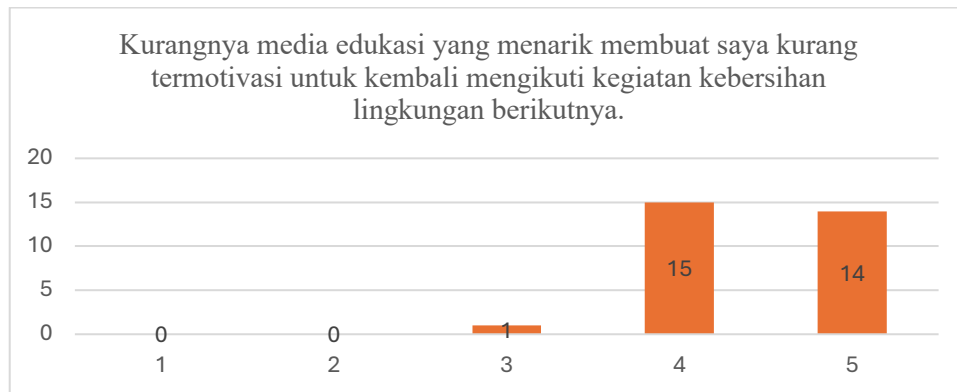
Ketidakberadaan saluran komunikasi ini memiliki implikasi strategis yang melampaui sekadar kendala teknis penyampaian informasi. Tanpa adanya rancangan media edukasi yang komprehensif, organisasi kehilangan instrumen komunikasi persuasif yang berfungsi menstimulasi kesadaran, kepekaan afektif, serta rasa urgensi pada diri relawan sebelum kegiatan dipublikasikan.



Gambar 1.5 Hambatan Pemahaman Relawan terhadap Informasi Lisan

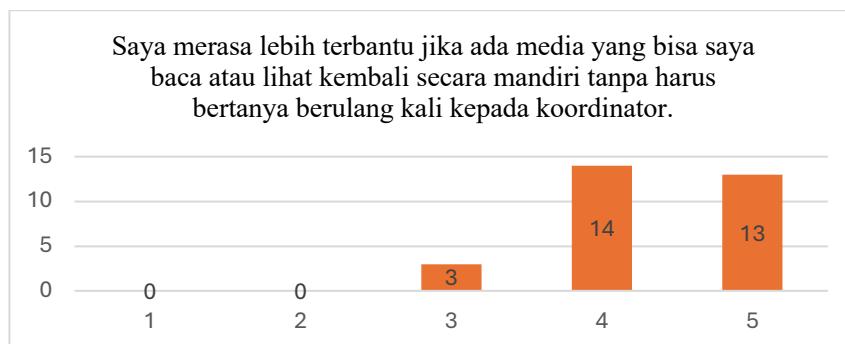
Lebih lanjut, ketiadaan media edukasi di lapangan saat kegiatan Peduly Semarang berlangsung juga berdampak pada kemampuan relawan untuk memahami informasi yang disampaikan. Kondisi tersebut dibuktikan sebanyak 17 responden menyatakan setuju dan 8 responden menyatakan sangat setuju. Data ini menegaskan bahwa pola penyampaian tersebut belum memadai, dan kebutuhan akan alat media edukasi sangat nyata dirasakan oleh relawan Peduly Semarang.

Temuan ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Afianah & Hasanah (2021), bahwa informasi yang disampaikan hanya pada kata-kata cenderung kurang menarik dan memperlambat daya tangkap audiens terhadap pesan yang ingin disampaikan. Mengingat relawan Peduly Semarang didominasi oleh individu pada rentang usia 14 hingga 29 tahun, kondisi tersebut menjadi semakin relevan untuk diperhatikan. Kelompok usia ini tumbuh dalam ekosistem digital cenderung lebih terbiasa berkomunikasi melalui elemen visual, sehingga penjelasan yang disampaikan secara lisan tanpa dukungan media yang menarik kerap membuat mereka kesulitan menangkap inti dari informasi yang diberikan.



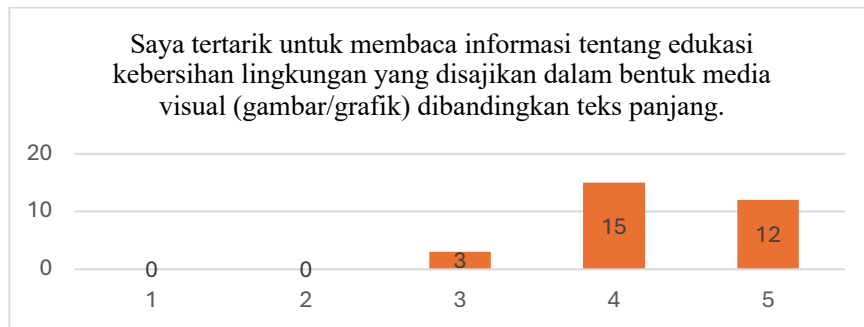
Gambar 1.6 Dampak Ketiadaan Media Edukasi terhadap Motivasi Relawan

Selanjutnya, dalam kaitannya dengan motivasi mengikuti kegiatan, data di atas menunjukkan bahwa 15 responden setuju dan 14 responden sangat setuju bahwa kurangnya media edukasi yang menarik membuat relawan kurang termotivasi mengikuti kegiatan isu lingkungan Peduly Semarang dibandingkan kegiatan sosial lainnya, tanpa ada responden yang menyatakan tidak setuju. Rendahnya motivasi ini berpotensi mempengaruhi keputusan relawan untuk kembali berpartisipasi pada kegiatan berikutnya. Dengan demikian, ketiadaan media edukasi bukan sekadar kekurangan teknis, melainkan hambatan nyata bagi keberlanjutan partisipasi relawan Peduly Semarang.



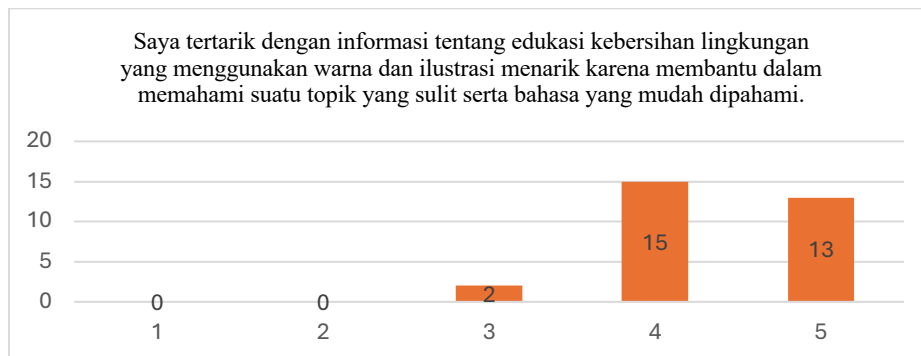
Gambar 1.7 Harapan Relawan terhadap Media Informasi Mandiri

Kebutuhan tersebut mendorong responden secara sadar mengungkapkan harapan mereka terhadap adanya media yang mendukung kemandirian mereka. Sebanyak 14 responden setuju dan 14 responden menyatakan sangat setuju. Data ini menunjukkan bahwa media edukasi bukan sekadar fasilitas tambahan, melainkan kebutuhan mendasar agar relawan Peduly Semarang lebih tertarik untuk berpartisipasi secara mandiri dan berkelanjutan.



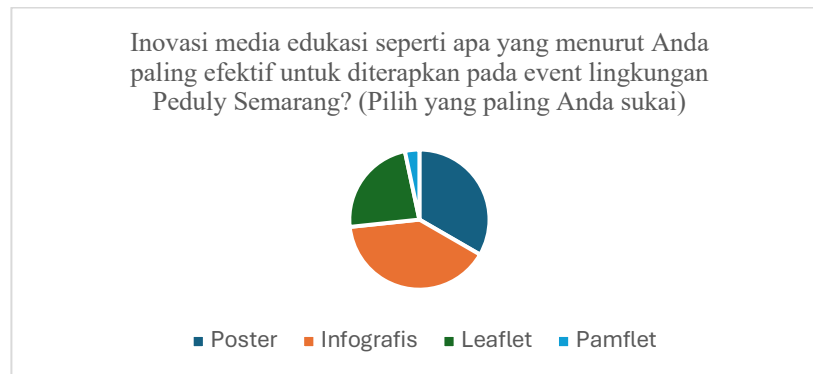
Gambar 1.8 Preferensi Relawan terhadap Format Visual dibanding Teks Panjang

Kebutuhan akan media edukasi yang mandiri kemudian memunculkan pertanyaan mengenai format yang paling sesuai dengan preferensi relawan Peduly Semarang. Sebanyak 15 responden menyatakan setuju dan 12 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa relawan Peduly Semarang memiliki kecenderungan preferensi visual yang kuat, dimana stimulus gambar dan teks singkat dianggap lebih efektif memicu minat baca relawan dari awal.



Gambar 1.9 Peran Estetika Media dalam Mempermudah Pemahaman Materi

Lebih lanjut mengenai elemen estetika dalam media edukasi juga terbukti memegang peran yang penting. Temuan ini diperkuat dari 15 responden setuju dan 13 responden menyatakan sangat setuju bahwa informasi yang disajikan dengan warna dan ilustrasi menarik membantu relawan dalam menyerap materi lingkungan dengan lebih mudah.



Gambar 1.10 Pilihan Format Media Edukasi yang Paling Efektif

Berdasarkan preferensi relawan terhadap format media edukasi yang paling efektif, hasil kuesioner menunjukkan bahwa infografis menjadi pilihan utama dengan 12 responden, disusul poster sebanyak 10 responden, *leaflet* sebanyak 7 responden dan pamflet sebanyak 1 responden. Data ini memberikan gambaran konkret bahwa relawan lebih membutuhkan media visual yang padat informasi. Maka dapat disimpulkan bahwa infografis menjadi pertimbangan utama dalam memproduksi media edukasi yang sesuai dengan harapan relawan Peduly Semarang.

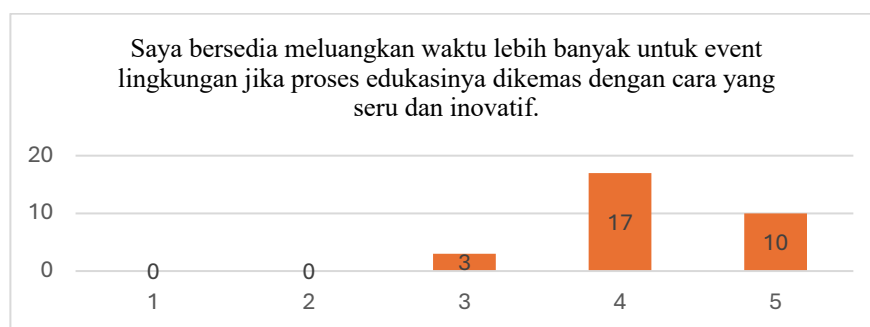
Penerapan infografis terbukti efektif dalam mengonversi materi kompleks menjadi lebih komunikatif. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hikmah & Ghany (2022) bahwa penggunaan infografis dinamis terbukti sukses meningkatkan keterlibatan pemuda dalam aksi kebersihan pantai karena mampu memetakan poin-poin krusial secara sistematis. Dengan visual menarik, audiens tidak merasa jenuh saat menerima instruksi mengenai pengelolaan limbah, melainkan mendorong untuk ikut berpartisipasi.

Efektivitas media visual berupa infografis ini juga diperkuat oleh temuan empiris dalam penelitian Awali *et al.* (2025). Berdasarkan penelitian tersebut, sebanyak 85% responden menyatakan lebih memahami isu lingkungan setelah melihat informasi dalam infografis. Penelitian tersebut menjadi bukti nyata bahwa penyajian data visual yang simpel jauh lebih efektif mempermudah audiens dalam mencerna pembahasan mengenai isu lingkungan yang kompleks.



Gambar 1.11 Antusiasme Relawan terhadap Inovasi Media Baru

Inovasi dalam media edukasi untuk Peduly Semarang juga terbukti memiliki hubungan yang kuat dengan keterlibatan minat relawan. Sebanyak 14 responden yang menyatakan setuju dan 13 responden menyatakan sangat setuju. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa kemasan informasi yang baru memicu rasa penasaran sekaligus ketertarikan relawan untuk mengikuti kegiatan isu lingkungan kembali.



Gambar 1.12 Kesiediaan Relawan Mengikuti Edukasi yang Inovatif

Antusias calon relawan tidak berhenti pada proses pendaftaran kegiatan saja, melainkan juga mempengaruhi aspek komitmen alokasi waktu dari para responden terkait pelaksanaan kegiatan isu lingkungan. Realitas ini terbukti secara empiris bahwa sebanyak 17 responden menyatakan setuju dan 10 responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka bersedia menginvestasikan durasi waktu yang lebih senggang demi menghadiri kegiatan isu lingkungan jika terdapat inovasi media edukasi yang dikemas melalui metode edukatif, menyenangkan dan inovatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam karya ini adalah rendahnya partisipasi pada isu lingkungan di Peduly Semarang

akibat strategi ajakan yang masih berbasis teks serta ketiadaan media edukasi visual yang terstruktur di lapangan. Kondisi ini menyebabkan penyampaian informasi secara lisan menjadi kurang efektif sehingga kegiatan lingkungan kurang memiliki daya tarik dibandingkan kegiatan isu sosial lainnya.

1.3 Tujuan Karya

Tujuan dari produksi rangkaian media edukasi literasi dalam proyek tugas akhir ini adalah untuk meningkatkan partisipasi relawan Peduly Semarang dalam kegiatan isu sosial.

1.4 Manfaat Karya

1.4.1 Manfaat Teoritis

Tugas akhir ini ke depannya dapat digunakan sebagai berikut :

- 1) Mampu memberikan sumbangan bagi kemajuan teori manajemen acara, khususnya dalam menyusun program yang didasarkan pada kegiatan pelestarian lingkungan dan pemberdayaan komunitas secara menyeluruh.
- 2) Menyumbangkan literatur dan pandangan baru dalam disiplin ilmu komunikasi, terutama terkait pendekatan Hubungan Komunitas dan kampanye sosial untuk membentuk pemahaman lingkungan (kesadaran ekologi) melalui alat visual yang sudah disesuaikan.
- 3) Menyediakan dasar teoretis mengenai efektivitas pemanfaatan infografis dan modul pendidikan sebagai instrumen komunikasi praktis dalam proses advokasi dan dialog dengan pihak terkait setempat di area destinasi wisata.

1.4.2 Manfaat Praktis

Tugas akhir ini ke depannya dapat digunakan sebagai berikut :

- 1) Bagi Kawasan Pantai Marina
Memberikan kontribusi secara nyata dan mengurangi pencemaran dan dapat menjaga keseimbangan ekosistem di Pantai Marina.

2) Bagi Mahasiswa

Proyek karya ini memberikan manfaat praktis berupa pengalaman langsung bagi mahasiswa dalam menjalankan fungsi Hubungan Masyarakat pada sebuah komunitas non-profit. Mahasiswa dapat mengasah keterampilan teknis komunikasi, mulai dari memetakan permasalahan, merancang pesan kampanye lingkungan yang persuasif, hingga memproduksi media edukasi visual secara kreatif guna meningkatkan partisipasi relawan.

3) Bagi Peduly Semarang

Produk yang dihasilkan diharapkan dapat berfungsi sebagai *blueprint* dalam pengembangan media edukasi dan konten ajakan untuk program lingkungan yang akan datang.

1.5 Luaran (*Output*)

Luaran (*Output*) dari proyek tugas akhir ini adalah media edukasi dalam bentuk *Banner* kegiatan, Infografis, dan Modul, serta video pendek ajakan yang dirancang untuk meningkatkan partisipasi relawan Peduly Semarang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Karya Terdahulu

Pertama, kajian karya yang digunakan sebagai relevansi tugas akhir ini adalah jurnal penelitian karya **Dwi et al. (2024)** yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial untuk Kampanye Sosial dan Keterlibatan Masyarakat”**. Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh besarnya potensi media sosial sebagai saluran komunikasi utama dalam membangun kesadaran publik terhadap isu-isu sosial. Tantangan dari penelitian ini adalah adanya resistensi atau rendahnya minat masyarakat terhadap kampanye sosial, karena sering kali dinilai membosankan serta tidak memberikan insentif secara langsung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas kampanye digital sangat bergantung pada strategi pengemasan konten yang menarik agar pesan edukasi lebih persuasif dan mudah diterima.

Kedua, kajian karya yang digunakan sebagai relevansi tugas akhir ini adalah jurnal penelitian karya **Agusti & Wibawani (2023)** yang berjudul **“Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan dan Pelestarian Lingkungan Hidup di Kampung Edukasi Sampah.”** Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh rendahnya partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan dan mengelola sampah guna mencegah ekosistem di masa depan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara pemberian kesempatan berpartisipasi dengan tingkat keterlibatan masyarakat. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan wujud partisipasi yang nyata, pihak penyelenggara harus memastikan adanya ruang partisipasi yang jelas dan terstruktur dengan penyebaran informasi yang memadai.

Ketiga, kajian karya yang digunakan sebagai relevansi tugas akhir ini adalah jurnal penelitian karya **Ulul Fahirin (2023)** yang berjudul **“Meningkatkan Kesadaran Lingkungan melalui Edukasi dan Partisipasi Masyarakat”**. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh mendesaknya kebutuhan akan tindakan kolektif untuk melindungi lingkungan di tengah ancaman perubahan iklim dan polusi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media edukasi mampu membangun respons positif dan menumbuhkan ketertarikan masyarakat terhadap

isu lingkungan. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi edukasi yang efektif dan kolaboratif merupakan instrumen krusial untuk memotivasi perubahan perilaku serta memperkuat partisipasi aktif masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan yang berkelanjutan.

Berdasarkan ketiga kajian pustaka tersebut, posisi karya tugas akhir ini terletak pada penguatan strategi visual dan partisipatif dalam isu lingkungan, khususnya bagi komunitas relawan Peduly Semarang. Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berfokus pada media sosial secara umum maupun partisipasi masyarakat luas, karya ini secara spesifik memproduksi media edukasi lapangan berupa modul, infografis, dan *banner*, serta video pendek ajakan digital sebagai solusi konkret untuk mengatasi ketiadaan media edukasi dan mendorong peningkatan partisipasi relawan dalam kegiatan isu lingkungan yang diselenggarakan Peduly Semarang.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Public Relations*

2.2.1.1 Definisi *Public Relations*

Sebagai salah satu cabang ilmu komunikasi, *public relations* memiliki fungsi krusial dalam menjaga hubungan timbal balik antara organisasi dan publik. Untuk memahami konsep tersebut secara komprehensif, pengertian *public relations* dapat diklasifikasikan berdasarkan pandangan beberapa ahli.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2011) dalam Andini (2023), *public relations* merupakan sebuah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan saling menguntungkan antara sebuah organisasi dengan berbagai pihak yang menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi tersebut.

Public Relations menurut Rosady Ruslan (1998) dalam Musfira Rosalinda et al. (2022) merupakan suatu proses yang berkesinambungan dan terstruktur dalam kerangka pengelolaan untuk membentuk serta menjaga *goodwill* serta pemahaman bersama antara suatu lembaga dan khalayaknya. Melalui pendekatan tersebut, *Public Relations* berperan sebagai penghubung komunikasi yang strategis untuk menyelaraskan kepentingan institusi dengan harapan masyarakat. Lebih lanjut,

Ruslan menegaskan bahwa fungsi ini mencakup kegiatan evaluasi terhadap pandangan masyarakat serta pelaksanaan program-program yang tersusun rapi dengan sasaran membangun citra positif dan kepercayaan publik secara berkelanjutan.

2.2.1.2 Fungsi Public Relations

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009) dalam Ainur et al. (2021), *public relations* menjalankan fungsi-fungsi mendasar yang membedakannya secara khusus dari unit kerja lainnya dalam suatu organisasi. Fungsi-fungsi tersebut meliputi:

- a. Pengelolaan Komunikasi yang Harmonis (*Maintain Good Communication*), berfungsi untuk membentuk dan memelihara arus pertukaran informasi dua arah yang saling menguntungkan. Hal ini diwujudkan melalui peranan strategis dalam menyebarkan informasi dari lembaga kepada masyarakat, serta secara proaktif menerima dan menyampaikan masukan publik kembali kepada pimpinan.
- b. Pelayanan kepada Kepentingan Masyarakat (*Serve Public's Interest*), Fungsi ini menekankan bahwa *Public Relations* berperan sebagai pendukung aktivitas pengelolaan dalam mencapai sasaran organisasi dengan tetap mengutamakan pelayanan kepada masyarakat.
- c. Pemeliharaan Sikap dan Etika Organisasi (*Maintain Good Morals & Manners*), *public relations* memiliki tanggung jawab untuk menjamin bahwa sikap dan etika seluruh personel organisasi tetap terpelihara demi mendukung cita-cita perusahaan. Melalui fungsi ini, ditegaskan asas bahwa setiap individu dalam organisasi merupakan duta (humas) bagi lembaganya.

Adapun fungsi *Public Relations* dalam tugas akhir ini diwujudkan melalui produksi rangkaian media komunikasi visual yang berperan sebagai instrumen strategis untuk mengelola komunikasi dua arah (*Maintain Good Communication*) antara Peduly Semarang dengan para relawan. Fungsi tersebut diimplementasikan dengan menyajikan informasi edukasi literasi lingkungan yang terstruktur guna meminimalisasi risiko pembiasan makna. Melalui fungsi ini, berupaya menjalin

hubungan komunitas yang kuat agar seluruh pesan edukasi dapat diterima, dipahami, dan menggerakkan relawan secara efektif.

2.2.1.3 Tujuan Public Relations

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2011) Libriyanti & Patrianti (2026) berpendapat bahwa orientasi dan tujuan dari implementasi *public relations* dalam sebuah entitas dapat dijabarkan ke dalam beberapa poin berikut :

- a. Membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya.
- b. Menciptakan dukungan, kepercayaan, serta citra positif bagi organisasi melalui hubungan baik tersebut.
- c. Menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi melalui pengelolaan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan.
- d. Meningkatkan motivasi dan partisipasi publik melalui proses interaksi yang terencana.
- e. Mendukung pencapaian tujuan organisasi melalui perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang sistematis.

Adapun tujuan *Public Relations* dalam tugas akhir ini difokuskan pada upaya meningkatkan motivasi serta partisipasi aktif relawan Peduly Semarang terhadap isu lingkungan melalui strategi komunikasi visual yang persuasif. Tujuan tersebut dicapai dengan memproduksi media yang mampu menarik atensi publik sehingga tercapainya peningkatan partisipasi relawan daei tahap pendaftaran hingga aksi di lapangan. Dalam hal ini, tujuan *Public Relations* berkontribusi langsung dalam mendukung pencapaian tujuan Peduly Semarang untuk mengelola isu lingkungan secara berkelanjutan.

2.2.2 Partisipasi

2.2.2.1 Definisi Partisipasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, partisipasi merupakan perihal turut berperan serta atau keterlibatan aktif dalam suatu kegiatan. Hal ini mencakup dari keterlibatan aktif seseorang atau kelompok dalam suatu proses, dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga tahap evaluasi.

Menurut Keith Davis (1998) dalam Silvani (2022) partisipasi sebagai hakikatnya adalah keterlibatan aspek mental, moral, dan emosional individu dalam dinamika kelompok. Keterlibatan tersebut bukan hanya kehadiran fisik, melainkan sebuah dorongan internal yang memacu individu untuk memberikan kontribusi nyata demi pencapaian tujuan bersama.

Esensi dari partisipasi terletak pada keterlibatan masyarakat yang bersifat sukarela, di mana setiap individu turut serta dalam kegiatan tanpa merasa tertekan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa partisipasi merupakan wujud kesediaan kolektif untuk berkontribusi dalam berbagai program, yang salah satu bentuk utamanya adalah peran aktif masyarakat dalam menyumbangkan pemikiran atau ide pada fase perencanaan pembangunan.

2.2.2.2 Faktor yang mempengaruhi partisipasi

Terdapat dua bentuk partisipasi menurut Sundari Ningrum (2022) dalam Rahmadini (2025) yang mengklasifikasikan bentuk partisipasi sebagai berikut :

a. Partisipasi Langsung

Dalam prosesnya, tipe ini menekankan pada kehadiran individu secara utuh, baik dalam tindakan nyata maupun pemikiran. Partisipan diberikan ruang terbuka untuk berinteraksi hingga mengkaji inti permasalahan yang ada. Esensi dari tipe ini adalah adanya interaksi aktif dan kontribusi personal secara simultan dalam proses yang sedang berlangsung.

b. Partisipasi Tidak Langsung

Berbeda dengan tipe pertama, partisipan ini lebih bersifat representatif. Dalam hal ini, proses pengambilan keputusan maupun pelaksanaan tindakan bersama tidak dilakukan secara mandiri, melainkan melalui perantara yang telah diberikan wewenang untuk mewakili kepentingan atau suara individu tersebut.

Dalam pelaksanaan program ini, jenis keterlibatan yang diutamakan adalah partisipasi langsung, di mana relawan Peduly Semarang hadir secara utuh dan berkontribusi secara mandiri dalam aksi lingkungan di lapangan. Rangkaian media komunikasi visual yang diproduksi berperan sebagai instrumen pendukung untuk mengoptimalkan interaksi langsung tersebut, sehingga relawan dapat memahami

instruksi dan materi edukasi secara personal tanpa melalui perantara guna mencapai tujuan kegiatan secara efektif.

2.2.2.3 Indikator Partisipasi

Secara teoritis, partisipasi merupakan wujud keterlibatan aktif dan sukarela dari khalayak dalam suatu program yang timbul akibat faktor internal maupun eksternal. Indikator tahapan partisipasi menurut Cohen dan Uphoff dalam Susilowati et al. (2019) terdapat empat tahapan partisipasi tersebut meliputi :

- a. Tahap partisipasi dalam pengambilan keputusan, keterlibatan awal individu pada proses yang menentukan keputusan mereka untuk ikut serta dalam suatu program atau kegiatan.
- b. Tahap partisipasi dalam pelaksanaan termasuk keterlibatan nyata dan aktif individu dalam menjalankan program atau kegiatan yang sudah direncanakan.
- c. Tahap partisipasi dalam pengambilan manfaat, mengukur pada tingkat signifikansi dari dampak positif serta nilai guna yang diterima secara nyata oleh sasaran program atas keberlangsungan program atau kegiatan tersebut.
- d. Tahap partisipasi dalam evaluasi, indikator ini merujuk pada keterlibatan kritis individu dalam mengevaluasi jalannya program atau kegiatan, yang diwujudkan melalui pemberian masukan konstruktif terhadap hasil akhir maupun kekurangan program.

Dalam pelaksanaan karya ini, tahapan partisipasi yang menjadi fokus utama adalah tahap partisipasi dalam pelaksanaan, di mana modul, infografis, dan *banner* berperan sebagai instrumen pendukung yang memfasilitasi keterlibatan aktif relawan Peduly Semarang saat menjalankan program isu lingkungan secara langsung di lapangan.

2.2.3 Relawan

2.2.3.1 Definisi Relawan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, relawan berasal dari kata sukarelawan yang berarti individu melakukan suatu hal dengan landasan kebebasan tanpa ada tekanan. Dalam bahasa Inggris, relawan disebut *volunteer* yang berarti pekerja sukarela yang melakukan pekerjaan atas kehendak diri sendiri.

Menurut Schoender (1998) dalam Indarsih (2025), relawan adalah orang yang secara sukarela menyumbangkan tenaga atau jasa, kemampuan, dan waktu tanpa mengharapkan kompensasi moneter atau keuntungan materi dari organisasi pelayanan yang secara formal mengatur kegiatan tertentu.

Relawan atau *volunteering* menurut Wilson (2002) dalam Rizkiawati *et al.* (2023) mengartikan bahwa relawanan adalah bentuk tindakan pro-sosial di mana seseorang secara sadar mendedikasikan waktu dan tenaganya untuk tujuan apa pun tanpa mengharapkan imbalan materi. Tindakan ini dianggap sebagai bentuk kontribusi sistematis yang bertujuan untuk mencapai tujuan mencapai tujuan kemaslahatan bersama melalui bantuan nyata kepada individu, kelompok, masyarakat, dan institusi organisasi tertentu.

Merujuk pada definisi tersebut, relawan Peduly Semarang yang menjadi sasaran utama dalam karya tugas akhir ini dipandang sebagai individu yang berkontribusi secara sukarela tanpa mengharapkan imbalan materiil. Media edukasi dan video ajakan yang diproduksi diposisikan sebagai sarana untuk memperkuat kesadaran serta kesediaan relawan dalam berkontribusi pada kegiatan isu lingkungan yang diselenggarakan.

2.2.3.2 Karakteristik Relawan

Menurut Omoto & Snyder (1995) dalam Meilisa (2021) terdapat beberapa karakteristik fundamental yang membedakan aktivitas kerelawanan dengan bentuk perilaku menolong lainnya. Berikut karakteristik tersebut meliputi :

- a. Tanggap terhadap peluang untuk berkontribusi dalam kegiatan sosial.
- b. Memiliki komitmen jangka panjang dalam keterlibatan yang dilakukan secara berkelanjutan.
- c. Bersedia memberikan waktu, tenaga, pikiran, hingga materi tanpa ada imbalan apa pun.
- d. Fokus untuk memberikan bantuan yang ditujukan kepada pihak asing (pihak yang tidak dikenal sebelumnya) melalui suatu organisasi atau lembaga pengelola.
- e. Tindakan yang dilakukan didasari kehendak bebas, tidak ada paksaan atau kewajiban formal.

Berdasarkan karakteristik tersebut, karya ini secara khusus menyasar relawan Peduly Semarang yang tanggap terhadap peluang berkontribusi dalam kegiatan sosial, khususnya isu lingkungan. Media edukasi dan kampanye digital yang dirancang berfungsi sebagai penggerak awal untuk mengoptimalkan kepekaan tersebut, sehingga kesediaan relawan untuk memberikan waktu dan tenaga secara sukarela dapat terealisasi secara nyata dalam pelaksanaan program.

2.2.4 Media Visual

2.2.4.1 Definisi Media Visual

Menurut Nana dan Ahmad (2013) dalam Fadhillah *et al.* (2022), merupakan perangkat yang dengan strategis menyatukan fakta dan pemikiran secara jelas, kuat, dan menyeluruh melalui penggabungan komponen tekstual dan grafis. Keunggulan utama dari media terletak pada kapasitasnya untuk mengubah informasi yang luas menjadi sajian yang ringkas tanpa menghilangkan inti pesan yang ingin disampaikan. Dalam ranah pembelajaran, media visual berperan sebagai penghubung kognitif yang membantu audiens memahami substansi materi secara langsung. Melalui representasi visual yang tersusun rapi, data yang bersifat tidak konkret dapat diubah menjadi bentuk yang lebih nyata dan mudah dipahami, sehingga sangat tepat digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi penting yang membutuhkan pemahaman segera dan penyimpanan dalam ingatan jangka panjang.

Selaras dengan hal tersebut, Yudhi Munaddi (2013) dalam Wahidah *et al.* (2023) menyatakan bahwa media visual adalah alat komunikasi yang memanfaatkan indra penglihatan. Media visual memuat dua jenis pesan utama, yaitu pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal diwujudkan dalam bentuk kata-kata atau bahasa tulis yang memberikan keterangan yang tegas. Di sisi lain, pesan nonverbal direpresentasikan melalui lambang-lambang yang berfungsi sebagai gambaran grafis. Dalam kerangka ini, lambang-lambang nonverbal berfungsi sebagai pengganti atau pelengkap bahasa verbal, yang selanjutnya membentuk apa yang dinamakan "bahasa visual". Bahasa visual inilah yang menjadi elemen utama (*software*) dari media visual, di mana kekuatannya penyampaiannya tidak lagi

bergantung pada tulisan, melainkan pada kapabilitas lambang-lambang tersebut untuk menyampaikan makna secara segera dan naluriah.

2.2.4.2 Karakteristik Media Visual

Karakteristik media visual tercermin dari manfaat nyata yang dihasilkan dalam penyampaian proses penyampaian informasi. Menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2002) dalam Ain & Mustika (2021) menyatakan bahwa terdapat empat karakteristik yang membedakan dari media visual lainnya, yaitu sebagai berikut :

- a. Penyampaian informasi menjadi lebih menarik bagi audiens, sehingga mampu menambah motivasi serta antusiasme untuk berpartisipasi aktif dalam program atau kegiatan yang sedang berlangsung.
- b. Informasi yang disampaikan memiliki makna yang lebih jelas berkat dukungan elemen visual untuk mempercepat audiens dalam memahami substansi informasi secara akurat.
- c. Pendekatan dalam penyampaian informasi menjadi lebih variatif, sehingga tidak hanya bertumpu pada komunikasi verbal satu arah yang cenderung monoton dan dinilai kurang membekas dalam ingatan.
- d. Media visual mampu memberikan stimulus yang lebih banyak dibandingkan penyampaian lisan konvensional, sehingga mendorong penerima informasi untuk terlibat secara lebih interaktif dan responsif dalam proses komunikasi.

Karakteristik media visual yang menarik dan mampu meningkatkan motivasi partisipasi tersebut menjadi acuan utama dalam merancang modul, infografis, dan *banner* pada karya ini. Ketiga media tersebut diproduksi dengan pendekatan visual yang variatif dan interaktif, sehingga mampu menstimulasi ketertarikan relawan Peduly Semarang untuk terlibat aktif dalam kegiatan isu lingkungan yang diselenggarakan.

2.2.4.3 Fungsi Media Visual

Menurut Levie & Lentz (1982) dalam Wahidah *et al.* (2023) mengungkapkan empat fungsi penting media visual :

- a. Fungsi Atensi: Media visual berfungsi sebagai penarik perhatian utama di dunia yang penuh dengan informasi. Di ruang publik, visual yang menarik dapat menarik perhatian orang, mendorong mereka untuk berhenti dan memperhatikan pesan, terutama mereka yang awalnya tidak tertarik pada isu tersebut.
- b. Fungsi Efektif: Visual menarik emosi dan dapat mengubah sikap orang. Melalui gambar yang menarik, pesan dapat membangkitkan empati, meningkatkan kesadaran sosial, dan bahkan menginspirasi perubahan perilaku seputar isu-isu tertentu, seperti kampanye lingkungan atau kesehatan.
- c. Fungsi kognitif: Media visual membuat informasi kompleks lebih mudah dipahami dan diingat. Dengan bantuan ilustrasi, pemirsa dapat memahami inti pesan dan menyimpannya dalam memori jangka panjang mereka jauh lebih efektif daripada jika informasi tersebut disampaikan hanya melalui teks yang panjang.
- d. Fungsi kompensatoris: Media visual memberikan konteks bagi orang-orang dengan berbagai tingkat literasi. Fungsi ini sangat berguna bagi kelompok yang kesulitan memahami bahasa formal dan istilah teknis, memungkinkan pesan untuk dikomunikasikan secara komprehensif dan adil dengan bantuan simbol visual yang lebih mudah dipahami.

Keempat fungsi media visual tersebut menjadi landasan konseptual dalam perancangan modul, infografis, dan *banner* pada karya ini. Fungsi atensi diwujudkan melalui tampilan visual yang menarik perhatian relawan, fungsi efektif melalui pesan yang membangkitkan kepedulian lingkungan, fungsi kognitif melalui penyederhanaan materi agar mudah diingat, serta fungsi kompensatoris yang memastikan pesan tetap dapat dipahami oleh relawan dengan berbagai tingkat literasi.

2.2.4.4 Media Visual sebagai Media Edukasi

Dalam dunia pendidikan, media visual berfungsi sebagai alat strategis yang memfasilitasi proses penyampaian materi pendidikan melalui rangsangan visual. Agar media visual dikatakan sebagai efektif untuk edukasi, Cecep dan Bambang (2011) menekankan bahwa efektivitas media visual sangat bergantung pada desain

simbol pesan yang memenuhi prinsip kesederhanaan, integrasi, penekanan, dan keseimbangan sehingga pesan tersampaikan dengan sukses. Sabara & Wahrini (2021).

Terdapat perbedaan mendasar antara media visual untuk pendidikan seperti gambar, video, dan infografis dan media visual untuk konvensional. Perbedaan paling mendasar terletak pada cara penyajian informasi. Media visual dapat menyajikan konsep dengan cara yang lebih konkret dan nyata, sementara metode pembelajaran tradisional, yang bergantung pada buku teks dan ceramah, sering kali dianggap kompleks dan abstrak. Dari segi keterlibatan, media visual dirancang lebih inovatif untuk merangsang pembelajaran, sementara metode pembelajaran tradisional kurang efektif dalam mempertahankan perhatian siswa.

Media visual memberikan dukungan kognitif yang lebih baik dengan mengintegrasikan teks dan gambar, dan telah terbukti secara signifikan meningkatkan retensi dan pemahaman konseptual dibandingkan dengan metode pembelajaran non-media. Hal ini didukung oleh aspek interaktivitas yang mendorong diskusi yang hidup, sementara metode pembelajaran tradisional cenderung satu arah dan membosankan. Dengan demikian, perbedaan yang signifikan terletak pada kemampuan media visual untuk menghidupkan materi dan menyederhanakan kompleksitas menjadi visualisasi yang mudah diingat, suatu keunggulan yang tidak tersedia melalui metode yang sepenuhnya berbasis teks. Zohra et al. (2024). Adapun media visual yang sering digunakan sebagai media edukasi antara lain sebagai berikut :

a. *Banner*

Menurut Sabela & Pudjoprastyono (2024) *banner* merupakan salah satu media informasi yang berisi bahan promosi atau materi informasi yang digunakan sebagai sarana komunikasi dengan tampilan visual yang menarik agar mudah dipahami oleh khalayak. Penempatan *banner* umumnya berorientasi pada penempatan di lokasi strategis guna menjangkau khalayak secara optimal dan meningkatkan efektivitas diseminasi informasi suatu kegiatan.

Banner memiliki peran penting sebagai media publikasi dan identitas visual kegiatan yang biasanya menampilkan informasi utama seperti nama kegiatan,

waktu pelaksanaan, lokasi kegiatan, serta identitas penyelenggara. Dengan visualisasi yang estetis dan informatif, media ini berkontribusi signifikan dalam membangun kesadaran publik terhadap agenda yang dirancang. Susanto et al. (2018).

Konsep *banner* tersebut menjadi acuan dalam memproduksi salah satu luaran karya tugas akhir ini. *Banner* yang dirancang berperan sebagai media publikasi dan identitas visual kegiatan, memuat informasi utama seperti nama kegiatan, waktu, lokasi, dan identitas penyelenggara, sehingga mampu membangun kesadaran relawan terhadap agenda isu lingkungan yang diselenggarakan Peduly Semarang.

b. Modul

Menurut depdiknas (2003) dalam Halimatullah (2013), modul didefinisikan sebagai kesatuan bahan belajar yang dirancang agar dapat dipelajari secara mandiri dengan stimulan atau bantuan dari pendidik. Sejalan dengan pandangan tersebut, Nastution (2011) dalam Ittihad et al. (2025) memperluas definisi ini dengan menyatakan bahwa modul merupakan materi pembelajaran utuh yang berdiri sendiri yang terdapat rangkaian pembelajaran terstruktur secara spesifik untuk mencapai tujuan instruksional yang jelas.

Lebih lanjut, prastowo dalam Daely (2020) melengkapi karakteristik tersebut dengan menambahkan aspek metodologis, yakni penyusunan modul harus dilakukan secara sistematis dan menarik guna memfasilitasi serta meningkatkan motivasi secara optimal. Dengan susunan yang sistematis, keunggulan modul ini tampak pada penyajian materi yang memungkinkan pengguna untuk belajar secara mandiri. Selain itu, keunggulan modul terletak pada kemampuannya memberikan variasi dalam kegiatan edukasi publik serta mendorong motivasi belajar. Reniati et al. (2024).

Konsep modul tersebut menjadi acuan utama dalam memproduksi salah satu luaran karya tugas akhir ini. Modul yang disusun secara sistematis berperan sebagai bahan belajar mandiri bagi relawan Peduly Semarang, sehingga materi mengenai pengelolaan sampah dapat dipelajari secara terstruktur dan meningkatkan motivasi keterlibatan relawan dalam kegiatan isu lingkungan.

2.2.5 Desain Grafis

Merujuk pada Buku “*Pengembangan Media Grafis*“ Khusnul Khotimah (2020) yang menegaskan bahwa desain grafis adalah alat komunikasi visual yang secara strategis menggabungkan teks dan gambar untuk menyampaikan pesan dan informasi secara optimal. Melalui pengaturan yang terstruktur, desain grafis dapat memandu persepsi subjek sehingga informasi yang disampaikan diterima dengan jelas dan akurat.

Sejalan dengan perspektif tersebut, Suyanto menjelaskan bahwa desain grafis diartikan sebagai penerapan kemampuan seni dan komunikasi untuk keperluan dunia usaha dan industri. Penerapan ini dapat mencakup aktivitas promosi dan pemasaran produk, pembangunan identitas visual bagi lembaga, barang dan perusahaan, serta aspek lingkungan grafis, perancangan informasi, dan peningkatan visual pesan dalam publikasi.

2.2.5.1 Elemen Dasar Desain Grafis

Terdapat beberapa elemen dasar desain grafis yang dijelaskan dalam Buku Paduan Dasar Desain Grafis :

a. Garis

Unsur garis merupakan komponen fundamental dalam desain grafis yang secara operasional dibedakan menjadi empat jenis utama, yaitu garis tegak, mendatar, serong, dan melengkung. Dalam proses perancangan visual, garis tidak hanya berperan sebagai komponen keindahan, melainkan juga memiliki fungsi struktural yang penting untuk membedakan posisi antar-unsur grafis dalam suatu susunan halaman agar tidak saling menumpuk.

b. Bentuk

Bentuk didefinisikan sebagai sebuah bidang yang tercipta melalui batas-batas kontur (garis), perbedaan warna, permainan gelap-terang (arsiran), maupun penggunaan tekstur tertentu.

c. Ruang

Unsur ruang terbentuk melalui persepsi visual tentang kedalaman, yang memungkinkan sasaran merasakan adanya dimensi jarak-dekat serta posisi tinggi-rendah. Dalam pelaksanaan desain grafis, ruang tidak hanya merupakan area tanpa objek, melainkan komponen strategis yang berperan sebagai ruang bernapas (*white space*) bagi penglihatan pembaca.

d. Tekstur

Tekstur merupakan komponen visual yang menggambarkan karakteristik fisik dan kesan sentuh dari permukaan suatu bahan (material). Komponen ini ditampilkan dalam suatu komposisi visual untuk menonjolkan karakteristik bentuk visual, baik berupa tekstur autentik (yang dapat diraba secara langsung) maupun tekstur imajiner (penampakan visual yang menyerupai material sesungguhnya seperti kayu, bulu, atau kaca namun permukaannya halus ketika disentuh).

Keempat elemen dasar tersebut diterapkan secara teknis dalam proses produksi modul, infografis, dan *banner* pada karya ini. Elemen garis, bentuk, ruang, dan tekstur digunakan sebagai komponen visual untuk menyusun tata letak yang terstruktur, sehingga materi edukasi lingkungan dapat disajikan secara rapi dan tidak membingungkan relawan Peduly Semarang.

2.2.5.2 Prinsip –Prinsip Desain Grafis

Secara umum, terdapat beberapa prinsip desain grafis yang dijelaskan dalam Buku Paduan Desain Grafis, Khusnul Khotimah (2020) :

a. Keseimbangan

Keseimbangan atau *balancing* merupakan prinsip mendasar dalam penyusunan *layout* yang bertugas untuk menyeimbangkan beban visual secara proporsional agar tidak tercipta kesan timpang pada bidang atau ruang desain. Prinsip ini mengatur penempatan komponen-komponen seni rupa, seperti garis, bentuk, warna, dan tekstur.

b. Kesebandingan

Merupakan prinsip fundamental dalam perancangan yang mengatur relasi kuantitatif dan visual antar berbagai komponen dalam suatu susunan. Prinsip ini berfokus pada penetapan skala atau perbandingan ukuran yang dipandang

sesuai, baik perbandingan antara panjang dan lebar suatu permukaan, relasi antara satu bagian komponen dengan bagian yang lain, maupun keterkaitan antara elemen-elemen tersendiri terhadap keseluruhan karya secara menyeluruh.

c. Irama

Merupakan pola susunan yang tercipta melalui pengulangan komponen-komponen visual secara terstruktur dan beraturan untuk menghasilkan kesan keindahan yang dinamis. Kaidah ini bertugas mengarahkan pandangan sasaran, sehingga menimbulkan persepsi adanya gerakan, getaran, atau pergeseran konsentrasi yang lembut dari satu elemen ke elemen lainnya.

d. Kontras

Dalam penyampaian informasi perlu disusun berdasarkan tingkat kepentingannya, sehingga akan terlihat informasi mana yang utama dan perlu dikedepankan. Informasi tersebut selanjutnya divisualisasikan melalui komponen visual yang kuat dan mencolok. Hal ini dapat diwujudkan dengan menerapkan asas kontras, yaitu adanya perbedaan yang mencolok pada beberapa aspek susunan. Kontras dapat direalisasikan melalui berbagai metode, antara lain penggunaan warna yang berbeda agar lebih menonjol, dimensi foto/ilustrasi yang dibuat besar dibandingkan dengan yang kecil, pemanfaatan jenis dan ukuran huruf yang bervariasi, serta perubahan irama dan arah juga dapat diterapkan.

e. Kesatuan

Prinsip ini menekankan pada keharmonisan dari komponen-komponen yang disusun, suatu karya desain dapat dianggap menyatu apabila secara keseluruhan terlihat selaras. Prinsip kesatuan juga dikenal dengan sebutan *proximity* yang bermakna kedekatan. Prinsip ini digunakan untuk menggabungkan elemen-elemen *layout* seperti tipografi, ilustrasi, warna, dan sebagainya.

f. Keserasian

Keserasian dalam perancangan visual merupakan pembentukan komponen-komponen keseimbangan, keteraturan, kesatuan, dan integrasi yang masing-masing saling melengkapi dan menyeimbangkan. Keserasian (*harmony*)

berfungsi sebagai elemen penjaga untuk mewujudkan keharmonisan dalam keseluruhan desain penyajian.

g. Alur Baca

Alur Baca diciptakan oleh perancang secara terstruktur dengan sasaran mengarahkan penglihatan penerima dari satu bagian ke bagian berikutnya dalam mengikuti suatu informasi. Dalam penataan susunan halaman, agar tercipta keselarasan margin dibutuhkan patokan yang terstruktur yang dinamakan *grid*. *Grid* dalam tata letak halaman dapat diciptakan mulai dari yang sederhana hingga yang rumit.

h. Penekanan

Suatu metode yang diterapkan untuk memberikan aksentuasi pada komponen visual seperti ilustrasi, judul teks, dan sebagainya dalam tata letak. Aksentuasi diwujudkan dengan cara memperbesar, mempertebal, atau menggunakan pendekatan lain yang menjadikan komponen visual tersebut lebih mencolok.

Prinsip-prinsip desain grafis tersebut menjadi acuan teknis dalam merancang tata letak modul, infografis, dan *banner* pada karya tugas akhir ini. Penerapan keseimbangan, kesebandingan, irama, kontras, kesatuan, keserasian, alur baca, dan penekanan bertujuan untuk menghasilkan media edukasi yang komunikatif, sehingga pesan mengenai isu lingkungan dapat tersampaikan secara optimal kepada relawan Peduly Semarang.

2.2.6 Videografi

2.2.6.1 Definisi Videografi

Secara etimologis, videografi berasal dari dua kombinasi kata, yaitu video (bahasa Latin) yang artinya gambar bergerak dan *graphia* (bahasa Yunani) yang artinya menulis. Lebih lanjut, videografi adalah seni atau teknik perekaman gambar bergerak beserta audio menggunakan media elektronik, yang melibatkan proses pengambilan gambar (*shooting*), penyuntingan (*editing*), hingga penyajian materi visual dalam format digital. Yahya Habibi (2021).

2.2.6.2 Prinsip Dasar Dasar Videografi

Di dalam videografi, prinsip dasar videografi mencakup seperangkat ketentuan yang telah ditetapkan dan teknik dasar yang bertugas menjamin bahwa seluruh informasi visual yang direkam memiliki mutu artistik serta efektivitas komunikasi yang tinggi. Terdapat beberapa Prinsip Dasar Videografi sebagai berikut Agung et al. (2024)

a. Komposisi

Komposisi merupakan penataan komponen-komponen visual di dalam bingkai (*frame*) yang bertujuan untuk menghasilkan keseimbangan, keelokan, dan profesionalisme pada suatu karya video. Terdapat beberapa komposisi yang umum :

- 1) ***Rule of Thirds (Aturan Sepertiga)***: Metode ini dilaksanakan dengan membelah layar menjadi sembilan bagian yang setara melalui dua garis mendatar dan dua garis tegak yang imajiner. Subjek utama diletakkan pada titik potong atau di sepanjang garis tersebut untuk menghasilkan susunan visual yang dinamis dan lebih menarik dibandingkan posisi subjek tepat di tengah.
- 2) ***Leading Lines (Garis Penuntun)***: Penggunaan komponen garis natural atau arsitektural di dalam *frame* (seperti jalan, pagar, atau aliran sungai) yang disengaja diarahkan untuk mengarahkan pandangan mata penonton menuju titik fokus utama atau subjek.
- 3) ***Framing (Pembingkai)***: Metode memanfaatkan objek di sekitar lingkungan seperti jendela, pintu, atau cabang pohon sebagai "bingkai natural" di dalam *frame* kamera. Hal ini berguna untuk memberikan konteks ruangan sekaligus memberikan aksentuasi yang kuat pada subjek yang terletak di dalam bingkai tersebut.
- 4) ***Depth of Field (Kedalaman Bidang)***: Pengaturan kedalaman fokus untuk menghasilkan pemisahan antara subjek dengan latar belakang. Dengan menghasilkan efek latar belakang yang kabur (*bokeh*), konsentrasi penonton akan terkunci sepenuhnya pada subjek utama tanpa gangguan dari komponen di sekitarnya.

b. Pencahayaan

Pencahayaan tidak hanya berfungsi agar subjek dapat terlihat dengan jelas, melainkan juga sebagai alat untuk membentuk dimensi, kedalaman, dan nuansa dalam suatu bingkai video. Metode standar yang diterapkan adalah *three-point lighting*, yang meliputi:

- 1) *Key Light*: Bertugas sebagai sumber sinar utama dan paling kuat yang diarahkan langsung ke subjek.
- 2) *Fill Light*: Sinar tambahan yang diletakkan di sisi berlawanan dari key light.
- 3) *Backlight*: Pencahayaan yang diletakkan di belakang subjek.

c. Gerak Kamera (*Camera Movement*)

Gerak kamera dipakai untuk memberikan dinamika pada visual agar tidak tampak statis serta membantu mengarahkan konsentrasi penonton. Beberapa gerakan dasar mencakup:

- 1) *Pan (Panning)*: Menggerakkan kepala kamera secara horizontal (dari kiri ke kanan atau sebaliknya) pada poros yang tetap.
- 2) *Tilt (Tilting)*: Menggerakkan kamera secara vertikal (mendongak ke atas atau menunduk ke bawah) pada poros yang tetap.
- 3) *Dolly*: Menggerakkan kamera beserta penyangganya secara fisik mendekati (*dolly in*) atau menjauhi (*dolly out*) subjek.

d. Fokus

- 1) Fokus dan Kedalaman Ruang (*Depth of Field*): Fokus merupakan aspek penting untuk menjamin subjek utama tertangkap dengan ketajaman yang optimal.
- 2) Ruang Tajam Sempit (*Shallow Depth of Field*): Metode ini mengarahkan kamera pada objek utama dan membiarkan latar belakang menjadi kabur (*bokeh*).
- 3) Ruang Tajam Luas (*Deep Focus*): Menjamin semua komponen dalam *frame*, baik di bagian depan maupun belakang, tetap berada dalam fokus yang tajam.

e. Manajemen Pemotongan dan Transisi (*Editing*)

Proses penyuntingan merupakan tahap di mana narasi visual dibentuk secara sistematis untuk menciptakan alur cerita yang logis dan menarik. Dua aspek utama dalam tahap ini adalah:

- 1) Seleksi Adegan: Proses krusial dalam memilih fragmen rekaman yang paling kuat, informatif, dan relevan.
- 2) Teknik Transisi: Perpindahan antar-klip yang digunakan untuk mengatur tempo dan kontinuitas waktu. Beberapa teknik dasar meliputi:
 - a) *Cut*: Perpindahan instan dari satu klip ke klip lain untuk menciptakan dinamika yang cepat dan tegas.
 - b) *Dissolve*: Perpindahan halus di mana satu gambar perlahan menghilang saat gambar berikutnya muncul.
 - c) *Fade*: Teknik memudarkan gambar ke warna tertentu (biasanya hitam atau putih) atau sebaliknya.

f. Tata Suara (*Sound Design*)

Audio merupakan setengah dari pengalaman menonton yang berfungsi untuk memperkuat emosi dan kejelasan informasi. Pengelolaan suara dibagi menjadi dua proses utama:

- 1) Perekaman Suara (*Audio Capture*): Penggunaan mikrofon yang spesifik (seperti *lavalier* untuk dialog atau *shotgun* untuk arah suara tertentu) guna memastikan kejernihan suara. Komponen ini mencakup dialog, efek suara (*foley*), dan musik latar yang harus ditangkap tanpa gangguan *noise* agar kualitas audio tetap terjaga.
- 2) Penyuntingan Suara (*Sound Editing & Mixing*): Tahap penyesuaian antara audio dan visual. Proses ini melibatkan pengaturan level volume (*mixing*) agar musik latar tidak menenggelamkan suara dialog, serta memastikan bahwa setiap efek suara selaras dengan gerakan yang tampak pada layar untuk mendukung kekuatan narasi visual.

Prinsip-prinsip dasar videografi tersebut diterapkan secara teknis dalam proses produksi video pendek ajakan pada karya ini. Penerapan komposisi, pencahayaan, gerak kamera, fokus, teknik penyuntingan, serta tata suara bertujuan untuk menghasilkan video ajakan yang memiliki mutu artistik dan efektivitas komunikasi

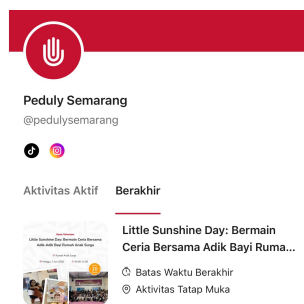
yang tinggi, sehingga mampu menarik minat relawan Peduly Semarang untuk berpartisipasi dalam kegiatan isu lingkungan.

BAB III

METODE

3.1 Profil Klien

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari *website* resmi Peduly Indonesia (n.d.), diketahui bahwa platform ini merupakan platform sosial yang didirikan oleh Zain Al Mutazam, seorang pemuda dari Madura. Platform ini bergerak dalam tiga bidang utama, yakni penggalangan dana, distribusi donasi, dan pemberdayaan relawan. Komunitas relawan ini didirikan pada tahun 2021 dengan fokus awal pada kegiatan internal. Perubahan besar terjadi pada tahun 2023, ketika Peduly memperluas keterlibatannya dengan membuka akses bagi relawan eksternal untuk turut berpartisipasi dalam berbagai program sosial. Komitmen tersebut berhasil membangun jaringan relawan yang luas, dengan jumlah anggota mencapai lebih dari 10.000 orang yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, termasuk Semarang.



Gambar 3.1 Website Peduly Semarang

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada 8 Maret 2026 bersama Alivia selaku manajer relawan Peduly Semarang, mengungkapkan bahwa cabang Semarang telah aktif sejak tahun 2023. Komunitas ini berfokus pada tiga pilar, yaitu kemanusiaan, pendidikan, dan lingkungan. Hal yang perlu dicermati adalah mayoritas aktivis dan sukarelawan yang berpartisipasi dalam kegiatan akhir pekan di Semarang adalah mahasiswa dari Generasi Z. Karakteristik sukarelawan muda dan energik ini merupakan kekuatan utama dalam melaksanakan gerakan sosial yang kreatif dan berbasis luas.

Keberhasilan program Peduly Semarang didukung oleh struktur manajemen taktis dan fungsional. Komunitas ini dipimpin oleh seorang manajer relawan, yang bertanggung jawab atas koordinasi strategis, pembuatan ide kreatif, manajemen

kinerja relawan, dan penyusunan laporan kerja. Operasi di lapangan dikelola oleh seorang perencana proyek, yang merancang konsep teknis untuk kegiatan dan memastikan seluruh rangkaian acara terlaksana sesuai rencana. Selain itu, tim media sosial bertanggung jawab atas pengelolaan konten dan publikasi informasi program melalui platform media sosial sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat dan relawan.

Dari sisi pendanaan, operasional Peduly Semarang bersumber dari pendanaan mandiri organisasi. Dalam praktiknya, para relawan turut berkontribusi melalui donasi untuk menanggung biaya operasional kegiatan. Menurut keterangan Alivia, besaran kontribusi tersebut bersifat fleksibel dan disesuaikan dengan jenis kegiatan yang diselenggarakan. Biaya partisipasi untuk relawan baru berkisar antara 180.000 hingga 250.000 rupiah, sedangkan biaya partisipasi untuk relawan yang pernah mengikuti kegiatan, biayanya lebih rendah, berkisar antara 90.000 hingga 150.000 rupiah.

Fenomena menarik yang diamati di lapangan adalah tingkat retensi relawan yang tinggi. Meskipun telah menginvestasikan waktu, tenaga, dan biaya pribadi, relawan secara konsisten kembali untuk berpartisipasi dalam program-program selanjutnya. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi sosial dan nilai emosional yang diperoleh dari kegiatan Peduly Semarang lebih besar daripada beban materi, sehingga mendorong kegiatan sukarelawan yang berkelanjutan dan organik.

Namun, di balik potensi besarnya sebagai agen perubahan, terdapat beberapa tantangan internal yang perlu diintervensi melalui standarisasi manajemen kegiatan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Alivia yang dilakukan pada 8 Maret 2026, salah satu tantangannya adalah di beberapa pelaksanaan *Beach Clean Up* kerap tidak mencapai target yang ditetapkan. Dari target yang dibutuhkan sebanyak 30 peserta, jumlah peserta sering kali berada di bawah angka tersebut. Kondisi ini berbanding terbalik dengan kegiatan sosial dan kemanusiaan yang diselenggarakan Peduly Semarang, jumlah peserta dalam kegiatan itu selalu memenuhi bahkan melampaui target. Hal ini menunjukkan bahwa isu lingkungan, khususnya kebersihan pantai belum memiliki daya tarik dan urgensi yang sama di kalangan masyarakat dibandingkan isu sosial lainnya.

3.2 Segmentasi Target Audiens

3.2.1 Segmentasi Demografis

- a. Usia : 14 - 29 Tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki - laki dan Perempuan
- c. Status : Pelajar/mahasiswa/*freelancer*/karyawan swasta/pegawai negeri sipil/*entrepreneur* muda hingga masyarakat umum.

3.2.2 Segmentasi Geografis

Partisipan yang berdomisili di Kota Semarang atau Kabupaten Semarang.

3.2.3 Segmentasi Psikografis

Partisipan yang peduli mengenai kebersihan lingkungan, terutama di kawasan Pantai hingga yang aktif dalam kegiatan sosial mengenai isu lingkungan.

3.3 Mekanisme Produksi Karya

Bab ini memberikan gambaran detail mengenai mekanisme produksi karya yang telah direncanakan. Mekanisme dibagi menjadi tiga fase strategis, yaitu pra-produksi media, produksi media dan pasca-produksi karya. Deskripsi setiap fase bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif dan sistematis tentang alur administratif dan teknis produksi karya tersebut.

3.3.1 Pra-produksi Media

Tahap pra-produksi merupakan tahap persiapan yang mencakup riset dan perancangan untuk seluruh media yang akan dibuat, yaitu konten video *reels*, *banner*, infografis, dan modul. Riset dilakukan untuk menghimpun materi, data, dan referensi yang relevan untuk digunakan sebagai informasi di dalam media. Perancangan dilakukan untuk menetapkan konsep, pesan utama, serta rancangan awal tiap media. Perancangan disesuaikan dengan karakteristik teknis dan tujuan di setiap media.

Pada tahap pra-produksi video, proses perancangan mencakup tahap konseptualisasi yang dilanjutkan dengan penyusunan *Standart Sequence Guideline* (SSG) sebagai panduan visual urutan adegan serta penulisan skrip yang memuat narasi serta petunjuk teknis produksi. Selanjutnya pada pra-produksi *banner* dan infografis, perancangan difokuskan pada perumusan kerangka informasi yang sistematis serta penataan tata letak visual yang efektif. Untuk pra-produksi modul,

perancangan diarahkan pada penyusunan kerangka materi yang komprehensif, meliputi penetapan tujuan pembelajaran serta pengelompokan topik menjadi subtopik yang logis.

Seluruh tahapan perancangan tersebut dilengkapi dengan sesi diskusi perencanaan yang melibatkan Alivia, selaku manajer Peduly Semarang. Diskusi perencanaan awal dilakukan pada tanggal 8 Maret dan 12 Maret 2026 untuk membahas tujuan pembuatan media dan perencanaan tahapan kerja. Setelah penyusunan draf perancangan untuk masing-masing media, dilakukan sesi finalisasi pada tanggal 31 Maret 2026 yang berfungsi sebagai verifikasi akhir dan persetujuan untuk melakukan ke tahap produksi.

3.3.2 Produksi Media

Kemudian untuk mendapatkan hasil yang maksimal, digunakan aplikasi Canva untuk proses pembuatan modul, infografis serta *banner* kegiatan. Pada tahap ini, dilakukan riset mendalam untuk mencari informasi mengenai klasifikasi sampah yang nantinya akan dikemas lebih dalam dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami untuk audiens tanpa mengurangi esensi data yang ada.

Secara visual, media yang akan dihasilkan dari modul, *banner* kegiatan serta infografis akan didominasi menggunakan warna biru dan merah. Warna biru digunakan untuk merepresentasikan ekosistem laut serta warna merah digunakan untuk merepresentasikan logo dari komunitas Peduly Semarang. Tidak hanya itu, pemilihan elemen untuk media visual yang akan dibuat juga didominasi oleh elemen ekosistem laut serta elemen sampah. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kontras visual yang mampu menarik perhatian audiens sekaligus memberikan kesan yang lebih nyata terkait pembahasan mikroplastik di pesisir pantai. Untuk memastikan informasi yang digunakan adalah informasi aktual, materi referensi dipilih secara cermat dan terkini agar informasi yang disampaikan akurat. Semua media visual yang telah selesai akan dirilis secara resmi selama rangkaian kegiatan sebagai alat pendukung utama untuk menyampaikan pesan edukasi.

3.3.3 Pasca Produksi Media

Tahap pasca-produksi merupakan tahap akhir setelah media selesai dibuat. Pada tahap ini, proses difokuskan pada pemfinalisasian, publikasi, dan mendistribusikannya kepada sasaran melalui media sosial Instagram Peduly Semarang serta menyerahkan media edukasi berupa modul kepada Peduly Semarang sebagai aset edukasi sekaligus wujud keberlanjutan dari kegiatan yang dilakukan.

3.4 Jadwal Publikasi Karya

Jadwal publikasi karya media visual untuk kegiatan ini terbagi menjadi dua fase agar setiap media tampil pada waktu yang tepat dan saling mendukung. Fase pertama adalah publikasi digital yang dimulai pada 5 hari sebelum kegiatan, tiga konten video *reels* diunggah secara bertahap untuk membangun antusiasme dan mendorong partisipasi relawan.

Fase kedua di implementasikan pada hari acara (Hari-H), dengan media visual yang sudah dibuat. *Banner* kegiatan dipasang di lokasi strategis di sepanjang pantai sebagai identitas visual utama dan untuk menyambut relawan. Pada saat yang sama, infografis ditampilkan oleh pembawa materi saat memberikan penjelasan, dan beberapa salinan dari infografis dipegang di sisi kanan dan kiri area agar seluruh relawan dapat melihatnya dengan jelas.

Selanjutnya penyerahan modul kepada komunitas Peduly Semarang sebagai media edukasi yang bertujuan untuk memperkuat efektivitas kampanye. Pada tahap penyerahan modul ini, berfungsi sebagai sarana untuk mengukur efektivitas media dalam menjembatani kesenjangan informasi, serta menjadi bukti nyata dari peran PR dalam mengelola isu lingkungan melalui pemberdayaan mitra strategis dan penyediaan sumber daya edukasi yang berkualitas.

3.5 Konsep Penciptaan Karya

1. Modul

Kerangka Desain Modul

<i>PRODUCTION</i>	: Peduly Semarang
<i>CLIENT</i>	: Peduly Semarang

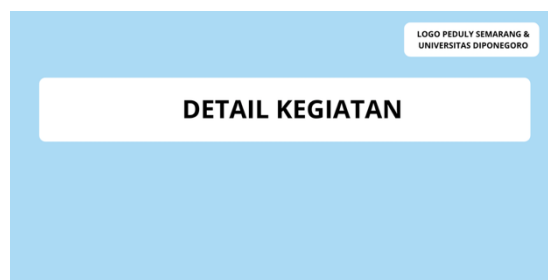
TARGET AUDIENCE : Partisipan berdomisili Semarang
SCRIPT WRITER : Kelly Sandhika Fierly
DESAINER : Kelly Sandhika Fierly
EDITOR : Kelly Sandhika Fierly
PRODUCT / SERVICE : Modul

Tabel 3.1 Kerangka Desain Modul

Halaman	Topik Utama	Keterangan
i-ii	Pembukaan & Konsep	- Cover - Kata Pengantar - Daftar Isi
1	Profil Klien	- Penjelasan singkat terkait Peduly Semarang
2-4	Bab 1 Menenal Karakteristik Sampah	- Definisi sampah secara umum - Klasifikasi sampah berdasarkan wujud fisik dan contohnya a. Sampah Padat b. Sampah Cair - Klasifikasi sampah berdasarkan sifat material dan contohnya a. Sampah organik b. Sampah anorganik c. Limbah berbahaya
5-9	Bab II Ancaman Mikroplastik	- Definisi dan contoh mikroplastik - Dampak mikroplastik terhadap ekosistem laut - Jalur masuk mikroplastik ke lingkungan dan tubuh manusia - Potensi ancaman bagi kesehatan manusia

Halaman	Topik Utama	Keterangan
		- Urgensi penanganan mikroplastik di kawasan pesisir
10-11	Bab III Implementasi 3R	- Konsep hierarki 3R a. <i>Reduce</i> b. <i>Reuse</i> c. <i>Recycle</i> - Tata cara pemilihan sampah yang efektif - Pembagian pemilahan sampah - Langkah praktis kegiatan bersih-bersih pantai
12	Kesimpulan	- Kesimpulan dari pembahasan seluruh isi modul
13	Daftar Pustaka	- Jurnal atau berita yang digunakan di dalam isi materi modul

2. *Banner*



Gambar 3.2 Kerangka Desain *Banner* Kegiatan

Banner kegiatan dirancang sebagai sarana komunikasi visual utama selama pelaksanaan kegiatan bersih-bersih pantai Komunitas Peduly Semarang. *Banner* dibuat menggunakan format *landscape* dengan ukuran 1000 x 500 mm, ukuran ini dipilih karena praktis dan memiliki keterbacaan yang baik. Secara visual, *banner* menampilkan komposisi yang menyeimbangkan unsur estetika dan informasi.

Dengan konsep visualnya yang menggambarkan suasana pantai dengan ilustrasi relawan yang membersihkan sampah, sesuai dengan tema kegiatan. Serta palet warna didominasi oleh biru laut dan biru langit yang merepresentasikan ekosistem pantai, dikontraskan dengan ilustrasi sampah berwarna mencolok sebagai simbol urgensi isu lingkungan. Elemen ilustrasi relawan yang tengah membersihkan pantai memperkuat pesan ajakan bertindak.

3. Infografis



Gambar 3.3 Kerangka Desain Infografis

Media visual infografis ini menggunakan struktur tata letak vertikal dengan ukuran A3 (29,7 x 42 cm) yang sistematis untuk memungkinkan audiens memahami alur informasi dengan jelas. Infografis terdiri atas tiga seri halaman yang masing-masing membahas klasifikasi sampah berdasarkan wujud dan sifat material, pengelolaan sampah melalui pendekatan 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) serta dampak mikroplastik terhadap ekosistem pesisir dan kesehatan manusia.

Secara visual, infografis menggunakan palet warna biru dan merah yang konsisten dengan identitas visual Komunitas Peduly Semarang, dipadukan dengan ilustrasi karakter dan ikon yang relevan dengan konteks lingkungan pesisir.

Hierarki informasi dibangun melalui penggunaan tipografi yang variatif antara judul, subjudul, dan isi, sehingga pembaca dapat mengikuti alur informasi secara intuitif. Pendekatan visual ini bertujuan menyederhanakan data dan konsep lingkungan yang kompleks menjadi sajian yang ringkas, menarik, dan mudah dipahami oleh seluruh kalangan relawan.

Tabel 3.2 Kerangka Isi Infografis

No.	Tema / Topik Infografis	Detail Isi
1	Klasifikasi Sampah	- Judul utama “Kenali & Pilah Sampahmu!” - Definisi sampah secara umum - Klasifikasi sampah berdasarkan wujud fisik dan contohnya a. Sampah Padat b. Sampah Cair - Klasifikasi sampah berdasarkan sifat material dan contohnya a. Sampah organik b. Sampah anorganik c. Limbah berbahaya
2	Tahap Pengelolaan Sampah	- Judul utama “Mulai dari Kita, Mulai dari Sekarang. Kelola sampah dengan 3R” - Definisi konsep hierarki 3R a. <i>Reduce</i> b. <i>Reuse</i> c. <i>Recycle</i> - Tata cara pemilihan sampah yang efektif
3	Kenapa Kita Harus Peduli Sampah?	- Judul Utama “Sampahmu Berbicara. Sudahkah Kamu Mendengar?” - Data & fakta volume sampah di Semarang - Penjelasan penguraian sampah - Alasan utama untuk menjelaskan tema “Kenapa Harus Peduli Sampah?” a. Dampak pada kesehatan b. Dampak bencana lokal c. Ancaman Mikroplastik

4. Video Reels

STANDARD SEQUENCE GUIDE(SSG)

<i>PRODUCTION</i>	: Peduly Semarang
<i>CLIENT</i>	: Peduly Semarang
<i>TARGET AUDIENCE</i>	: Generasi Z berdomisili Semarang
<i>PRODUCER</i>	: Kelly Sandhika Fierly
<i>DIRECTOR</i>	: Kelly Sandhika Fierly
<i>SCRIPT WRITER</i>	: Kelly Sandhika Fierly
<i>TALENT</i>	: Ekayani Desi Hana Bella Alia
<i>CAMERAMEN</i>	: Kelly Sandhika Fierly
<i>EDITOR</i>	: Kelly Sandhika Fierly
<i>PRODUCT/SERVICE</i>	: Reels
<i>DURATION</i>	: 14 detik
<i>PLATFORM</i>	: Instagram

Tabel 3.3 Standart Sequence Guide (SSG) Konten 1

No.	Description	Naration/Sound On Tape	Music Illustration	DUR
1	Kamera menyorot ke arah dua <i>talent</i> utama yang berdiri di depan <i>Talent</i> melakukan gerakan tari sinkron mengikuti	Input Teks : “Tell me something I don’t know“	NCS (No Copyright Sound)	4”

<i>No.</i>	<i>Description</i>	<i>Naration/Sound On Tape</i>	<i>Music Illustration</i>	<i>DUR</i>
	irama musik. Terdapat elemen grafis teks dan emoji yang muncul secara <i>pop-up</i> .			
2	Kamera menyorot dua <i>talent</i> yang sama saat melakukan gerakan transisi berjongkok untuk melakukan transisi selanjutnya.		<i>NCS (No Copyright Sound)</i>	2"
3	Kamera menyorot ke arah empat <i>talent</i> yang sedang berkumpul. Satu <i>talent</i> terlihat menunjukkan sesuatu di ponsel.	Input Teks : “Sampah yang kamu liat di pantai, bisa jadi berasal dari kota sebelah atau sampah yang sudah dibuang setahun lalu“ - Arus laut itu “jalan tol“ tanpa hambatan bagi sampah untuk berkeliling dunia. - Plastik nggak benar-benar mati, mereka hanya menyamar jadi partikel tak kasat	<i>NCS (No Copyright Sound)</i>	4"

<i>No.</i>	<i>Description</i>	<i>Naration/Sound On Tape</i>	<i>Music Illustration</i>	<i>DUR</i>
		mata – jadilah Mikroplastik“ - Mikroplastik bisa menyelinap ke rantai makanan, berenang di perut ikan, dan berakhir di piring makan malam kita. “		
	Fokus tetap dengan empat <i>talent</i> yang berpose menghadap kamera. Transisi ke layar hitam yang menampilkan poster <i>event</i> “Satu Aksi Satu Kreasi“	Input Teks : “Mau putus rantai itu? Mau lebih tahu pemahaman yang mendalam ? Yuk, <i>join</i> bareng kita!“	NCS (<i>No Copyright Sound</i>)	4”

STANDARD SEQUENCE GUIDE(SSG)

<i>PRODUCTION</i>	: Peduly Semarang
<i>CLIENT</i>	: Peduly Semarang
<i>TARGET AUDIENCE</i>	: Partisipan berdomisili Semarang
<i>PRODUCER</i>	: Kelly Sandhika Fierly
<i>DIRECTOR</i>	: Kelly Sandhika Fierly
<i>SCRIPT WRITER</i>	: Kelly Sandhika Fierly

TALENT : Ekayani Desi
 Hana
 Bella
 Alia
CAMERAMEN : Kelly Sandhika Fierly
EDITOR : Kelly Sandhika Fierly
PRODUCT/SERVICE : *Reels*
DURATION : 15 detik
PLATFORM : Instagram

Tabel 3.4 *Standart Sequence Guide (SSG) Konten 2*

No.	Description	Naration/Sound On Tape	Music Illustration	DUR
1	Kamera menyorot ke arah <i>talent</i> pertama sedang memegang dan menunjuk ke arah <i>iPad</i> sambil berlari kecil.	Input Teks : “Memang ada <i>event</i> isu lingkungan yang menarik?”	<i>NCS (No Copyright Sound)</i>	2”
2	Kamera beralih menyorot <i>talent</i> kedua yang menari sambil memegang <i>iPad</i> sambil berlari kecil.	Input Teks : “Ada dong! Dapet pemahaman visual lewat media edukasi terus langsung jalanin aksi nya juga.”	<i>NCS (No Copyright Sound)</i>	3”
3	Kamera menyorot ke arah <i>talent</i> pertama sedang memegang dan menunjuk ke arah <i>iPad</i> sambil berlari kecil.	Input Teks : “PEMAHAMAN APA ITU? AKSI NYA BAGAIMANA ?”	<i>NCS (No Copyright Sound)</i>	3”
4	Kamera beralih menyorot <i>talent</i> kedua yang menari sambil	Input Teks : “Pemahaman terkait pengelolaan sampah dan	<i>NCS (No Copyright Sound)</i>	3”

No.	Description	Naration/Sound On Tape	Music Illustration	DUR
	memegang <i>iPad</i> sambil berlari kecil.	kita kelola jadi barang berguna sama -sama“		
5	Kamera menyorot ke arah <i>talent</i> pertama sedang memegang dan menunjuk ke arah <i>iPad</i> sambil berlari kecil.	Input Teks : “ MENARIK BANGETT, LEWAT APA ITU KAK ? “	NCS (No Copyright Sound)	2”
6	Kamera beralih menyorot <i>talent</i> kedua yang menari sambil memegang <i>iPad</i> sambil berlari kecil. Transisi ke layar hitam yang menampilkan poster <i>event</i> “Satu Aksi Satu Kreasi“	Input Teks : “Lewat <i>workshop event</i> ini dong.“ Input Teks : “Yuk, jangan sampai ketinggalan, buruan daftar!“	NCS (No Copyright Sound)	2”

STANDARD SEQUENCE GUIDE(SSG)

PRODUCTION	: Peduly Semarang
CLIENT	: Peduly Semarang
TARGET AUDIENCE	: Generasi Z berdomisili Semarang
PRODUCER	: Kelly Sandhika Fierly
DIRECTOR	: Kelly Sandhika Fierly
SCRIPT WRITER	: Kelly Sandhika Fierly
TALENT	: Ekayani Desi Hana Bella Alia

CAMERAMEN : Kelly Sandhika Fierly
EDITOR : Kelly Sandhika Fierly
PRODUCT/SERVICE : *Reels*
DURATION : 16 detik
PLATFORM : Instagram

Tabel 3.5 *Standart Sequence Guide (SSG) Konten 3*

No.	Description	Naration/Sound On Tape	Music Illustration	DUR
1	Tiga <i>talent</i> muncul bergantian setiap tepukan tangan.	Input Teks : “Peduli lingkungan?” “Bukan sekadar jargon!” “Waktunya kita kreasi!”	NCS (No Copyright Sound)	3”
2	<i>Talent</i> pertama menunjukkan <i>iPad</i> yang memperlihatkan data tumpukan sampah di pesisir.	Input Teks : “Tahu nggak? Sampah plastik butuh ratusan tahun buat terurai di laut kita.”	NCS (No Copyright Sound)	3”
3	<i>Talent</i> kedua menunjukkan <i>iPad</i> yang memperlihatkan perbandingan pantai bersih dan kotor.	Input Teks : “Pahami alurnya: Dari konsumsi kita, ke pantai, balik lagi ke rantai makanan manusia.”	NCS (No Copyright Sound)	3”
4	<i>Talent</i> ketiga menunjukkan <i>iPad</i> yang memperlihatkan	Input Teks : “Langkah awal? Pahami cara memilah sampah dari	NCS (No Copyright Sound)	2”

<i>No.</i>	<i>Description</i>	<i>Naration/Sound On Tape</i>	<i>Music Illustration</i>	<i>DUR</i>
	poster klasifikasi sampah.	sumbernya sekarang juga!“		
5	<i>Talent</i> keempat menunjukkan gantungan kunci yang dibuat dari hasil sampah botol plastik.	Input Teks : “Lanjut kita kelola jadi barang berguna.“	<i>NCS (No Copyright Sound)</i>	2”
6	Transisi kearah keempat <i>talent</i> yang sedang menunjuk <i>iPad</i> memperlihatkan poster <i>event</i> .	Input Teks : “Biar makin paham, yuk jangan lupa daftar!“	<i>NCS (No Copyright Sound)</i>	3”

3.6 Timeline Pelaksanaan Keseluruhan Karya

Tabel 3.6 *Timeline Pelaksanaan Keseluruhan Karya*

Pra-Pelaksanaan Kegiatan	Feb				Maret					April				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Diskusi bersama pihak Peduly Semarang untuk membahas permasalahan yang menjadi fokus kegiatan.														
Pengajuan latar belakang masalah.														
Penulisan proposal Bab 1.														
Survei lokasi di Pantai Marina dan Wawancara Pengelola Pantai Marina.														
Penyerahan proposal untuk di berikan kepada Peduly Semarang dan Pengelola Pantai Marina.														
Penulisan proposal Bab 2-3.														

Pra-Pelaksanaan Kegiatan	Feb				Maret					April				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Membuat surat perizinan.														
Diskusi untuk mematangkan perencanaan kegiatan bersama Peduly Semarang dan Pengelola Pantai Marina.														
Produksi pembuatan desain infografis dan <i>banner</i> .														
Pembuatan MoU dengan Peduly Pusat.														
Menyiapkan seluruh perlengkapan untuk melakukan kegiatan.														
Membuat konten untuk promosi kegiatan “Satu Aksi, Satu Kreasi”.														
<i>Technical meeting</i> .														
Pelaksanaan kegiatan “Satu Aksi, Satu Kreasi”.														
Pasca-Pelaksanaan Kegiatan														
Evaluasi														
Pembuatan modul.														
Penulisan proposal Bab 4-5.														

3.7 Rancangan Anggaran Dana

Tabel 3.7 Rancangan Anggaran Dana

RENCANA ANGGARAN BIAYA				
Perlengkapan Acara Keseluruhan				
PERLENGKAPAN	JUMLAH	UNIT	BIAYA	TOTAL
<i>Printing</i> Infografis	9	1 lembar	Rp 4000	Rp 36.000
<i>Printing Banner</i> Spanduk	1	1 pcs	Rp 30.000	Rp 30.000
<i>Printing</i> Modul	3	3 pcs	Rp 60.000	Rp 180.000
Canva Pro	3 bulan	1 akun	Rp 30.000	Rp 90.000

CapCut Pro	1 bulan	1 akun	Rp 25.000	Rp 25.000
Konsumsi <i>Snack</i>	40	40 pcs	Rp 7000	Rp 280.000
Konsumsi Makan Siang	40	40 pcs	Rp 15.000	Rp 600.000
Biaya Tak Terduga	1	1	Rp 100.000	Rp 100.000
Penyewaan Kamera	1	1	Rp 100.000	Rp 100.000
TOTAL				Rp 1.441.000

3.8 Key Performance Indicators (KPI)

Keberhasilan penerapan media edukasi dalam program ini dievaluasi dengan penerapan indikator kinerja utama (KPI) yang disusun secara menyeluruh dengan memfokuskan pada aspek partisipasi relawan Peduly Semarang. Penyusunan indikator mengacu pada teori partisipasi menurut Cohen dan Uphoff, yang membagi partisipasi ke dalam empat dimensi, yaitu partisipasi dalam pengambilan keputusan, pelaksanaan, pengambilan manfaat, dan evaluasi. Keempat dimensi inilah yang menjadi dasar dalam merumuskan parameter keberhasilan, sehingga penilaian terhadap media dapat menjangkau keseluruhan keterlibatan relawan dalam kegiatan.

Secara khusus, adaptasi strategis dilakukan pada dimensi evaluasi dengan menetapkan keberlanjutan minat partisipasi sebagai indikator ketujuh. Hal ini dilakukan untuk menjawab permasalahan utama berupa rendahnya motivasi relawan untuk kembali terlibat pada isu lingkungan dibandingkan isu sosial. Dengan memfokuskan evaluasi pada minat partisipasi di masa depan, sejauh mana media edukasi visual mampu membangun pengalaman positif yang mendorong retensi relawan secara jangka panjang. Adapun rincian parameter keberhasilan pelaksanaan program tersebut dalam dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.8 Tabel KPI Kegiatan

No.	Indikator Cohen & Uphoff	Indikator Kinerja	Output	Outcome
Partisipasi Pengambilan Keputusan = Ketertarikan & Niat Mendaftar Setelah Menonton Video Promosi H-5				
1.	Daya Tarik konten video H-5 terhadap minat pendaftaran	Tingkat ketertarikan relawan untuk mendaftar setelah melihat video promosi H-5 di Instagram.	Relawan yang melihat video H-5 menyatakan tertarik dan berniat mendaftar mengikuti <i>event</i> kebersihan.	Mayoritas relawan diharapkan menjadikan video H-5 mendorong keputusan mereka untuk mendaftar dibandingkan sekadar informasi teks/poster.
2.	Efektivitas visual bergerak dalam mendorong keikutsertaan	Peningkatan jumlah relawan yang hadir pada <i>event</i> setelah video H-5 diproduksi dan diunggah.	3 konten video H-5 diproduksi dan diunggah sebagai <i>Reels</i> ; jumlah peserta <i>event</i> ke-3 lebih tinggi dari <i>event</i> ke-1 dan ke-2.	Mayoritas relawan diharapkan menjadikan video H-5 sebagai pemicu utama untuk berpartisipasi.
Partisipasi Pelaksanaan = Keterlibatan Langsung & Kemudahan dengan Infografis Hari H				

No.	Indikator Cohen & Uphoff	Indikator Kinerja	Output	Outcome
3.	Relawan merasa terbantu dengan adanya infografis di lapangan.	Tingkat kemudahan relawan dalam mengikuti kegiatan karena adanya media infografis saat hari H.	1 set infografis edukatif diproduksi dan tersedia pada hari H. Relawan dapat mengaksesnya secara mandiri selama kegiatan.	Mayoritas relawan diharapkan menyatakan setuju bahwa infografis yang dibuat mampu membantu mereka untuk memahami informasi yang diberikan.
4.	Ketertarikan relawan untuk tetap aktif & fokus selama kegiatan	Tingkat ketertarikan relawan dalam mengikuti kegiatan secara penuh didukung media visual.	Kegiatan berlangsung dengan dukungan media visual, relawan tidak hanya mengandalkan penjelasan lisan yang rentan mengganggu fokus di lapangan.	Pelaksanaan program ini diharapkan memperoleh skor rata-rata yang tinggi, dengan kecenderungan hasil pasca-survei pada rentang setuju dan sangat setuju.
Partisipasi Pengambilan Manfaat = Ketertarikan & Nilai Tambah yang Dirasakan Relawan dari Media Edukasi				

No.	Indikator Cohen & Uphoff	Indikator Kinerja	Output	Outcome
5.	Ketertarikan relawan terhadap penyajian konten visual infografis	Tingkat ketertarikan relawan terhadap konten infografis yang disajikan dengan visual menarik (warna, ilustrasi, bahasa mudah).	Relawan menyatakan tertarik dengan infografis yang menggunakan ilustrasi dan bahasa yang mudah dipahami.	Mayoritas relawan diharapkan merasa tertarik dengan penyajian infografis karena penggunaan ilustrasi yang visualnya menarik serta bahasa yang komunikatif.
6.	Keberhasilan <i>event</i> lingkungan dengan adanya media edukasi	Perbandingan kesan & ketertarikan mengikuti <i>event</i> lingkungan sebelum dan sesudah media diproduksi.	Relawan merasa <i>event</i> lingkungan lebih menarik dan berkesan dibandingkan <i>event</i> sebelumnya yang tidak didukung media edukasi.	Untuk relawan yang memiliki pengalaman kegiatan isu lingkungan sebelumnya, pelaksanaan kegiatan ini diharapkan dinilai lebih menarik dan berkesan dengan adanya pembaruan dari media edukasi.
Partisipasi Evaluasi = Umpan Balik Relawan melalui Kuesioner				

No.	Indikator Cohen & Uphoff	Indikator Kinerja	Output	Outcome
7.	Keberlanjutan minat partisipasi	Persentase relawan yang berminat mengikuti kegiatan berikutnya dengan dukungan media edukasi.	Kuesioner evaluasi diisi oleh seluruh relawan yang mengikuti kegiatan.	Mayoritas relawan diharapkan menyatakan minat untuk berpartisipasi kembali pada kegiatan lingkungan berikutnya.

Tabel 3.9 Tabel Instrumen Post Test

No.	Kode	Pertanyaan
Indikator I “Partisipasi Pengambilan Keputusan”		
1.		Video promosi yang diunggah sebelum <i>event</i> membuat saya lebih tertarik untuk mendaftar dan mengikuti kegiatan kebersihan ini dibanding sekadar informasi teks biasa.
2.		Perpaduan visual dan teks bergerak dalam video H-5 membuat saya lebih tergerak untuk hadir dibanding jika hanya ada poster.
Indikator II “Partisipasi Pelaksanaan”		
1.		Infografis yang tersedia pada hari H membuat saya lebih mudah mengikuti jalannya kegiatan tanpa harus bertanya berulang kali ke koordinator.
2.		Kehadiran infografis membuat saya tetap fokus mengikuti kegiatan meskipun situasi lapangan ramai.
Indikator III “Partisipasi Pengambilan Manfaat”		

No.	Kode	Pertanyaan
1.		Penyajian informasi dengan ilustrasi dan bahasa yang mudah dalam infografis membuat saya lebih tertarik mengikuti kegiatan hingga selesai.
2.		Adanya media edukasi visual membuat <i>event</i> lingkungan ini terasa menarik dan berkesan bagi saya.
Indikator IV “Partisipasi Evaluasi”		
1.		Secara keseluruhan, kombinasi video yang diunggah sebelum kegiatan dan infografis pada saat pelaksanaan kegiatan membuat saya lebih terbantu dan terlibat penuh dalam kegiatan ini.
2.		Saya tertarik untuk mengikuti <i>event</i> lingkungan berikutnya jika kembali didukung media edukasi seperti video promosi dan infografis.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Karya ini dirancang untuk Komunitas Peduly Semarang sebagai pihak klien. Komunitas tersebut merupakan sebuah organisasi sosial berbasis relawan di Kota Semarang yang konsisten mengangkat isu lingkungan sejak 2023 dan telah menaungi 974 relawan terdaftar. Dalam perannya sebagai klien, komunitas ini menjadi sasaran utama dari keseluruhan media yang dibuat, sehingga setiap karya disusun sesuai dengan kebutuhan dari Peduly Semarang.

Sebagaimana telah diuraikan pada latar belakang tugas akhir ini, di balik konsistensi kegiatannya, Komunitas Peduly Semarang menghadapi persoalan mendasar berupa rendahnya partisipasi relawan dan belum tersedianya media edukasi yang terstruktur sebagai sarana penyampaian informasi selama kegiatan. Sejauh ini, informasi hanya dibagikan secara verbal selama kegiatan bersih-bersih, sehingga relawan tidak dapat sepenuhnya memahami tujuan, proses, dan urgensi kegiatan tersebut. Situasi ini secara langsung berdampak pada tingkat partisipasi, terutama untuk inisiatif lingkungan seperti bersih-bersih pantai, dibandingkan dengan kegiatan sosial komunitas lainnya.

4.2 Analisis Masalah

Analisis masalah ini difokuskan untuk mengkaji bagaimana media yang dirancang dapat menjawab kebutuhan komunitas. Terdapat dua permasalahan yang terjadi, yaitu pada tahap ajakan sebelum kegiatan dan pada penyampaian materi saat kegiatan itu berlangsung. Pada tahap ajakan, informasi yang selama ini disampaikan dalam bentuk teks di media sosial dinilai kurang menarik dan kurang memotivasi relawan untuk mendaftar. Sedangkan pada saat kegiatan, penyampaian materi dilakukan secara lisan tanpa media pendukung membuat pesan sulit dipahami. Kedua permasalahan ini yang membuat komunitas Peduly Semarang masih terkendala dalam meningkatkan partisipasi relawan. Guna memenuhi kebutuhan krusial tersebut, diperlukan perancangan media edukasi literasi yang komprehensif.

Berdasarkan urgensi tersebut, dirancang empat media yang masing-masing diarahkan untuk mengatasi permasalahan yang berbeda tetapi saling melengkapi. Konten video *reels* dirancang sebagai media ajakan yang dinamis pada tahap sebelum kegiatan, hal ini untuk menjawab kebutuhan akan format yang lebih menarik dibandingkan ajakan berupa teks. *Banner* difungsikan sebagai penanda identitas kegiatan di lokasi agar relawan mengenali kegiatan tersebut. Infografis disiapkan sebagai media edukasi visual yang memperjelas materi pengelolaan sampah ketika kegiatan berlangsung, sedangkan modul disusun sebagai bahan edukasi terstruktur yang dapat digunakan kembali oleh Peduly Semarang pada kegiatan berikutnya.

Dengan adanya gambaran terstruktur tersebut, keempat media tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk satu rangkaian komunikasi yang menjawab kebutuhan komunitas secara menyeluruh, dimulai dari menarik minat relawan, memperkuat identitas kegiatan, mempermudah penyampaian materi yang kompleks menjadi lebih ringan, hingga menjaga keberlanjutan materi. Analisis ini yang menjadi dasar pertimbangan dalam menentukan konsep dan bentuk pada setiap media yang diuraikan pada kegiatan selanjutnya.

4.3 Hasil Pelaksanaan Karya *Project*

4.3.1 Hasil Pra-Produksi Media *Public Relations* pada Satu Aksi Satu Kreasi

Tahap pra-produksi merupakan fondasi dari keseluruhan rangkaian pembuatan media dalam program Satu Aksi Satu Kreasi. Pada tahap ini mencakup perancangan tiga jenis media, yaitu konten video *reels*, *banner*, infografis, dan modul yang dirancang dalam satu kesatuan agar pesan yang disampaikan tetap selaras dan saling menguatkan. Seluruh persiapan tersebut mempertimbangkan karakteristik audiens, yakni relawan dan calon relawan Peduly Semarang, serta menyesuaikan tujuan komunikasi yang berbeda-beda dari masing-masing media.

4.3.1.1 Hasil Pra-Produksi Konten Video *Reels*

Pada tahap pra-produksi konten video *reels*, diawali dengan riset berbagai materi dan fakta seputar persoalan sampah serta konsep produksi video dari Peduly Semarang. Dari materi yang terkumpul, kemudian mengembangkannya menjadi

tiga konsep video yang masing-masing dengan sudut pandang berbeda namun tetap mengacu pada tujuan yang sama, yaitu mendorong calon relawan untuk memutuskan hadir dalam kegiatan Satu Aksi Satu Kreasi di Pantai Marina. Ketiga video tersebut direncanakan untuk diunggah secara berurutan pada 5 hari sebelum pelaksanaan kegiatan, sehingga calon relawan memiliki waktu yang cukup untuk mempertimbangkan kehadiran dan melakukan pendaftaran.

Video pertama dirancang dengan narasi yang menyampaikan bahwa sampah yang terlihat di pantai bukan berasal dari satu sumber tunggal, melainkan dapat berasal dari kota lain atau bahkan sudah mengendap di laut sejak setahun sebelumnya. Pendekatan ini dipilih untuk membangun kesadaran audiens bahwa permasalahan sampah di pantai bersifat lintas wilayah dan berkelanjutan, sehingga lebih mudah menggugah keinginan untuk turut bertindak. Konten kedua dirancang untuk menjawab keraguan calon relawan yang masih asing dengan kegiatan komunitas, dengan menyampaikan secara langsung bahwa kegiatan ini bukan sekadar aksi bersih pantai, tetapi juga memuat unsur edukasi dan *workshop* yang dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan baru bagi peserta. Sementara itu, konten ketiga dirancang dengan pendekatan yang lebih reflektif dan emosional, dengan pesan bahwa kepedulian terhadap lingkungan tidak boleh berhenti pada slogan semata, melainkan harus diwujudkan melalui aksi nyata.

Setelah ketiga konsep itu sudah sesuai dengan Alivia selaku manajer Peduly Semarang, *Standart Sequence Guideline (SSG)* disusun sebagai pedoman taktis dalam proses produksi video, dimulai dari bagian pembuka yang dirancang menarik perhatian, dilanjutkan dengan penyampaian pesan inti dan ditutup dengan ajakan untuk mendaftar kegiatan. Naskah narasi dibuat dalam durasi sekitar lima belas detik, dengan pemilihan bahasa yang ringan, komunikatif, namun tetap persuasif.

4.3.1.2 Hasil Pra-Produksi *Banner*

Pada tahap pra-produksi *banner*, dilakukan perancangan media yang digunakan sebagai sarana komunikasi visual secara langsung pada kegiatan Satu Aksi Satu Kreasi di Pantai Marina. *Banner* berfungsi sebagai instrumen komunikasi visual utama untuk meningkatkan visibilitas informasi kegiatan.

Proses perancangan *banner* diawali dengan menentukan informasi utama yang akan ditampilkan, yaitu nama kegiatan “Satu Aksi, Satu Kreasi Pantai Marina”, *tagline* “Bergerak, Berkarya, Berdampak”, tanggal pelaksanaan, serta logo Komunitas Peduly Semarang dan Universitas Diponegoro sebagai identitas penyelenggara. Informasi tersebut disusun berdasarkan prinsip hierarki visual agar audiens dapat membaca pesan utama dengan lebih mudah, sementara konsep visual disesuaikan dengan tema kegiatan, yaitu aksi bersih pantai, sehingga menggunakan ilustrasi suasana pantai dengan elemen sampah seperti botol plastik, kemasan, dan tulang ikan untuk menggambarkan kondisi nyata yang menjadi latar belakang kegiatan.

4.3.1.3 Hasil Pra-Produksi Infografis

Tahap pra-produksi infografis, mencakup riset mengenai data dan perancangan media yang akan digunakan sebagai media edukasi visual pada hari pelaksanaan kegiatan berlangsung. Infografis dirancang dalam tiga halaman yang saling berkaitan sebagai satu rangkaian utuh, sehingga relawan yang hadir dapat memperoleh informasi secara bertahap mengenai isu sampah dari pengenalan dasar hingga urgensi permasalahan sampah.

Proses perancangan diawali dengan mengumpulkan data dan fakta yang relevan pada masing-masing halaman. Untuk memperkuat isi dari pembahasan, peneliti menggabungkan data empiris dari statistik nasional dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dengan data wilayah dinas Provinsi Jawa Tengah dan Kota Semarang. Seluruh materi tersebut selanjutnya disusun menjadi format infografis dalam tiga halaman yang mengalir secara sistematis, dimulai dari pembahasan dasar menuju isu yang lebih mendesak. Perancangan awal dalam proses pra-produksi infografis memaparkan pembahasan pengenalan dan penggolongan jenis sampah, halaman kedua memaparkan strategi pengelolaan berbasis 3R, dan halaman ketiga memaparkan isu mikroplastik.

Pemilihan infografis sebagai media komunikasi informasi didasari oleh teori yang dikembangkan menurut Nana dan Ahmad (2013) bahwa penyajian visual lebih efektif untuk merangkum informasi kompleks secara ringkas dan jelas.

Dengan demikian, desain dan urutan materi ini dirancang untuk memudahkan relawan memahami masalah secara bertahap.

4.3.1.4 Hasil Pra-Produksi Modul

Tahapan pra-produksi modul diawali dengan diskusi mengenai materi yang paling relevan bagi relawan. Berdasarkan hasil diskusi, ditetapkan tiga fokus materi utama, yaitu mengenai klasifikasi sampah, urgensi isu mikroplastik, dan strategi pengelolaannya. Kemudian melakukan riset mendalam mengenai tiga topik materi utama tersebut secara mendalam. Data yang terkumpul kemudian disusun secara terstruktur ke dalam tiga bab, dimulai dari pengenalan jenis sampah, dampak mikroplastik, hingga penerapan metode 3R (Reduce, Reuse, Recycle) di lapangan. Selain penyusunan dan riset materi, diskusi juga dilakukan terkait pemilihan tema visual dan kombinasi warna yang akan digunakan dalam desain modul. Penentuan elemen visual ini bertujuan agar tampilan modul tidak hanya menarik, tetapi juga mendukung relawan agar mudah memahami materi yang diberikan.

4.3.2 Hasil Produksi Media *Public Relations* pada Satu Aksi Satu Kreasi

4.3.2.1 Hasil Produksi Video *Reels*

Tahap produksi dilakukan satu hari pada 1 Mei 2026 untuk pengambilan tiga video berbeda dengan format yang sama yaitu format vertikal. Pada tahap ini, diterapkan prinsip dasar videografi sebagaimana diuraikan sebelumnya menurut Febriani & Mustofa (2024), meskipun format video sama, untuk pengambilan konsep setiap video harus disesuaikan dengan isi pesannya.

Setelah seluruh *footage* terkumpul, penyuntingan dilakukan menggunakan aplikasi CapCut. Tahapan ini diawali dengan seleksi adegan, yaitu memilih klip terbaik dari tiap konsep, lalu menyambungkannya dengan potongan langsung atau cut sesuai alur. Karena informasi edukatif disampaikan secara tertulis, elemen yang paling menonjol pada tahap ini adalah penambahan teks di layar, yang dilengkapi berbagai overlay seperti logo Peduly Semarang untuk menjaga identitas konten dan emoji sebagai penekanan visual. Pada proses penyuntingan suara, ketiga konten sama –sama diberi musik latar atau backsound tanpa rekaman suara maupun voice over, sehingga musik yang digunakan berperan untuk membangun suasana sekaligus menjaga ritme video.

4.3.2.2 Produksi *Banner*

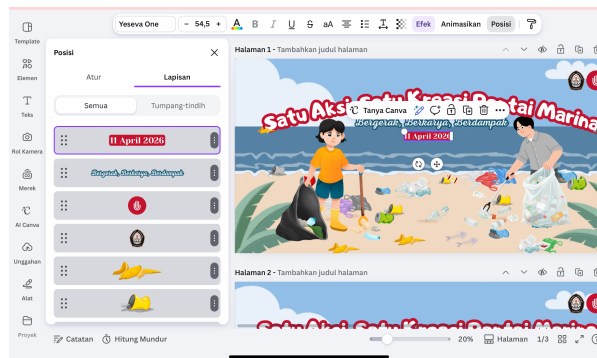
Banner dibuat menggunakan aplikasi Canva dalam format *landscape* dengan ukuran 1000 x 500 mm. Dalam mengerjakannya, penerapkan unsur dan prinsip desain grafis yang telah diuraikan menurut Khotimah (2020) yang mencakup warna, tipografi, dan ilustrasi. Warna biru dipilih untuk mendominasi bagian langit dan laut, merah ditempatkan pada judul dan kolom tanggal, sementara oranye dan hijau dipakai sebagai aksen pada rompi relawan dan tanaman. Tipografinya berupa judul tebal dan membulat yang dipadukan dengan tagline bergaya tulis tangan, sedangkan ilustrasinya menampilkan empat relawan dewasa yang sedang membersihkan sampah. Dengan penataannya yang memperhatikan kesederhanaan, integrasi, penekanan dan keseimbangan sesuai yang dikemukakan oleh Sabara & Wahrini (2021) sehingga informasi utama tetap menonjol dan seluruh elemen tampil selaras.

Terdapat revisi desain yang dilakukan berdasarkan evaluasi terhadap desain awal. Perubahan terletak pada ilustrasi karakter yang digunakan. Pada desain awal, ilustrasi menampilkan satu anak kecil dan satu pria dewasa yang mengumpulkan sampah di pantai, sementara pada desain akhir ilustrasi diganti dengan empat karakter relawan dewasa yang mengenakan rompi dan bekerja sama memilah sampah. Perubahan ini dilakukan agar visual *banner* lebih mewakili sasaran kegiatan yang sebenarnya, yaitu relawan generasi muda dewasa, serta mencerminkan kesan kebersamaan dan jumlah relawan yang lebih banyak dalam kegiatan tersebut.

Perubahan kedua berkaitan dengan tanggal pelaksanaan. Pada desain awal, tanggal yang tertera masih diperkirakan, yakni 11 April 2026, yang kemudian diperbarui menjadi 08 Mei 2026 setelah jadwal penetapan resmi dikonfirmasi oleh penyelenggara. Selain kedua perubahan tersebut, penataan elemen seperti posisi judul, *tagline*, dan tanggal juga dirapikan agar tampilan akhir terlihat lebih seimbang dan mudah dibaca.

Sebagai media yang termasuk kedalam kelompok media visual, *banner* ini dirancang sesuai karakteristik media visual menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2013), yaitu bersifat konkret sehingga lebih mudah ditangkap dibandingkan

penjelasan lisan, serta mampu menarik perhatian dan menyampaikan pesan secara cepat. Fungsi media visual sebagaimana dijelaskan Levie dan Lentz (1982) sebagai fungsi atensi, yaitu menarik perhatian bagi relawan yang datang dan fungsi informatif sebagai penanda kegiatan di lokasi acara.



Gambar 4.1 Proses Perancangan Desain Awal *Banner*



Gambar 4.2 Desain Akhir *Banner*

4.3.2.3 Hasil Produksi Infografis

Infografis juga dikerjakan menggunakan Canva. Ketiga halamannya dengan menerapkan unsur dan prinsip desain grafis menurut Khotimah (2020). Dari sisi unsur, penataan menekankan pada pemilihan warna dan tipografi, sedangkan dari sisi prinsip, penataan mengutamakan hierarki dan penekanan, sehingga judul tampil berukuran besar dan data penting menonjol di dalam kotak tersendiri agar terbaca bertahap. Pemilihan warna juga disesuaikan berdasarkan topiknya dan seluruh proses produksi sudah didiskusikan bersama Alivia selaku manajer Peduly Semarang, sehingga infografis tidak sampai mengalami revisi desain.

Sebagai media visual, infografis ini dirancang sesuai karakteristik media visual menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2013), yaitu menyajikan informasi secara konkret dan ringkas sehingga lebih mudah dipahami dibandingkan teks

panjang. Infografis ini termasuk kedalam fungsi kognitif menurut Levie dan Lentz (1982) yang membantu relawan memahami informasi edukasi mengenai ketiga infografis tersebut dan sebagai fungsi atensi yang menarik perhatian melalui tampilan visualnya.

Keunggulan infografis sebagai media edukasi dalam kegiatan ini adalah kemampuannya dalam mengonversi materi kompleks menjadi lebih komunikatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Hanny & Ghany (2022) bahwa penggunaan infografis dinamis sudah terbukti sukses meningkatkan keterlibatan pemuda dalam aksi kebersihan pantai karena mampu memetakan poin-poin krusial secara sistematis.



Gambar 4.3 Proses Produksi Infografis



Gambar 4.4 Desain Akhir Infografis
Topik 1



Gambar 4.5 Desain Akhir Infografis
Topik 2



Gambar 4.6 Desain Akhir Infografis Topik 3

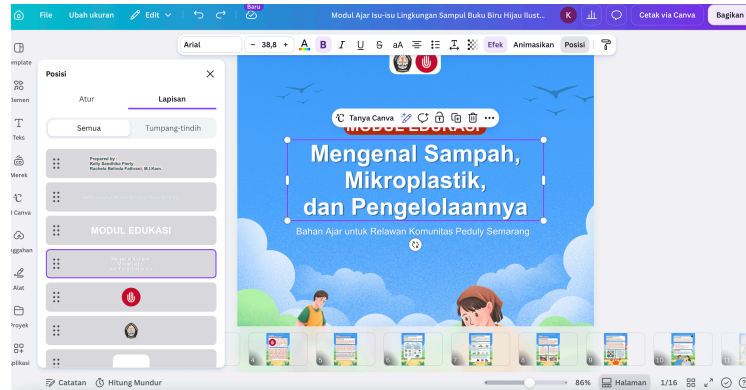
4.3.2.4 Hasil Produksi Modul

Produksi modul diawali dengan membuat desain awal mengenai tampilan modul menggunakan Canva. Pada tahap ini, materi yang telah disiapkan kemudian ditata ke dalam belasan halaman yang terstruktur, meliputi sampul, kata pengantar, profil komunitas, hingga isi dari setiap bab. Agar materi lebih mudah dipahami, penjelasan di setiap bab dilengkapi dengan ilustrasi sederhana, seperti skema jenis –jenis sampah, rantai makanan yang tercemar mikroplastik, dan tahapan penerapan 3R.

Sebagai media visual, rancangan modul ini disesuaikan dengan karakteristik media visual menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2013), yaitu menyajikan materi secara konkret dan terstruktur agar mudah dipelajari. Modul ini juga menerapkan fungsi media visual menurut Levie dan Lentz (1982), khususnya fungsi kognitif yang membantu relawan memahami isi materi secara lebih efektif. Selain itu, terdapat fungsi kompensatoris yang mempermudah relawan dalam memahami informasi melalui visualisasi pendukung, terutama bagi relawan yang lebih cepat memahami materi melalui gambar dibandingkan teks saja.

Keunggulan modul terletak pada sifatnya yang dapat dipelajari secara mandiri dan dipakai berulang oleh relawan, tanpa harus menunggu penjelasan ulang dari fasilitator. Dengan bentuknya yang digital juga membuatnya mudah

disebarluaskan dan tetap dapat dimanfaatkan pada kegiatan Peduly Semarang berikutnya, hal ini sejalan dengan temuan Reniati et al. (2024).



Gambar 4.7 Proses Produksi Desain Modul



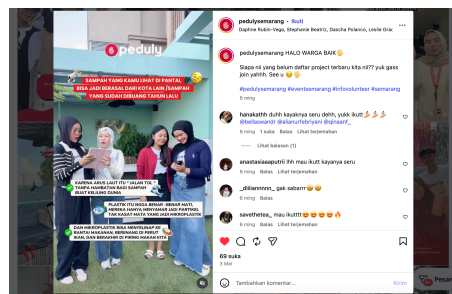
Gambar 4.8 Desain Akhir *Cover* Modul

4.3.3 Hasil Pasca Produksi Media *Public Relations* pada Satu Aksi Satu Kreasi

4.3.3.1 Pengunggahan *reels* di Instagram

Produksi video *reels* dikerjakan dengan berpedoman pada *Standart Sequence Guideline (SSG)* yang sudah disusun sebelumnya. Prosesnya mencakup pengambilan video di lokasi yang telah ditentukan, lalu dilanjutkan dengan penyuntingan berupa pemotongan klip, penambahan teks, dan penyisipan musik latar agar setiap video memiliki alur yang menarik untuk diikuti.

Ketiga video yang telah rampung kemudian diunggah secara berurutan melalui akun Instagram resmi Komunitas Peduly Semarang mulai dari lima hari sebelum kegiatan berlangsung. Setiap unggahan dari konten tersebut dilengkapi *caption* berisi informasi singkat tentang kegiatan dan ajakan untuk ikut berpartisipasi, sehingga konten ini berfungsi sebagai media promosi sekaligus edukasi awal yang diharapkan mampu mendorong calon relawan untuk mendaftar dan hadir pada kegiatan tersebut.



Gambar 4.9 Gambar Publikasi Konten Video 1

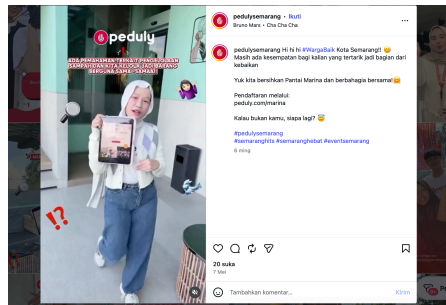
Sumber : https://www.instagram.com/reel/DX36-viSkBS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==



Gambar 4.10 Gambar Publikasi Konten Video 2

Sumber :

https://www.instagram.com/reel/DX9D0BESvWx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==



Gambar 4.11 Publikasi Konten Video 3

Sumber :

https://www.instagram.com/reel/DYBn_M0Su7n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

4.3.3.2 Penggunaan *Banner* sebagai Media Informasi Kegiatan

Tahap ini termasuk langkah yang penting karena *banner* berperan sebagai media informasi utama di titik kegiatan, yang sekaligus menjadi penanda identitas Satu Aksi Satu Kreasi. Desain *banner* yang telah di selesaikan pada tahap pra-produksi kemudian dicetak sesuai spesifikasi yang ditetapkan. Penempatan ini diperhitungkan agar *banner* mudah terlihat, sehingga dapat membantu relawan dalam mengenali konteks kegiatan begitu tiba di lokasi.



Gambar 4.12 *Banner* sebagai Informasi Kegiatan

4.3.3.3 Penggunaan Infografis sebagai Media Edukasi Kegiatan

Infografis yang sudah dirancang pada tahap pra-produksi dicetak langsung dari berkas final tanpa melalui revisi. Sebelum digunakan, seluruh data dan sumber rujukan pada ketiga halaman diperiksa kembali untuk memastikan keakuratannya pada hari pelaksanaan kegiatan.

Dalam pelaksanaannya, penyebaran infografis dilakukan dengan dua metode utama. Pertama, infografis dipajang di bagian depan area kegiatan sebagai

alat bantu visual ketika materi disampaikan oleh Alivia selaku manajer Komunitas Peduly Semarang, sehingga penjelasan mengenai klasifikasi sampah, konsep 3R, dan kondisi darurat sampah menjadi lebih mudah dipahami karena disertai rujukan visual dan data yang dapat dilihat secara langsung. Kedua, infografis dibagikan kepada relawan di sisi kanan dan kiri selama proses materi berlangsung, sehingga mereka dapat membacanya dari dekat. Cara pemanfaatan seperti ini membuat infografis tidak sekadar berfungsi sebagai bahan bacaan pelengkap, melainkan menjadi alat bantu edukasi berbasis data yang menyatu dengan sesi penyampaian materi pada hari kegiatan.



Gambar 4.13 Moderator Menampilkan Infografis Kepada Relawan



Gambar 4.14 Infografis Ditampilkan Pada Sisi Kanan dan Kiri Relawan



Gambar 4.15 Relawan Menyimak Infografis Seksama

4.3.3.4 Implementasi Modul

Pada tahap pasca-produksi, modul yang sudah jadi diberikan dalam bentuk e-modul kepada Peduly Semarang melalui Alivia selaku manajer komunitas. Bentuk digital dipilih supaya modul lebih mudah dibagikan ke seluruh relawan dan bisa dipelajari ulang kapan saja, tidak hanya saat kegiatan di Pantai Marina. Dengan

begitu, modul ini diharapkan dapat terus dipakai sebagai alat media edukasi pada kegiatan-kegiatan isu lingkungan Peduly Semarang berikutnya, tidak sebatas untuk satu acara saja.



Gambar 4.16 Penyerahan E-Modul Kepada Manajer Peduly Semarang

4.4 Analisis Produksi Media *Public Relations* pada Satu Aksi Satu Kreasi

Berdasarkan karakteristik media visual menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2002) dalam Ain & Mustika (2021), yang menekankan bahwa media visual mampu menyampaikan informasi secara lebih menarik, jelas, dan variatif dibandingkan komunikasi lisan, seluruh media *Public Relations* yang diproduksi pada event "Satu Aksi, Satu Kreasi" di Pantai Marina yang meliputi *banner*, Infografis, Modul, dan video *reels* dirancang sebagai media visual yang menggabungkan unsur tekstual dan grafis sebagaimana dijelaskan oleh Nana dan Ahmad (2013) dalam Fadhilah et al. (2022).

Berdasarkan teori fungsi media visual yang dikemukakan oleh Levie dan Lentz (1982) dalam Wahidah et al. (2023), yang membagi fungsi media visual ke dalam empat kategori, yaitu fungsi atensi, afektif, kognitif, dan kompensatoris, produksi media *Public Relations* pada event "Satu Aksi, Satu Kreasi" dapat dianalisis melalui empat produk media sebagai berikut:

a) Banner

Banner yang diproduksi berperan sebagai media publikasi dan identitas visual kegiatan sebagaimana dijelaskan Susanto et al. (2018), memuat informasi nama kegiatan, waktu, lokasi, serta identitas penyelenggara. Perancangannya menerapkan elemen garis dan ruang untuk membedakan posisi antar-unsur grafis,

dipadukan dengan prinsip keseimbangan dan kontras agar informasi utama tampil menonjol. *Banner* ini secara khusus dirancang untuk memenuhi fungsi atensi, yaitu menarik perhatian relawan dan warga Pantai Marina yang melintas di lokasi kegiatan agar berhenti dan memperhatikan pesan yang disampaikan.

b) Infografis

Infografis diproduksi untuk menyederhanakan materi klasifikasi jenis sampah dan tahapan 3R (*reduce, reuse, recycle*) ke dalam format visual yang ringkas. Perancangannya menerapkan elemen bentuk dan tekstur yang dipadukan dengan prinsip irama dan kesatuan agar alur informasi mudah diikuti oleh pembaca. Media ini dirancang untuk memenuhi fungsi kognitif, yaitu membantu relawan dan warga memahami serta mengingat materi pemilahan sampah yang sebelumnya dianggap rumit menjadi lebih sederhana.

c) Modul

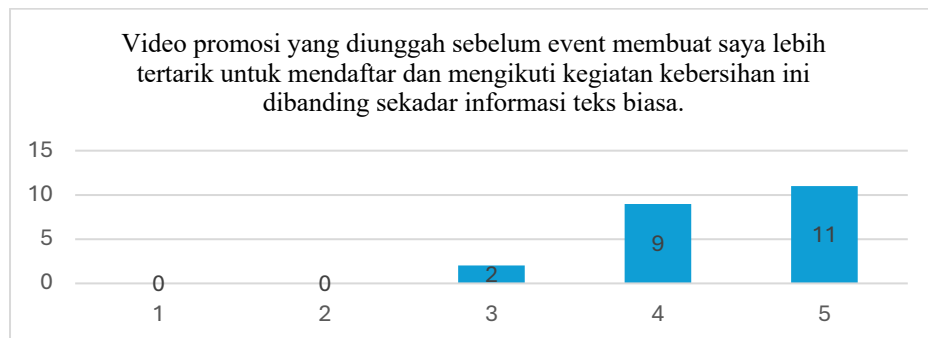
Modul disusun secara sistematis sebagaimana ditekankan Prastowo dalam Daely (2020), untuk memfasilitasi pembelajaran mandiri relawan mengenai materi pemilahan sampah, baik sebelum maupun selama kegiatan berlangsung. Penyusunannya menerapkan prinsip kesederhanaan dan integrasi pesan agar mudah dipelajari tanpa pendampingan langsung dari fasilitator. Modul ini dirancang untuk memenuhi fungsi kompensatoris, yaitu memberikan konteks yang setara bagi relawan dengan berbagai tingkat literasi melalui bantuan simbol dan ilustrasi visual.

d) Video *Reels*

Video *reels* diproduksi melalui rangkaian proses pengambilan gambar hingga penyuntingan sebagaimana dijelaskan Yahya Habibi (2021). Produksinya menerapkan prinsip komposisi *Rule of Thirds*, pencahayaan *three point lighting*, serta teknik transisi *cut* dan *dissolve* agar pesan tersampaikan secara menarik. Video ini dirancang untuk memenuhi fungsi afektif, yaitu membangkitkan empati dan mendorong perubahan sikap calon relawan agar tergerak untuk mendaftar dan berpartisipasi pada kegiatan "Satu Aksi, Satu Kreasi".

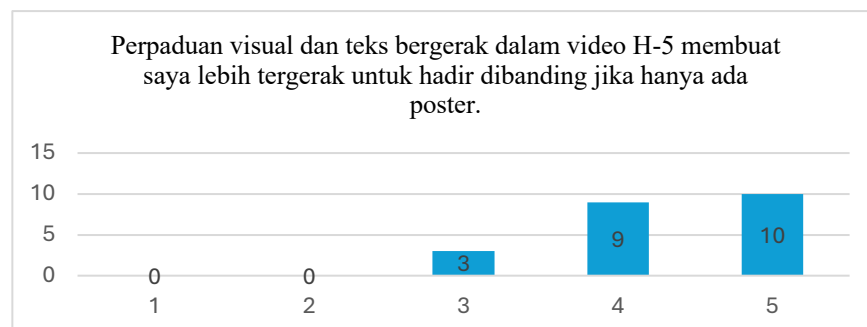
4.5 Evaluasi *Key Performance Indicator*

Efektivitas media edukasi yang telah diproduksi selanjutnya dievaluasi melalui kuesioner pasca-survei yang disebarkan kepada seluruh relawan peserta *event*. Penilaian menggunakan skala Likert 1 sampai 5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, dan menggunakan keempat dimensi partisipasi menurut Cohen dan Uphoff. Hal ini bertujuan agar capaian media tidak hanya diukur dari satu sisi keterlibatan, melainkan menjangkau seluruh proses partisipasi relawan, mulai dari keputusan untuk berpartisipasi, keterlibatan saat kegiatan berlangsung, manfaat yang dirasakan, hingga evaluasi terhadap keberlanjutan minat partisipasi relawan.



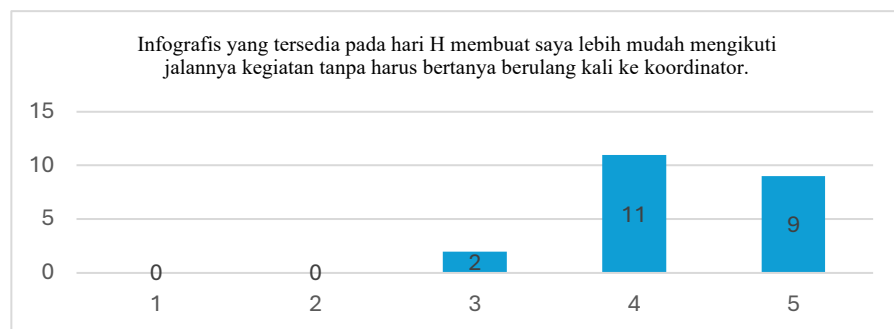
Gambar 4.17 Daya Tarik Video Promosi H-5 Terhadap Keputusan Relawan untuk Mendaftar dan Hadir

Pada hasil evaluasi dari pengambilan keputusan, sebanyak 20 dari 22 relawan menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa video yang diunggah lima hari sebelum kegiatan efektif menarik minat relawan untuk mendaftar. Hal ini menunjukkan bahwa konten video lebih mendorong keputusan relawan untuk ikut dibanding sekadar teks atau poster.



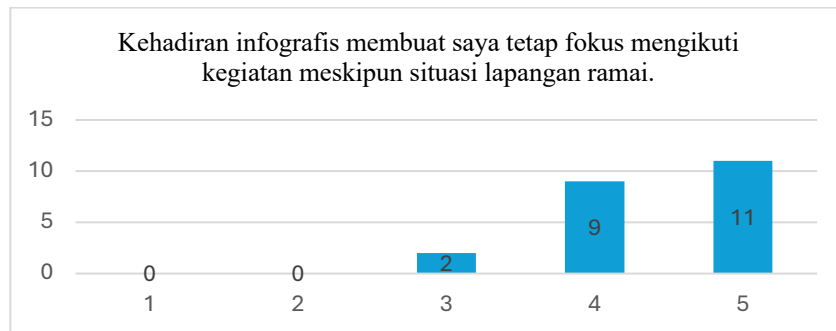
Gambar 4.18 Efektivitas Visual bergerak Pada Video H-5 Dalam Mendorong Keikutsertaan.

Selaras dengan ketertarikan keikutsertaan tersebut, aspek visual yang dinamis dalam konten tersebut terbukti efektif memperkuat komitmen relawan untuk hadir dan mengikuti kegiatan tersebut. Sebanyak 19 dari 22 relawan menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa elemen bergerak di dalam video mampu memperkuat keputusan mereka untuk datang ke tempat kegiatan. Temuan ini memperkuat butir sebelumnya bahwa format video lebih menggerakkan relawan jika dibandingkan dengan informasi berbasis teks biasa atau poster.



Gambar 4.19 Peran Infografis Dalam Membantu Relawan Dalam Kegiatan Saat Berlangsung

Pada hasil dari partisipasi pelaksanaan, peran infografis pada hari H saat kegiatan berlangsung menjadi krusial sebagai pemandu operasional kegiatan. Sebanyak 20 dari 22 relawan memberikan respons setuju hingga sangat setuju bahwa keberadaan infografis tersebut sangat mempermudah mereka dalam mendapatkan informasi dari materi edukasi yang diberikan. Kehadiran alat bantu visual ini terbukti efektif dalam meminimalisasi hambatan komunikasi di tengah situasi yang ramai, sehingga para relawan bisa langsung mengetahui poin-poin penting tanpa harus berulang kali bertanya kepada koordinator lapangan.



Gambar 4.20 Peran Infografis Dalam Menjaga Fokus Relawan Berlangsung

Saat relawan mulai terlibat langsung dalam aksi lapangan, peran infografis menjadi krusial sebagai media penyampaian pesan di lokasi kegiatan. Tercatat sebanyak 20 dari 22 relawan menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa keberadaan infografis mampu mempertahankan atensi mereka agar tetap tertuju pada esensi kegiatan.



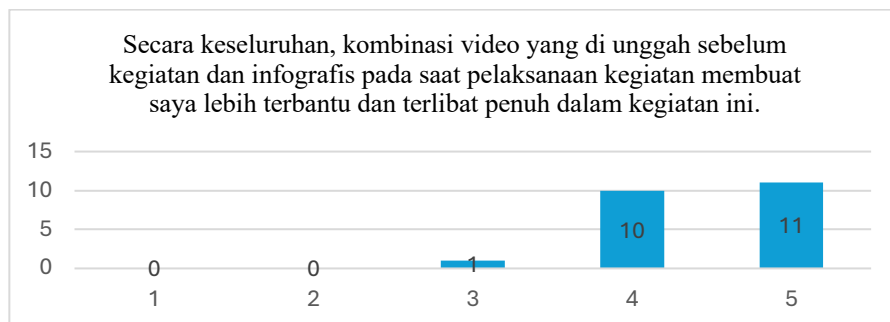
Gambar 4.21 Ketertarikan Relawan Terhadap Penyajian Visual Infografis

Pada tahap pengambilan manfaat, sebanyak 21 dari 22 relawan menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa mereka tertarik pada infografis yang menggunakan ilustrasi menarik dan bahasa yang mudah dipahami. Capaian ini termasuk yang tertinggi dan menunjukkan bahwa pendekatan visual yang ringan berhasil menarik perhatian relawan terhadap media edukasi.



Gambar 4.22 Kesan Relawan Terhadap Event Lingkungan Dengan Adanya Media Edukasi

Selaras dengan ketertarikan tersebut, sebanyak 21 dari 22 relawan menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa kegiatan terasa lebih menarik dan berkesan dengan adanya media edukasi. Hal ini menunjukkan bahwa media edukasi yang terstruktur mampu menghadirkan kesan kegiatan yang lebih kuat dibanding kegiatan yang hanya mengandalkan penjelasan lisan tanpa alat bantu visual.



Gambar 4.23 Keterlibatan Penuh Relawan Terkait Kombinasi Video dan Infografis

Pada tahap evaluasi, sebanyak 21 dari 22 relawan menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa perpaduan video dan infografis membuat mereka merasa terlibat penuh sekaligus berminat mengikuti kegiatan berikutnya apabila didukung media serupa. Hal ini menandakan bahwa media edukasi tidak hanya menarik minat di awal, tetapi juga menumbuhkan keinginan relawan untuk terus berpartisipasi, bukan sekadar hadir di satu kali kegiatan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan capaian yang kuat dan konsisten pada seluruh dimensi partisipasi. Sebagian besar jawaban relawan berada

pada rentang setuju hingga sangat setuju tanpa satu pun respons negatif, sehingga tidak ada indikator yang berada di bawah ambang keberhasilan yang ditetapkan. Rangkuman capaian setiap indikator beserta bukti dukungannya disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Evaluasi *Key Performance Indicator*

No.	Dimensi Partisipasi & Indikator Kerja	Outcome	Capaian Aktual
Partisipasi Pengambilan Keputusan			
1.	Daya tarik konten video H-5 terhadap minat pendaftaran relawan.	Mayoritas relawan menyatakan setuju bahwa video H-5 mendorong keputusan mereka untuk mendaftar dibanding sekadar teks/poster.	Sebanyak 20 dari 22 relawan (91%), menyatakan setuju hingga sangat setuju, terdiri atas 7 relawan setuju dan 13 relawan sangat setuju, terhadap daya tarik konten video H-5 yang mereka lihat.
2.	Efektivitas visual bergerak dalam mendorong keikutsertaan.	Mayoritas relawan menyatakan video H-5 menjadi pemicu untuk hadir dibanding jika hanya ada unggahan poster.	Sebanyak 19 dari 22 relawan (86%), menyatakan setuju hingga sangat setuju, terdiri atas 8 relawan setuju dan 11 relawan sangat setuju mengenai efektivitas visual bergerak dari konten video.
Partisipasi Pelaksanaan			

No.	Dimensi Partisipasi & Indikator Kerja	Outcome	Capaian Aktual
3.	Relawan merasa terbantu dengan adanya infografis di lapangan.	Mayoritas relawan menyatakan bahwa infografis membantu mereka memahami dan mengikuti rangkaian kegiatan secara mandiri.	Sebanyak 20 dari 22 relawan (91%), menyatakan setuju hingga sangat setuju, terdiri atas 9 relawan setuju dan 11 relawan sangat setuju, mengenai efektivitas infografis saat kegiatan berlangsung.
4.	Ketertarikan relawan untuk tetap aktif & fokus selama kegiatan.	Mayoritas relawan menyatakan bahwa infografis membantu mereka tetap fokus meski situasi di lapangan ramai.	Sebanyak 20 dari 22 relawan (91%), menyatakan setuju hingga sangat setuju, terdiri atas 9 relawan setuju dan 11 relawan sangat setuju, mengenai peran infografis dalam menjaga fokus relawan selama kegiatan.
Partisipasi Pengambilan Manfaat			
5.	Ketertarikan relawan terhadap penyajian konten visual infografis.	Mayoritas relawan menyatakan tertarik pada infografis yang menggunakan ilustrasi	Sebanyak 21 dari 22 relawan (95%), menyatakan setuju hingga sangat setuju, terdiri atas 7 relawan

No.	Dimensi Partisipasi & Indikator Kerja	<i>Outcome</i>	Capaian Aktual
		menarik dan bahasa yang mudah dipahami.	setuju dan 14 relawan sangat setuju, terhadap penyajian infografis dengan ilustrasi dan bahasa yang ringan.
6.	Keberhasilan event lingkungan dengan adanya media edukasi.	Mayoritas relawan menyatakan event ini menarik dan berkesan dengan adanya media edukasi yang terstruktur.	Sebanyak 21 dari 22 relawan (95%), menyatakan setuju hingga sangat setuju, terdiri atas 7 relawan setuju dan 14 relawan sangat setuju, bahwa media edukasi yang terstruktur membuat event ini lebih menarik.
Partisipasi Evaluasi			
7.	Keberlanjutan minat partisipasi	Mayoritas relawan berminat mengikuti <i>event</i> berikutnya jika kembali didukung media serupa.	Sebanyak 21 dari 22 relawan (95%), menyatakan setuju hingga sangat setuju, terdiri atas 7 relawan setuju dan 14 relawan sangat setuju, bahwa kombinasi video dan infografis membuat mereka ingin

No.	Dimensi Partisipasi & Indikator Kerja	Outcome	Capaian Aktual
			mengikuti event selanjutnya.

4.6 Evaluasi Mitra

Evaluasi diperoleh dari pihak klien, yaitu Komunitas Peduly Semarang. Penilaian mitra dihimpun melalui wawancara singkat dengan Alivia selaku manajer komunitas pada 26 Juni 2026. Secara umum, mitra menilai bahwa keempat media yang dirancang telah sesuai dengan kebutuhan komunitas dan karakter dari relawan Peduly Semarang. Konten video *reels* dinilai menarik dan mudah dipahami sehingga membantu menjangkau calon relawan melalui media sosial, sedangkan infografis dan modul dinilai bermanfaat sebagai bahan edukasi yang dapat digunakan kembali pada kegiatan berikutnya. *Banner* dinilai membantu memperkuat identitas kegiatan di lokasi. Sebagai masukan, mitra menyarankan agar media serupa terus dikembangkan untuk kegiatan lain yang mengangkat isu lingkungan.

4.7 Hambatan dan Solusi

Selama proses penciptaan karya, sejumlah kendala yang turut memengaruhi proses produksi. Kendala pertama muncul saat proses penyelarasan konsep media dengan karakter serta kebutuhan Peduly Semarang. Rancangan awal yang dibuat ternyata belum sepenuhnya sejalan dengan pesan yang ingin disampaikan komunitas, sehingga beberapa bagian perlu disesuaikan lebih dahulu agar pesannya komunikatif. Untuk mengatasi permasalahan ini, diskusi dilakukan secara lebih intensif dengan pihak komunitas. Komunikasi yang lebih sering tersebut membuat proses persetujuan konsep berjalan lebih cepat dan arah karya menjadi lebih jelas.

Kendala berikutnya berkaitan dengan pengambilan video untuk konten video *reels*. Karena perekaman dilakukan di area terbuka, hasilnya sangat bergantung pada kondisi lokasi dan cahaya yang tersedia saat itu, sehingga kualitas gambar tidak selalu dapat diprediksi. Menyikapi keadaan tersebut, pencahayaan

alami dimaksimalkan dengan mengatur komposisi dan pergerakan kamera secara lebih cermat, sehingga video yang diperoleh tetap terlihat jelas meskipun kondisi di lapangan berubah-ubah.

Persoalan lain ditemukan pada desain *banner*. Rancangan awal belum sepenuhnya sesuai, terutama pada bagian ilustrasi dan tanggal pelaksanaan yang masih keliru. Keliruan ini tidak dapat dibiarkan mengingat *banner* akan dipasang langsung di lokasi kegiatan dan dilihat oleh relawan yang hadir. Oleh karena itu, dilakukan revisi mengikuti masukan klien, yaitu mengganti ilustrasi menjadi empat relawan dewasa dan memperbarui tanggal pelaksanaan dengan tanggal yang sudah disepakati, sehingga informasi yang ditampilkan sudah sesuai dan tidak keliru.

Kendala terakhir bersifat menyeluruh karena menyangkut hampir seluruh media, baik video *reels*, infografis, maupun modul. Banyaknya data dan istilah teknis yang harus dimuat berisiko membuat pesan menjadi sulit dicerna oleh audiens. Guna menghindari hal tersebut, pemilahan ulang dilakukan terhadap informasi yang benar-benar esensial, menjelaskan istilah-istilah yang dianggap sulit, serta membagi materi menjadi bagian-bagian yang lebih kecil. Melalui cara ini, informasi yang tergolong padat dapat disampaikan secara bertahap dan lebih mudah dipahami oleh relawan.

4.8 Keberlanjutan

Keberlanjutan dalam Tugas Akhir ini tidak hanya diwujudkan melalui media yang dipublikasikan dan digunakan selama kegiatan berlangsung, tetapi juga melalui penyusunan e-modul edukasi literasi lingkungan yang berjudul “Mengenal Sampah, Mikroplastik, dan Pengelolaannya”. E-modul tersebut disiapkan sebagai luaran keberlanjutan yang dapat dimanfaatkan Peduly Semarang secara mandiri sebagai bahan edukasi pada kegiatan-kegiatan lingkungan berikutnya, sehingga manfaatnya tidak terbatas pada kegiatan Satu Aksi, Satu Kreasi di Pantai Marina saja.

Penyusunan e-modul dilakukan pada tahap produksi. Materinya dikembangkan dari jurnal, data resmi, serta berita yang relevan, kemudian disusun menjadi beberapa bagian dengan urutan yang bertahap, dimulai dari mengenal

jenis-jenis sampah, memahami bahaya mikroplastik, hingga langkah 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) yang dapat langsung dipraktikkan relawan di lapangan. Susunan ini dipilih agar relawan yang membacanya dapat memahami persoalan lingkungan secara runtut.

Agar mudah dipahami, penjelasan pada tiap bagian dilengkapi ilustrasi sederhana agar relawan tidak sekadar membaca teks yang panjang di setiap informasi yang diberikan. Materi tersebut disusun dengan mengacu pada kebutuhan literasi lingkungan relawan yang sudah didiskusikan dengan Peduly Semarang. Penulisan dalam e-modul ini tidak menuliskan informasi yang masih berupa dugaan, melainkan data atau informasi yang bisa dipastikan, supaya relawan tidak turut menyebarkan informasi yang keliru.

Selain e-modul, keberlanjutan karya ini didukung oleh media lain yang sudah diproduksi, yakni konten video *reels*, *banner*, dan infografis. Media-media tersebut tidak hanya berfungsi selama kegiatan, tetapi juga dimanfaatkan kembali sebagai arsip digital dan bahan publikasi untuk mendukung aktivitas komunikasi Peduly Semarang di waktu mendatang. E-modul diserahkan kepada komunitas Peduly Semarang dalam bentuk *soft file* melalui Alivia selaku manajer komunitas, sehingga dapat dengan mudah dibagikan kepada seluruh relawan dan dipelajari ulang kapan saja.

Dengan hadirnya e-modul beserta media pendukung tersebut, diharapkan hasil dari kegiatan ini tidak berhenti pada satu pelaksanaan program, melainkan dapat terus memberikan manfaat bagi Peduly Semarang dalam menyelenggarakan kegiatan lingkungan. Keberadaan luaran ini juga diharapkan mampu mendorong partisipasi relawan pada kegiatan-kegiatan bertema lingkungan secara berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Peduly Semarang adalah komunitas sosial berbasis relawan di Kota Semarang yang bergerak di bidang aksi kemasyarakatan dan lingkungan, dan telah aktif sejak tahun 2023 yang menaungi sebanyak 974 relawan terdaftar. Meskipun kegiatan bertema lingkungan rutin diselenggarakan, komunitas ini menghadapi dua persoalan utama. Pertama, partisipasi relawan pada kegiatan lingkungan tergolong rendah dibandingkan kegiatan sosial lainnya. Kedua, ketiadaan media edukasi yang mendukung pemahaman relawan selama kegiatan. Selama ini ajakan kegiatan hanya disampaikan melalui poster, sementara edukasi di lapangan dilakukan secara lisan tanpa alat bantu visual.

Untuk mengatasi 2 permasalahan tersebut, empat bentuk media dirancang agar dapat saling melengkapi, yakni konten video *reels*, *banner*, infografis, dan modul, yang diterapkan pada kegiatan Satu Aksi, Satu Kreasi di Pantai Marina. Seluruh media dilakukan melalui tahap pra-produksi, produksi, serta pasca-produksi. Efektivitasnya dievaluasi melalui pasca-survei terhadap 22 relawan menggunakan kerangka partisipasi menurut Cohen dan Uphoff, yang mencakup pengambilan keputusan, pelaksanaan, pengambilan manfaat, dan evaluasi.

Pada tahap pengambilan keputusan, mayoritas relawan menyatakan video H-5 mendorong keputusan mereka untuk mendaftar dan hadir dibanding sekadar informasi teks atau poster, hal ini sejalan dengan meningkatnya jumlah peserta dari 14 dan 16 relawan pada dua kegiatan sebelumnya menjadi 22 relawan pada kegiatan yang sudah didukung oleh media visual. Pada tahap pelaksanaan dan pengambilan manfaat, relawan menilai infografis membantu mereka mengikuti kegiatan serta menganggap kegiatan menjadi lebih menarik dan berkesan. Secara keseluruhan, tanggapan relawan mencapai rata-rata 4,48 dari 5 dengan 92% jawaban pada rentang setuju hingga sangat setuju tanpa tanggapan negatif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produksi media edukasi literasi lingkungan, khususnya penggabungan konten video yang diunggah H-5 dan

infografis pada hari-H, terbukti efektif meningkatkan partisipasi relawan Peduly Semarang, mulai dari minat mendaftar hingga keterlibatan penuh selama kegiatan. Seluruh indikator media edukasi visual, baik video maupun infografis, menunjukkan efektivitas yang tinggi dalam mendorong partisipasi relawan. Tidak ditemukan tanggapan negatif dari responden, sehingga penggunaan instrumen komunikasi visual ini dapat dinyatakan berhasil mencapai target yang ditetapkan dalam meningkatkan literasi lingkungan relawan Peduly Semarang.

5.2 Saran

a. Bagi Komunitas Peduly Semarang

Bagi Komunitas Peduly Semarang, disarankan untuk tetap menggunakan serta mengembangkan media edukasi yang telah diserahkan, yaitu video, *banner*, infografis, dan modul agar dapat digunakan kembali pada kegiatan bertema lingkungan berikutnya. Komunitas juga disarankan untuk lebih mengoptimalkan tahap sebelum kegiatan sebagai momen penting dalam menumbuhkan minat relawan, misalnya dengan menyebarkan konten ajakan yang bersifat visual dan dinamis, bukan hanya sekadar informasi berbentuk teks. Selain itu, komunitas sebaiknya menjaga konsistensi penggunaan media edukasi pada setiap kegiatan, sehingga penyampaian informasi pada relawan menjadi lebih terstruktur, dan tidak lagi bergantung pada penjelasan lisan.

b. Bagi Penulis

Bagi penulis atau praktisi yang akan melaksanakan kegiatan serupa, disarankan untuk melakukan perencanaan konten secara lebih matang sebelum kegiatan berlangsung. Hal ini mencakup penentuan konsep visual, kebutuhan dokumentasi, serta alur produksi media agar proses pembuatan media dapat berjalan lebih terarah dan efisien. Selain itu, peningkatan kemampuan teknis dalam pengolahan konten digital, khususnya penyuntingan video agar media yang diproduksi lebih menarik dan mampu mendorong keterlibatan audiens secara optimal.

c. Bagi Program Studi Informasi dan Humas

Bagi pengembangan studi Informasi dan Humas, karya ini dapat menjadi salah satu rujukan mengenai penerapan media komunikasi visual dalam mendukung kegiatan kampanye sosial dan kehumasan di tingkat komunitas. Mengingat evaluasi pada karya ini hanya mengukur persepsi relawan terhadap media, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji efektivitas media secara lebih mendalam. Dengan demikian, kajian semacam ini diharapkan dapat memperkuat ketertarikan antara teori partisipasi dan praktik komunikasi visual, sehingga memberikan kontribusi yang lebih utuh dalam bidang kehumasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afianah, V. N., & Hasanah, U. (2021). MEDIA INFOGRAFIS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KARAKTER PEDULI LINGKUNGAN BAGI GENERASI Z. *Primary: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 10(6), 1436. <https://doi.org/10.33578/jpkip.v10i6.8420>
- Afifah, N., Aulia, S., Manalu, D., Yani, G. D., & Juarsa, O. (2025). *Pemanfaatan Media Informasi Edukatif Sebagai Sarana Sosialisasi Program Pengelolaan Sampah Berbasis Kearifan Lokal di Desa Betungan*.
- Agung, P. :, Nugroho, Y., Kom, M., & Par, M. (2024). *PENGANTAR VIDEOGRAFI UNTUK PEMULA GEMILANG PRESS INDONESIA*. www.gemilangpress.com
- Agusti, V. N., & Wibawani, S. (2023). Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan dan Pelestarian Lingkungan Hidup di Kampung Edukasi Sampah. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 111–123. <https://doi.org/10.52423/neores.v5i1.119>
- Ain, S. Q., & Mustika, D. (2021). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Matematika kepada Guru Sekolah Dasar. *Jurnal Abdidas*, 2(5), 1080–1085. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i5.427>
- Ainur, O. :, Ferry, R., Dharma, A., Mojopahit, J., & Sidoarjo, B. (2021). *Buku Ajar Dasar-dasar Public Relations*.
- Al-Khoiriyah, T. N., Fransiska Napitu, I., Chomainy, C. S., Tari, F. T., Astuti, R. L., Wicaksono, A., & Suciati, D. (2024). *Upaya Pengelolaan Sampah dengan Pemisahan Sampah di Lingkungan* (Vol. 3, Number 2). <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/majemuk>
- Andini, O. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS FESTIVAL FILM BUDAYA NUSANTARA 2021 DALAM MENARIK MINAT PESERTA*.
- Daely, B. (2020). *PENGEMBANGAN MODUL PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA PADA MATERI MENYUSUN RESENSI UNTUK MENINGKATKAN AKTIVITAS BELAJAR SISWA KELAS XI SMA*.
- Dwi, A., Syaban Zulfiqar, A., & Zubaidah, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial untuk Kampanye Sosial dan Keterlibatan Masyarakat: Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang. *Iapa Proceedings Conference*, 278. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1058>
- Halimatullah. (2013). *IMPLEMENTASI DIRECT INSTRUCTION BERBASIS MODUL TUTOR SEBAYA PADA PENGOPERASIAN SOFTWARE PENGOLAH ANGKA(MS.EXCEL) SMK NEGERI I JENEPONTO*.
- Ittihad, N., Ashari Hamzah, R., Sagita, R., Islamiyah, M., & Suedi, S. (2025). *Komponen Modul Ajar Dalam Kurikulum Merdeka Khusus Mata Pelajaran Bahasa Indonesia di SD*. <https://jsr.unuha.ac.id/index.php/BIDUK>
- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.418>
- Khusnul Khotimah. (2020). *Panduan DesainGrafis*. Cerdas Ulet Kreatif.

- Libriyanti, S. S. L., & Patrianti, T. (2026). Peran Public Relations dalam Memperkuat Citra Brand Saluran Televisi Berbayar Vision+. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, 3(2), 98–109. <https://doi.org/10.62383/komunikasi.v3i2.993>
- Meilisa, V. F. (2021). *Relawan Perpustakaan Untuk Peningkatan Partisipasi Masyarakat pada Program Perpustakaan Desa Balecatut: Pola Agency dan Tantangan*.
- Musfira Rosalinda, Zuldhiyailhaq, Andi Nurul Asifah, & Muhammad Pasya Fadhil Islami. (2022). *Kreatif PUBLIC RELATIONS*. PT. Nas Media Indonesia.
- Osa Kosassy, S., Raid, N., Yasmeari, F., Studi Administrasi Publik, P., LPPN Padang, S., & Studi Administrasi Bisnis, P. (2021). *Pengelolaan Sampah Rumah Tangga di Kelurahan Banuaran Kota Padang*. 1(1), 56–61.
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behavior*.
- Rahmadini, P. (2025). *Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Di Bank Sampah Induk Berseri Kecamatan Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang*.
- Reniaty, T., Anjarini, T., & Ngazizah, N. (2024). PENGEMBANGAN MODUL BERBASIS HOTS TERINTEGRASI KARAKTER ISLAMIS MATERI PERPINDAHAN KALOR KELAS VA SD MUHAMMADIYAH BAYAN. *Journal Binagogik*, 11(1), 205–212. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/pgsd>
- Sabela, N. Y., & Pudioprayitno, H. (2024). *Pentingnya Banner Dan Petunjuk Arah Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM "Batik Broyo."*
- Saktiawan, P., Ar Ridwan, A. A. F., Putra, A. R., Khayru, R. K., & Darmawan, D. (2026). Inisiatif Kebersihan melalui Media Edukasi sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Lingkungan Sekitar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 18515–18523. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5119>
- Silvani, T. (2022). *Tingkat Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Wisata Mangrove Di Desa Pengadang Kabupaten Bitan*.
- Susanto, T. T., Kusnadi, E., & Retno, L. (2018). Penggunaan Spanduk dan Brosur Sebagai Bahan Penunjang Media Publikasi Kegiatan (Studi Pada Ibu-Ibu Pengurus Yayasan Uswatun Hasanah, Pancoran Mas Depok Jawa Barat). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 576–584. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Susilowati, E., Vonika, N., Hekmatyar, V., Ananta Firdaus, M., Thamrin, J., Irianto, J., & Susiladiharti. (2019). *Praktik Pekerjaan Sosial dengan Kelompok dan Komunitas*.
- Ulul Fahirin, A. (2023). *Meningkatkan Kesadaran Lingkungan melalui Edukasi dan Partisipasi Masyarakat* (Vol. 01, Number 1). <https://doi.org/.....>
- Wahidah, N., Mukhsin, Agustin, N., & Afida, I. (2023). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA PEMBELAJARAN VISUAL TERHADAP MINAT BELAJAR PADA MATA PELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM SISWA SMP PLUS BUSTANUL ULUM MLOKOREJO PUGER*.

- Yahya Habibi, F. (2021). *MENJADI VIDEOGRAFER UNTUK PERUSAHAAN PT DEVIN TRANS BUANA*.
- Zohra, M., Melani, M., Roza, V., & Prima Dewi, M. (2024). Penggunaan Media Visual dalam Meningkatkan Pemahaman dan Hasil Belajar Al-Qur'an pada Siswa MI Hidayatul Mubtadi'in. *Journal of Educational Management and Strategy*, 1(1), 01–13. <https://doi.org/10.57255/jemast.v1i1.17>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian



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

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

Jalan Gubernur Mochtar
Kampus Universitas Diponegoro

No : 260/UN7.M2.1/KM/II/2026 Semarang, 09 Maret 2026
Lampiran : -
Hal : Surat Permohonan Izin Penelitian

Yth. Pengelola Pantai Marina Semarang Bapak Sadu
Pantai Marina Semarang
Jalan Yos Sudarso, Komplek PRPP, Tawang Sari, Semarang, Jawa Tengah.

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menyelesaikan studinya, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan penelitian untuk memperoleh data, baik dari Instansi Pemerintah maupun Swasta.

Mohon sekiranya dapat diberikan izin bagi mahasiswa S.Tr. Informasi dan Humas Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro untuk dapat melaksanakan penelitian dan mengumpulkan data di Pantai Marina Semarang .

Adapun nama dan data mahasiswa sebagai berikut:

Nama	NIM	Jurusan
Kelly Sandhika Fierly	40020622650118	Informasi dan Humas
Ekayani Desi Maisaroh	40020622650139	Informasi dan Humas

Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terimakasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I



Dinda Hayu Dwimawanti, M.M.
NIP. 196708191994032003

Tembusan : Yth.
1. Dekan Sekolah Vokasi
2. Kaprodi S.Tr. Informasi dan Humas

[https://cso.vokasi.undip.ac.id/dashboard/cetak_p.php?t=\\$2y\\$10\\$T3euxsu9qgcZLnUdZJZv8erHtUO/b3JkdIPrVy6jAPgySKfLKAc](https://cso.vokasi.undip.ac.id/dashboard/cetak_p.php?t=$2y$10$T3euxsu9qgcZLnUdZJZv8erHtUO/b3JkdIPrVy6jAPgySKfLKAc)

Lampiran 2 Perjanjian Kerja Sama Pelaksanaan dengan Peduly ID



Lt. 3 Gedung Siola, Koridor Space, Jl. Tunjungan No. 1, Kec Genteng, Kota Surabaya.

PERJANJIAN KERJA SAMA PELAKSANAAN KEGIATAN Nomor: 010/PDLY/PKS/III/2026

Pada hari ini Senin, 9 Maret 2026, bertempat di Kota Surabaya yang telah disepakati pada perjanjian kerja sama antara:

PIHAK PERTAMA

Nama : Yayasan Peduly Gotong Royong

Alamat : Lt. 3 Gedung Siola, Jl. Tunjungan No. 1, Kota Surabaya.

Dalam hal ini diwakili oleh Zain Al Multazam, selaku Founder, bertindak untuk dan atas nama Peduly, selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA.

PIHAK KEDUA

Nama : Ekayani Desi Maisaroh

Nama Instansi : Universitas Diponegoro

Alamat : Jl. Prof. Soedarto, Tembalang, Kec. Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah 50275

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama instansi tersebut, selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.

Pasal 1

MAKSUD DAN TUJUAN

Nota Kesepahaman ini dibuat sebagai dasar kerja sama antara PARA PIHAK dalam rangka mendukung pelaksanaan kegiatan melalui pemberian dukungan produk dan dana oleh PIHAK KEDUA kepada PIHAK PERTAMA. Kerja sama ini bertujuan untuk menunjang kelancaran, efektivitas, dan keberhasilan kegiatan yang diselenggarakan oleh PIHAK PERTAMA.

Melalui Nota Kesepahaman ini, PARA PIHAK sepakat untuk membangun sinergi yang saling mendukung, dengan mengedepankan prinsip kolaborasi, profesionalisme, dan tanggung jawab. Kerja sama ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi kedua belah pihak serta memberikan dampak yang baik bagi peserta dan/atau penerima manfaat kegiatan.

Pasal 2

RUANG LINGKUP KERJA SAMA

Ruang lingkup kerja sama dalam Nota Kesepahaman ini mencakup bentuk dukungan yang diberikan oleh PIHAK KEDUA kepada PIHAK PERTAMA dalam rangka menunjang kelancaran dan keberhasilan pelaksanaan kegiatan. Dukungan tersebut diberikan

sebagai bentuk partisipasi aktif PIHAK KEDUA terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh PIHAK PERTAMA.

Adapun ruang lingkup kerja sama meliputi:

1. Dukungan fasilitas dan operasional kegiatan dari PIHAK KEDUA kepada PIHAK PERTAMA.

Pasal 3

PENGUNAAN DUKUNGAN PRODUK DAN FASILITAS

Dukungan produk dan fasilitas yang diberikan oleh PIHAK KEDUA kepada PIHAK PERTAMA digunakan sepenuhnya untuk kepentingan dan kelancaran pelaksanaan kegiatan sebagaimana dimaksud dalam Nota Kesepahaman ini.

PIHAK PERTAMA berkewajiban menggunakan dukungan tersebut secara bertanggung jawab, transparan, dan sesuai dengan tujuan kerja sama. Produk yang diberikan tidak diperkenankan untuk diperjualbelikan di luar kepentingan kegiatan tanpa persetujuan tertulis dari PIHAK KEDUA.

Pasal 4

PUBLIKASI DAN HAK KONTEN

1. PIHAK PERTAMA berhak melakukan dokumentasi dan publikasi kegiatan di seluruh kanal Peduly.
2. PIHAK KEDUA diperbolehkan menggunakan kembali konten yang dihasilkan untuk keperluan promosi, CSR, atau publikasi brand, dengan mencantumkan credit ringan "Dokumentasi kegiatan bersama Peduly."
3. Penggunaan logo dan nama brand akan disesuaikan dengan nilai sosial Peduly (non-komersial, non-eksplisit).

Pasal 5

LAPORAN KEGIATAN

1. PIHAK PERTAMA akan memberikan laporan kegiatan (PDF) maksimal 7 (tujuh) hari kerja setelah kegiatan selesai.
2. Laporan meliputi ringkasan kegiatan, dokumentasi, dan pencapaian sosial.
3. PIHAK KEDUA dapat meminta file dokumentasi mentahan (foto & video RAW) untuk keperluan internal.

Pasal 6

HAK PARA PIHAK



Lt. 3 Gedung Siola, Koridor Space, Jl. Tunjungan No. 1, Kec Genteng, Kota Surabaya.

PIHAK KEDUA berhak memperoleh publikasi, dokumentasi, dan pencantuman logo sesuai dengan kesepakatan PARA PIHAK dan PIHAK PERTAMA berhak menerima dukungan produk dan dana sebagaimana diatur dalam Nota Kesepahaman ini.

Pasal 7

JANGKA WAKTU

Nota Kesepahaman ini berlaku sejak tanggal ditandatangani hingga selesainya kegiatan dan dapat diperpanjang atau diakhiri berdasarkan kesepakatan tertulis PARA PIHAK.

Pasal 8

PENYELESAIAN PERSELISIHAN

Apabila terjadi perselisihan dalam pelaksanaan Nota Kesepahaman ini, PARA PIHAK sepakat untuk menyelesaikannya terlebih dahulu secara musyawarah dan mufakat.

Pasal 9

PENUTUP

Nota Kesepahaman ini dibuat dan ditandatangani dalam rangkap dua, masing-masing bermaterai cukup dan mempunyai kekuatan hukum yang sama serta mulai berlaku sejak tanggal ditandatangani oleh PARA PIHAK.

Surabaya, 09-03-2026

PIHAK PERTAMA
Peduly

Zain Al Multazam
Founder

PIHAK KEDUA
Universitas Diponegoro

Ekayani Desi Maisaroh
Mahasiswi

DIKETAHUI OLEH
Peduly

Salsabilla Wardani
Head of Volunteer Operations

Lampiran 3 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	: EC002026102724, 1 Juli 2026
Pencipta	
Nama	: Kelly Sandhika Fierly dan Rachela Belinda Fatharani
Alamat	: Jl Pulogebang RT 004 RW 006 No. 24 Cakung - Jakarta Timur, Cakung, Kota Adm. Jakarta Timur, DKI Jakarta, 13950
Kewarganegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Kelly Sandhika Fierly dan Rachela Belinda Fatharani
Alamat	: Jl Pulogebang RT 004 RW 006 No. 24 Cakung - Jakarta Timur, Cakung, Kota Adm. Jakarta Timur, DKI Jakarta, 13950
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Modul
Judul Ciptaan	: Mengenal Sampah, Mikroplastik, dan Pengelolaannya
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 1 Juli 2026, di Kota Adm. Jakarta Timur
Jangka waktu perlindungan	: Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor Pencatatan	: 001318928
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 *Banner Kegiatan*







MULAI DARI KITA, MULAI DARI SEKARANG KELOLA SAMPAH DENGAN 3R



Konsep 3R (Reduce, Reuse, Recycle) adalah hierarki pengelolaan sampah yang diprioritaskan dari atas ke bawah — mulai dari mencegah timbulnya sampah, menggunakan kembali, hingga mendaur ulang sebagai langkah terakhir.

TAHUKAH KAMU?

1 botol plastik butuh hingga 450 tahun untuk terurai di alam — lebih lama dari umur peradaban modern kita! Namun jika didaur ulang, ia bisa jadi serat kain atau botol baru dalam hitungan hari.



- 1
- Sekitar 8 juta ton sampah plastik masuk ke lautan setiap tahun — setara dengan membuang 1 truk sampah ke laut setiap menit.
- 2
- Lebih dari 700 spesies laut terdampak sampah plastik, termasuk penyu, paus, dan burung laut yang sering salah mengira plastik sebagai makanan.
- 3
- Mendaur ulang 1 ton kertas bisa menyelamatkan 17 pohon, menghemat 25.000 liter air, dan mengurangi emisi CO₂ setara 2 bulan berkendara.

REDUCE

Kurangi penggunaan barang sekali pakai sebelum sampah terbentuk.

REUSE

Gunakan kembali barang yang masih layak pakai sebelum dibuang.

RECYCLE

Olah sampah menjadi bahan atau produk baru yang bernilai.

TATA CARA PEMILIHAN SAMPAH

1 Pisahkan sampah sejak dari tangan kamu, jangan tunggu di tempat sampah besar.

2 Lipat & padatkan plastik agar volume sampah lebih kecil dan mudah diangkut.

3 Bersihkan sisa makanan dari kemasan sebelum dibuang ke tempat daur ulang.

4 Jangan buang sampah di pantai. Bawa pulang atau temukan tempat sampah terdekat.

SAMPAH ORGANIK



Sisa makanan, daun, kayu — bisa dijadikan kompos

B3 (BERBAHAYA)



Baterai, cat, obat kadaluarsa — serahkan ke TPS khusus

SAMPAH ANORGANIK



Plastik, botol, kaleng, kaca — bisa didaur ulang

RESIDU



Sampah yang tidak bisa diolah — masuk TPA



PILAH SAMPAH MU, AJAK TEMAN MU!

MARI MULAI PERUBAHAN DARI LANGKAH KECIL KITA BERSAMA.



SAMPAH MU BERBICARA.

SUDAHKAH KAMU MENDENGAR?



TAHUKAH KAMU?

Setiap hari, Semarang menghasilkan **800-1.200 ton sampah**. Sebagian besar berakhir di tempat yang salah. – Wali Kota Semarang

Semarang dalam Angka: Darurat Sampah yang Nyata

>1200 TON/HARI

Timbulan sampah harian Kota Semarang – naik dari 1.000 ton di tahun sebelumnya

900 TON SAMPAH

Dari Seluruh Wilayah Kota Semarang masuk ke TPA Jatibarang setiap hari.

3JT TON SAMPAH

Tertimbun di TPA Jatibarang saat ini – disebut ‘tambang sampah’ oleh Walikota.

59% TIDAK DIKELOLA

Dari 6 juta ton sampah Jateng, 3,54 juta ton tidak tertangani dan berakhir di TPA open dumping.



KENAPA HARUS PEDULI SAMPAH?

Sampah = Pabrik Penyakit di Lingkungan.

Sampah organik membusuk mengandung vektor penyakit: nyamuk DBD, lalat penyebar diare & tifoid, dan tikus reservoir leptospirosis.

Sampah = Pemicu Banjir yang Terdokumentasi

Ini bukan asumsi. Pejabat resmi Kota Semarang sudah menyatakan sampah sebagai salah satu penyebab langsung banjir yang menggenangi kota ini.

Sampah mengalir dari sungai-sungai kota langsung ke Laut Jawa, merusak ekosistem pesisir yang menopang nelayan lokal.





EFEKNYA MENGALIR JADI MIKROPLASTIK

Mikroplastik adalah potongan plastik yang berukuran sangat kecil, bahkan seringkali tidak kasat mata yang ukurannya kurang dari 5 milimeter.

- **Mikroplastik Primer**
Microbeads pada sabun cuci muka (scrub), pasta gigi, dan pelet bahan baku industri.
- **Mikroplastik Sekunder**
Serpihan dari botol, kantong plastik, atau sedotan yang hancur.

DARI SAMPAH KE RANTAI MAKANAN

Plastik yang hanyut ke sungai berakhir di Laut Jawa dan pecah menjadi **butiran halus** (<5 mm) bernama **mikroplastik**. Karena bentuknya yang mirip plankton, partikel ini **tak sengaja termakan oleh ikan-ikan di pesisir**. Akhirnya, melalui ikan atau **garam yang kita konsumsi**, mikroplastik masuk dan mengalir dalam sistem peredaran darah manusia.



JALUR MASUK KE TUBUH MANUSIA



PERNAFASAN MAKANAN TERKONTAMINASI KONTAK KULIT

DAMPAK FATAL KE MANUSIA



KERUSAKAN ORGAN DALAM METABOLISME GUGUR KANINER & GANGGUAN SARAF

SAYANGI LINGKUNGANMU.
KELOLA SAMPAH DARI SEKARANG!



Lampiran 7 Hasil Turnitin



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: vokasi@liveundip.ac.id

KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Tim pemeriksa kemiripan tulisan ilmiah telah memeriksa unggahan file atas nama:

Nama	: Kelly Sandhika Fierly
NIM	: 40020622650118
Program Studi	: Informasi dan Hubungan Masyarakat
Judul Tulisan	: PRODUKSI MEDIA EDUKASI LITERASI LINGKUNGAN UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI RELAWAN PEDULY SEMARANG
Jenis Dokumen	: Tugas Akhir
Paper ID	: 2994510092
Tanggal Pemeriksaan	: 7 Juli 2026

Menyatakan bahwa hasil pemeriksaan dengan menggunakan aplikasi turnitin terhadap tulisan ilmiah dengan judul diatas menghasilkan kemiripan sebesar 9% dengan sumber-sumber online lainnya.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tim Verifikasi
Unit Perpustakaan Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro



Yat Nurrachman
NIP 197805052007011001

Lampiran 8 Dokumentasi



Lampiran 9 Hasil Kuesioner Pra-Survei



Lampiran 10 Hasil Kuesioner Post-Survei

