

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 kekuatan 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.