

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*

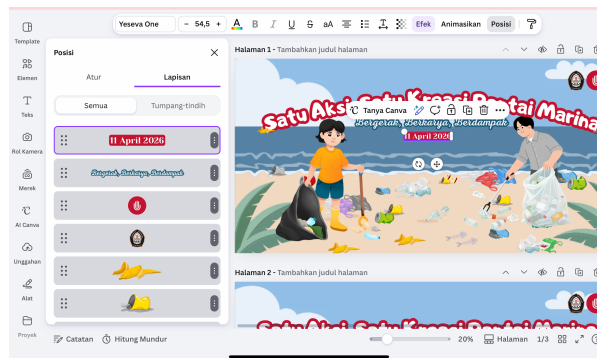
Banner dibuat menggunakan aplikasi Canva dalam format *landscape* dengan ukuran 1000 x 500 mm. Dalam mengerjakannya, penerapkan unsur dan prinsip desain grafis yang telah diuraikan menurut Khotimah (2020) yang mencakup warna, tipografi, dan ilustrasi. Warna biru dipilih untuk mendominasi bagian langit 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



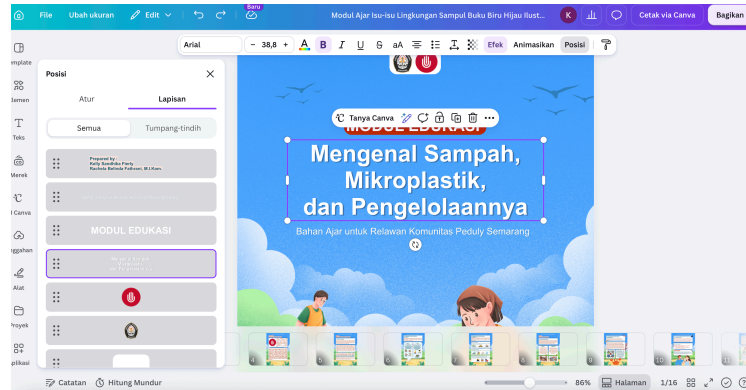
4.3.2.4 Hasil Produksi Modul

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



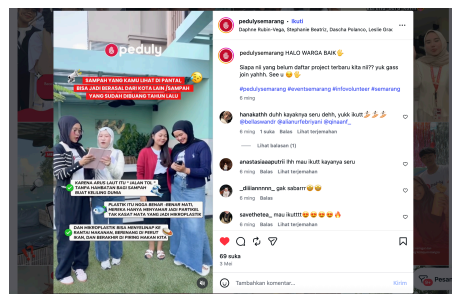
Gambar 4.8 Desain Akhir *Cover* Modul

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

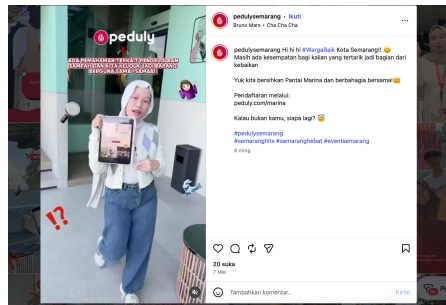
Sumber : https://www.instagram.com/reel/DX36-viSkBS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==



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

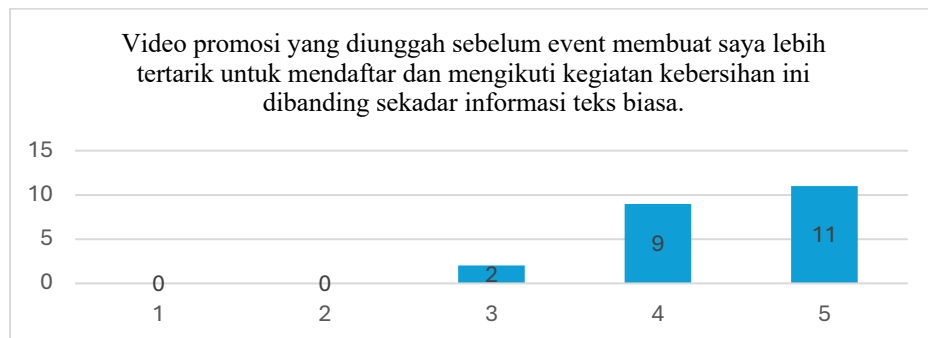
Modul disusun secara sistematis sebagaimana ditekankan Prastowo dalam Daely (2020), untuk memfasilitasi pembelajaran mandiri relawan mengenai materi pemilahan sampah, baik sebelum maupun selama kegiatan berlangsung. Penyusunannya menerapkan prinsip kesederhanaan dan integrasi pesan agar mudah dipelajari 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".

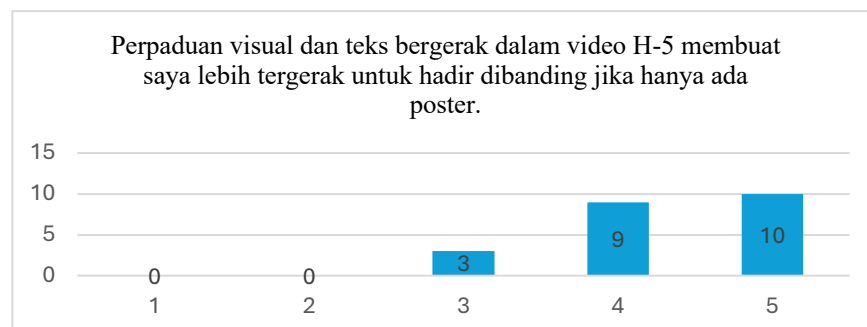
4.5 Evaluasi *Key Performance Indicator*

Efektivitas media edukasi yang telah diproduksi selanjutnya dievaluasi melalui kuesioner pasca-survei yang disebarakan 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.



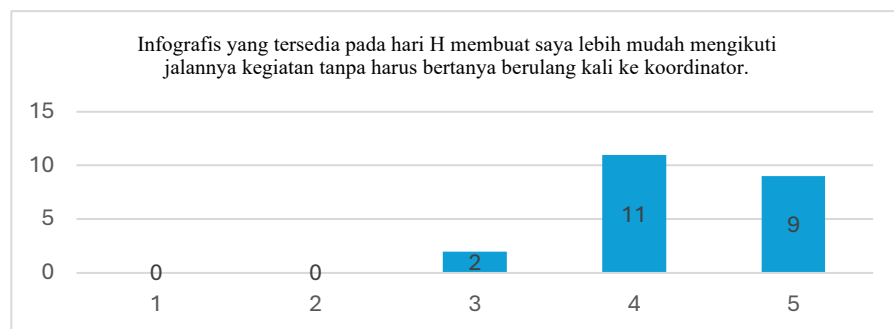
Gambar 4.17 Daya Tarik Video Promosi H-5 Terhadap Keputusan Relawan untuk Mendaftar dan Hadir

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.



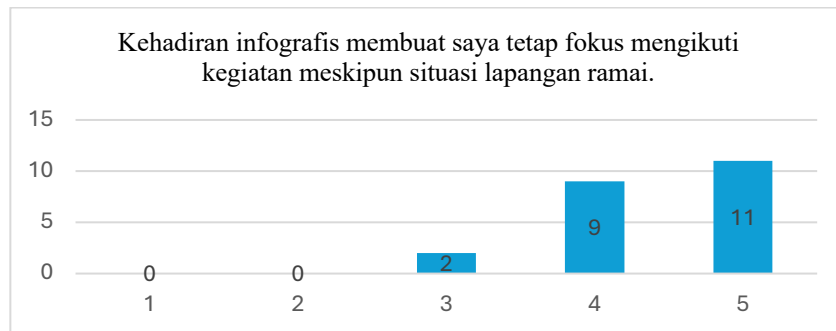
Gambar 4.18 Efektivitas Visual bergerak Pada Video H-5 Dalam Mendorong Keikutsertaan.

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.



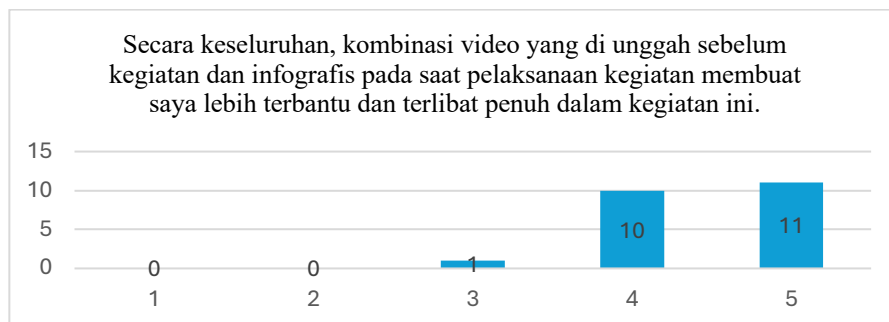
Gambar 4.21 Ketertarikan Relawan Terhadap Penyajian Visual Infografis

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.