

VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG KESADARAN PENGELOLAAN SAMPAH DI SAMARINDA MENGGUNAKAN MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE

Muhammad Irfan Nur Salim, Tommy Bustomi, Muhammad Zainul Rohman

Teknik Informatika Multimedia, Politeknik Negeri Samarinda

Jalan Cipto Mangun Kusumo, Samarinda, Indonesia

resortinuka@gmail.com

ABSTRAK

Video iklan layanan masyarakat dapat menjadi sarana yang baik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah yang baik. Kurangnya kesadaran masyarakat dan kepedulian masyarakat terhadap masalah sampah. Sebagian masyarakat masih sering membuang sampah sembarangan dengan berbagai alasan, seperti tidak adanya tempat khusus yang disediakan oleh pihak berwenang, dan bahkan ketidakpedulian masyarakat itu sendiri terhadap sampah, juga rasa malas untuk membuang sampah pada tempatnya. Dengan menggunakan metode sinematografi dan model pendekatan sistematis *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang memiliki 6 tahapan yaitu konsep, perancangan, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan distribusi, penulis ingin membuat video iklan layanan masyarakat dengan tahapan ini. Untuk mengukur hasil penelitian ini, dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden guna menilai tingkat kesadaran yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan tingkat kesadaran masyarakat dari 76,24% sebelum intervensi menjadi 92,24% setelah intervensi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan video dapat menjadi alternatif efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan sampah yang baik dan benar.

Kata kunci : Video, Iklan Layanan Masyarakat, *Multimedia Development Life Cycle*.

1. PENDAHULUAN

Pengelolaan sampah adalah suatu rangkaian kegiatan yang terstruktur, menyeluruh, dan berkelanjutan, mencakup upaya pengurangan serta penanganan sampah (UU Nomor 18 Tahun 2008). Menurut Waste Management (2021) [1], pengelolaan sampah melibatkan proses pengelolaan limbah dari tahap awal hingga pembuangan akhir, termasuk pengumpulan, pengangkutan, pengolahan, dan pembuangan, yang dilengkapi dengan pengawasan serta penerapan regulasi terkait pengelolaan limbah. Pengelolaan sampah yang tidak benar dapat menimbulkan berbagai dampak buruk, seperti pencemaran lingkungan, penyebaran penyakit, banjir akibat saluran air yang tersumbat sampah, serta menurunnya kualitas hidup masyarakat. Salah satu faktor penyebabnya adalah kurangnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap masalah sampah. Sebagian masyarakat masih sering membuang sampah sembarangan dengan berbagai alasan, seperti tidak adanya tempat khusus yang disediakan oleh pihak berwenang, dan bahkan ketidakpedulian masyarakat terhadap rasa malas untuk membuang sampah pada tempatnya. Karena masih kurangnya kesadaran masyarakat, maka dari ini penulis ingin membuat video iklan layanan masyarakat tentang kesadaran pengelolaan sampah dengan menggunakan model pendekatan sistematis *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang terdiri dari 6 tahapan, yaitu konsep, perancangan, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Dengan metode sinematografi dan alat bantu aplikasi perangkat lunak Capcut Pro. Yang kemudian di unggah ke sosial

media. Dari penelitian ini akan menghasilkan iklan layanan masyarakat yang memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah, sehingga masyarakat akan merubah perilaku mereka terhadap sampah. Hasil penelitian ini dapat memotivasi masyarakat untuk memilah sampah, mengolah sampah sendiri, serta terlibat aktif dalam kegiatan pengelolaan sampah di lingkungan sekitar, seperti mendirikan bank sampah dan melakukan aksi bersih-bersih.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam menyusun judul penelitian ini, penulis telah mengkaji berbagai penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi sebagai dasar teori. Kajian tersebut bertujuan untuk menjadi acuan dan tolak ukur dalam penelitian ini.

2.1. Video

Video adalah suatu media pengirim pesan yang dapat memperlihatkan sebuah suara dan gambar bergerak. Pesan tersebut dapat berupa kenyataan (seperti berita atau kejadian dan peristiwa penting) maupun secara fiktif (misalnya sebuah kisah rekayasa) yang dapat mengedukasi atau hanya mempunyai sifat informasi saja [2].

2.2. Iklan

iklan adalah pesan komunikasi yang diberikan oleh produsen atau penyedia jasa kepada calon konsumen melalui media dengan imbalan pembayaran. [3].

2.3. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan nonkomersial dengan maksud mengajak, mendidik, mengarahkan atau mengimbau masyarakat warga negara maupun warga dunia. Komunikasi dalam iklan layanan masyarakat biasanya lembaga-lembaga pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat. Pada penyiaran iklan layanan masyarakat terdapat kriteria yang jelas dalam pelayanan masyarakat di antaranya tidak bersifat komersial, tidak bersifat keagamaan, nonpolitik, berwawasan nasional, ditujukan bagi seluruh lapisan masyarakat, diajukan oleh organisasi yang telah diakui atau diterima, dapat diiklankan, serta yang memperoleh dukungan media lokal maupun nasional [4].

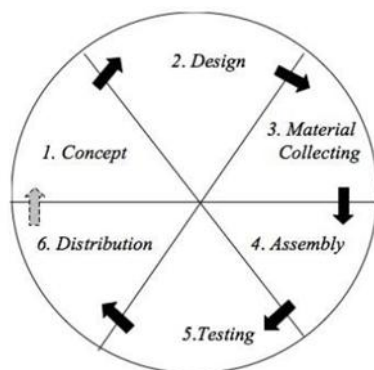
2.4. Sampah

Sampah adalah proses memahami berbagai jenis limbah yang dihasilkan oleh manusia dan cara pengelolaannya. Sampah dapat dibagi menjadi beberapa jenis, seperti sampah organik (sisa makanan, daun) yang dapat terurai secara alami, dan sampah anorganik (plastik, kaca, logam) yang memerlukan waktu lebih lama untuk terurai. [5].

2.5. Pengelolaan sampah

Pengelolaan sampah merupakan aktivitas untuk mengelola sampah dari awal hingga pembuangan, meliputi pengumpulan, pengangkutan, perawatan, dan pembuangan. Selain itu, diperlukan juga kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah. Penanganan sampah merupakan isu serius yang berdampak pada lingkungan dan kehidupan rumah tangga. Solusi untuk mengatasi hal ini harus merangkul semua pihak dan dilakukan secara menyeluruh. Berbagai faktor seperti kepadatan penduduk, karakteristik lingkungan, aspek sosial ekonomi, budaya, sikap, dan perilaku masyarakat menjadi penghambat utama dalam upaya pengelolaan sampah. [6].

2.6. Multimedia Development Life Cycle



Gambar 1. Tahapan Alur MDLC

Pengembangan multimedia agar dapat dimasukkan dalam pembelajaran harus melalui tahapan-tahapan yang terancang dengan baik dan

runtut agar produk multimedia yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan tepat digunakan dalam pembelajaran. Pengembangan multimedia dapat dilakukan dengan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) [7].

2.7. Cinematography

Sinematografi merupakan seni dan teknik dalam menangkap gambar bergerak untuk mendukung narasi visual dalam film. Seiring dengan perkembangan teknologi, sinematografi telah mengalami transformasi signifikan yang memungkinkan pembuat film untuk mengeksplorasi berbagai gaya visual dan teknik kreatif. Sinematografi tidak hanya melibatkan penggunaan kamera dan pencahayaan, tetapi juga komposisi gambar, pergerakan kamera, dan pengaturan visual lainnya yang mendukung cerita film. Penggunaan teknik sinematografi yang efektif dapat meningkatkan pengalaman penonton dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat film [8].

Sinematografi terdiri dari dua suku kata Cinema dan graphy yang berasal dari bahasa Yunani yaitu Kinema, yang berarti gerakan dan Graphoo yang berarti menulis. Jadi Cinematography bisa diartikan menulis dengan gambar yang bergerak.

Di dalam buku yang berjudul "Sinematografi" [9] beberapa teknik dalam pengambilan gambar yaitu :

a. Track

Pengambilan gambar yang dilakukan dengan kamera mengikuti objek yang bergerak ke samping, yaitu dengan cara menempatkan kamera sejajar dengan objek tersebut.

b. Medium long shot

Medium long shot terletak diantara long shot dan close shot, teknik pengambilan gambar ini menyajikan gambar yang lebih menambah nilai informatif dari pada emosional. Sifatnya terlalu dekat untuk skala epic dan terlalu jauh untuk menyampaikan pendekatan dari close up, sehingga menjadikannya netral secara emosional.

c. Frog Eye

Teknik pengambilan gambar yang dilakukan kameramen dengan ketinggian kamera sejajar dengan dasar (alas) kedudukan objek dengan ketinggian yang lebih rendah dari dasar (alas) kedudukan objek.

2.8. Skala Likert

Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Nama skala ini diambil dari nama Rensis Likert, yang menerbitkan suatu laporan yang menjelaskan penggunaannya. Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala Likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia [10].

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan Multimedia Development Life Cycle. Multimedia Development Life Cycle (MDLC) adalah siklus pengembangan produk multimedia yang enam tahapan, yaitu Konsep (Concept), Desain (Design), Pengumpulan Bahan (Material Collecting), Pembuatan (Assembly), Pengujian (Testing), dan Distribusi (Distribution).

3.1. Konsep

Pada tahap ini, penulis akan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan studi literatur yang nantinya akan diolah, Lalu pembuatan sinopsis video yang berjudul “Mulai Dari Diri Sendiri”.

3.2. Perancangan

Pada tahap ini penulis akan membuat naskah dan storyboard, kemudian memilih format video yang akan digunakan untuk memudahkan dalam proses pengumpulan materi.

3.3. Pengumpulan bahan

Pada tahap ini penulis mengumpulkan materi atau bahan multimedia yang diperlukan dalam perancangan video iklan layanan masyarakat berupa video, suara, dan gambar. Dalam tahap ini, penulis menggunakan kamera Sony A6000 untuk mengumpulkan bahan video yang akan digunakan pada tahap pembuatan.

3.4. Pembuatan

Pada tahap ini penulis melibatkan penggabungan materi atau bahan video yang telah dikumpulkan dan disusun sesuai dengan desain yang telah ditetapkan sebelumnya. Setelah pengumpulan bahan selesai, penulis akan memanfaatkan aplikasi Capcut Pro untuk penggabungan video dan editing.

3.5. Pengujian

Pada tahap ini bertujuan untuk memastikan kelayakan proyek sebelum diluncurkan. Selama proses ini, penulis akan meninjau kembali hasil rendering video untuk dievaluasi.

3.6. Distribusi

Pada tahap ini, distribusi dilakukan melalui mengunggah, atau media lainnya. Serta juga ini tahap akhir dari Video Iklan Layanan Masyarakat yang akan dipublikasikan ke media sosial.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Konsep

Pada tahap ini penulis menentukan perancangan konsep yang matang agar hasil dari video iklan layanan masyarakat yang berjudul “Mulai Dari Diri Sendiri” dapat memberikan dampak betapa pentingnya menjaga kebersihan, membuang sampah pada tempatnya, dan pengelolaan sampah yang baik. Maka dari itu penentuan judul juga dapat mempengaruhi hasil agar sesuai dengan yang diharapkan.

4.2. Naskah

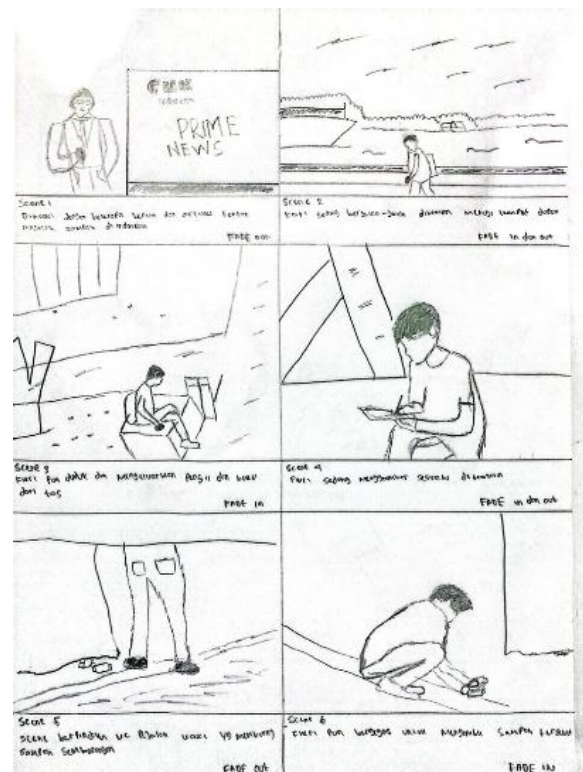
Proses pembuatan naskah iklan layanan masyarakat “MULAI DARI DIRI SENDIRI” dilakukan dengan menggunakan celtx untuk menulis naskah.

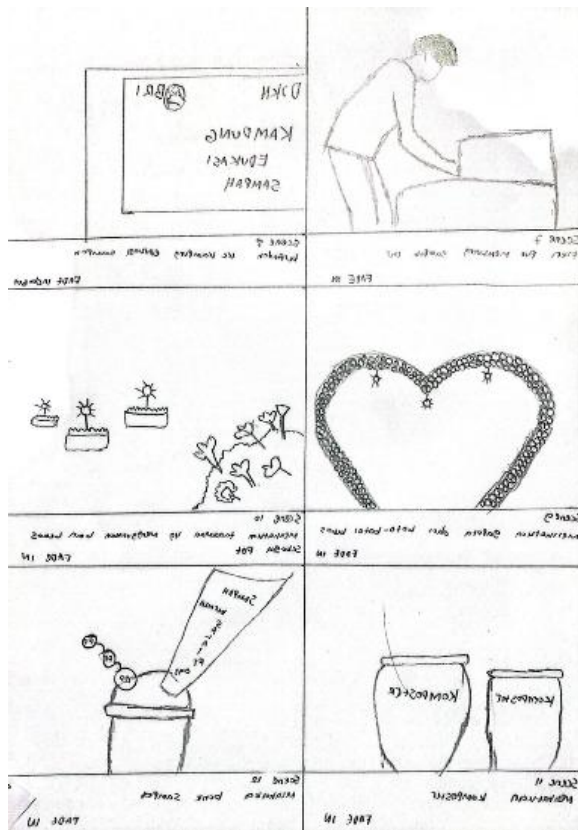
1. INT. SCENE BERITA
Diawali dengan beberapa artikel dan berita tentang masalah sampah di Indonesia
2. EXT. TAMAN
Fikri sedang berjalan - jalan di taman dan ingin menuju tempat duduk
FADE IN DAN OUT
3. EXT. TAMAN
Fikri pun duduk dan mengeluarkan buku dan pensil dari tas
FADE IN
4. EXT. TAMAN
Fikri sedang menggambar sesuatu di taman
FADE IN DAN OUT
5. EXT. TAMAN
Scene berpindah ke penjalan kaki di taman
6. EXT. TAMAN
Kemudian penjalan kaki itu membuang sampah sembarangan dipinggir taman
FADE IN
7. EXT. TAMAN
Kembali ke Fikri, kemudian Fikri melihat tumpukan sampah itu
FADE OUT

Gambar 2. Naskah

4.3. Storyboard

Pada tahap penulis juga membuat storyboard yang digambar secara manual, hal ini dilakukan agar memberikan efisiensi dalam proses pengambilan gambar.





Gambar 3. Storyboard

4.4. Pengumpulan Bahan

Pada tahap ini penulis mempersiapkan alat dan bahan dengan persiapan yang matang, agar dalam proses produksi video berjalan dengan lancar. Pengumpulan bahan menggunakan kamera Sony A6000 dan menggunakan lensa fix 50mm f1.8 oss.



Gambar 4. Kamera Sony A6000



Gambar 5. lensa fix 50mm f1.8 oss.

4.5. Pengambilan Gambar

a. Track

Pengambilan gambar ini dilakukan dengan kamera mengikuti objek yang bergerak ke samping, yaitu dengan cara menempatkan kamera sejajar dengan objek tersebut.



Gambar 6. Track

b. Medium long shot

Pengambilan gambar ini menyajikan gambar yang lebih menambah nilai informatif dari pada emosional.



Gambar 7. Medium Long Shot

c. Frog Eye

Pengambilan gambar ini dilakukan kameramen dengan ketinggian kamera sejajar dengan dasar (alas) kedudukan objek dengan ketinggian yang lebih rendah dari dasar (alas) kedudukan objek.



Gambar 8. Frog Eye

d. Panning

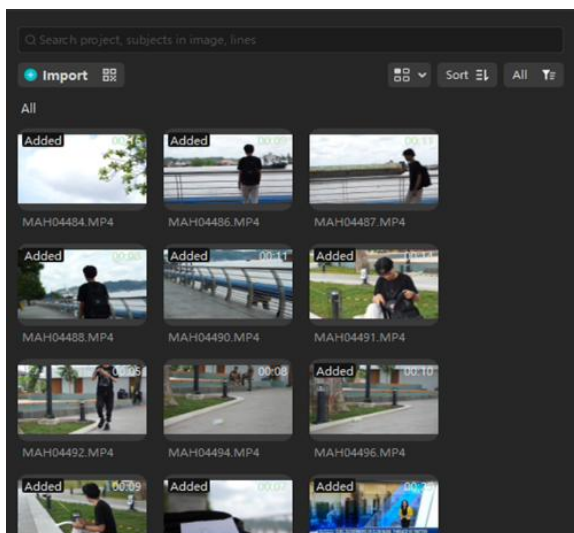
Pan camera move yaitu kamera diarahkan kesamping sepanjang garis lurus tanpa memindahkan posisi kamera tersebut.



Gambar 9. Panning

4.6. Pengimporan File Video Ke Dalam Proyek

Sebelum melakukan editing video, terlebih dahulu yang dilakukan yakni mengimport file video ke dalam project capcut pro. Dengan cara klik Import lalu pilih file video yang ingin dimasukkan.



Gambar 10. Mengimport File

4.7. Penggabungan dan Pemotongan Video

Setelah pengimporan file video kedalam project tadi maka langkah berikutnya. Memasukan video ke dalam track capcut pro dan melakukan pemotongan dengan cara menekan tombol CTRL + I bersamaan. Setelah melakukan pemotongan maka tahap selanjutnya menggabungkan video hingga menjadi klip video.



Gambar 11. Pemotongan dan Penggabungan

4.8. Penambahan Backsound dan Voice over

Kemudian penambahan Backsound dan voice over sangat penting dalam pembuatan video ini. Tahap ini memiliki peran penting dalam menyampaikan emosi, informasi, dan video agar menarik.



Gambar 12. Penambahan Backsound

4.9. Penambahan Teks

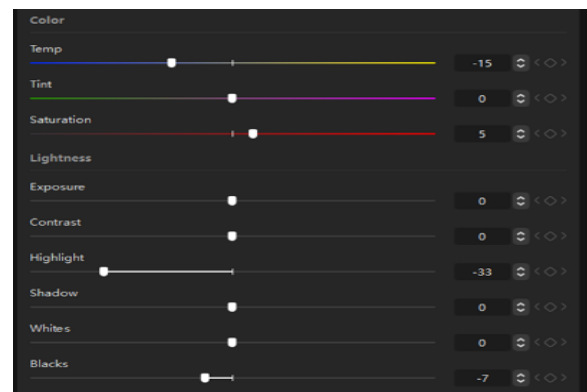
Untuk menambah ketertarikan dalam pembuatan video ini penambahan subtitle guna untuk memudahkan penonton untuk memahami apa isi dari video tersebut.



Gambar 13. Penambahan teks

4.10. Menambahkan Colour Grading

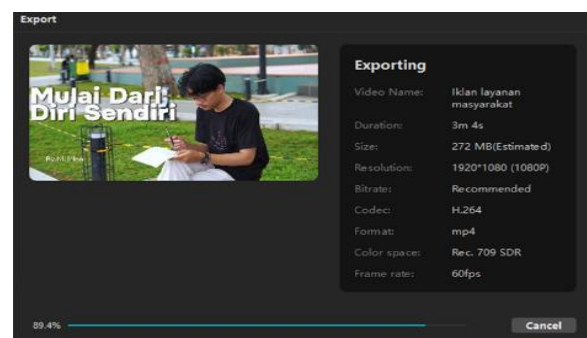
Setelah semua selesai pada tahap penyusunan, pemotongan, penambahan dan pengemasan video hingga menjadi sebuah satu video, tahap selanjutnya masuk ke tahapan mewarnai masing-masing scene akan diberikan colour grading seperti mengatur cahaya, menerangi yang gelap dan menggelapkan yang terlalu terang, sehingga scene mendapatkan warna yang seimbang dengan scene-scene yang lain.



Gambar 14. Colour Grading

4.11. Rendering Video

Berikut adalah gambar proses rendering video.



Gambar 15. rendering

4.12. Hasil Akhir

Setelah proses rendering selesai 100%, dihasilkan sebuah video iklan layanan masyarakat tentang kesadaran pengelolaan sampah dalam format mp4. Video ini secara efektif dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah yang benar dan baik. Selanjutnya, video tersebut diunggah ke YouTube sebagai langkah akhir dari proses pembuatan iklan layanan masyarakat ini.



Gambar 16. Hasil Akhir

4.13. Pengujian

Pada tahap pengujian ini dilakukan dengan pengujian alpha test dan beta test, alpha testing dilakukan dengan melakukan diskusi dengan pembimbing satu dan pembimbing dua, kemudian beta testing dilakukan dengan cara mengupload video ini ke google drive, lalu peneliti memberikan link yang hanya bisa diakses ke ke 10 orang terdekat. Dan memberikan link untuk mengisi kusioner sebelum dan sesudah menonton video, pengujian ini dilakukan untuk menilai apakah layak untuk video iklan layanan masyarakat dan dapat dilanjutkan ke tahapan distribusi.

Tabel 1. Hasil Pengujian Nilai Sebelum dan Sesudah

Hasil Nilai Persentase			
Sebelum		Sesudah	
1	88 %	1	98 %
2	80 %	2	94 %
3	85 %	3	98 %
4	54 %	4	94 %
5	66 %	5	96 %

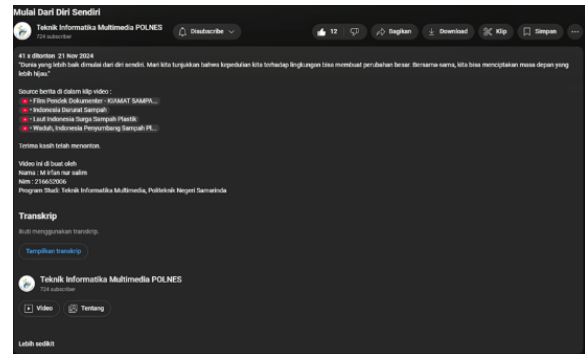
Tabel 2. Hasil Nilai rata-rata

Kategori	Hasil rata-rata
Sebelum	74,6 %
Sesudah	96 %

Berdasarkan tabel 1 Dan 2 , dapat disimpulkan peningkatan data dari sebelum dan sesudah menunjukkan bahwa video dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu tahapan distribusi.

4.14. Publikasi

Setelah tahap pengujian video iklan layanan masyarakat telah selesai di uji kelayakan maka tahap selanjutnya melakukan publikasi di YouTube channel ‘Teknik Informatika Multimedia POLNES’ dengan judul “Mulai Dari diri Sendiri”.



Gambar 17. Publikasi

4.15. Hasil Publikasi

Setelah video berhasil dipublikasi lalu berikut adalah hasil analisis data dari 100 responden mengenai pertanyaan sebelum dan sesudah menonton. Penilaian hasil publikasi masih menggunakan rumus seperti ditahapan beta testing

$$\text{jarak interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah kelas interval}}$$

Lalu perhitungan rumus mencari jarak interval, untuk mendapatkan kriteria kepuasan dalam video iklan layanan masyarakat yang berjudul “Mulai Dari Diri Sendiri”

Tabel 3. Interval skor

Kriteria	Interval skor		
Sangat Baik	4,2	< Skor ≤	5
Baik	3,4	< Skor ≤	4,2
Cukup	2,6	< Skor ≤	3,4
Tidak baik	1,8	< Skor ≤	2,6
Sangat tidak baik	1	< Skor ≤	1,8

Setelah pengumpulan data, metode skala likert akan digunakan untuk menganalisis nilai skor, yang diberikan sesuai bobot seperti di table 4.

Table 4. Nilai Bobot

No	Keterangan	Bobot
1	Sangat Baik	5
2	Baik	4
3	Cukup	3
4	Tidak Baik	2
5	Sangat Tidak Baik	1

Berikut adalah hasil dari jumlah perolehan jumlah rata-rata dari hasil pertanyaan sebelum dan sesudah menonton, dapat dilihat pada tabel 5.

Table 5. Hasil Publikasi Video

Sebelum			Sesudah		
1	84,8	76,24 %	1	96,2	92,24 %
2	79,4		2	93,8	
3	73,2		3	91,8	
4	65,8		4	89,6	
5	78		5	89,8	

Jumlah peningkatan dari pertanyaan sebelum menonton dan sesudah menonton video iklan layanan masyarakat yang berjudul “Mulai Dari Diri Sendiri” mendapatkan hasil penilaian interval di bobot “baik” dan penilaian interval sesudah mendapatkan hasil di bobot “sangat baik”.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menghasilkan video iklan layanan masyarakat yang edukatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Samarinda mengenai pentingnya pengelolaan sampah, serta menilai efektivitas video tersebut dalam membangun kesadaran masyarakat. Hasil penilaian menunjukkan adanya peningkatan tingkat kesadaran masyarakat Samarinda setelah menonton video, yang terlihat dari hasil kuesioner sebelum menonton sebesar 76,24% dan setelah menonton meningkat menjadi 92,24%. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disarankan agar dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat tentang kesadaran pengelolaan sampah perlu memperhatikan tingkat kecahayaan gambar agar proses editing lebih mudah dan hasil video lebih menarik, serta mempersiapkan peralatan yang benar-benar baik untuk mendapatkan hasil video yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Z. N. Aminah and A. Muliawati, “Pengelolaan Sampah dalam Konteks Pembangunan Berkelanjutan (Waste Management in the Context of Waste Management),” <https://hmgp.geo.ugm.ac.id>, diakses 17 Agustus 2021.
- [2] A. S. Sadiman, dkk., Media Pendidikan. Jakarta: Penerbit Rajawali, 2021.
- [3] A. Jatisidi, Pengantar Periklanan, Sleman: Deepublish Digital, 2024.
- [4] M. Thariq, Periklanan dan Manajemen Media, Medan: UMSU Press, 2021.
- [5] S. Holimah, S. A. Wahyuni, dan A. Suhariyono, Pengelolaan Sampah Ramah Lingkungan, Jember: Cerdas Ulet Kreatif, 2024.
- [6] A. N. Alam, A. I. Purnamasari, dan I. Ali, “Analisis Tingkat Penanganan Sampah di Jawa Barat Menggunakan Regresi Linier,” JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika), vol. 8, no. 1, pp. 95–102, Feb. 2024, doi: 10.36040/jati.v8i1.8307.
- [7] Khairunnisa, MULTIMEDIA: Teori dan Aplikasi dalam Dunia Pendidikan. Jambi: Penerbit Sonpedia, 2023.
- [8] R. A. Syam, “Pembuatan Film Pendek ‘Hidup Mahasiswa Yang Berubah’ Dengan Teknik Cinematografi dengan ‘One-Take’ dan Colorgrading,” JURNAL VOKASI TEKNIK (JuVoTek), vol. 2, no. 2, pp. 16–28, Agustus 2024, doi: 10.12345/xxxxx.
- [9] M. Prabowo, Sinematografi. Semarang: The Mahfud Ridwan Institute, 2022.
- [10] S. Syofian, T. Setyaningsih, dan N. O. Syamsiah, “Otomatisasi metode penelitian skala Likert berbasis web,” Proceedings of the International Conference on Information Technology and Education, pp. 1–10, 2015. [Online]. Tersedia: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:151644929>. [Diakses: 7-Feb-2025].