

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat tentang Degradasi Lingkungan Perkotaan di Surabaya melalui Pendekatan Post-apocalyptic

Hans Julian¹, Prayanto W. H.², Rebecca Milka N. B.³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra,

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya.

Email: hans.juliank@gmail.com

Abstrak

Iklan layanan masyarakat ini merupakan suatu salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak jangka panjang degradasi lingkungan perkotaan yang sering kali dianggap masih lama dan sulit untuk dibayangkan. Ide kreatif dari iklan layanan masyarakat ini adalah dengan menggunakan pendekatan post-apocalyptic dalam bentuk visualisasi kondisi pasca kiamat tempat-tempat ikonik di Surabaya. Diharapkan dengan visualisasi tersebut, pembaca dapat lebih tersadarkan bahwa isu degradasi lingkungan adalah isu yang nyata dan berdampak langsung. Dengan perancangan iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran akan dampak degradasi lingkungan perkotaan dan mulai melakukan aksi kepedulian lingkungan sesuai kemampuan masing-masing.

Kata kunci: Degradasi lingkungan perkotaan, pasca kiamat, iklan layanan masyarakat, perkotaan, Surabaya, digital imaging.

Abstract

Title: *Public Service Advertisements Design About Urban Environmental Degradation in Surabaya Through Post-Apocalyptic Approach*

This public service advertisement is an effort to increase public awareness of the long-term impact of urban environmental degradation, which is often considered to be happening a long time later and difficult to imagine. The creative idea of this public service advertisement is to use a post-apocalyptic approach, in the form of visualizing the post-apocalypse conditions of iconic places in Surabaya. It is hoped that with this visualization, readers can be more aware that environmental degradation is a real problem and has a direct impact. The design of this public service advertisement is expected to help raise awareness on the impact of urban environmental degradation, and that they have to begin to take action on environmental awareness according to their respective abilities.

Keywords: Urban environmental degradation, post-apocalyptic, public service advertisement, urban, Surabaya, digital imaging.

Pendahuluan

Kota Surabaya adalah ibukota provinsi Jawa Timur, Indonesia. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Dengan jumlah penduduk metropolisnya yang lebih dari 4 juta jiwa, Surabaya merupakan pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di kawasan timur Pulau Jawa dan sekitarnya. Saat ini pencemaran udara di perkotaan menjadi permasalahan yang serius. Pencemaran udara yang telah terjadi di kota Surabaya sangat berkaitan dengan konsumsi energi, seperti bahan bakar minyak, bahan bakar gas, dan batu bara (bahan bakar konvensional). Penggunaan sumber-sumber energi ini

dibutuhkan sebagai penggerak bagi kendaraan, menjalankan mesin-mesin industri, dan yang terutama adalah buangan dari knalpot hasil pembakaran bahan bakar yang merupakan pencampuran ratusan gas dan aerosol menjadi penyebab utama berbagai pencemar lingkungan.

Saat ini, kerusakan lingkungan tidak terlepas dari partisipasi manusia. Populasi manusia mempengaruhi kondisi alam. Ketika jumlah manusia meningkat, manusia didesak untuk menghasilkan produk untuk dikonsumsi dengan menghancurkan dunia alami di sekitarnya (Mayer, 2018). Hasil dari kegiatan produksi ini melepaskan limbah yang dibuang ke lingkungan.

Limbah inilah yang menyebabkan kerusakan alam, terutama lingkungan.

Terlepas dari kehilangan atau kerusakan lingkungan, kebanyakan orang mengabaikan prinsip-prinsip ekologi. Umat manusia menggunakan hutan, lautan, dan gunung untuk mengejar kekayaan, dan kekayaan ini bukan lagi keharusan, tetapi keserakahan. Ini telah menyebabkan kehancuran alam, perubahan iklim dan kehancuran peristiwa alam yang tidak alami, yang merupakan reaksi negatif dari alam itu sendiri. Manusia dengan tingkat peradaban yang tinggi menolak untuk beradaptasi dengan lingkungannya, tetapi malah kebalikannya, manusia mengubah lingkungan sesuka mereka.

Manusia membangun kota, membuat mesin, dan menguasai bumi dengan teknologi, menjadi parasit di lingkungan alamnya. Pengaruh ini memengaruhi penghuni bumi, dan kepunahan tumbuhan dan hewan 1.000 kali lebih cepat daripada alam, dan itu juga berlaku bagi manusia. Banyak orang khawatir tentang konsekuensi kepunahan pada manusia. Ketika industrialisasi menjanjikan kemajuan teknologi, kemajuan peradaban manusia dan peningkatan kesejahteraan sosial, tetapi industrialisasi juga dapat merusak lingkungan.

Sejauh ini, masalah lingkungan di Surabaya telah disertai dengan pertumbuhan ekonomi dan pemanfaatan sumber daya alam. Kerusakan ini umumnya disebabkan oleh aktifitas manusia yang tidak ramah lingkungan seperti perusakan hutan dan alih fungsi hutan, pertambangan, pencemaran udara, air, dan tanah, dan lain sebagainya.

Surabaya sebagai kota metropolitan dengan lalu lintas kendaraan yang begitu padat, sumber utama polusi di Surabaya diperkirakan berasal dari emisi gas buang kendaraan bermotor. Disusul polusi dari sektor industri, konstruksi, pembakaran hutan, dan buruknya kualitas udara ini diperparah karena bertepatan dengan musim kemarau panjang. Bagi masyarakat yang tinggal di daerah metropolitan sering terpapar polusi banyak berdampak pada tubuh

Dari dampak-dampak isu degradasi lingkungan perkotaan tersebut, masih saja ada beberapa kalangan khususnya remaja yang tidak menganggap isu ini sebagai sesuatu yang penting. Alasannya karena masih dianggap sebagai sesuatu yang jauh, tidak akan berdampak secara langsung, dan terkadang sulit untuk dibayangkan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu media yang dapat membantu memvisualisasikan dampak nyata degradasi lingkungan perkotaan.

Dalam tugas akhir ini perancangan media visual melalui pendekatan post-apocalyptic ini bertujuan untuk menimbulkan rasa cemas dibenak para generasi muda, dengan harapan agar kecemasan yang

ditimbulkan tersebut dapat disalurkan kedalam sebuah gerakan yang lebih besar dan lebih berdampak bagi lingkungan, sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Metodologi Perancangan

Dalam melakukan perancangan ini, dibutuhkan data untuk membantu proses perancangan kedepannya, data tersebut dibagi menjadi data primer dan data sekunder.

Data primer berasal dari hasil wawancara, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung tatap muka maupun melalui telepon kepada para responden yang sekiranya menjadi *target audience*, dan pakar di bidangnya, baik perorangan atau kelompok/organisasi masyarakat yang berfokus pada kegiatan-kegiatan peduli lingkungan yang berada di daerah Surabaya, seperti: Koalisi Pemuda Hijau Indonesia atau (KOPHI), *Waste Recycling Project*, Sobat Bumi Surabaya, Surabaya *Osoji Club*.

Selain wawancara juga dilakukan observasi langsung ke lapangan, dengan cara mengamati tingkah laku *target audience*, dan kondisi geografis tempat *target audience*. Sehingga dengan ini strategi *branding* yang akan dilakukan mampu menjawab keinginan *target audience*.

Data sekunder didapatkan dari membaca literatur dari buku, makalah, jurnal, internet dan media masa sebagai referensi dari sumber-sumber yang memuat informasi mengenai topik perancangan dan landasan teori yang digunakan.

Metode 5W+1H

Dalam perancangan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berdasarkan 5W1H:

1. *What*:
 - Apa saja penyebab dan dampak degradasi lingkungan perkotaan?
 - Apa solusi untuk mengatasi degradasi lingkungan perkotaan?
2. *Who*:
 - Siapa yang akan terdampak dalam permasalahan degradasi lingkungan perkotaan ini?
 - Siapa *target audience* dari iklan layanan masyarakat ini?
3. *When*:
 - Kapan perancangan untuk meningkatkan kepedulian akan
 - Kapan iklan layanan masyarakat ini perlu dikomunikasi?
4. *Where*:
 - Dimana pesan iklan layanan masyarakat ini akan didistribusikan?
5. *Why*:
 - Mengapa permasalahan degradasi lingkungan perkotaan bisa terjadi?

- Mengapa permasalahan degradasi lingkungan perkotaan perlu disampaikan melalui DKV?
- Mengapa menggunakan media sosial sebagai media distribusi iklan layanan masyarakat ini?

6. *How:*

- Bagaimana mengatasi permasalahan degradasi lingkungan perkotaan?

Target Audience

Target audience atau khalayak sasaran dari iklan layanan masyarakat ini dibagi menurut demografis, geografis, psikografis, dan behavior dari target audience.

- a. Demografis
 - Usia : 17-25 tahun
 - Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - Pendidikan : Siswa SMA, mahasiswa, pekerja
 - SES : A-B
- b. Geografis
 - Bertempat tinggal di daerah urban di Surabaya
- c. Psikografis
 - Muda, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, berpikir kedepan
- d. Behavior
 - Bergantung pada smartphone, pengguna aktif media sosial, suka mempelajari hal baru

Pembahasan

Analisa Topik Permasalahan

Degradasi Lingkungan Perkotaan

Di satu sisi, kota memfasilitasi dan mempermudah proses produksi dan perdagangan, dalam rangka meningkatkan standar hidup manusia. Kota juga menyediakan penduduk kota dengan fasilitas perkotaan dan berbagai barang dan jasa, untuk memberikan kepuasan lebih besar kepada penduduk kota. Namun di sisi lain, menurut versi Myrdal dan Pred (Kuncoro, 2002), pertumbuhan kota juga sering memiliki dampak negatif, yang biasanya terkait dengan pencemaran lingkungan dan merupakan hubungan sebab dan akibat yang saling berkaitan.. Menurut Fan dan Qi (2010) tentang dampak urbanisasi, ada hubungan terbalik antara populasi dan kerusakan lingkungan, yang berarti bahwa kota-kota padat penduduk cenderung memiliki kualitas lingkungan yang buruk. Cracolici et al. (2010) juga menyatakan pandangan yang sama bahwa ada hubungan antara aspek ekonomi dan non-ekonomi ketika menjelaskan kinerja nasional. Kinerja suatu negara dipandang tidak hanya dari perspektif ekonomi (termasuk aspek sosial), tetapi juga dari perspektif lain, yaitu lingkungan. Hanya ada beberapa negara dalam kategori berkinerja baik yang memiliki penilaian aspek sosial ekonomi dan aspek lingkungan yang sama-sama tinggi.

Degradasi atau penurunan kualitas lingkungan berbahaya bagi kehidupan manusia. Degradasi lingkungan dapat disebabkan oleh dua faktor utama, alam dan manusia. Faktor-faktor alami ini seperti gempa bumi, letusan gunung berapi, tsunami, badai, epidemi, kekeringan dan kebakaran. Manusia tidak dapat sepenuhnya memprediksi dan menghindari faktor-faktor alami yang menyebabkan degradasi lingkungan. Disisi lain, faktor manusia yang menyebabkan degradasi lingkungan sepenuhnya bergantung pada kontrol manusia atas kegiatan mereka, termasuk upaya untuk mengelola lingkungan.

Degradasi lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas manusia menyebabkan tanah longsor, banjir, polusi lingkungan, dan kecelakaan industri dan kimia. Contoh dari dampak kerusakan lingkungan di Surabaya adalah meningkatnya frekuensi banjir, baik akibat berkurangnya daerah penyerapan curah hujan atau kerusakan daerah aliran sungai (DAS) menyebabkan banjir menjadi semakin sering terjadi di Surabaya. Contoh lain termasuk kurangnya air bersih, polusi air dan udara, perluasan daerah kumuh, dan penetrasi air asin ke dalam sumur penduduk. Secara umum, degradasi lingkungan ini menyebabkan banyak kerugian, seperti cedera pribadi, kematian, penyakit, perubahan iklim dan kelaparan.

“*Climate Change*” atau perubahan iklim adalah perubahan pola cuaca yang berlangsung lama. Perubahan iklim telah menjadi salah satu isu lingkungan yang berskala internasional. Peningkatan suhu bumi merupakan salah satu isu yang menjadi perhatian utama. Hal ini disebabkan oleh adanya peningkatan konsentrasi karbon dioksida dan gas rumah kaca lain yang mengakibatkan peningkatan suhu rata-rata permukaan bumi. Selain itu perubahan cuaca yang tidak menentu, memengaruhi tanaman pangan kita, air yang kita gunakan, tempat tinggal, aktivitas dan kesehatan. Pola cuaca adalah bagian penting dalam kehidupan manusia.

Perubahan iklim, memicu berbagai petaka seperti banjir, kekeringan, longsor, gelombang tinggi, dan peningkatan muka air laut. Bencana alam tersebut dapat menimbulkan korban jiwa serta kerugian ekonomi dan ekologi yang tidak sedikit. Belum lagi, dampak lanjutan seperti menjalarnya berbagai penyakit yang berujung pada kematian.

Banyaknya aktivitas manusia dalam memanfaatkan lahan dapat meningkatkan deforestasi, sedangkan penurunan deforestasi dapat disebabkan aktivitas reforestasi atau penghijauan untuk menambah tutupan hutan. Populasi global turut memicu dengan cepat produk emisi. Karena dengan terus bertambahnya penduduk dunia, maka permintaan akan energi terus meningkat.

Post-Apocalyptic sebagai Alat Peringatan tentang Kondisi Lingkungan

Narasi post-apocalyptic memudahkan pembaca agar mereka dapat membayangkan malapetaka pada skala global, menanyakan kemungkinan hasil, dan memaksa kita untuk melihat kembali dunia dan budaya kita dalam perspektif yang baru.

Dalam bukunya yang berjudul "*Imagining Apocalypse: Studies in Cultural Crisis*" (2000), David Seed menjelaskan bahwa kiamat (*apocalypse*) dapat dipahami dalam dua arti: *terminus* dan *telos*. Kiamat sebagai *terminus* mengacu pada perasaan keberakhiran, sedangkan kiamat sebagai *telos* merujuk pada "tujuan akhir". Melalui pandangan *terminus*, pembaca melihat kiamat adalah proses dimana dunia berakhir. Pembaca merasa putus asa dan akhirnya tersapu oleh perubahan iklim, dampak bencana oleh asteroid, atau krisis akibat nuklir di seluruh dunia. Dalam wacana lingkungan, menggunakan konsep kiamat sebagai ujung (*terminus*), pembaca diperingatkan, dimarahi, dan dibiarkan merasa tidak berdaya dalam menghadapi krisis absolut dan tak terhindarkan. Sebaliknya, melalui pandangan *telos*, pembaca melihat kiamat adalah tujuan akhir. Dalam wacana lingkungan, *telos* melihat disaat eksistensi manusia terancam, manusia akan menggunakan kecerdikan dan semangat untuk dapat bertahan hidup; jika dunia dipenuhi air, manusia akan belajar untuk bertahan hidup untuk bertahan hidup di laut, atau menggunakan teknologi untuk beradaptasi di iklim yang sangat panas.

Bagi penulis pro-lingkungan yang berharap untuk meyakinkan pembaca untuk mengambil sikap di tengah di antara kedua pandangan ekstrim sebelumnya; *terminus* dan *telos*, bahwa Bumi layak diselamatkan dan bahwa, dengan meningkatkan kesadaran lingkungan, manusia bisa bertahan hidup di masa depan.

Hambrick (2011) menjelaskan bahwa, dalam wacana lingkungan, kiamat adalah kategori retorik yang menggunakan peringatan, menarik emosi dan ketakutan, dan citra *dystopian* untuk menarik dan menggembelng pembacanya untuk bertindak demi lingkungan. Dengan mengkonfrontasi pembaca dengan masa depan yang tidak menyenangkan dan seringkali tidak dapat diterima, tulisan literasi *post-apocalyptic* berusaha untuk memastikan bahwa masa depan seperti ini tidak terjadi di dunia saat ini. Dengan menjelaskan sebab-akibat secara ilmiah hal yang akan terjadi di masa depan, menggambarkan kejadian yang tidak menyenangkan atau membayangkan masa depan yang tidak dapat diterima yang diprediksi dalam fiksi, fiksi *post-apocalyptic* mengharapakan untuk mencegah kiamat, bukan untuk mendorong terjadinya kiamat.

Dalam artikel "Journal of Religion & Film" (Hamonik, 2017) yang menyebutkan bahwa cerita berlatar apocalyptic berperan dalam membantu penonton untuk memahami dunia, memberi strategi untuk mengatasi krisis, mendokumentasikan harapan, ketakutan, wacana, ideologi dan konflik sosial-politik. Pesan dari film-film apocalyptic ini jelas: jika umat manusia tidak mengubah cara mereka, peristiwa di layar akan terjadi yang menyebabkan kepunahan umat manusia.

Menurut Houfková (2019), solusi dari situasi kita (perubahan iklim, perang nuklir, dan lainnya) saat ini adalah menyadari ancaman, memikirkannya, tidak takut membicarakannya, membagikannya, mendiskusikannya. Pembaca dapat melihat bahwa ancaman seperti perang nuklir atau perubahan iklim hadir dalam fiksi *post-apocalyptic* saat ini. Dunia fiksi yang adalah alat yang sempurna untuk membahas kemungkinan masa depan dalam dialog sosial sehari-hari. Literatur *post-apocalyptic* membantu menyelidiki kekhawatiran, ketakutan, dan kecemasan masyarakat selama berabad-abad.

Konsep Perancangan

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan iklan layanan masyarakat adalah untuk mengedukasi dan mempersuasi remaja dengan rentang usia 17-25 tahun untuk berpikir kritis tentang degradasi lingkungan perkotaan serta dampaknya di masa depan, sehingga remaja-remaja tersebut menjadi lebih peduli dengan kelestarian lingkungan dan memiliki keinginan untuk melakukan gerakan peduli lingkungan.

Isi Pesan (What to say)

Isi pesan yang akan disampaikan yaitu melalui media iklan layanan masyarakat ini, masyarakat diharapkan menyadari bahwa degradasi lingkungan perkotaan adalah hal yang nyata dan terjadi, mau berpikir kritis tentang isu degradasi lingkungan perkotaan dan dampak-dampak yang ditimbulkan berkaitan dengan kesehatan akibat polusi, bencana alam (banjir, kekeringan, tanah longsor) yang semakin sering terjadi, pemanasan global, khususnya dampak mengerikan jangka panjang yang sulit dibayangkan seperti kehancuran Bumi, kepunahan manusia atau peradaban manusia itu sendiri. Selain itu, iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat membawa pengaruh bagi masyarakat remaja untuk mulai melakukan kegiatan ramah lingkungan.

Bentuk Pesan (How to say)

Bentuk pesan dikemas menggunakan pendekatan rasa takut atau *negativism*. Pertama menggunakan pendekatan *post-apocalyptic*, sebagai alat peringatan

untuk memvisualkan dampak nyata isu degradasi terhadap lingkungan perkotaan yaitu gambaran kehancuran, kesuraman, tidak adanya kehidupan yang mungkin terjadi di kota Surabaya apabila degradasi lingkungan ini tidak segera di atasi.

Pesan disampaikan dalam bentuk cerita yang mengikuti seorang pemuda misterius dari masa depan (tahun 20XX) dimana Bumi dan peradaban manusia telah berakhir. Pemuda tersebut bernama Yudi yang berada di kota Surabaya di masa pasca-kiamat tersebut, Yudi sebagai salah satu dari sebagian kecil manusia yang masih bertahan hidup ingin menunjukkan pembaca apa yang ia lihat di masa depan tersebut. Yudi berjalan dari sudut kota Surabaya ke sudut lain, sambil mengambil gambar tempat-tempat ikonik di Surabaya yang terlantar.

Selanjutnya, diberikan informasi-informasi tentang fakta kerusakan lingkungan seperti data perubahan iklim, data polusi udara dan air, data bencana alam dan solusi seperti himbauan hidup ramah lingkungan, daur ulang, dll.

Teknik Visualisasi

Visual pasca-kiamat kota Surabaya tersebut menggabungkan ciri-khas kota seperti monumen, bangunan dan/atau kendaraan dengan unsur kehancuran pasca-kiamat seperti ketidak adaannya manusia, kehancuran partial pada bangunan atau monumen, jalanan yang rusak/pecah, tumbuhnya tanaman-tanaman liar dan lumut pada aspal dan bangunan. Bernuansa sedih, mencekam dan penuh rasa keputusasaan.

Tone warna yang digunakan dalam visual lebih cenderung kearah warna-warna gelap dengan tujuan untuk mendramatisir gambar sehingga memberi kesan seram, menyedihkan dan/atau menakutkan dalam pikiran pembaca.

Pendekatan visual ini, bertujuan untuk mengeksplorasi karakteristik dan emosi yang timbul dari perasaan *monumentality*. *Monumentality* didefinisikan sebagai “kualitas spiritual yang melekat dalam struktur yang menyampaikan perasaan keabadiannya, bahwa itu tidak dapat ditambahkan atau diubah.” (Louis Kahn, 2003). Dengan melihat unsur kehancuran suatu pemandangan bangunan yang familiar dengan kehidupan sehari-hari, dalam kasus ini, yaitu tempat-tempat ikonik Surabaya bagi *target audience* Surabaya. Untuk mendukung pendekatan visual tersebut, unsur *humanism* atau kemanusiaan dicoba untuk dihapuskan dari visual, termasuk sosok Yudi yang berada di belakang layar sebagai fotografer pemandangan pasca-kiamat tersebut.

Konsep Media

Pemilihan media didasari pemikiran kesesuaian dengan *target audience* dan bentuk kampanye. *Target audience* yang merupakan khalayak muda lebih mudah ditarget menggunakan media sosial populer seperti Instagram. Instagram page yang berbasis edukasi cukup populer untuk meningkatkan kesadaran terhadap suatu isu. Untuk isi konten dari Instagram page tersebut akan digunakan 2 jenis media yaitu Instagram story, Instagram feed.

Bersifat sebagai media utama dari kampanye yang berfungsi untuk menarik perhatian *target audience* melalui media visual. Kelebihan yang dimiliki media sosial terkini adalah dapat menyebarkan informasi secara cepat dengan cakupan wilayah yang sangat luas dan dapat langsung sampai ketarget market yang diinginkan.

Final Desain

Visual



Gambar 1. Visual Stasiun Wonokromo post-apocalyptic



Gambar 2. Visual Pintu Air Jagir post-apocalyptic



Gambar 3. Visual Patung Surabaya post-apocalyptic



Gambar 7. Visual Jalan Peneleh post-apocalyptic



Gambar 4. Visual Taman Bungkul Surabaya post-apocalyptic



Gambar 8. Visual Tugu Pahlawan post-apocalyptic



Gambar 5. Visual Stasiun Gubeng post-apocalyptic



Gambar 9. Visual Jalan Rajawali post-apocalyptic



Gambar 6. Visual Monumen Kapal Selam post-apocalyptic



Gambar 10. Visual Jembatan Suramadu post-apocalyptic

Social Media



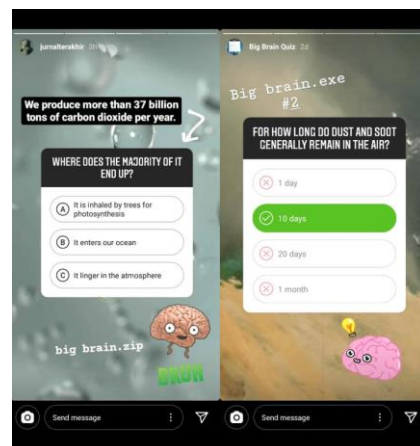
Gambar 11. Profil Instagram Jurnal Terakhir



Gambar 12. Instagram feed Jurnal Terakhir awal



Gambar 13. Salah satu post Instagram feed Jurnal Terakhir dan captionnya



Gambar 14. Instagram story Jurnal Terakhir Quiz

Kesimpulan

Dalam merancang Iklan Layanan Masyarakat (ILM) ini pertama-tama perlu melakukan analisa mengenai permasalahan yang ada untuk mencari solusi yang tepat bagi pemecahan permasalahan tersebut. Selain itu perlu dilakukan juga studi literatur sebagai bagian dari proses pencarian pemecahan masalah.

Dampak negatif dari kerusakan lingkungan perkotaan merupakan hal yang nyata, tetapi masih dianggap jauh; tidak akan berdampak langsung; tidak akan berdampak besar, dan dirasa tidak penting, padahal banyak sekali data yang mendukung dan dampak nyata yang dapat dirasakan meski tidak signifikan untuk sekarang. *Awareness* akan isu ini perlu ditingkatkan, salah satunya dengan Iklan Layanan Masyarakat. Dalam menyuarkan isu kerusakan lingkungan diperlukan

konsep yang memiliki *stopping power* karena iklan-iklan peduli lingkungan yang sekedar memberikan informasi, semboyan, ajakan, sudah banyak diberbagai media sehingga konsep-konsep *mainstream* akan terdengar membosankan dan dirasa kurang efektif. Dari pemikiran itulah awal dari pendekatan *post-apocalyptic* ini dipilih oleh penulis.

Media sosial Instagram merupakan media yang sangat cocok untuk meraih target kalangan usia muda. ILM yang menekankan pada visual juga sangat didukung dengan fitur-fitur Instagram seperti *feed* dan *story*. *User interaction* atau interaksi dengan pengguna/pembaca juga semakin dipermudah dengan fitur-fitur Instagram *story* seperti *voting*, *quiz*, *questions*, *mood slider*, dan lainnya.

Saran

Saran untuk kedepannya, bisa dilakukan visualisasi dampak nyata kerusakan lingkungan baik dengan pendekatan *post-apocalyptic* maupun pendekatan lainnya agar lebih banyak orang yang bukan hanya sadar akan isu kerusakan lingkungan tapi juga mulai untuk melakukan aksi sesuai kemampuan dan keahlian masing-masing, tidak hanya dilakukan di Surabaya, cakupan bisa diperluas seperti beberapa kota besar lainnya (Jakarta atau tempat lainnya) atau Indonesia. Visualisasi dampak nyata kerusakan lingkungan untuk kedepannya juga bisa dengan mengintegrasikan teknologi-teknologi modern seperti VR dan/atau AR, menggunakan media-media yang tidak umum (Twitch, game, dan lainnya). Bilamana kemampuan perancang tidak mencakup bidang-bidang tersebut diharapkan untuk bisa bekerja sama dengan individu atau komunitas lainnya tentunya dengan standar yang lebih tinggi. Tapi bila tidak diizinkan maka baru perlu beralih ke media *mainstream*.

Saran untuk perancang selanjutnya yang berasal dari jurusan *digital imaging* adalah harus menyadari bahwa *digital imaging* hanya kemampuan pendukung, oleh karena itu perlu usaha lebih untuk tetap melakukan perancangan yang menekankan pada *digital imaging*, mengapa? karena tugas akhir pada dasarnya mengekspektasikan sebuah hasil yang umumnya memiliki bentuk jelas dan ada hubungan dengan *target audience* yang bisa diukur.

Saran lainnya berhubungan dengan komunitas/organisasi pendukung adalah untuk terus *keep in contact* dengan komunitas yang ditargetkan atau diharapkan menjadi pendukung dari kampanye, karena akan sulit dan sangat bermasalah jika pada dekat-dekat hari *contact person* dari komunitas bahkan komunitas itu sendiri sulit dan tidak kooperatif untuk diajak kerjasama, meskipun sudah ada “persetujuan” diawal-awal.

Saran untuk perancang selanjutnya yang pada masanya mengalami kejadian serupa seperti COVID-19 (2020), apabila situasi tidak memungkinkan untuk melakukan kegiatan *offline*, sesegera mungkin ganti alur ke jalur *online*, rombak ulang isi *paper*, gali ide baru dan pikirkan baik-baik media yang bisa dipakai, dan upayakan memaksimalkan pengerjaan kampanye.

Ucapan Terimakasih

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat karunianya sehingga perancangan tugas akhir ini dapat selesai dengan baik. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi, antara lain:

1. Tuhan Yesus Kristus dengan kasih dan karunia-Nya maka penulis mendapatkan banyak berkat dan inspirasi melalui tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Prayanto W.H., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran di dalam mengarahkan penulis dalam perancangan tugas akhir ini.
3. Ibu Milka Basuki S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran di dalam mengarahkan penulis dalam perancangan tugas akhir ini.
4. Ibu Ani Wijayanti S., S.Sn, M.Med. Kom. dan Ibu Rika Febriani, S.Sn.,M.A. sebagai tim penguji yang telah memberikan pengarahan dalam perancangan tugas akhir ini.
5. Papi dan Mami yang telah memberikan bantuan doa, dukungan moral maupun material untuk terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Teman-teman discord “Revolution United” yang telah menemani saat suka maupun duka penulis selama pengerjaan tugas akhir ini.
7. Dan juga teman-teman sekelompok yang telah banyak membantu penulis selama proses tugas akhir ini berlangsung, serta mereka yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah memberikan dukungan, doa, kritik dan saran, dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tidak berkekurangan apapun.

Akhir kata, penulis mengucapkan permohonan maaf jika ada kekurangan dalam tugas akhir ini, maupun dalam penulisan laporan ini, dan penulis dengan senang hati menerima masukan saran dan kritik dari pembaca. Semoga tugas akhir ini bermanfaat dan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca dan mahasiswa sekalian.

Daftar Pustaka

Cracolici, M. F., Cuffaro, M. & Nijkamp, P. (2010). *The measurement of economic, social and environmental performance of countries: a novel approach*. Retrieved 7 February, 2020 from <https://doi.org/10.1007/s11205-009-9464-3>

Fan, P. and J. Qi. (2010). Assessing the sustainability of major cities in China. *Sustainability science*, 5, 51 – 68.

Hambrick K.M. (2011). *The end of apocalypse: the rhetoric of apocalypse in contemporary environmental discourse*. Reno: University of Nevada. Department of English.

Hamonic, W. G. (2017). Global catastrophe in motion pictures as meaning and message: the functions of apocalyptic cinema in american film. *Journal of religion & film*, 21(1).

Houfková K. (2019). The warning function of post-apocalyptic science fiction. *Messages, sages and ages*, 6(1), 59 –65. Retrieved March 11, 2020 from <http://doi.org/10.5281/zenodo.3370149>

Kuncoro, M. (2002). *Analisis spasial dan regional: studi aglomerasi dan kluster industri Indonesia*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Louis K. & Robert T. (2003). *Essential texts*. New York: Norton.

Mayer, M. (2018, Juni 11). *What are environmental problems due to population growth?*. Retrieved 7 February, 2020 from <https://sciencing.com/environmental-problems-due-to-population-growth-8337820.html>

Seed, D. (2000). *Imagining apocalypse: studies in cultural crisis*. London: Palgrave Macmillan.