

PERANCANGAN ILM UNTUK MENGEDUKASI PENGENDARA MOTOR DI SURABAYA DALAM MENAATI LAMPU LALU LINTAS

David Firmanto Halim
Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Email : m42413056@john.petra.ac.id

Abstrak

Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat berjudul “ Potret Ayah “.

Fenomena yang menjadi penyakit sosial masyarakat kota Surabaya khususnya pengguna motor yang sebagian besar melanggar lalu lintas dikarenakan kurangnya kesadaran akan keselamatan sendiri maupun masyarakat sekitar. Adanya Iklan Layanan Masyarakat berupa Video yang menjelaskan tentang menaati peraturan lampu lalu lintas adalah wujud cinta akan keluarga. Video Iklan Layanan Masyarakat ini bertujuan untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya menaati peraturan lampu lalu lintas.

Kata kunci: Video Iklan Layanan Masyarakat, Fenomena Sosial

Abstract

Public Service Advertising Video Design Titled “ Father's Portrait”.

The phenomenon that became a social disease towards Surabaya's citizen, especially motorcycle users who mostly violate the traffic due to the unawareness of their own safety and their surrounding community. The existence of this public service advertising video that explains about obeying traffic light rules is a form of love towards family. This Public Service Ads video is intended to make people aware of the traffic light rules.

Keyword: *Video Advertising Public Service, Phenomenon*

Pendahuluan

Surabaya adalah ibu kota provinsi Jawa Timur yang merupakan kota ke-dua terbesar di Indonesia setelah Jakarta. Dimana pertumbuhan penduduknya juga termasuk cepat dikarenakan banyaknya masyarakat yang ingin mencari lapangan pekerjaan di kota Surabaya. Seiring pertumbuhan penduduk kota Surabaya yang cepat, pengguna jalan juga bertambah. Dari situlah kepadatan jalan juga meningkat sehingga mengakibatkan terjadi banyak masalah seperti pelanggaran lalu lintas. Pelanggaran lalu lintas sangatlah sering dilakukan oleh pengguna motor secara sadar, dimana mereka sangatlah kurang akan sadarnya kecelakaan lalu lintas yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain, pelanggaran juga dilakukan karena kurangnya integritas dari diri masyarakat kota Surabaya sendiri, seperti tidak melanggar bila ada polisi yang berjaga. Dengan adanya masalah ini, masyarakat kota Surabaya merasa dirugikan dan tidak adanya kesejahteraan dalam

menggunakan jalan. Sebagai pemecahan masalah dan pengingat masyarakat yaitu dengan dibuatnya Iklan Layanan Masyarakat yang bertujuan untuk mengingatkan dan menyadarkan masyarakat akan bahaya melanggar lalu lintas. Sebagai media yang sangat dekat dengan masyarakat, media Iklan Layanan Masyarakat ini juga berperan penting untuk memberikan informasi secara cepat dan dapat diterima oleh segala kalangan masyarakat. Dengan berdurasi 1 menit, masyarakat dapat melihat dan mencerna pesan yang ingin disampaikan tanpa harus bertele-tele melihat video Iklan Layanan Masyarakat. Video Iklan Layanan Masyarakat ini diaplikasikan ke dalam video yang akan ditunjukkan kedalam videotron yang berada di atas pos polisi yang terletak di titik-titik jalanan yang sangatlah padat lalu lintas.

Iklan

Otto Klepper (1986), seorang ahli periklanan mengemukakan dalam bukunya, yang berjudul

Advertising Procedure, dituliskan bahwa istilah advertising berasal dari bahasa latin yaitu ad-vere yang berarti mengoperasikan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. (Widyatama, 2007 : 13). Kotler (1991:237) mengartikan iklan sebagai semua bentuk penyajian non personal, promosi ide-ide, promosi barang produk atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu yang dibayar. Artinya, dalam menyampaikan pesan tersebut komunikator memang media secara khusus melakukannya dengan cara membayar kepada pemilik media atau membayari orang yang mengupayakannya. (Widyatama, 2007 : 16). Riyanto (2001). Masyarakat Periklanan Indonesia mengartikan iklan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk atau jasa yang disampaikan lewat suatu media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. (Widyatama, 2007 : 16)

Tujuan Iklan

Zacher (1997) pernah berujar bahwa iklan memiliki tujuan-tujuan tertentu, dan beberapa tujuan iklan tersebut diantaranya adalah Menyadarkan komunikasi dan memberikan informasi mengenai suatu produk (bisa berupa barang, jasa, ide, dan lain sebagainya), Berupaya menimbulkan rasa suka kepada diri komunikasi atas produk yang diiklankan tersebut dengan memberikan prefensi-prefensi, Meyakinkan komunikasi akan kebenaran produk tersebut sehingga mereka berusaha untuk memiliki atau menggunakan produk itu, Dari sudut pandang konsumen, konsumen menjadi tahu informasi mengenai produk tersebut, baik harga, spesifikasi, fungsi, dll.

Pengaruh Iklan Kepada Masyarakat

Setiap iklan tentunya pasti mempunyai maksud dan tujuan tertentu, yaitu berupa dampak tertentu di tengah khalayak. Dampak tertentu yang diharapkan oleh pengiklan dapat berupa pengaruh ekonomis maupun dampak sosial. Pengaruh ekonomis adalah dampak yang diharapkan dapat diwujudkan oleh iklan untuk maksud-maksud mendapatkan keuntungan ekonomi. Misalnya, laku dan bertambahnya penjualan produk sehingga mendapatkan keuntungan materi. Sementara dampak sosial adalah keuntungan non-ekonomi, yaitu terbangunnya citra baik berupa penerimaan sosial oleh masyarakat. Sebuah iklan disebut efektif bila pesan tersebut mampu menggambarkan apa yang dikehendaki oleh komunikator secara tepat dan apa yang dituangkan dalam pesan iklan tersebut mampu dipersepsi secara sama oleh khalayak dengan apa yang dikehendaki oleh komunikator dan tentunya mampu memberikan dampak sesuai dengan yang dikehendaki oleh komunikator. Salah satu contoh iklan yang mempunyai pengaruh sosial (non-ekonomi) yaitu Iklan Layanan Masyarakat. (Widyatama, 2007: 23-24)

Audio Visual

Audio Visual adalah media instruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman (kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi), meliputi media yang dapat dilihat dan didengar” (Rohani, 1997, 1998). Audio Visual sangatlah familiar untuk masyarakat kota Surabaya dimana masyarakat kota Surabaya sudah mengenal sosial media yang dimana banyak nya informasi juga didapat di sosial media melalui audio visual.

Media Audio Visual Sebagai Iklan

Media audio visual adalah merupakan media perantara atau penggunaan materi dan penyerapan melalui pandangan dan pendengaran sehingga membangun kondisi yang dapat membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Perkembangan media untuk menyampaikan pesan semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi. ILM tidak hanya melalui media 11 cetak/ tulis saja tetapi juga melalui media audio visual. Penyampaian informasi yang semakin berkembang melalui radio, televisi, bahkan film. Semua itu didorong oleh kebutuhan masyarakat yang memerlukan informasi yang cepat, akurat, dan nyata. Penulis di sini ingin berusaha membuat ILM melalui media audio visual, yang penyampaian pesannya dapat dilihat dan didengar. Sehingga pesan itu jelas terbaca oleh masyarakat. (Purnomo, 2007 : 11)

Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat adalah pesan yang disampaikan untuk masyarakat tentang masalah yang sedang dihadapi, masalah sehari-hari yang mungkin masyarakat sendiri tidak menyadari menjadi ancaman terhadap dirinya. Terkadang pesan yang disampaikan ini sangat dapat mendidik masyarakat. (Kasali, 1992, P.163). Iklan Layanan Masyarakat dirancang untuk menginformasikan informasi kepada masyarakat yang dianggap penting dan menjadi masalah publik, biasanya mencerminkan sudut pandang politik yang dapat mendidik atau memberikan ajaran kepada masyarakat sekitar secara luas. Penginformasian ini juga biasanya melalui media cetak *koran, majalah maupun media radio atau televisi. (Kasali, 1992, P.15) Iklan Layanan Masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. (Widyatama, 2007, P.104)

Tujuan Media

Media yang dibuat ini bertujuan untuk menyadarkan masyarakat pengendara motor untuk sadar bahwa melanggar lampu lalu lintas dapat membahayakan diri sendiri maupun masyarakat lain pengguna jalan, dari kecelakaan luka-luka hingga kehilangan nyawa.

Khalayak Sasaran

Sasaran utama untuk media-media yang akan dibuat ini ditujukan kepada masyarakat pengendara motor kota Surabaya.

Tujuan Kreatif

Dampak yang ingin dicapai adalah masyarakat pengendara sepeda motor tersadar dan tidak perlu dilakukan dengan alasan atau kondisi apapun karena melanggar lampu lalu lintas sangatlah berbahaya yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain seperti kecelakaan luka-luka hingga kehilangan nyawa.

Isi Pesan (What To Say)

Melanggar lampu lalu lintas dapat menyebabkan kecelakaan luka-luka hingga kematian.

Bentuk Pesan (How To Say)

Pesan yang disampaikan melalui media Video Elektron dan Print Ad. Dikarenakan di kota Surabaya sudah terdapat banyak LCD Elektron yang sudah ada dipersimpangan jalan-jalan besar atau pusat tempat pos polantas berada yang memungkinkan masyarakat kota Surabaya dapat menerima informasi dari LCD Elektron atau bisa dibilang sebagai media yang sangat dekat dengan target audience karena dapat dilihat sehari-hari oleh masyarakat pengguna jalan. Untuk media Print Ad sebagai media pendukung yang mengarahkan masyarakat untuk diarahkan melihat Video Elektron untuk mendapatkan informasi

Tema pesan/ Big Idea

Big idea dari Iklan Layanan Masyarakat ini adalah akibat yang fatal dari melanggar lalu lintas.

Strategi Penyajian Pesan

Pesan yang disampaikan secara rasional, karena iklan ini menggunakan pikiran setiap orang untuk mencerna pesan yang akan disampaikan dan lebih mengarah untuk menyadarkan masyarakat yang melanggar peraturan lalu lintas.

Pengarahan Pesan Visual

Menggambarkan setting tempat seorang ibu yang bekerja keras banting tulang untuk mendapatkan upah agar dapat bertahan hidup serta menghidupi anaknya yang masih kecil dikarenakan suami Ibu yang menjadi tulang punggung keluarga meninggal dunia akibat kecelakaan melanggar lampu lalu lintas.

Format Program

Format program Iklan Layanan Masyarakat sebagai outputnya adalah video dan print Ad (pendukung).

Judul Program

Potret Ayah

Durasi

Dikarenakan perancangan iklan layanan masyarakat ini mempunyai output video, maka durasi dari video ini kurang lebih 30 detik hingga 1 menit.

Tujuan Program

Adanya Audio Visual lebih diunggulkan karena menampilkan visual (gambar) dan audio (suara) dibandingkan media yang lain yang hanya dapat menampilkan visual saja atau audio saja. Dan adanya keunggulan dari audio visual juga lebih dapat menarik perhatian dari masyarakat untuk fokus terhadap alur cerita atau pesan yang ditampilkan.

Pesan yang ingin Disampaikan

Adanya masyarakat mempunyai persepsi yang salah untuk tidak melanggar lampu lalu lintas dikarenakan menganggap remeh resiko kecelakaan dari melanggar.

Target Audience

Target Audience untuk iklan layanan masyarakat ini diperuntukan untuk segala jenis kalangan dan segala jenis umur pengendara motor masyarakat kota Surabaya.

Sinopsis/Ringkasan Cerita

Seorang Ibu yang menjadi tulang punggung keluarga bekerja dengan susah payah untuk mendapatkan uang dengan mengerjakan segala pekerjaan untuk dapat bertahan hidup dengan anaknya hari demi hari. Setelah bekerja Ibu melihat foto Bapak dan teringat ketika Alm. Bapak yang dulu nya masih hidup. Bapak dulu nya adalah tulang punggung keluarga dan seorang pekerja keras yang meninggal dunia

dikarenakan melanggar lampu merah sehingga terjadi kecelakaan lalu lintas. Oleh sebab kecelakaan tersebut, Ibu yang sebagai ibu rumah tangga harus bekerja banting tulang untuk menghidupi dirinya sendiri.

Story Line

POTRET AYAH

Int Rumah Ibu Anik- DAY

Terlihat sebuah lukisan keluarga Ibu Anik bersama sang Suami yang terlihat sangat bahagia. Ibu dengan wajah fokus dan lelah mengerjakan pekerjaan sebagai buruh cuci. Sambil mencuci pakaian yang tak kunjung selesai, seorang bos menambah cucian yang ada di bak sebelah Ibu Anik.

Ext. Rumah Pelanggan- DAY

Ibu Anik mengantar pakaian yang sudah dicuci ke rumah seorang keluarga, dan keluarga tersebut memberikan upah kepada Ibu Anik. Dengan lega Ibu Anik mengambil upah tersebut dan berjalan pulang ke rumah.

Int. Rumah Ibu Anik- NIGHT

Foto keluarga yang terpampang diatas meja, diambil seketika oleh Ibu Anik. Ibu Anik dengan wajah rindu akan kebahagiaan dan kehadiran seorang suami.

-Flashback

Ext. Rumah Ibu Anik- DAY

Wajah Ibu yang senang mengantar suaminya pergi bekerja. Dengan wajah bahagia dan tergesa-gesa suami (Pak Mul) bergegas naik motor dan meninggalkan rumah.

Ext. Jalan Raya- DAY

Pak Mul yang sedang mengendarai motor sampai ke lampu merah dipersimpangan jalan. Lampu lalu lintas menunjukkan lampu merah yang sangat lama. Pak Mul dengan tergesa-gesa melihat jam, dan suasana sekitar yang menunjukkan tidak ada polisi yang berjaga. Dengan hati yang ragu Pak Mul menerobos lampu merah dan terjadi kecelakaan.

Int. Rumah Ibu Anik- NIGHT

Ibu Anik terlihat sedih dengan tetesan air mata melihat foto keluarganya yang sudah tiada. Seakan sentak Ibu Anik mengingat ada cucian baju yang belum dicuci, dan segera meletakkan foto frame tersebut dan melanjutkan pekerjaan.

Treatment

OPENING FOTO KELUARGA Int. Rumah Ibu Tri- DAY

Int Rumah Ibu Tri- DAY

Perkenalan Ibu Tri yang seorang buruh cuci. Ibu Tri mencuci baju. Baju yang tidak selesai dicuci.

Ext. Rumah Pelanggan- DAY

Ibu Tri mengantar baju cucian ke rumah Pelanggan. Pelanggan memberi upah kepada Ibu Tri.

Int. Rumah Ibu Tri- NIGHT

Ibu Tri melihat foto keluarga. Ibu teringat masa-masa Alm.Suami.

-Flashback

Ext. Rumah Ibu Tri- DAY

Ibu memberi salam pada sang suami dan tersenyum melihat Pak DI bekerja,

Ext. Jalan Raya- DAY

Pak Di mengendarai motor di lampu merah. Pak Di melihat jam tangan. Pak Di melihat situasi jalan dan Pak Di melihat lampu lalu lintas yang menunjukkan warna merah. Pak Di Menerobos lampu merah.

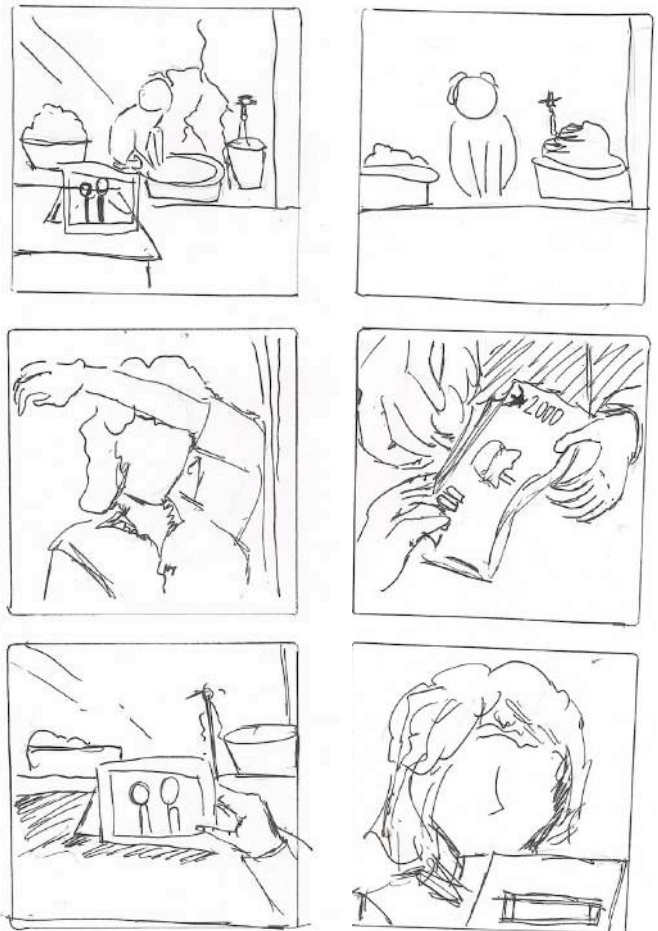
Ext. Jalan Raya- Day

Pak Di terjatuh dari motor dan terjadi kecelakaan.

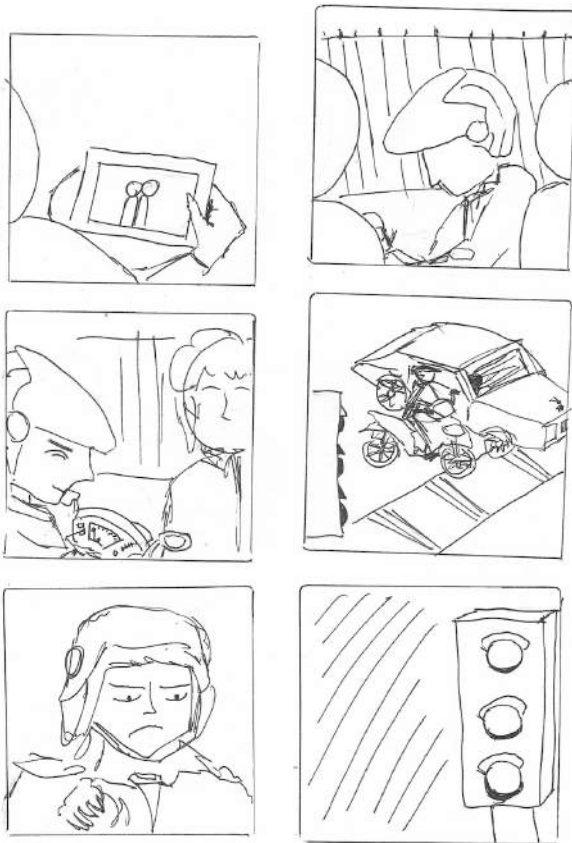
CLOSING. Int. Rumah Ibu Tri- NIGHT

Ibu Tri Menangis sambil melihat potret ayah. Ibu Tri bergegas menaruh potret ayah dan kembali mencuci baju.

Story Board



Gambar 1. Storyboard



Gambar 2. Storyboard



Gambar 3. Storyboard

Karya Jadi



Gambar 4. Story Board

Media Pendukung



Gambar 5. Desain CD



Gambar 6. Desain Katalog



Gambar 7. Desain Poster Film

Kesimpulan

Iklan Layanan Masyarakat berupa Video berjudul “Potret Ayah” mempunyai konsep yaitu taat peraturan lalu lintas adalah wujud akan cinta keluarga. Dari pesan yang disampaikan Iklan Layanan Masyarakat ini menjelaskan dimana sebuah cerita yang menceritakan bagaimana akibat dari seseorang bila melanggar peraturan lalu lintas serta menceritakan akibat bila melanggar lampu lalu lintas. Dengan dikemas sangat simple agar masyarakat dapat menangkap pesan dengan cepat dan tidak perlu bertele-tele ini menjadikan masyarakat dapat menyadari cerita dan mempraktekan dalam kehidupan sehari-hari. Dikarenakan ditayangkan di videotron yang videotron ini bertempat di beberapa lokasi kota Surabaya yang terbilang titik kepadatan berkendaraan dalam menunggu lampu lalu lintas sangatlah padat, maka masyarakat dapat melihat dengan jelas dan tidak dipungkiri dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat pengguna jalan khususnya motor.

Saran

Untuk dimasa yang akan datang, hendaknya Iklan Layanan Masyarakat tidak hanya bagus secara teknis tetapi tepat pada sasaran dengan kajian pesan yang sesuai. Serta Iklan Layanan Masyarakat dapat mempengaruhi masyarakat dalam psikologis maupun secara budaya yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar maupun masyarakat lain. Media yang digunakan juga dapat beragam dan lebih berkembang lagi dengan persiapan yang lebih matang dalam konsep maupun teknis serta menjangkau cakupan yang lebih luas.

Daftar Pustaka

<http://www.pojokpitu.com/baca.php?idurut=31397&&top=1&&ktg=Jatim&&keyrbk=.Metropolis&&keyjdl=laka>.
<http://www.koran-pagi.com/2016/12/kecelakaan-lalu-lintas-di-jatim.html>.
http://www.surabayapagi.com/read/149731/2017/02/02/Pertigaan_Ngagel_Jaya_Selatan_Rawan_Kecelakaan.html.
<http://oaththinking.blogspot.co.id/2011/04/definisi-periklanan-menurut-beberapa.html>.
<http://agil-asshofie.blogspot.co.id/2016/04/fungsi-dan-tujuan-iklan.html>.
<https://id.linkedin.com/pulse/mengenal-fungsi-dan-tujuan-iklan-iklan-videotron>.
Kepolisian Resor Kota Besar Surabaya.
<http://polrestabessurabaya.com/main/kategori/5/lalu-lintas>
<http://atadroe88.blogspot.co.id/2011/12/alasan-mengapa-tingkat-pelanggaran-lalu.html?m=1>.
<http://umbangs.blogspot.co.id/2012/06/pengertian-lalu-lintas.html>
<http://sits.dishub.surabaya.go.id/>
<https://www.facebook.com/SurabayaTrafficService>

Sarjanaku. <http://www.sarjanaku.com/2011/05/media-audio-visual.html>

<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/6529/Penggunaan-audio-visual-dalam-iklan-layanan-masyarakat-stop-kekerasan-terhadap-anak-anak-sebagai-media-informasi-kepada-masyarakat>

<http://pengertianyoutube.blogspot.co.id/>

<http://whereveryouwanna.blogspot.co.id/2013/11/iklan-layanan-masyarakat.html>.

<http://dunia-sinematografi.blogspot.co.id/>

<https://budimukty.wordpress.com/category/materi-pbm-smanda/sinematografi/page/2/>

<http://dishub.surabaya.go.id/>

<http://surabaya.go.id/>

Catatan Kecelakaan Lalu Lintas 2015-2016

Kasali, Rhenald (1992). *Manajemen Periklanan*.

Jakarta : Pustaka Utama Grafiti

Kasali, R (2007). *Manajemen Periklanan*. Jakarta : Kreatama

Prof. Ir. Leksmono Suryo Putranto, M.T.,Ph.D. (2016)

Rekayasa Lalu-Lintas edisi-3. Jakarta : Penerbit Indeks

Undang Undang no. 22 tahun 2009 tentang Lalu

Lintas dan Angkutan Jalan