

# Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Video *Web Series* Tentang Perundungan Dengan Alasan Bercanda

Halim Kusuma Atmaja<sup>1</sup>, Obed Bima Wicandra<sup>2</sup>, Asthararianty<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra Surabaya

Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: m42414033@john.petra.ac.id

## Abstrak

Bercanda dalam keseharian seharusnya dapat membuat tubuh dan pikiran menjadi rileks. Bercanda yang berujung tertawa dapat berfungsi untuk melawan stres. Sangat disayangkan sering kali bercanda disalah artikan dan dijadikan alasan seseorang atau kelompok dalam melakukan perundungan. Untuk itu, perlu adanya sebuah media yang menginformasikan mengenai kesalahpahaman terhadap bercanda. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan masyarakat khususnya anak remaja dapat teredukasi dan dapat lebih bijak dalam bercanda terhadap sesama.

**Kata kunci** : ILM, Iklan Layanan Masyarakat, Perundungan, *Web Series*, Audio Visual.

## Abstract

Joking in daily life should be able to make the body and mind become relaxed. Joking that ends with laughter can work against stress. It is unfortunate that jokes are often misunderstood and used as a reason for a person or group to bully. For that, there needs to be a medium that informs about misunderstandings about joking. With this design concept, it is expected that the community, especially teenagers can be educated and can be wiser in joking against others.

**Keywords** : Public Service Announcement, Bullying, Web Series, Audio Visual

## Pendahuluan

Bercanda merupakan sebuah kata yang sering didengar dan dipraktikkan. Bercanda juga dalam keseharian dapat membuat tubuh dan pikiran menjadi rileks. Bercanda yang berujung pada tertawa dapat berfungsi untuk melawan stress. Namun sering kali bercanda dapat disalah artikan, banyak masyarakat yang tidak mengerti sampai mana batasan dalam bercanda. Bercanda yang tidak sehat atau cenderung disalah artikan dapat memberikan dampak buruk atau negatif.

Salah satu dampak negatif yang dapat terjadi adalah perundungan. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), perundungan berarti proses, cara, perbuatan merundung yang dapat diartikan sebagai seseorang yang menggunakan kekuatan untuk menyakiti atau mengintimidasi orang-orang yang lebih lemah darinya. Biasanya dengan memaksanya untuk melakukan apa yang diinginkan oleh pelaku.

Perundungan dikenal juga sebagai arti dari kata dalam Bahasa Inggris yaitu *bully*. Perundungan merupakan suatu perilaku negatif berulang yang bermaksud menyebabkan ketidaksenangan atau menyakitkan oleh orang lain, baik satu atau beberapa orang secara langsung terhadap seseorang yang tidak mampu melawannya (Olweus, 2006). Menurut Coloroso (2007), perundungan merupakan tindakan intimidasi yang dilakukan secara berulang-ulang oleh pihak yang lebih kuat terhadap pihak yang lebih lemah, dilakukan dengan sengaja dan bertujuan untuk melukai korbannya secara fisik maupun emosional.

## Rumusan Masalah

Bagaimana merancang video Iklan Layanan Masyarakat *web series* dalam rangka merepresentasikan penolakan terjadinya perundungan dengan alasan bercanda?

### Tujuan Perancangan

Perancangan video Iklan Layanan Masyarakat *web series* dalam rangka merepresentasikan penolakan terjadinya perundungan dengan alasan bercanda.

### Batasan Lingkup Penelitian

Batasan dari penelitian ini adalah penulis akan mencari data melalui narasumber. Narasumber ialah beberapa anak remaja yang aktif dan senang bergaul dengan sesamanya.

### Target Audiens

- a. Geografis  
Berdomisili di Surabaya.
- b. Demografis  
SES A-B, usia antara 15-20 tahun.
- c. Psikografis
  - Berpikiran terbuka
  - Menerima segala informasi
  - Hasil lebih penting daripada proses
- d. Behavioural
  - Senang bersosialisasi.
  - Kebutuhan diterima oleh komunitas.
  - Senang bepergian.
  - Senang pergi jalan-jalan ke *Mall*.

### Tinjauan Teori

Perundungan dikenal juga sebagai arti dari kata dalam Bahasa Inggris yaitu *bully*. Perundungan merupakan suatu perilaku negatif berulang yang bermaksud menyebabkan ketidaksenangan atau menyakitkan oleh orang lain, baik satu atau beberapa orang secara langsung terhadap seseorang yang tidak mampu melawannya (Olweus, 2006). Menurut Coloroso (2007), perundungan merupakan tindakan intimidasi yang dilakukan secara berulang-ulang oleh pihak yang lebih kuat terhadap pihak yang lebih lemah, dilakukan dengan sengaja dan bertujuan untuk melukai korbannya secara fisik maupun emosional.

Perundungan meliputi pemanggilan nama yang mengejek, membuat komentar yang menyinggung, tendangan, memukul, mendorong, mengambil barang, sentuhan yang tidak pantas, memproduksi grafiti yang menyinggung, menyebarkan desas-desus yang menyakitkan dan tidak benar, atau selalu meninggalkan seseorang di luar kelompok.

Perundungan terkadang bisa berupa pelecehan. Hal ini didefinisikan sebagai perilaku yang tidak diinginkan yang melanggar martabat seseorang atau menciptakan lingkungan yang mengintimidasi, bermusuhan, merendahkan, atau memalukan. Jaman semakin maju, begitu juga perundungan atau intimidasi kerap terjadi melalui teknologi. Ini dapat melibatkan

pengiriman pesan teks yang tidak pantas atau menyakitkan, email, pesan instan, memposting materi berbahaya secara online, dan mengirim atau memposting gambar dan video yang menyinggung atau merendahkan.

'Cyberbullying', seperti yang sering disebut, mungkin berupa bentuk 'dunia nyata' yang dimainkan secara online. Cyberbullying atau Intimidasi dunia maya adalah segala bentuk kekerasan yang dialami anak atau remaja dan dilakukan teman seusia mereka melalui dunia maya atau internet. Contoh yang sering terjadi adalah seorang anak atau remaja diejek, dihina, diintimidasi, atau dipermalukan oleh anak atau remaja lain melalui media internet, teknologi digital atau telepon seluler.

Iklan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah bagian dari pemasaran. Secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat melalui sebuah media (Rhenald Kasali, 1992). Iklan juga didefinisikan sebagai "Pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat media."

Tujuan periklanan adalah menjual suatu produk, jasa, atau ide atau tujuan sebenarnya adalah komunikasi yang efektif, dimana efek akhir periklanan adalah mengubah sikap atau perilaku penerima pesan. Pesan yang disampaikan secara cepat kepada konsumen melalui media elektronik (radio, televisi) dan media cetak (surat kabar, majalah), karena media faktanya muncul untuk meyakinkan tingkah laku, nilai dan maksud pengirim adalah kepentingan lebih besar daripada penerima.

Iklan layanan masyarakat dirancang untuk menginformasikan publik tentang isu-isu yang sering dianggap dalam kepentingan umum dari masyarakat luas. Biasanya, hal itu mencerminkan sudut pandang politik, teori filosofis, konsep agama atau gagasan kemanusiaan. Hal ini juga sering disebut sebagai iklan layanan masyarakat (ILM) atau pengumuman layanan masyarakat (PLM). Iklan biasanya disiarkan di radio atau televisi, tetapi juga dapat muncul di koran atau majalah.

Serial web adalah serangkaian video bernaskah maupun tidak, umumnya dalam bentuk episode, dirilis di Internet dan bagian dari media web menengah, yang pertama kali muncul pada akhir 1990-an dan menjadi lebih menonjol pada awal 2000-an (dekade). Satu contoh dari program seri web atau *web series* dapat disebut sebagai episode atau "webisode", namun istilah yang terakhir tidak sering digunakan. Secara umum, seri web atau *web series* dapat ditonton di berbagai *platform*, termasuk komputer, laptop, *tablet*, *smart phone* dan televisi.

Indonesia memiliki beberapa contoh Web Series yang sukses, yaitu karya Raditya

Dika “Malam Minggu Miko”, “Filosofi Kopi The Series” karya dari Angga Dwimas Sasongko, dan “Triangle” karya dari Deddy Corbuzier. Karya Raditya Dika sendiri bermula muncul di *platform* YouTube, berkisah tentang seorang pemuda bernama Miko yang kesulitan dalam menghadapi wanita, bersama temannya yang bernama Ryan dan pembantunya yang cukup fenomenal terkenal di saat Web Series tersebut sedang booming, yaitu Mas Anca. Berbagai macam hal unik terjadi saat malam minggunya. Oleh karena itu, judul dari Web Series tersebut adalah Malam Minggu Miko. Filosofi Kopi The Series merupakan sebuah Web Series yang digunakan sebagai jembatan dari film “Filosofi Kopi 1” ke “Filosofi Kopi 2”. Selain sebagai media promosi pengantar untuk “Filosofi Kopi 2”, series ini cukup untuk obatkan para penggemar “Filosofi Kopi 1”. Lalu, *Web Series* Triangle memiliki genre action, melibatkan seni bela diri seperti Wingchun dan sebagainya. Triangle muncul di platform Youtube dan jumlah views lebih dari 1 juta kali ditonton. Triangle The Golden Side mampu menembus lebih dari 2,5 juta kali ditonton. Akhirnya setelah merilis beberapa episode Web Series, Triangle dirilis di layar lebar.

### Analisis

Permasalahan perundungan yang kerap dilakukan secara sengaja, tetapi pelaku seringkali tidak menyadari bahwa tindakan yang mereka anggap bercanda merupakan tindakan yang sudah masuk ke ranah perundungan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap lima belas narasumber secara acak, diperoleh hasil bahwa sepuluh dari mereka mengalami perundungan dalam bercanda. Beberapa contoh seperti bercandaan terhadap fisik (gendut, kurus keceng, rambut keriting, wajah jerawat, kulit hitam) ataupun non-fisik (berpikir lambat, bodoh) menjadi salah satunya. Salah satu narasumber, Hans, mengatakan bahwa dia pernah mengalami perundungan tentang fisiknya, yaitu gendut. “Kalau misal lift-nya bunyi kamu keluar ya.” kata Hans kala diwawancara. Begitu pula narasumber lainnya, Szasamanda, mengaku pernah mengalami hal serupa, tetapi dalam hal non-fisik yaitu cara berpikir yang lambat. “Aduh, Sza kamu itu teman paling lemot.” Kata Szasamanda menirukan cara temannya berbicara. Szasa juga mengaku, apabila bercandaan tersebut dilakukan hanya sekali masih tidak apa-apa untuknya tetapi, karena dilakukan berkali-kali, sebenarnya beliau merasa tidak enak hati. Namun, beliau tidak dapat melakukan apa-apa hanya bergumam dalam hati memendam perasaan aslinya dan ikut tertawa karena pelaku adalah teman-temannya.

Setelah menganalisa hasil wawancara, penulis mengambil kesimpulan bahwa masalah yang terjadi pada masing-masing individu adalah sama, yaitu pelaku masih merasa candaan yang terlontar tidak akan sampai melukai perasaan lawan bicaranya karena masih menganggap itu semua masih ada pada tahap bercanda yang normal. Ditambah lagi korban yang sebagian besar tidak menunjukkan emosi atau sikap penolakan terhadap candaan tersebut dan terkesan menerima. Hal ini dapat menyebabkan pelaku terus melakukan tindakan yang sama kepada korbannya. Untuk dapat menghadapi situasi ini, diperlukan kesadaran dari pelaku dan tindakan atau reaksi penolakan dari sang korban.

### Sintesis dan Strategi Perancangan

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini ditujukan kepada masyarakat khususnya remaja. Tujuan primer dari perancangan ini adalah untuk menginformasikan kepada mereka mengenai kebiasaan remaja dalam bercanda yang salah dengan teman-temannya dan dikhawatirkan malah akan menjurus ke ranah perundungan.

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini akan berupa sebuah karya audio visual berdurasi 2-5 menit. Hasil akhir dari perancangan ini akan berjumlah tiga karya yang isi ceritanya saling berhubungan satu sama lain. Selain itu, penulis memberikan tulisan bertajuk tagar pada setiap akhir video agar dapat menjadi sebuah media promosi untuk target audiens. Penulis menggunakan media sosial utama, yaitu *Youtube* dan media sosial pendukung promosi *Instagram*. Selain karya audio visual, akan membuat beberapa merchandise sebagai media pendukung promosi yang bertuliskan tulisan atau *quotes* dari perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini.

#### Isi Pesan (What to say)

Menginformasikan tentang kesalahpahaman dalam bercanda. Dengan Iklan Layanan Masyarakat ini diharapkan masyarakat terutama Target Audience memahami bahwa terkadang bercandaan yang biasa terlontarkan dari mulut secara verbal maupun fisik dapat dikategorikan sebagai perundungan apabila korban merasa tidak nyaman dan terganggu dengan bercandaan tersebut.

#### Bentuk Pesan (How to say)

Untuk mengkomunikasikan pesan kepada Target Audience, akan digunakan pendekatan emosional, yaitu dengan mengungkap perasaan asli dari korban. Dengan bagian awal episode dari webseries yang menceritakan sketch atau scene tentang perundungan dengan alasan bercanda yang kerap

kali dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja, kemudian pada setiap akhir episode dari webseries tersebut akan ditunjukkan ekspresi perasaan dari para korban perundungan tersebut.

#### Peralatan

Berikut ini adalah peralatan-peralatan yang digunakan dalam perancangan iklan layanan masyarakat video web series perundungan dengan alasan bercanda:

- a. Kamera: Sony a7r Mark III.
- b. Lensa: Sony 16-36mm f/4, Sony FE 50mm F1.8, Sony FE 90mm F2.8 Macro G OSS.
- c. Tripod: Motomo.
- d. Michrophone RODE Video Micro
- e. Iphone 6S

#### Lokasi

Berikut adalah lokasi yang digunakan dalam proses produksi iklan layanan masyarakat video web series perundungan dengan alasan bercanda:

- a. Kos Putra Siwalankerto 8 B13, Surabaya
- b. Depot Mbak Rin, Surabaya
- c. Food Court, Padang Pasir, Surabaya

#### Talent

Berikut adalah pemeran dalam perancangan iklan layanan masyarakat video web series perundungan dengan alasan bercanda:

- a. Michael Hanstefanus sebagai Bima.
- b. Alexander Christian Andrew sebagai Andi.
- c. Halim Kusuma Atmaja sebagai Bobi.
- d. Nicolas Kristianto sebagai Niko.
- e. David Budi Prasetyo sebagai Doni.
- f. Andriany Illene sebagai Ester.
- g. Anastasya Vania sebagai Dian

#### Program Media Primer:

Video, penggunaan video dirasa tepat karena video bagi remaja usia 15-20 tahun masih menarik minat dan dengan menggunakan video dirasa lebih pas dan meningkatkan awareness. Media video juga dirasa dapat lebih baik dalam menggambarkan suasana dan perasaan pelaku serta korban yang terjadi dalam sebuah kasus perundungan dengan candaan. Durasi video kurang lebih 2-5 menit dengan menampilkan sketsa atau scene video tentang kasus perundungan yang terjadi dan dibagi menjadi beberapa episode video sebagai video webseries.

#### Program Media Sekunder:

- Poster, Penggunaan media cetak poster sangat efektif sebagai media pendukung Iklan Layanan Masyarakat karena poster biasanya mampu menarik minat baca

masyarakat maupun target audience. Media Poster ini dapat diletakkan di lokasi strategis seperti sekolah dan kampus.

- T- Shirt, media merchandise yang juga menjadi pelengkap yang sempurna bagi Iklan Layanan Masyarakat sebab dengan merchandise tersebut dapat menarik minat target audience dan terlebih turut serta memakai T- Shirt tersebut. Diharapkan mampu meningkatkan awareness masyarakat tentang problem perundungan dengan alasan bercanda khususnya kepada target audience.

#### Pra-Produksi

Proses pra-produksi ini meliputi persiapan hal-hal yang berkaitan dengan proses produksi dan pasca produksi nantinya. Pengerjaan proses ini antaranya:

- Pembuatan jadwal produksi.
- Casting pemeran.
- Latihan pemeran.
- Pemilihan setting.
- Perisapan alat.

#### Produksi

Proses produksi adalah seluruh kegiatan dari awal shooting video webseries hingga akhir shooting selesai. Proses ini terdiri dari:

- Shooting.
- Pembuatan background music.

#### Pasca Produksi

Setelah proses produksi selesai dilakukan, semua hasil shooting akan masuk proses dalam tahap ini, yaitu:

- Offline Editing.
- Online Editing.
- Penambahan Background Music.
- Penambahan Voice Over.
- Evaluasi.
- Rendering.

#### Sinopsis 1

##### *Web Series Episode 1*

Bima, Andi, dan Bobi adalah sekelompok teman yang dimana Bima tidak dapat mengucapkan lafal huruf "R" alias cadel. Bima memiliki perempuan yang disukainya dan ingin melakukan pendekatan dengannya melalui telepon. Andi dan Bobi yang melihat Bima bersemangat ingin melakukan pendekatan dengan perempuan yang Bima sukai, akhirnya Andi dan Bobi berusaha membantunya.

#### Sinopsis 2

##### *Web Series Episode 2*

Niko dan Doni merupakan sahabat yang tidak dapat terpisahkan. Doni adalah sahabat Niko satu-satunya. Dengan perawakan Niko yang berbadan sangat besar, kerap kali dijadikan bahan guynon oleh Doni. Bagaimana cara Niko menghadapi sikap sahabatnya, Doni?

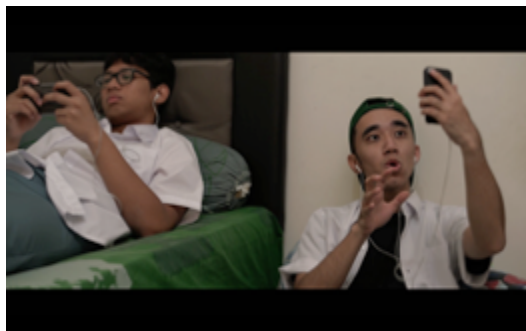
### Sinopsis 3

#### Web Series Episode 3

Cerita tentang dua orang perempuan remaja SMA yang bersahabat, yaitu Ester dan Dian. Ester adalah perempuan yang belum memiliki pacar alias jomblo. Sedangkan Dian sebaliknya. Apabila mereka sedang mengobrol masalah laki-laki, Dian selalu menyinggung tentang ke-“Jomblo”an Ester. Bagaimana cara Ester menghadapi perlakuan sahabatnya itu?

### Hasil Karya

#### Episode 1



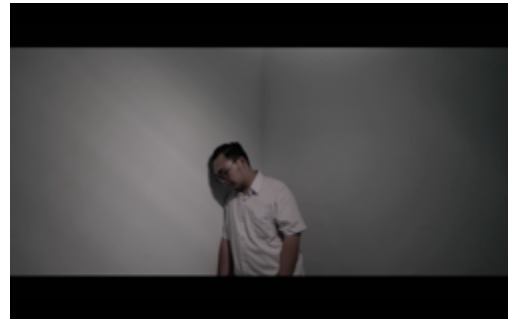
Gambar 1. Andi sedang bermain *gadget*.



Gambar 2. Bima ditelepon ibunya.



Gambar 3. Bima mencoba mengatakan huruf “r”.

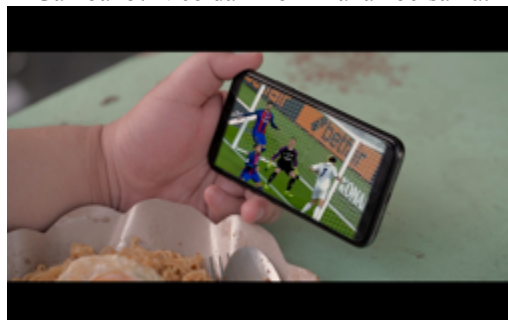


Gambar 4. Bima dipojok ruangan.

#### Episode 2



Gambar 5. Nico dan Doni makan bersama.



Gambar 6. Nico menonton sepak bola.



Gambar 7. Nico sedih dengan candaan Doni



Gambar 9. Niko bersandar di dinding.



Gambar 13. Perasaan Ester yang bersedih di suatu ruangan.

### Episode 3



Gambar 10. Dian chatting dengan pacarnya (Doni)



Gambar 11. Dian mencandai Ester,



Gambar 12. Ester Bersedih atas perkataan Dian.

### Media Promosi

Konsep desain kaos yang dibuat memiliki bermacam-macam tipe dan dapat bertambah sesuai dengan situasi dan kondisi. Konsep ini bertemakan tulisan-tulisan yang masing-masing menggambarkan perasaan dari korban perundungan dengan alasan bercanda. Contohnya, ada tulisan “badanku besar, tetapi kursi ini masih kuat kok buat nampung aku”.



Gambar 14. Mock-up kaos.



Gambar 15. Mock-up kaos.



Gambar 16. Mock-up kaos.



Gambar 17. Mock-up kaos.

Jomblo itu komedi ya?  
Kok banyak yang ngetawain.

Gambar 19. Mock-up kaos.

“Nek wes elek, yo elek ae  
gak usah macak ganteng”  
- Koncoku

Gambar 21. Mock-up kaos.

Jangan ngetawain orang deh,  
kalau orang yang diketawain  
gak ketawa.

Gambar 20. Mock-up kaos.

Kata orang aku cakep,  
cuma agak susah ngomong “r”.  
Aku masih cakep kan?

Gambar 22. Mock-up kaos.

### Kesimpulan

Memperhatikan permasalahan ini, dibuatlah media komunikasi yang bersifat menginformasikan setiap masyarakat Indonesia, khususnya remaja Surabaya mengenai masalah perundungan dengan alasan bercanda yang sampai sekarang masih kerap dilakukan.

Media yang digunakan adalah sebuah karya audio visual berjenis *web series* berjumlah 3 buah, masing-masing berdurasi 2-5 menit. Karya video dengan durasi singkat ditujukan agar pesan yang ingin disampaikan lebih mudah untuk dicerna dan memiliki banyak variasi cerita. Genre yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah drama komedi.

Penulis berharap perancangan video iklan layanan masyarakat ini dapat berdampak untuk mengingatkan kepada target audience agar lebih bijak dalam bercanda dan mengerti kondisi lawan bicara agar candaan tersebut tidak malah menjurus ke ranah perundungan.



### Daftar Referensi

- Angelia, Sharon. 2015. "Perancangan karya fotografi fashion dalam rangka mengapresiasi lomba tujuh belasan". *Skripsi*. Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.
- Davies, Anastasia Pramudita. (2018). Bercanda Sifatnya Situasional, Bedanya dengan Bullying?.  
<https://cantik.tempo.co/read/893692/bercanda-sifatnya-situasional-bedanya-dengan-bullying>. [26 Februari 2018].
- Harisantoso, Zornia. (2016). "5 Perbedaan Penting Bullying dengan Bercanda".  
<http://www.pesona.co.id/read/5-perbedaan-penting-bullying-dengan-bercanda>. [1 Februari 2018].
- Putri, Parastiti Kharisma. (2017).  
<https://news.detik.com/berita/d-3564374/pelaku-ngaku-tak-bermaksud-bully-farhan-hanya-bercanda>. [1 Februari 2018].
- Rahmadi, Dedi. (2013). Ini 40 candaan berlebihan di program Pesbukers yang ditegur KPI.  
<https://www.merdeka.com/peristiw>  
[a/ini-40-candaan-berlebihan-di-program-fesbukers-yang-ditegur-kpi.html](https://www.merdeka.com/peristiwa/ini-40-candaan-berlebihan-di-program-fesbukers-yang-ditegur-kpi.html). [26 Februari 2018].
- Suciartini, Ni Nyoman Ayu. 2017. Terbahak-bahak karena bully alias perundungan.  
<https://geotimes.co.id/kolom/sosial/terbahak-bahak-karena-bully-alias-perundungan/>. [1 Februari 2018].
- Wardhani, Pradnya. (2016). 6 Alasan Kamu Harus Berhenti Bilang "Dasar Baper!" ke Orang yang Sensitif.  
<https://www.hipwee.com/motivasi/6-alasan-kamu-harus-berhenti-bilang-dasar-baper-ke-orang-yang-sensitif/>. [26 Februari 2018].
- Setiadar, Setve Kristiadi. (2015). "Perancangan video iklan layanan masyarakat tentang pernikahan beda agama beserta media promosinya". *Skripsi*. Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra
- Susilo, Christian Andre. 2012. "Perancangan video iklan layanan masyarakat 'Ayo ke Pasar Traadisional!' untuk daerah Surabaya". *Skripsi*. Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra