

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAMPAK NEGATIF PENGGUNAAN GADGET SECARA BERLEBIHAN TERHADAP TUBUH

Kristoforus Yosef Donnyanggoro¹, Petrus Gogor Bangsa², Mendy Hosana Malkisedek³

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia
Jl. Parangtritis KM 6,5, Daerah Istimewah Yogyakarta, Indonesia

Email: donny.anggoro196@gmail.com

Abstrak

Intensitas penggunaan gawai saat ini semakin tinggi. Mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, sudah mulai mengenal dan menggunakan gawai. Tidak ada hal yang tidak dapat dilakukan oleh gawai, sehingga tingkat ketergantungan terhadap gawai semakin tinggi. Namun, kebanyakan dari pengguna tidak mengerti dampak buruk bagi kesehatan akibat terlalu sering bermain gawai. Perancangan iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk mengedukasi anak-anak berusia 15-18 tahun, agar mereka bijak dalam menggunakan gawai. Dengan meningkatnya kesadaran mereka, mereka dapat mempersiapkan masa depan jauh lebih baik dan terhindar dari berbagai macam gangguan kesehatan.

Kata kunci: *Gadget, ILM, SMA, Generasi Z dan dampak.*

Abstract

Title: *Designing Public Service Advertising the Negative Impact of Excessive Gadgets Usage to the Body*

Gadget usage frequency has risen dramatically in the recent years. Everyone, from kids to adults, recognizes gadget's usefulness and use it in their daily life. This technology can do everything that the users want, and this reason alone causes one's dependency on the device to rise considerably. However, many of the users do not understand the adverse effects on health due to gadgets overuse. This public service advertisement design aims to educate high school students aged between 15-18 years old to use their gadgets wisely. With the increase of their awareness, they can avoid various health problems and have a better future.

Keywords: *Gadget, PSA, High school, Generation Z, Cause.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang berjalan cukup cepat tentunya dapat mempengaruhi kehidupan manusia. Namun tak dipungkiri tentunya teknologi yang ada saat ini juga memiliki dampak negatif bagi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi didukung dengan ketersediaannya internet. Hasil dari sebuah survei yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo pada tahun 2014 dengan menelusuri aktivitas *online* dari sampel anak dan remaja usia 10-19 tahun dengan 400 responden 98 % dari mereka mengetahui tentang internet dan 79,5 % diantaranya adalah pengguna internet. Terlalu sering beraktivitas dengan *gadget* memiliki dampak buruk bagi kesehatan anak dan

remaja. Menurut Ririn (2014) terdapat berbagai macam dampak buruk yang diakibatkan terlalu sering beraktivitas dengan *gadget* seperti obesitas, gangguan tidur, gangguan pendengaran, *stress*, kanker, nyeri punggung, dan menurunkan kepekaan terhadap lingkungan. Dari berbagai macam masalah diatas, terdapat masalah serius yang biasanya terjadi pada orang perkantoran karena terlalu sering duduk menghadap komputer. Kebanyakan dari masalah ini dialami oleh orang yang telah berusia kerja, namun perlu diingat bahwa anak-anak zaman sekarang telah mengenal *gadget* dan intensitas penggunaan yang dilakukan oleh mereka cukup tinggi bahkan melebihi dari jam penggunaan orang yang telah bekerja. Bahkan menurut Astro (2018) terdapat 2 siswa SMP

dan SMA di daerah Bondowoso yang mengalami gangguan jiwa akibat kecanduan *gadget*, hingga membentur-benturkan kepalanya jika tidak diijinkan menggunakan oleh orangtuanya. David Stillman dan Jonah Stillman (2017) anak-anak Generasi Z adalah anak-anak yang lahir dekat dengan teknologi, mereka terbiasa tumbuh dengan layar yang dihidupkan sepanjang hari dimana-mana. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, perancangan ini ingin mengedukasi masyarakat kota Surabaya dengan usia 15-18 tahun agar mereka mengerti apa dampak buruk yang dapat diakibatkan ketika terlalu sering menggunakan *gadget* dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga masa depan yang telah mereka inginkan sejak kecil tidak rusak begitu saja akibat kurangnya pengetahuan tentang apa yang mereka lakukan dari sejak kecil.

Metode Perancangan

Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui hasil wawancara kepada narasumber. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku literature dan refrensi dari internet mengenai trend dan perkembangan visual yang disukai oleh masyarakat.

Metode Analisis Data

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis 5W+1H. Metode tersebut digunakan untuk dapat menggali selera yang diinginkan oleh masyarakat terhadap iklan layanan masyarakat yang bertemakan mengenai cara menghindari dampak negatif penggunaan *gadget* secara berlebihan untuk tubuh dengan cara berolah raga

1. What

Apa yang mendasari diperlukan adanya perancangan ini dibuat?

2. Who

Siapa *target audience* yang sesuai untuk perancangan ini?

3. When

Kapan efek negatif dari penggunaan *gadget* berlebih muncul?

4. Where

Dimana permasalahan ini sering terjadi?

5. Why

Mengapa iklan layanan masyarakat ini dibuat untuk mengedukasi *target audience*?

6. How

Bagaimana cara mereka agar tidak terkena dampak efek buruk terlalu sering menggunakan *gadget*?

Pembahasan

Pengertian Iklan

Iklan Layanan Masyarakat berasal dari kata dasar iklan yang memiliki berbagai macam arti jika diterjemahkan dari berbagai bahasa. Dalam istilah bahasa Inggris "Iklan" disebut dengan istilah *advertising*. Sedangkan dalam bahasa Latin menurut Widyatama (2007) disebut dengan *advertere* yang mempunyai arti memindahkan gagasan atau pikiran yang dimiliki kepada pihak lain. Sehingga pada prinsipnya manusia sudah mulai menerapkan sistem iklan sejak jaman neolitikum atau kurang lebih sekitar 5000 tahun yang lalu. Iklan merupakan suatu sarana komunikasi yang penting sehingga tidak dapat dihindarkan dalam kehidupan masyarakat pada zaman sekarang.

Empat unsur penting yang terdapat dalam iklan yaitu:

1. Gagasan, barang, dan jasa. Iklan identik dengan promosi barang dan jasa, namun tidak menutup kemungkinan jika iklan merupakan perwujudan dari sebuah gagasan ataupun ide seperti yang terjadi dalam iklan layanan masyarakat yang mengangkat masalah sosial.
2. Khalayak / non personal, khalayak yang diterpa iklan bersifat heterogen dan berbeda karakteristik satu dengan lainnya.
3. Sponsor, lembaga yang membiayai iklan merupakan lembaga yang dapat mempertanggung jawabkan apa yang ditawarkannya kepada calon konsumen sehingga membuat iklan berbeda dengan bentuk propaganda.
4. Pembayaran, iklan yang ditampilkan dimedia dipungut pembayarannya kepada lembaga yang memasang iklan tersebut. (Sanjaya, n.d, Chapter 3)

Pengertian Iklan Masyarakat

Menurut Kasali (1992) dalam bukunya mengatakan bahwa iklan layanan masyarakat biasanya dimuat oleh suatu media untuk menggalang rasa solidaritas masyarakat terhadap suatu masalah atas permintaan suatu Lembaga Swadaya Masyarakat ataupun pemerintahan.

Media

Menurut Susilana dan Riyana (2009) Kata media berasal dari bentuk jamak kata medium dalam bahasa Latin yang memiliki arti perantara atau pengantar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media memiliki peran penyampai pesan dari komunikator kepada khalayak.

Jenis-jenis media secara umum dibagi menjadi:

1. Media Visual

Adalah media yang dapat dilihat, dibaca, dan diraba. Media ini mengandalkan indra pengelihat dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan. Contoh: gambar, foto, komik, poster, majalah, alat peraga, miniatur, dan sebagainya

2. Media Audio

Adalah media yang hanya dapat didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya. Contoh: suara, musik, lagu, siaran radio, dan sebagainya.

3. Media Audio Visual

Adalah suatu media yang dapat didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan pengelihatannya secara bersamaan. Sedangkan internet termasuk dalam bentuk media audio visual yang jauh lebih lengkap, karena mencakup semua jenis format media. Sehingga disebut sebagai multimedia. Contoh: pementasan, media drama, film, televisi, dan sebagainya (Pengertian ahli, 2014., Pengertian Media dan Jenis Media)

Pengertian Gadget

Kata *gadget* merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris, jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi gawai. Dalam KBBI gawai memiliki arti peranti elektronik atau mekanik dengan fungsi praktis. Menurut *dowithgadget* (2017) *gadget* adalah alat yang memiliki fungsi canggih, praktis, memiliki bentuk desain yang lebih mutakhir dibandingkan dengan teknologi sebelumnya. Seperti laptop yang berasal dari komputer desktop, *smartphone* yang berasal dari telepon genggam, dan sebagainya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan *gadget* merupakan teknologi yang diperbarukan agar memiliki fungsi yang jauh lebih ringkas dari teknologi sebelumnya.

Dampak buruk menggunakan *gadget* terlalu lama:

1. Obesitas
2. Mata menjadi kering
3. Pendengaran terganggu
4. Penurunan produksi sperma
5. Kanker (leukemia, kanker kulit, thyroid, payudara, perut)
6. Sakit pinggang
7. *Tennis elbow*
8. Gangguan kehamilan karena radiasi
9. Terjadinya penggumpalan darah
10. Mudah lelah dan capek karena kurang bergerak
11. Serangan jantung
12. Mudah sakit kepala
13. *Carpal tunnel syndrome*
14. Diabetes
15. Kelainan postur tubuh
16. Spasme otot
17. *musculoskeletal pain*

(Soemargo, N., personal communication, Maret 21, 2018)

Dampak buruk menggunakan gadget terlalu lama secara *psychology*:

1. Sikap agresif pada anak-anak
2. Susah tidur pada anak-anak
3. Stress
4. Kurang peka terhadap lingkungan
5. Kemampuan berbahasa sesuai EYD berkurang

6. Gadget sebagai sasaran orang tua untuk menenangkan anaknya

7. Memakan makanan yang tidak sehat (Soemargo, N., personal communication, Maret 21, 2018)

Teori Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir sudah terbiasa dengan *gadget*, mereka sudah terbiasa dengan layar yang menyala di hadapan mereka sepanjang hari. Mulai dari jok belakang mobil yang telah dipasang dengan televisi, tablet yang diberikan di sekolah sebagai media pembelajaran, dan lain sebagainya. Kehidupan yang dialami anak Generasi Z pun jauh berbeda dari generasi sebelumnya. Jika pada generasi terdahulu mereka masih sering berhubungan fisik dengan teman seperti bermain bersama di taman, sedangkan anak Generasi Z lebih sering berhubungan melalui media online dengan teman-temannya. David Stillman dan Jonah Stillman (2017) mengatakan bahwa generasi Z memiliki 7 sifat baru yang berbeda dengan generasi sebelumnya, seperti:

1. Figital

Adalah generasi pertama yang lahir ke dunia dimana segala aspek fisik mempunyai ekuivalen digital. Generasi Z beranggapan bahwa dunia nyata dan dunia virtual saling tumpang tindih. Sehingga menghasilkan sebuah anggapan sebesar 91% bahwa kecanggihan teknologi yang ditawarkan oleh suatu perusahaan menjadi keputusan mereka untuk bekerja.

2. Hiper-kustomisasi

Gen Z memiliki usaha yang cukup keras untuk melakukan identifikasi dan kustomisasi atau penyesuaian identitas mereka sehingga dikenal oleh dunia.

3. Realistis

Akibat berbagai peristiwa terorisme yang telah menjadi dalam bagian kehidupan sehari-hari membuat anak-anak generasi Z memiliki pola pikir pragmatis dalam merencanakan dan mempersiapkan masa depan.

4. Fomo

Generasi Z sangat takut melewatkan sesuatu. Sehingga mereka selalu berada di barisan terdepan dalam tren dan kompetisi. Sehingga 75% dari mereka tertarik untuk memiliki peran ganda dalam kantor.

5. *Weconomist*

Generasi Z mengenal dunia dengan ilmu ekonomi berbagi. Hal ini dapat terjadi karena kehadirannya Uber dan Airbnb.

6. *DIY*

Generasi Z merupakan Generasi *do it yourself*. Yaitu generasi yang dapat melakukan apa saja sendiri, terlebih karena kehadiran YouTube yang sangat membantu mereka dalam mempelajari hal baru.

7. Terpacu

Akibat didikan orangtua yang mencekoki mereka bahwa partisipasi bukanlah sebuah penghargaan yang sesungguhnya. Serta adanya pendapat bahwa

pemenang dan pecundang itu ada, sehingga membuat mereka berpikir untuk bersikap kompetitif dengan sesama mereka yang melakukan hal sama dengan dirinya.

Teori Sinematografi

Dalam bukunya, Brown (2012) mengatakan bahwa Sinematografi berasal dari kata Yunani yang memiliki arti menulis dan gerak. Sehingga sinematografi lebih dari sekedar fotografi, melainkan proses pengambilan gagasan, kata-kata, tindakan, substeks, emosional, dan nada. Terdapat berbagai perpaduan unsur yang menyatu dengan sinematografi seperti framing, cahaya, efek lensa, pergerakan, tekstur, setup, dan *point of view* sehingga dapat menghasilkan suatu bahasa visual yang dapat dimengerti oleh penonton. Terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam teknik pengambilan gambar sinematografi seperti:

A. Teknik pengambilan gambar

Untuk menghasilkan sebuah gambar yang baik, diperlukan untuk memahami beberapa teknik dasar dalam pengambilan gambar yang sering disebut sebagai komposisi. Sehingga dalam melakukan *shooting* kita dapat mengatur arah dan posisi objek di depan kamera. Terdapat 14 jenis teknik pengambilan gambar menurut Brown (2012), yaitu *wide shot, full shot, cowboy, two shot, medium, close-ups, clean single, dirty single, ecu, over the shoulder, cutaway, insert, connection shot, dan transitional shot*.

B. Kontinuitas

Menurut Brown (2012) Kontinuitas merupakan sebuah hal yang harus selalu diperhatikan dalam membuat sebuah film. Untuk menghasilkan sebuah alur cerita yang baik, diperlukan adanya kontinuitas baik dalam hal konten cerita, pergerakan, waktu, dan posisi objek. Kontinuitas dalam film pada dasarnya memiliki maksud dimana sebuah film memiliki alur cerita, dialog, dan gambar yang konsisten sehingga dapat diterima oleh logika manusia.

C. Pencahayaan

Dalam bukunya Brown (2012) mengatakan bahwa kita tentunya sering mendengar perkataan yang menyatakan "*If you light it right, the scene will...*". Pada dasarnya lampu merupakan komponen yang menunjang untuk menghasilkan sebuah gambar yang baik. Dengan teknik pencahayaan yang baik, maka kita dapat menghasilkan sebuah gambar yang memiliki:

1. Gradasi warna
2. Keseimbangan warna
3. Dimensi bentuk benda
4. Dapat memisahkan antara objek dan *background*
5. Kedalaman gambar
6. Tekstur
7. *Mood* dan *Tone* gambar
8. *Exposure* gambar yang baik

D. Pergerakan kamera

Menurut Brown (2012) dalam teknik pengambilan gambar, kita harus dapat memilih sebuah teknik yang tepat agar dapat menghasilkan gambar yang baik. Karena setiap jenis pergerakan memiliki efek dan kesan yang berbeda. Sehingga pergerakan kamera merupakan suatu komposisi yang penting untuk diperhatikan agar setiap gambar yang kita ambil dapat mewakili pesan yang kita inginkan. Berikut beberapa jenis pergerakan kamera:

1. Pan

Merupakan pergerakan kamera secara *horizontal*, dimana posisi kamera tidak berpindah titik.

2. Tilt

Merupakan pergerakan kamera secara *vertical*, dimana posisi kamera tidak berpindah titik

3. Zoom

Merupakan perubahan *focal length* yang dilakukan secara optikal, sehingga dapat melakukan perbesaran gambar tanpa berpindah titik.

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan iklan layanan masyarakat ini adalah untuk mengedukasi dan mempersuasi anak-anak dengan range usia 15-18 tahun agar mengetahui dampak buruk akibat terlalu sering beraktivitas dengan *gadget*. Sehingga mereka dapat mengatur waktu penggunaan *gadget* yang cukup tinggi kedepannya secara bijak.

Isi Pesan

Tujuan dari perancangan iklan layanan masyarakat ini adalah untuk menyampaikan informasi mengenai bahaya dari penggunaan *gadget* yang berlebihan. Pada umumnya kebanyakan orang cenderung kurang mengerti apa efek negatif yang dapat diterima oleh tubuh akibat terlalu sering menggunakan *gadget*, dengan intensitas cukup tinggi. Isi pesan yang ingin disampaikan adalah penggunaan *gadget* dengan intensitas yang cukup tinggi dapat mengakibatkan berbagai macam masalah kesehatan hingga kematian. Salah satu penyakit yang dapat diderita adalah *musculoskeletal pain*. *Musculoskeletal pain* adalah suatu kondisi yang mengganggu fungsi sendi, dan organ dalam lainnya yang tergabung dalam struktur anggota tubuh. Gejala yang sering dialami adalah timbulnya rasa sakit dan menghambat kemampuan bergerak. Hal ini dapat terjadi akibat sikap tubuh yang buruk dan penggunaan otot yang terlalu berlebihan. Oleh karena itu kita harus dapat mengimbangi intensitas penggunaan yang cukup tinggi tersebut dengan berbagai kegiatan positif lain.

Bentuk Pesan

Bentuk pesan untuk media utama dari perancangan iklan layanan masyarakat ini dengan cara *audiotory* dan visual. Dimana pesan *audiotory* merupakan pesan yang disampaikan dalam bentuk audio untuk memberikan informasi pada penonton dan mempermainkan mood penonton. Sedangkan pesan visual disampaikan dalam bentuk penayangan

gambar-gambar pada iklan layanan masyarakat untuk menggambarkan isi pesan.

Bentuk pesan visual untuk media pendukung dari iklan layanan masyarakat ini digambarkan dengan menggunakan konsep *glitch*. Karena ingin mengkomunikasikan bahwa anak muda yang memiliki tujuan jauh di depan akan gagal jika dia tidak dapat mengatur penggunaan *gadget* secara bijak. Sama seperti *glitch* yang muncul akibat adanya interferensi terhadap sinyal yang dikirimkan, sehingga output yang diterima nantinya menjadi kacau.

Tujuan Media

Tujuan dari media yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat ini adalah untuk menyampaikan pesan yang bersifat mengedukasi *target audience* agar mereka tidak menggunakan *gadget* secara berlebihan. Jika menggunakan *gadget* secara berlebihan *target audience* dapat terkena berbagai macam efek negatif yang merusak kesehatan tubuh. Sehingga setelah adanya iklan layanan masyarakat yang dibuat diharapkan mereka dapat mengimbangi penggunaan *gadget* yang cukup tinggi dengan melakukan berbagai macam kegiatan di luar *gadget*.

Strategi Media

Strategi dari pemilihan media adalah memilih media-media yang dekat dengan *target audience*.

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam perancangan ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu primer dan sekunder.

a. Target Primer

Demografis

Usia : 15-18 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
Profesi : Siswa
Pendidikan : SMA
Kelas sosial : B-A

Geografis

Wilayah : Surabaya barat, timur, selatan

Psikografis

- Kurang memperhatikan kesehatan tubuh
- Mempedulikan penampilan
- Takut terlambat mengetahui berita-berita baru
- Mempunyai pemikiran yang maju dan terbuka

Behavioristik

- Mempunyai aktivitas padat
- Senang dengan *gadget*
- Belum mengerti akibat dari menggunakan *gadget* secara berlebihan
- Lebih menyukai kumpul dengan teman tanpa lepas dari *gadget*
- Menyukai kumpul ditempat yang memiliki koneksi *wi-fi*

b. Target Sekunder

Demografis

Usia : 35-50 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
Profesi : Karyawan dan ibu rumah tangga
Kelas sosial : B-A

Geografis

Wilayah : Surabaya

Psikografis

- Cinta keluarga
- Peduli kesehatan
- Mempedulikan penampilan
- Memikirkan masa depan anak, dan keluarga
- Mempunyai pemikiran yang maju dan terbuka

Behavioristik

- Suka kumpul bersama teman-teman
- Menyukai kegiatan *social networking*
- Belum mengerti akibat dari menggunakan *gadget* secara berlebihan
- Kurang aktif dalam menghadapi penyebab sakit yang diakibatkan oleh aktivitas kerja

Story Line

INT. RUMAH TOKOH UTAMA – DI DALAM KAMAR – SORE HARI

Seorang pemuda bernama Andi sedang bermain *game* di depan meja belajar dengan posisi buku yang terbuka.

Kemudian pemuda itu mengalami pusing ringan. Dengan tangan penuh tempelan koyo, sesekali ia memegang leher dan memukul-pukul pinggangnya. Setelah selesai bermain, Andi langsung meletakkan *hand phone*-nya dan mematikan lampu belajar. Kemudian ia berjalan ke arah kasur. Namun ketika akan berdiri, tiba-tiba timbul rasa pusing yang tak tertahankan, sambil memegang leher dan kepalanya. Kemudian ia terjatuh, dan menimbulkan kegaduhan.

Dip to Black

1. INT. RUANG DOKTER – MALAM HARI

Terdengar suara sirine ambulance, kemudian orang tua andi berkonsultasi dengan dokter mengenai sakit yang diderita oleh anaknya.

ORANG TUA ANDI

Apa yang terjadi dengan anak saya?

Sambil memperlihatkan hasil rontgen Andi

Dokter

Jadi ibu, Andi mengidap sakit *musculoskeletal pain* pada tahap yang cukup parah akibat terlalu lama menggunakan *gadget*. Terlihat dari beberapa titik tubuhnya yang telah mengalami kekakuan, dan pusing yang tak tertahankan hingga ia terjatuh.

Cut to

Menunjukkan beberapa *montage* kebiasaan yang dimiliki oleh sang anak yang sering bermain *gadget*

tanpa henti dimanapun, dan kapanpun. Sehingga ia mengalami kurang gerak.

Cut to

Andi diam-diam mengajak teman-temannya untuk bermain *game*

Cut to

Andi bermain *game* ketika sedang menunggu di mobil

Cut to

Andi makan sambil bermain *game*

Cut to

Andi sedang menonton TV dan asyik bermain media sosialnya

Cut to

Andi sedang menonton YouTube ketika sedang di WC

Andi sedang bermain dengan media sosialnya di siang hari ketika tidak ada aktivitas

Cut to

Andi asyik membalas *chat* temannya ketika sedang menyetir mobil

Cut to

Andi sedang duduk di pinggir lapangan futsal sambil bermain *game*

Cut to

Andi sedang dipijat tangannya

Cut to

Andi sedang bermain *game* bersama teman-temannya

Cut to

Andi asyik jalan sambil bermain *game*, kemudian melakukan pemesanan layanan transportasi online. Tanpa memperhatikan sekitarnya

Cut to

Andi sedang *browsing* di siang hari ketika tidak ada aktivitas

Cut to

Andi sedang periksa ke dokter mengenai kondisi tangannya

Cut to

Andi akan tidur sambil menonton *live stream*, dan sesekali merasa kesakitan terhadap tangannya

Dip to White

Andi yang telah memasuki dunia kerja, namun mengalami kesulitan akibat memiliki postur tubuh yang buruk akibat dari kebiasaan yang ia miliki dahulu.

Script Radio

**Suara ambience jalan di taman dengan tambahan suara chatting*

**Suara ambience kendaraan kota dengan tambahan suara main game*

**Suara ambience kantor dengan tambahan suara ketik-ketik*

**Suara ambience kantin / resto dengan tambahan suara foto*

**Suara ambience kantor dengan tambahan suara ketik-ketik*

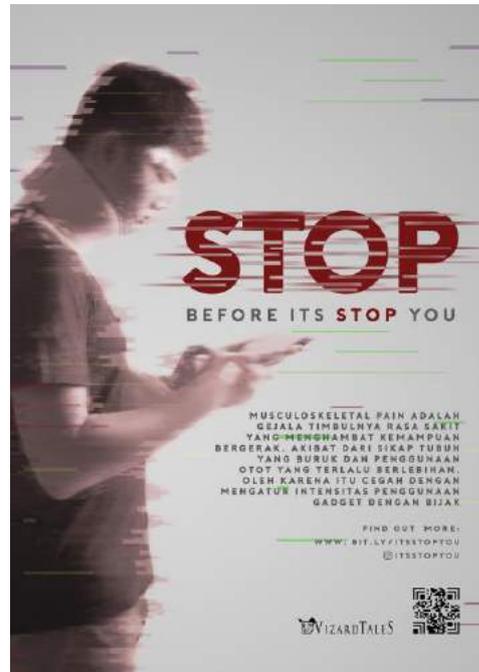
**Suara ambience kendaraan kota dengan tambahan suara direction hp*

**Suara ambience membuka pintu, menutup pintu, rebahan di kasur (Momen sampai rumah) dengan tambahan suara chatting*

Tokoh A:

Tahukah kamu, bahwa penggunaan aktivitas *gadget* yang cukup tinggi dapat berakibat buruk bagi kesehatan? Coba deh liat video dengan link www.bit.ly/ITSSTOPYOU

Media



Gambar 1. Poster Final



Gambar 2. CarAd Tampak Belakang



Gambar 3. CarAd Tampak Samping



Gambar 4. Konsep Billboard



Gambar 5. Mockup Billboard 1



Gambar 6. Mockup Billboard 2



Gambar 7. Mockup Billboard 3



Gambar 8. Feed Instagram



Gambar 9. Instagram Ads Story



Gambar 10. Iklan video Instagram timeline



Gambar 12. Iklan layanan masyarakat

Kesimpulan

Tidak dapat dipungkiri kehadiran teknologi dapat mempermudah kehidupan manusia. Tidak ada yang tidak dapat dilakukan oleh *gadget* mulai dari sarana untuk bermain hingga digunakan untuk keperluan bekerja, membuat kehidupan manusia tidak dapat lepas dari *gadget*. Dahulu jika kita ingin mencari data, maka kita harus berpergian ke berbagai tempat untuk mendapatkannya. Namun sekarang dengan adanya *gadget* kita dapat memperoleh data itu hanya dengan ujung jari.

Seiring dengan berkembangnya zaman, masyarakat kurang mengerti bahwa dampak dari penggunaan *gadget* secara berlebihan dapat menimbulkan berbagai

macam gangguan kesehatan. Kebanyakan dari mereka baru menyadari tentang bahaya terlalu lama menggunakan *gadget* secara berlebihan setelah mengalami rasa sakit pada tubuhnya. Bahkan yang lebih parah lagi walaupun mereka telah terpapar penyakit, mereka tidak dapat berbuat banyak dan hanya bersikap pasif saja karena tuntutan pekerjaan. Untuk itu dirancanglah sebuah iklan layanan masyarakat yang bertujuan untuk mengedukasi anak-anak yang berusia 15-18 tahun, agar tidak menggunakan *gadget* secara berlebihan. Sehingga diharapkan kedepannya anak-anak berusia 15-18 tahun dapat mempersiapkan masa depannya dengan baik dan terbebas dari berbagai macam bentuk cacat fisik atau kelainan akibat terlalu banyak menggunakan *gadget*.

Untuk dapat menghasilkan sebuah iklan layanan masyarakat yang baik diperlukan pengamatan yang jauh dalam meninjau beberapa aspek yang berhubungan, sehingga dapat menemukan akar dari permasalahan dan dapat memberikan solusi yang tepat. Kerjasama dengan berbagai organisasi dan hubungan sosial yang baik dengan masyarakat bersangkutan sangat diperlukan agar dapat melancarkan berbagai macam kegiatan untuk memperoleh data dan mendalami permasalahan.

Dalam hal pembuatan audio visual membutuhkan berbagai macam peralatan, kru, dan pemain yang cukup memadai agar dapat menghasilkan sebuah gambar yang baik. Sehingga diperlukan sebuah perencanaan yang benar-benar matang. Begitu juga dengan media promosi yang harus dikembangkan lagi dengan mengikuti kemajuan teknologi dan tren yang terus berubah seiringnya berjalan waktu.

Daftar Refrensi

- Astro, M. M. (2018, Januari). *Siswa di Bondowoso Gangguan Jiwa Karena Kecanduan Gawai*. Retrieved Februari 25, 2018, from <https://www.antaraneews.com/berita/676847/siswa-di-bondowoso-gangguan-jiwa-karena-kecanduan-gawai>
- Brown, B. (2012). *Cinematography: theory and practice: image making for cinematographers and directors*: Focal Press
- Dowithgadget. (2017, Oktober). *Pengertian Gadget, Apa Itu Gadget, Dan Arti Gadget*. Retrieved Maret 18, 2018, from <https://www.dowithgadget.com/pengertian-gadget/>
- Indriani, Ririn (2014, April). *11 Efek Buruk Gadget bagi Kesehatan*, Retrived: Febuari 10, 2018, from <https://www.suara.com/health/2014/04/05/173106/11-efek-buruk-gadget-bagi-kesehatan>
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan*. Bandung: PAU-EKONOMI-UI
- Kominfo (2014). *Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet*, Retrieved Februari 10, 2018, from https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers
- Pengertian Ahli. (2014). *Pengertian Media dan Jenis Media*, Retrived Maret 18, 2018, from <http://www.pengertianahli.com/2014/07/pengertian-media-dan-jenis-media.html>
- Sanjaya, Ade. (n.d). *Pengertian Iklan Layanan Masyarakat Fungsi Definisi Menurut Para Ahli*. Retrieved febuari 10, 2018, <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-iklan-layanan-masyarakat.html>
- Soemargo, N. (2018, Maret). *Wawancara*. Surabaya
- Stillman, D & Stillman, J. (2017). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja* (buku 1). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Susilana R., & Riyana C. (2009). *Media Pembelajaran: Hakikat, pengembangan, Pemanfaatan, dan penilaian*. Bandung: CV Wacana Prima
- Widyatama, Rendra. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2007.