



PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG **BULLYING**

Stevany Deona Firsta

e-mail: stevanydeona9@gmail.com

Ahmad Khoirul Anwar

Yudi Wibowo

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Universitas Sahid Surakarta

Ringkasan

Bullying merupakan permasalahan sosial yang semakin meningkat di kalangan anak-anak dan remaja dengan dampak serius bagi psikologis, akademik, hingga kehidupan korban. GAP masalahnya adalah angka kasus bullying masih tinggi meskipun sudah dilakukan upaya pencegahan. Data KPAI, UNICEF, dan UNESCO menunjukkan bullying fisik paling banyak terjadi. Media edukasi yang ada masih kurang menarik dan kurang efektif menyentuh emosi audiens sehingga pesan pencegahan belum optimal. Urgensinya adalah kurangnya kampanye kreatif yang mampu meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih peduli dan berani mencegah bullying. Tujuan perancangan ini adalah menciptakan media edukasi berupa video iklan layanan masyarakat yang komunikatif, menarik, dan efektif. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan kuesioner, data persentase, serta metode perancangan studioantelope meliputi development, pre-produksi, produksi, pasca-produksi, dan distribusi. Hasil perancangan adalah video iklan layanan masyarakat bergaya visual cinematic realistik yang menyampaikan pesan secara emosional, diharapkan efektif mengurangi kasus bullying, menumbuhkan empati, dan mendorong partisipasi masyarakat.

Kata kunci : Bullying, Drama, Iklan Layanan Masyarakat, Media Edukasi, Sekolah

Abstract

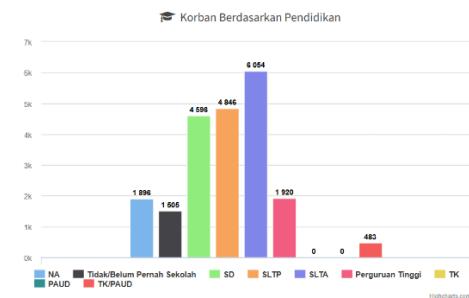
Bullying is a growing social problem among children and adolescents, with serious psychological, academic, and even life-threatening consequences for victims. The GAP is that the number of bullying cases remains high despite preventative measures. Data from the Indonesian Child Protection Commission (KPAI), UNICEF, and UNESCO shows that physical bullying is the most common. Existing educational media are still less engaging and less effective in touching the audience's emotions, resulting in suboptimal prevention messages. The urgency lies in the lack of creative campaigns capable of raising public awareness and encouraging greater concern and courage in preventing bullying. The objective of this design is to create educational media in the form of a public service announcement video that is communicative, engaging, and effective. The method used is quantitative with questionnaires, percentage data, and studioantelope's design method covering development, pre-production, production, post-production, and distribution. The design results in a realistic cinematic visual style public service announcement video that conveys an emotional message. It is hoped that it will effectively reduce bullying cases, foster empathy, and encourage community participation.

Keywords : Bullying, Drama, Public Service Announcements, Educational Media, Schools

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pendidikan memiliki peranan penting dalam pembentukan karakter, pola pikir, dan masa depan bagi para generasi muda. Namun, sistem pendidikan di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah maraknya kasus *bullying* di sekolah. *Bullying* menjadi permasalahan sosial yang semakin meningkat, terutama di kalangan pelajar, dengan dampak serius berupa stres, depresi, hingga tindakan bunuh diri. Data KPAI dan FSGI tahun 2023 menunjukkan bahwa *bullying* fisik menempati persentase tertinggi yaitu 55,5%, disusul *bullying* verbal 29,3% dan *bullying* psikologis 15,2%. Temuan terbaru SIMFONI PPA tahun 2025 juga menguatkan bahwa korban perundungan terbanyak berada pada jenjang SLTA.



Fenomena *bullying* di sekolah relevan dan kekinian karena terus

meningkat dari tahun ke tahun. UNICEF Indonesia bahkan mencatat bahwa sekitar 40% kasus bunuh diri di Indonesia berlatar belakang perundungan. Kasus perundungan di SMP umumnya berupa ejekan, pengucilan, hingga kekerasan fisik, sedangkan di SMA bentuknya lebih beragam dan dampaknya lebih parah, hingga membuat korban kehilangan rasa percaya diri bahkan mengakhiri hidupnya. Rendahnya kesadaran masyarakat, kurangnya sarana edukasi, serta minimnya penanganan dari pihak sekolah memperburuk kondisi.

Berdasarkan permasalahan tersebut timbul sebuah pemikiran untuk merancang sebuah video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* dengan konsep film pendek bergenre drama dengan gaya visual *cinematic realistis* sebagai bentuk pencegahan perilaku *bullying* dan menjadi solusi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai bahaya *bullying* serta mendorong sikap peduli dan berani bertindak dalam mencegah tindakan tersebut.

5. Apakah video ILM dapat menjadi solusi dalam sarana mengedukasi masalah bullying?
33 jawaban



Tujuan perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* adalah sebagai media edukasi untuk memperlihatkan kepada para masyarakat, siswa di sekolah, dan orang tua akan bahayanya dari tindak *bullying*. Juga agar masyarakat bisa lebih paham, lebih berhati-hati dan lebih waspada dengan lingkungan sekitar, apalagi dengan para pelajar yang masih dalam lingkungan sekolah. Video ini dirancang sebagai media edukasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, siswa, maupun orang tua mengenai bahaya *bullying*, sekaligus mendorong sikap peduli dan berani bertindak dalam mencegah terjadinya perundungan di lingkungan sekolah. Rumusan masalah dari perancangan atau penelitian ini Adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* untuk menjadi sarana edukasi?

2. Bagaimana merancang video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* yang baik dan komunikatif?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka perancangan atau penelitian ini memiliki tujuan

1. Membuat konsep perancangan video iklan layanan Masyarakat tentang *bullying* sebagai sarana edukasi.
2. Merancang video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* yang baik dan komunikatif.

B. PEMBAHASAN

Berisi tinjauan Pustaka, metode dan hasil perancangan atau penelitian

1. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini membutuhkan konsep yang mendukung topik penelitian, serta memperlihatkan keterkaitan antara hasil penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Diperlukan jurnal dan tugas akhir sebagai bahan referensi untuk mempelajari tentang perancangan video iklan layanan masyarakat serta *bullying* sebagai solusi untuk edukasi anak muda.

Jurnal Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Sebagai

Media Promosi UMKM Sukabumi di Media Sosial menjelaskan terdapat beberapa masalah yang muncul dari kegiatan ekonomi tradisional yang berpotensi menurunkan PDB. Hal ini juga menyebabkan berkurangnya pengusaha UMKM. Untuk mengatasi permasalahan ini, dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode kuantitatif dan pengkajian literatur, yang mencakup survei melalui kuesioner kepada masyarakat Sukabumi serta pencarian informasi dari sumber-sumber ilmiah. Dari analisis data tersebut, dapat disimpulkan bahwa menciptakan kampanye video iklan layanan masyarakat adalah pilihan yang baik untuk mendorong masyarakat dalam mempromosikan UMKM agar lebih dikenal di kalangan masyarakat melalui media sosial yang mereka gunakan.(Raray, 2022)

Manfaat jurnal tersebut bagi perancangan iklan layanan masyarakat tentang *bullying* dengan mengambil metode kuantitatif, salah satunya adalah membuat survei menggunakan kuesioner yang nantinya akan menjadi sumber dari data yang diperlukan.

Perbedaan jurnal dengan perancangan yang akan dibuat adalah dalam jurnal pertama berfokus untuk membuat sebuah video iklan layanan masyarakat untuk berkampanye mempromosikan UMKM agar dikenal luas oleh kalangan masyarakat melalui promosi di media sosial yang mereka miliki. Sementara dalam perancangan yang akan dibuat adalah menggunakan video iklan layanan masyarakat sebagai sarana edukasi untuk memperingatkan bahaya dari *bullying* ke siswa SMP dan SMA yang penyebarannya melalui media sosial.

Jurnal Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Self Harassment Dengan Teknik Motion Graphic Berbasis Infografis Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat menjelaskan perkembangan dalam penggunaan teknologi komputer dan komunikasi membuat masyarakat perlu membedakan informasi serta menyebarkan informasi yang bermanfaat untuk komunitas mereka. Oleh sebab itu, peneliti berencana membuat media utama dalam bentuk video iklan layanan masyarakat dengan teknik motion graphic. Video

ini akan menjelaskan tentang apa yang dimaksud dengan *sexual harassment* dan body shaming, dampak yang ditimbulkan, serta solusi untuk menghadapi tindakan tersebut, menggunakan metode perancangan dengan pendekatan kualitatif. (Kusuma, Yurisma, & Fahminasih, 2019)

Manfaat untuk perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* yang akan dibuat adalah dengan mengambil isi video salah satunya dampak yang diakibatkan dari kasus yang terjadi sebagai acuan dalam perancangan.

Perbedaan jurnal tersebut dengan perancangan yang akan dibuat adalah dalam jurnal tersebut menggunakan teknik *motion graphic* dalam perancangan iklan layanan masyarakat. Sementara pada perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* menggunakan konsep film bergenre drama dengan gaya visual *cinematic realistic*.

Jurnal Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Sosialisasi Tentang Penyakit Stroke di Kota Semarang

menjelaskan saat ini, stroke menjadi salah satu penyakit yang paling banyak menyebabkan kematian di Indonesia. Proyek ini bertujuan untuk menciptakan desain iklan layanan masyarakat dalam bentuk video animasi dan poster infografis yang akan berfungsi sebagai alat sosialisasi, memberikan informasi lengkap dan jelas mengenai stroke untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Fokus penyebaran iklan layanan masyarakat ini adalah di fasilitas kesehatan yang ada di Kota Semarang, seperti rumah sakit dan puskesmas, dengan memanfaatkan fasilitas yang sudah tersedia. Di samping itu, iklan ini juga akan disebarluaskan melalui platform media sosial. Dalam video animasi, bahasa visual yang sering digunakan adalah pengambilan gambar sangat jauh dengan sudut pandang setinggi mata agar tampak secara menyeluruh, dan menggunakan transisi *wipe*, *venetian blinds*, serta *fade*. (Prasetyo & Rondhi, 2017)

Manfaat jurnal tersebut untuk perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* yang akan dibuat dengan mengambil cara

penyebarannya yaitu menyebarkan iklan layanan masyarakat melalui media sosial untuk meningkatkan pemahaman masyarakat. Serta mengambil referensi dalam pengambilan shot.

Perbedaan jurnal tersebut dengan perancangan iklan layanan masyarakat yang akan dibuat adalah dalam jurnal tersebut menggunakan video animasi dan poster infografis sebagai media sosialisasi untuk menyampaikan informasi mengenai penyakit *stroke* secara lengkap dan jelas. Sementara dalam perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* menggunakan video iklan layanan masyarakat yang nantinya akan dibuat seperti film pendek dengan menggunakan pemeran realistik.

Tugas Akhir Perancangan

Komik Tentang Bahaya *Bullying* dengan Teknik *Digital Painting* sebagai Upaya Edukasi pada Anak Usia 10-13 Tahun menjelaskan komik berfungsi sebagai alat pembelajaran yang dapat membantu mengatasi kesulitan dalam memahami materi. Dalam upaya mengedukasi tentang risiko *bullying*

pada anak berusia 10 hingga 13 tahun, penulis memilih komik dengan cerita dan gambar yang menarik, di mana penyampaian pesan menjadi fokus utama dari pembuatan komik ini. Dalam penelitian, terdapat kata *reassure* yang berarti "meyakinkan," yang merupakan kata kunci dalam penelitian ini. Tujuan dari penggunaan kata tersebut adalah untuk meyakinkan orang mengenai bahaya *bullying*, khususnya bagi target penulis, yaitu anak-anak berusia 10 hingga 13 tahun. (Fahrizal Dido Rachmansyah, 2022)

Manfaat Tugas Akhir tersebut untuk perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* adalah dengan memperhatikan alur cerita serta visual yang baik agar penyampaian pesan dapat tersampaikan ke audiens.

Perbedaan tugas akhir tersebut dengan perancangan yang akan dibuat adalah dalam tugas akhir tersebut berfokus untuk membuat komik sebagai sarana edukasi *bullying* untuk anak-anak usia 10-13 tahun. Sementara dalam perancangan yang akan dibuat adalah menggunakan video iklan layanan masyarakat

sebagai sarana edukasi dari dampak dan bahaya *bullying* ke siswa SMP dan SMA.

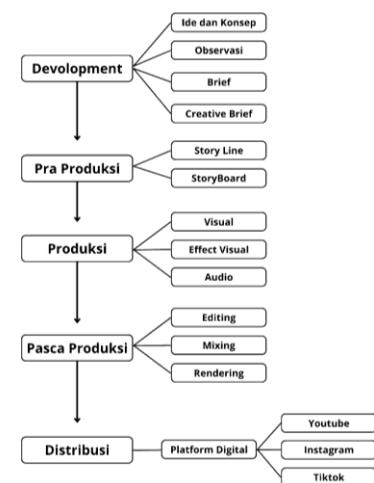
Tugas Akhir Pembuatan Film Pendek *Thriller* Tentang Bullying dengan Teknik *Super Wide* menjelaskan pemilihan film sebagai sarana untuk mengatasi isu *bullying* bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat. Film adalah platform yang memungkinkan orang untuk menyampaikan berbagai pendapat, opini, dan ide-ide kreatif. Melalui film pendek ini, masyarakat diajarkan bahwa *bullying* tidak memberikan keuntungan, hanya menyenangkan diri sendiri dengan menyakiti orang lain. (Nesyamas, 2017)

Manfaat Tugas Akhir tersebut bagi perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* yang akan dibuat adalah menggunakan film pendek sebagai konsep yang akan digunakan dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying*.

Perbedaan Tugas Akhir tersebut dengan perancangan yang akan dibuat adalah terdapat solusi film pendek pada tugas akhir tersebut sebagai

eduksi *bullying* menggunakan konsep *thriller*. Sementara perancangan yang akan dibuat adalah menggunakan konsep drama yang menyajikan fakta dan realitas tanpa rekayasa. Mengambil konsep drama karena merupakan cerminan kehidupan kita sehari-hari, yang lebih kompleks dan penuh emosi.

2. Metode



1. Development

Development merupakan kegiatan yang dilakukan Perusahaan ketika melakukan inovasi atau menciptakan layanan baru.

- Ide dan konsep Ide didapatkan setelah melakukan riset dan pengamatan mengenai masalah-masalah yang terjadi
- Observasi

Observasi dilakukan setelah ide muncul. Melakukan observasi pada objek yang bersangkutan untuk mengumpulkan point-point penting yang menjadi pokok permasalahan yang diambil

c. Brief

Brief dilakukan setelah melakukan observasi, setelah mengumpulkan point-point dari observasi, point-point tersebut nantinya akan dipilih kembali dan dikumpulkan menjadi point fiks yang kemudian di lanjutkan pada proses pembuatan creative brief.

d. Creative Brief

Creative brief merupakan ringkasan kreatif dari proses brief yang telah dilakukan sebelumnya. Pengumpulan point-point yang telah fiks atau disetujui nantinya akan disusun menjadi laporan singkat tentang rencana pembuatan karya.

1. Konsep Estetis

Konsep estetis menghasilkan media atau

visual yang baik maka dibutuhkan konsep yang matang untuk menghindari kesalahan dalam menyampaikan pesan.

2. Moodboard

Moodboard merupakan bahan-bahan referensi yang nantinya digunakan sebagai panduan dalam membuat konten atau karya atau gambaran detail mengenai karya yang nantinya akan dibuat, mulai dari layout, referensi warna, tipografi, isi dari karya serta berbagai hal lain yang sesuai dengan keinginan.

3. Konsep Teknis

Konsep teknis merupakan konsep media yang berkaitan dengan teknis pembuatan. Didalamnya menyangkut penggunaan peralatan yang akan digunakan untuk membuat sebuah media. Dalam konsep ini, secara teknis menggunakan peralatan yang bermacam-

macam-macam hasil akhir lebih maksimal.

2. Pra Produksi

Pra-Produksi merupakan tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Tahapan ini merupakan tahapan yang sangat penting. Karena ditahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk proses produksi video dilakukan. Pra-Produksi ini semua perencanaan harus disusun dengan rapi dan terperinci untuk menghindari kesalahan-kesalahan saat dilakukannya proses pengambilan gambar atau tahap produksi.

a. Story Line

Story line merupakan jalan cerita yang telah dibuat sebagai sebuah struktur rangkaian kejadian didalam cerita yang tersusun sebagai urutan dari bagian cerita pada seluruh fiksi.

b. Storyboard

Storyboard merupakan papan cerita untuk merencanakan urutan adegan secara kronologis. Papan cerita

terdiri dari serangkaian gambar atau sketsa yang disusun dengan urutan tertentu, yang menggambarkan bagaimana adegan akan terlihat dan berlangsung ketika memasuki proses final produksi.

c. Shootlist

Shootlist merupakan daftar teknis pengambilan gambar tiap adegan atau peta jalan visual yang akan menuntun dalam "menangkap" setiap momen cerita dengan presisi.

3. Produksi

Tahap produksi ini merupakan tahap dimana visual mulai diproduksi sesuai dengan konsep pada tahap pra-produksi. Pada tahap ini proses yang dilakukan adalah pengambilan gambar dan video, kemudian dilakukan di mana dan selama berapa hari.

4. Pasca Produksi

Pasca Produksi yaitu proses yang dilakukan setelah Pra Produksi dan Produksi terpenuhi semua, seperti penempatan visual, penambahan effect, dan audio.

- a. Editing
Editing merupakan kegiatan penggabungan antara beberapa shot gambar/video yang nantinya akan menghasilkan satu kesatuan yang utuh
- b. Mixing
Mixing merupakan proses penggabungan sumber audio menjadi satu rekaman yang terpadu. Proses ini juga melibatkan penyesuaian volume dan penggunaan efek suara untuk meningkatkan kualitas suara secara keseluruhan.
- c. Rendering
Rendering merupakan proses akhir dari penggabungan hasil editan berupa foto, video, audio, teks, dan objek lainnya. Hasil dari rendering adalah output hasil akhir dari karya yang sudah dibuat dan dapat dinikmati.
- 5. Distribusi**
Distribusi merupakan saluran penyampain karya yang telah dibuat untuk disampaikan ke masyarakat melalui platform digital yaitu youtube, reels instagram dan juga tiktok.
- 3. Hasil Perancangan Atau Penelitian**
Analisa data
- 1. Segmentasi**
- a. Demografi
Jenis kelamin laki-laki dan perempuan, usia 13-18 Tahun, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama - Sekolah Menengah Atas, tingkat ekonomi atau pendapatan menengah ke atas, dan agama semua Agama
 - b. Geografi
Seluruh anak-anak SMP dan SMA di Indonesia yang berada di desa dan juga di tengah kota. Dapat diperuntukan juga bagi masyarakat dan para orang tua.
 - c. Psikografi
Anak-anak yang membutuhkan informasi tentang bahaya *bullying* sekaligus dampak dari *bullying* juga orang tua dan masyarakat yang membutuhkan informasi

untuk penanganan dari tindak *bullying*.

d. Behavior

Anak-anak yang memiliki kebiasaan membully, anak-anak yang menjadi korban pembully, orang tua dan masyarakat yang masih kurang peduli dari tindak *bullying*, dan juga orang tua dan masyarakat yang masih sering mengabaikan tindak *bullying*.

2. *Unique Selling Point (USP)*

USP (*Unique Selling Proposition*) tentang perilaku *bullying* fisik yang meninggalkan luka yang terlihat dan trauma yang tak terlihat jauh lebih dalam. Fokusnya adalah fisik bisa sembuh, tetapi efek psikologisnya bisa bertahan bertahun-tahun. Dalam *bullying* fisik bukan sekadar kekerasan biasa, tapi punya efek domino ke mental, sosial, dan masa depan korban.

3. *Emotional Selling Proposition (ESP)*

ESP (*Emotional Selling Proposition*) dari perilaku *bullying* fisik yang bercampur dengan terror, psikologis dan simbolisme

kekuasaan yang dapat menghancurkan rasa percaya diri dan menimbulkan trauma emosional yang terus menghantui korban sepanjang hidupnya, tentunya akan membangun rasa emosional bagi para audiens terhadap para korban *bullying*. *Bullying* fisik miliki sifat terbuka, mudah dikenal dan lebih mudah ditindak membuat *bullying* fisik menjadi salah satu bentuk *bullying* yang bisa lebih cepat dihentikan

4. *Positioning*

Positioning dalam perancangan ini menggunakan gaya visual *cinematic* realistik sebagai gaya visual dalam penyampaian edukasinya yang merupakan penggabungan dua hal utama dari *cinematic* yang akan membuat gambar terlihat seperti film dan bukan sekadar dokumentasi biasa. Digabung dengan realistik yang nantinya akan membuat penonton merasa ini bisa terjadi di dunia nyata. Penggunaan gaya visual *cinematic* realistik akan membuat penonton ikut merasakan sensasi dalam video. Kemudian dapat membantu menunjukkan tindak *bullying* sebagai masalah yang nyata di kehidupan sehari-hari. Cocok dengan format

film pendek bergenre drama yang berfokus pada karakter dan emosi. Membuat penonton percaya pada cerita, membangun empati dan sebagai penyampaian pesan sosial dengan cara yang berkesan dan emosional.

Perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* nantinya akan dibuat dengan *cinematography* dan menghadirkan jalan cerita yang menarik. Tidak hanya sebagai sarana edukasi tetapi juga para audiens akan dibuat terkesan dan terbawa suasana saat menyaksikan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying*.

Strategi Kreatif

1. Konsep Estetis

a. Verbal

1. Layout

Layout yang akan digunakan dalam perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* adalah jenis *layout rule of third* dan juga *layout* dinamis.



2.4.2.1 Anamorphic Cinemascope

Rasio 16:9 yang digunakan sebagai rasio utama, nantinya akan dipadukan menggunakan black bar hitam agar terlihat seperti rasio 2.35:1. Black bar hitam tersebut nantinya untuk membuat tampilan menjadi terlihat sinematik.

2. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* menggunakan warna *cool tone*, agar nuansa video terlihat lebih dramatis.



3. Tipografi

Tipografi dalam perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* menggunakan font montserrat sebagai teks penegas penyampaian informasinya.

Montserrat

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789 ({!@#\$%&*,.:;'"})

fontspace

4. Ilustrasi

Penggunaan jenis ilustrasi realistik atau naturalis sangat cocok untuk perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying* yang berbasis video dengan menggunakan konsep film pendek bergenre drama.



b. Verbal

1. Headline

Headline dalam perancangan ini dibuat dengan tujuan untuk membuat para audiens mendapat penegasan dan juga kesan atau emosi saat membaca. *Headline* yang digunakan adalah **STOP BULLYING!**. *Headline* tersebut nantinya akan ditempatkan dibagian belakang atau penutup dalam video sebagai teks penegas dari larangan tindak *bullying*.

2. SubHeadline

Subheadline yang digunakan adalah kata-kata untuk mengajak dan yang dapat menarik perhatian pembaca. *Subheadline* tersebut nantinya akan ditempatkan dibagian belakang, sesudah *body copy* dan sebelum *headline*.

3. Body copy

Body copy yang digunakan adalah kata-kata untuk mengajak atau memperingatkan audiens untuk tidak melakukan tindak *bullying*. *Body copy* tersebut nantinya akan ditempatkan dibagian belakang sebelum *headline*.

4. Sinopsis

Sinopsis dalam perancangan iklan layanan masyarakat tentang *bullying* yaitu bercerita tentang seorang korban *bullying* yang hidupnya terancam oleh tindakan *bullying* yang dia dapatkan. Karena *bullying* yang menimpanya sangat menyakitkan, itu membuatnya tidak kuat untuk bertahan dan memutuskan untuk mengakhiri hidupnya.

5. Storyline

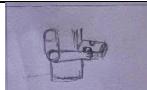
Berikut alur cerita dari perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying*:

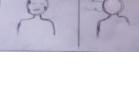
<i>Scene 1 : Opening</i>	Memperlihatkan seorang korban <i>bullying</i> yang berjalan tergesa-gesa dan nampak ketakutan
<i>Scene 2</i>	Korban bertemu dengan para pembully saat hendak pulang
<i>Scene 3</i>	Korban dirundung oleh para pembully secara fisik dan secara menyedihkan
<i>Scene 4</i>	Korban dalam perjalanan pulang dengan keadaan babak belur dan berantakan
<i>Scene 5</i>	Korban sudah berada dalam ruangan dengan tali yang telah tergantung di depannya, perlahan memegang tali kearah kepala lalu korban melihat kearah kamera
<i>Scene 6 : Ending</i>	Ditutup dengan layar hitam kemudian disusul dengan <i>body copy, subheadline</i> kemudian <i>headline</i> teks penegas

	”STOP BULLYING!” sebagai penutup.
--	-----------------------------------

6. Storyboard

Berikut storyboard dari perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying*:

Scene	Visual	Keterangan
1		Deskripsi : Korban berjalan dengan raut wajah gelisah dan tergesa-gesa (shoot bagian kepala) Durasi : 3 detik
1-2		Deskripsi : (shoot bagian kaki saat berjalan) Durasi : 3 detik
1-3		Deskripsi : (shoot bagian setengah badan)

		membawa buku Durasi : 3 detik			akan segera pergi Durasi : 4detik
1-4		Deskripsi : (shoot dari depan hingga korban berbelok) Durasi : 3 detik	2-4		Deskripsi : Pembully menghadang korban dan langsung membully korban Durasi : 15/20 detik
2		Deskripsi : Korban berbelok dan terkejut karena melihat pembully Durasi : 3 detik	3		Deskripsi : Setelah dibully (layer hitam) Korban berjalan pulang dan dilihatkan berapa angle bagian badan Durasi : 8 detik
2-2		Deskripsi : Pembully yang berjalan perlahan menghampiri korban Durasi : 5 detik	3-2		Deskripsi : Korban berjalan sambil menangis kesakitan dan terisak-isak
2-3		Deskripsi : Korban ketakutan dan			

		<p>Kemudian berhenti</p> <p>Durasi : 10 Detik</p>	
3-3		<p>Deskripsi : (Kamera didekatkan kearah mata kemudian korban menutup mata)</p> <p>Durasi : 5 detik</p>	
4		<p>Deskripsi : (transisi kesebuah ruangan Dimana sudah terdapat tali yang menggantung di depannya)</p> <p>Durasi : 10 detik</p>	<p>5 </p> <p>Deskripsi : (Layar hitam) Kemudian muncul <i>Body copy</i>, <i>Subheadline</i> kemudian disusul dengan <i>Headline</i> “STOP BULLYING!” Durasi : 7 detik</p>

7. Matrik Visual

Matrik visual terdiri dari kumpulan referensi dari berbagai *layout*, warna, tipografi dan ilustrasi yang nantinya digunakan sebagai panduan visual untuk menyusun tampilan sebuah karya, agar gaya visualnya konsisten dengan tema, pesan, dan emosi yang ingin disampaikan.

Layout	
Warna	
Tipografi	
Ilustrasi	

Perwujudan Karya

Tahapan produksi merupakan segala proses yang dilakukan dalam

mengerjakan sebuah karya yang dimulai dari development sampai distribusi.

Video Iklan Layanan Masyarakat

1. Format Video : Mp4 (H264, 1080p (1920px x 1080px) 30 fps)
2. Durasi : 1 : 56 menit
3. Voice Over : Tathyta Amara Torina Tanjung Puri
4. Audio backsound : Escape | Cinematic Dramatic & Epic Emotional – SoundAudio
5. Keterangan
 - a. Ukuran : 1920px x 1080px
 - b. Format : Landscape
 - c. Software: Adobe Premiere Pro 2020
 - d. Tipografi: Monserrat
6. Penempatan : Sosial media tiktok, instagram, dan youtube
7. Proses produksi
 - a. Development

Ide dan konsep muncul saat melakukan riset terhadap kasus *bullying* yang masih marak terjadi dikalangan anak-anak sekolah di Indonesia. Kemudian dilakukan analisis bagaimana menentukan solusi untuk masalah tersebut. Solusi didapatkan dengan

perancangan iklan layanan masyarakat tentang *bullying* yang dibuat menggunakan konsep film pendek dengan genre drama.

b. Pra Produksi

Menggunakan kamera mirrorless sony a6000, handphone Samsung a32 4g, dan juga tripod sebagai alat untuk membuat video.

c. Produksi

Pengambilan video pertama diambil di sekolah dasar di desa Triyagan, selama 2 hari dan mengambil footage lorong sebagai opening dari video. Dalam pengambilan video di sekolah, terdapat sedikit kendala, karena tidak menggunakan bantuan *lighting* atau *reflector* jadi pengaruh cahaya sedikit sulit untuk didapatkan walaupun pengambilan diambil di siang hari.



Pengambilan video kedua dilakukan di sebuah jalan kecil di desa Triyagan yang dilakukan selama 2 hari, untuk mengambil nuansa pulang dari sekolah sekaligus tempat

dimana terjadinya adegan *bullying*. Sama seperti pengambilan video di sekolah, dalam pengambilan video di jalan kecil tersebut terdapat sedikit kendala juga, karena tidak menggunakan bantuan *lighting* atau *reflector* jadi pengaruh cahaya sedikit sulit untuk didapatkan walaupun pengambilan diambil di siang hari.



Pengambilan video ketiga dilakukan didalam ruangan dengan nuansa gelap dan hanya diterangi beberapa cahaya. Kesulitan dalam pengambilan video didalam ruangan ini adalah karena minimnya cahaya dan terdapat adegan dimana mengharuskan untuk mengfokuskan ke satu objek, jadi cukup sulit untuk mengfokuskan dalam keadaan minim cahaya.



Dalam produksi hari ke 1 dan ke 2 menggunakan jenis kamera yang sama, sementara di hari ke 3 dan ke 4 menggunakan jenis kamera yang berbeda, jadi ada beberapa pengeluaran yang tidak diikuti sertakan.

d. Pasca Produksi

Tahapan tersebut digunakan untuk menggabungkan beberapa video yang telah di ambil dan disatukan menjadi satu kesatuan.

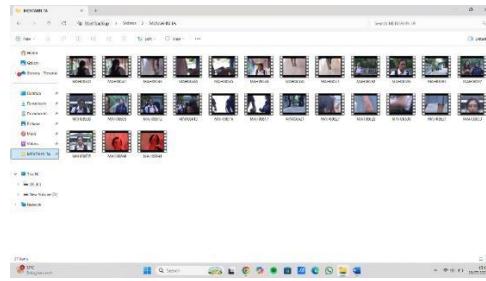
1. Editing

Proses editing terbagi menjadi 2 tahapan yakni *offline editing* dan juga *online editing*.

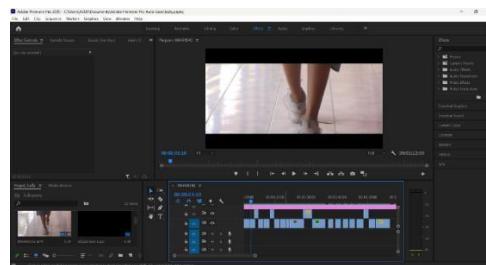
a. *Offline Editing*

Offline editing merupakan memotong dan merangkai gambar dari pengambilan gambar menjadi rangkaian cerita yang utuh. Dengan kata lain, *offline editing* terbatas pada elemen cerita. Tetapi ada beberapa hal teknis yang harus diperhatikan

juga. Sebelum memulai pengeditan video, akan dilakukan pemilihan mentahan yang akan digunakan.



Setelah memilih mentahan video yang akan digunakan selanjutnya adalah menata mentahan video agar menjadi satu kesatuan dan dapat dilihat jalan ceritanya.



Langkah yang dilakukan setelah menata mentahan video adalah *rough cut*, yaitu memotong beberapa video berdurasi panjang untuk diambil adegan yang terbaik.

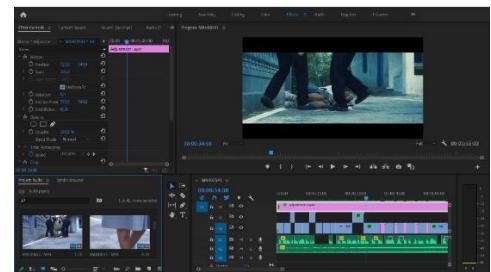
b. *Online Editing*

Online editing merupakan proses mengubah hasil *offline editing* dengan menambahkan color grading, motion graphic, dan mixing audio. File video akan diselesaikan selama langkah *online editing* atau fokus pada hasil akhir. Memberikan warna atau *color*

grading untuk membuat video terlihat hidup dan menambah kesan dramatis.



Kemudian menambahkan beberapa teks seperti *headline*, *subheadline*, *body copy* dan juga *credit title*.

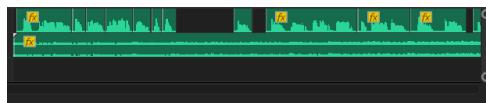


2. Mixing

Sebelum masuk kedalam penataan audio, dilakukan pengambilan suara untuk dijadikan *voice over*. Pengambilan audio *voice over* memerlukan bantuan dari seorang *dubber*.

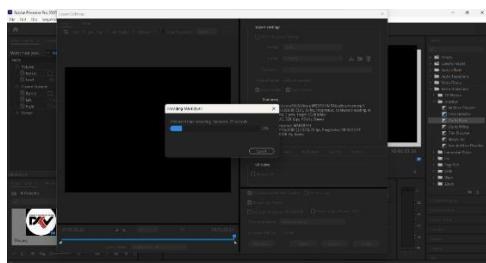


Setelah pengambilan suara, selanjutnya suara diolah di adobe premiere pro 2020 dan digabungkan dengan *backsound* sebagai efek pendukung dalam video sekaligus ditata dan disesuaikan dengan adegan.



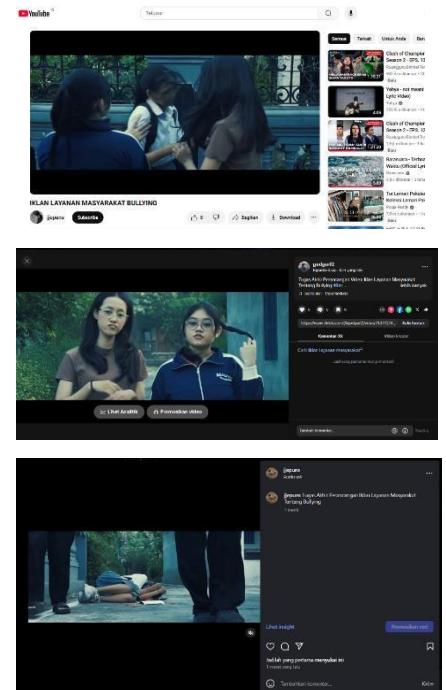
3. Rendering

Rendering merupakan proses akhir dari penggabungan hasil editan berupa foto, video, audio, teks, dan objek lainnya. Hasil dari rendering adalah output hasil akhir dari karya yang sudah dibuat dan dapat dinikmati.



e. Distribusi

Pada perancangan tugas akhir video iklan layanan masyarakat tentang *bullying*, video akan dipublikasikan di sosial media yaitu tiktok, instagram reels, dan youtube.



Scene Priview

Scen e	Preview	Keteranga n
1		Tempat: Lorong Sekolah Objek: Kepala, kaki, badan, dan buku

	 <p>Jenis Shoot: Close up dan medium shoot</p> <p>Angle: Belakang, Samping, dan Depan</p> <p>Duras : Bagian atas 00.02, Bagian kaki 00.02, Bagian badan 00.03, Bagian depan 00.03</p> <p>Keterangan an: Berjalan dilorong sekolah dengan perasaan takut dan tergesa gesa,</p>		<p>mengambil shoot setiap bagian.</p> <p>2</p>           	<p>Tempat: Jalan kecil</p> <p>Objek: Korban dan pembully</p> <p>Jenis Shoot: Medium shoot, Close up, Long shoot</p> <p>Angle: Serong dan Depan</p> <p>Durasi: Berbelok 00.03, Shoot ekspresi 00.04, Pembully 00.03, Shoot ekspresi menghind</p>
--	--	--	--	--

		<p>ar 00.03, Pembully mencegah 00.02, Mulai Pembullya n 00.06, Pembully meninggal kan korban 00.07</p> <p>Keterangan an: Terkejut bertemu dengan pembully disaat pulang dari sekolah. Korban ingin menghind ar tetapi si pembully menghalan gi. Korban sempat melawan tetapi</p>		<p>pembully menarik rambut korban, kemudian mendoron g korban dan memukul korban. Setelah membully, pembully meninggal kan korban dengan luka memar.</p>
	3		    	<p>Tempat: Jalan kecil</p> <p>Objek: Korban</p> <p>Jenis</p> <p>Shoot: Extreme close up, Close up</p> <p>Angle: Serong, samping dan Depan</p>

	 <p>Durasi:</p> <p>Memar tangan 00.05, Memar mata 00.03, Memar siku 00.03, Shoot ekspresi menghindar 00.03, Memar kaki 00.05, Ekspresi wajah 00.06, Perlahan extreme close up ke bagian mata 00.03</p> <p>Keterangan:</p> <p>an: Korban melanjutkan perjalanan pulang dengan</p>	<p>tubuh yang sudah memar akibat mendapatkan <i>bullying</i> fisik oleh para pembully, bagian per bagian badan yang memar di perlihatkan. Pada bagian ekspresi wajah, pergerakan kamera dibuat <i>zoom in extreme close up</i> hingga bagian memejamkan mata</p>
--	--	--

4	 Tempat: Ruangan Objek: Korban, tali Jenis Shoot: Extreme close up, Close up Angle: Depan Durasi: 00.11 Keterangan an: Setelah memejamkan mata di adegan sebelumnya, kemudian bertransisi ke adegan didalam ruangan. Disana sudah ada tali yang menggantung dan korban siap untuk melakukan adegan gantung.	
5		Durasi: Pesan bagi korban 00.08, Pesan untuk pembully 00.06, Subheadline 00.04, Headline 00.03, Credit title 00.16Logo Keterangan : 

		<p>Masuk ke <i>bodycopy</i> berisi pesan singkat bagi korban dan juga pelaku <i>bullying</i>, kemudian disusul dengan <i>subheadline</i> <i>e</i> yang bertuliska n ajakan untuk tidak melakukan pembullya n lagi. Kemudian masuk pada <i>headline</i> atau bagian utama yang berisi pesan</p>		<p>penegas “STOP BULLYIN G!”. Kemudian credit title dan ditutup dengan logo kampus dan juga logo prodi.</p>
--	--	--	--	---

Media Plan

1. Media Utama
 - a. Video Iklan Layanan Masyarakat



2. Media Pendukung
 - a. X Banner



b. Poster



c. Kaos



d. Totebag



e. Stiker



f. Gantungan Kunci



g. Brosur



4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan video iklan layanan masyarakat tentang *bullying*, dapat disimpulkan bahwa *bullying* di lingkungan sekolah masih menjadi persoalan serius dengan dampak yang luas terhadap aspek psikologis, sosial, hingga akademik siswa, terutama di tingkat SMP dan SMA. Jenis *bullying* yang dominan adalah fisik dan verbal, sementara *bullying* psikologis juga kerap terjadi dengan dampak yang tidak kalah berat, bahkan dapat menyebabkan depresi hingga tindakan bunuh diri. Upaya

pencegahan melalui media edukasi yang ada selama ini masih kurang maksimal karena konten edukasi sering kalah menarik dibanding konten hiburan, sehingga dibutuhkan strategi komunikasi yang kreatif agar pesan tentang bahaya *bullying* dapat diterima dengan baik oleh pelajar, orang tua, dan masyarakat.

Dalam perancangan ini dipilih media berupa video iklan layanan masyarakat berbentuk film pendek bergenre drama dengan gaya visual *cinematic realistis*, karena dinilai mampu menyampaikan pesan emosional yang kuat, lebih mudah dipahami, dan dapat merepresentasikan realitas sehari-hari. Proses perancangan dilakukan dengan menggunakan metode dari studioantelope yang meliputi tahap development, pra-produksi, produksi, pasca-produksi, hingga distribusi. Metode tersebut membantu penyusunan karya secara sistematis mulai dari ide awal, observasi, hingga publikasi melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Hasil karya ini diharapkan dapat menjadi sarana edukasi yang efektif untuk

meningkatkan kesadaran, mendorong sikap peduli, serta menumbuhkan keberanian siswa, orang tua, dan masyarakat dalam mencegah maupun menanggulangi tindak *bullying* di sekolah.

Daftar Pustaka

- Fahrizal Dido Rachmansyah. (2022). *Tugas Akhir Perancangan Komik Tentang Bahaya Bullying. Fakultas Desain Dan Industri Kreatif Universitas Dinamika*. Retrieved from <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6635/13/18420100053-2022-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf>
- Kusuma, M. R., Yurisma, D. Y., & Fahminasih, F. (2019). Harassment Dengan Teknik Motiongraphic Berbasis Infografis. *Art Nouveau*, 8 no. 1, 1–10.
- Nesyamas, R. G. (2017). TA : *Pembuatan Film Pendek Thriller Tentang Bullying dengan Teknik Super Wide*. Retrieved from <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2490/>
- Prasetyo, A., & Rondhi, M. (2017). Perancangan iklan layanan masyarakat sebagai media sosialisasi tentang penyakit stroke di kota semarang. *Arty : Jurnal Seni Rupa*, 6(6), 21–29.
- Raray, R. istianah. (2022). Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Promosi Ukm

Sukabumi Di Media Sosial.
Jurnal Dasarupa: Desain Dan Seni Rupa, 3(2), 33–41.
https://doi.org/10.52005/dasaru_pa.v3i2.90